

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, Er, & Simamora, V. (2022). Pengaruh Influencer, Harga Dan Kualitas Produk Skincare Scarlett Whitening Terhadap Keputusan Pembeli Generasi Z, Dki Jakarta. *Jurnal Ilmiah Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi (Mea)*, 6 (3), 1293-1308.
- Amin, A. M., & Natasha, S. (2020). *Analysis Of The Influence Of Brand Image, Price And Promotion On Purchase Decision Of Nestle Pure Life Bottled Water*. In *Management Studies And Entrepreneurship Journal* (Vol. 1, Issue 2).
- Amilia, S. (2017). Pengaruh Citra Merek, Harga, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi Di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Assauri, S., (2018), *Manajemen Pemasaran*, Raja Grafindo, Jakarta.
- Darmansah, A., & Yosepha, S. Y. (2020). Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Keputusan Pembelian Online Pada Aplikasi Shopee Di Wilayah Jakarta Timur. *Jurnal Inovatif Mahasiswa Manajemen*, 1(1), 15–30.
- Destiani, A., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). *The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on Alfamart's Cooking Oil Purchasing Decision in The Ciracas Area of East Jakarta*. *Business and Social Science (IJEMBIS) Peer-Reviewed-International Journal*, 3(1), 160–168.
- Dian, S., Siahaan, N., & Putriku, A. E. (2021). Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk Dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian. *Journal Of Business And Economics Research (Jbe)*, 2(2), 31–35.
- Dwi, A. W. (2019). *Pengaruh Citra Merek (Brand Image), Kualitas Produk, Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada “Produk Batik Mukti Rahayu” Di Kabupaten Magetan*.
- Faezal, A., Darmawan Natsir, U., Burhanuddin, Kualitas Dan, P., & Negeri Makassar, U. (2023). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar). *Jurnal Manajemen*, 2(2), 42–51.

- Fairliantina, E., & Paniroi, J. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di Denny's Restoran Senayan City. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(9), 3923–3932.
- Farida, R., Hardini, R., Digdowiseiso, K., Saat, S. A., & Terengganu, M. (2024). *The Influence Of Product Quality, Celebrity Endorsers And Word Of Mouth On The Decision To Purchase Garnier Sakura White Day Cream In Pejaten Village. Selatan Jakarta*, 5, 1.
- Fitri, G., & Yunita, C. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Electronic Word Of Mouth (E-Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Di Bittersweet By Najla. Jurnal Pijar*, 1 (3), 283-294.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Bp Universitas Diponegoro.
- Hardini, R., & Pratiwi, Y. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image, Dan Social Media Influencer Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening Di Media Sosial Instagram Di Dki Jakarta. *Institut Penelitian Dan Kritikus Internasional Budapest-Jurnal (Birci-Journal)*, 5 (2), 11869-11878.
- Irawan, M. A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Celebrity Endorsement, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Scarlett Whitening (Studi Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Nasional 2022-2023).
- Kaharuddin, Ek, Haeruddin, Mim, & Musa, Mi (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Studi Kasus Pada Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Makassar. *Keputusan: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 4 (1), 163-171.
- Keller, Kevin Lane. (2013). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, And Managing Brand Equity*, Prentice Hall, New Jersey.
- Khairunnisa, S., Budiyanti, H., & Haeruddin, Miw (2022). Pengaruh Sosial Media Marketing Instagram, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ms Glow (Studi Kasus Pada Konsumen Distributor Ms Glow Panakukkang Di Kota Makassar). *Cemerlang: Jurnal Manajemen Dan Ekonomi Bisnis*, 2 (4), 110-126.

- Kotler, P. Dan Keller, K.L., (2017), *Marketing Management*, Pearson Education Limited, England.
- Kotler, Philip Dan Gary Armstrong. (2016). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Krisnandi, H., Digdowiseiso, K., & Abdullah, Z. (2024). *The Influence of Product Quality, Brand Image and Advertising on The Purchase Decision of Honda Mobilio in South Jakarta*. *Sosial Science*, 5, 2.
- Kurniawati, N. I., Pemasaran, M., & Vokasi, S. (2020). Analisis Pengaruh *Word Of Mouth* Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Makeover Kota Semarang. *Forum Ekonomi*, 22(2),286–295.
- Lemeshow. (1997). *Besar Sampel Dalam Penelitian Kesehatan*. Ugm.
- Lintong, E. T., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). *The Influence of Taste, Word of Mouth and Consumer Satisfaction on Panada Dapur Mayank South Jakarta Purchasing Decisions*. *Syntax Admiration*, 4(1).
- Madani, A. U., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). *The Influence of Product Quality, Brand Image, and Price Perception on The Purchase Decision of Honda Vario Motorcycles in Depok*. *Business and Social Science (IJEMBIS) Peer-Reviewed-International Journal*, 3(1), 169–176.
- Maemunah, S., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). *The Influence of Product Quality, Price Perception, and Brand Image on The Purchase Decision of Bimoli Cooking Oil at Alfamart Minimarket in Pasar Minggu Area, South Jakarta*. *Syntax Admiration*, 4(4).
- Martini, A. N., Feriyansyah, A., & Venanza, S. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Oppo Di Kota Pagar Alam*. *Jurnal Aktiva : Riset Akuntansi Dan Keuangan*, 3(1), 44–53.
- Masturi, H., & Hardini, R. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Karate-Gi Merek Hokido Di Lima Dojo Wilayah Dki Jakarta. In *Jurnal Ilmu Manajemen Oikonomia* (Vol. 87, Issue 2).
- Maulana, R., Aryani, L., & Nastiti, H. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pembeli Laptop Asus Di Jakarta Selatan)*. 2.

- Nababan, J. & S. H. (2019). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Brand Image Sebagai Variabel Intervening (Studi Pada Pengguna Fladeo Ladies Di Jakarta) (Disertasi Doktoral, Undip: Fakultas Ekonomika Dan Bisnis)*.
- Nasution, S. L. A. , L. C. H. , & R. D. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Kepercayaan, Kemudahan, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada E-Commerce Shopee (Survei Pada Mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Labuhan Batu)*. *Jurnal Ekonomi, Bisnis Dan Manajemen*, 7 (1), 43–53.
- Pradika Ramadhan, D. (2023). *Kualitas Produk, Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa Universitas Putra Bangsa I*. 1–9.
- Prasetyo, B., & Hidayat, T. (2019). *Pengaruh Promosi Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Produk Xyz Donut*. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, 4, 937–952.
- Prasetya, M. A., Hardini, R., Digdowiseiso, K., & Mokhlis, S. (2024). *The Influence of Product Quality, Brand Image, and Lifestyle on The Purchase Decision of Yamaha NMAX Motorcycles at Yamaha Mega Utama Motor Depok Dealers*. *International Journal of Social Service and Research*, 4(02), 483–491.
- Prasetyo Widiatmoko, D., Karyatun, S., & Digdowiseiso, K. (2023). *Influence Quality Product, Image Brand, And Promotion Regarding The Decision To Purchase Nike Shoes In Jakarta East*. *Syntax Admiration*, 4(4).
- Primadasari, A., & Sudarwanto, T. (2021). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Image, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian*. *Forum Ekonomi*, 23(3), 413–420.
- Priskilla, S., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). *The Influence Of Product Quality, Price Perceptions, And Brand Image On The Decision To Purchase Yakult Beverages In East Jakarta*. *Syntax Admiration*, 4(4), 551.
- Purnama Sari, Y. (2019). *Pengaruh Brand Trust Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Elzatta Di Kota Bengkulu*.

- Putra, F. P., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). *The Influence Of Product Quality, Product Design And Brand Image On The Purchase Decision Of Honda Beat Motorcycle Dealer Nusantara Sakti West Jakarta*. *Syntax Admiration*, 4(1).
- Ramadhan, D. P. (2023). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth (Wom) Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Asus Pada Mahasiswa Universitas Putra Bangsa* (Doctoral Dissertation, Universitas Putra Bangsa).
- Reingen, P.H., And Walker, B. A. (2011). Cross-Unit Competition For A Market Charter. *Journal Of Marketing*, 65, 29-31.
- Rizki, N. (2020). *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Parfum Di Kota Banda Aceh (Studi Di Kecamatan Syiah Kuala)*.
- Rusydi, S. A. (2023). *Pengaruh Brand Image, Country Of Origin, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Produk Smartphone Xiaomi Di Cilendek, Bogor*.
- Sakinah, S., Hardini, R., Digdowiseiso, K., Studi Manajemen, P., & Ekonomi Dan Bisnis, F. (2023). *The Influence Of Product Quality, Brand Image And Brand Trust On The Decision To Purchase A Yamaha Mio Motorcycle At The Source Multiera Motor Dealer Pasar Minggu South Jakarta*. *Syntax Admiration*, 4(3), 416.
- Sani, S. A., Batubara, M., Silalahi, P. R., Syahputri, R. R., & Liana, V. (2022). *Pengaruh Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Scarlett Whitening*. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(5), 1327–1342.
- Sari, J. P. M., Hardini, R., & Digdowiseiso, K. (2023). *Influence Brand Awareness, Product Variations and Word of Mouth Towards Customer Satisfaction at Coffee Shop Tuku Cipete Branch, South Jakarta*. *Jurnal Syntax Admiration*, 4(1), 164–177.
- Sernovitz, A. (2009). *Word Of Mouth Mrketing : How Smart Companies Get People Talking*: Kaplan, New Yorkumar
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Cetakan Ke-3. Bandung: Alfabeta.

- Syafa, N. E. (2023). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merk, Word Of Mouth, Dan Celebrity Endorse Terhadap Keputusan Pembelian Kartu Sim Prabayar Simpati Telkomsel (Doctoral Dissertation, Universitas Nasional)*.
- Umar Bakti, H. R. S. (2021). Pengaruh Harga, Personal Selling, Kualitas Produk Dan Word Of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Motor Pada Dealer Pt. Yamaha Putera Langkapura. *Jurnal Cakrawala Indonesia, 1*.
- Wicaksono, R. A., Octavia, A. N., & Aprianto, Moch Siful. (2023). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Indomie Di Semarang. *Jurnal Ilmiah Bidang Ilmu Ekonomi, 21(1)*, 423–432.
- Widiatmoko, D. P. (2022). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Di Jakarta Timur*.
- Yunita, M., Digdowiseiso, K., Nur Syahida Wan Ismail, W., Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis, P., & Nasional, U. (2024). *The Influence of Product Quality, Brand Image and Celebrity Endorsers on The Decision to Purchase Sunsilk Shampoo at Indomaret South Jakarta Sunday Market Area. Social Science, 5, 2*.





**LAMPIRAN 1**  
**KUESIONER RESPONDEN**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK DAN *WORD OF MOUTH* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN LAPTOP ACER DI JAKARTA SELATAN**

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yth. Responden Kuesioner Penelitian

Dengan Hormat,

Perkenalkan nama saya Evira Devianti Ardhana dengan NPM 203402516155, Mahasiswa Universitas Nasional, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan *Word of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Laptop Acer di Jakarta Selatan**”. Oleh karena itu diperlukan partisipasi dari teman-teman, bapak/ibu, saudara/i untuk meluangkan waktunya mengisi kuesioner ini dengan memberikan jawaban secara lengkap sesuai ketentuan. Kuesioner berhubungan dengan persepsi anda sebagai pelanggan laptop Acer. Saya akan menjaga data yang teman-teman, bapak/ibu, saudara/i berikan. Semua informasi dan jawaban yang diberikan tidak bernilai benar ataupun salah, jawaban terbaik adalah jawaban yang sesuai dengan diri anda. Atas partisipasi dan waktu yang telah diberikan, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,



Evira Devianti Ardhana  
(203402516155)

### A. Penyaringan Pernyataan (*Screening Questions*)

1. Apakah anda merupakan pemilik Laptop Acer?

YA

TIDAK

Note: Jika jawaban anda “YA” anda dapat melanjutkan pengisian kuesioner, jika “TIDAK” pengisian kuesioner cukup sampai disini, terimakasih.

2. Apakah anda merupakan pengguna Laptop Acer dengan minimal penggunaan 1 tahun?

YA

TIDAK

Note: Jika jawaban anda “YA” anda dapat melanjutkan pengisian kuesioner, jika “TIDAK” pengisian kuesioner cukup sampai disini, terimakasih.

### B. Identitas Responden

Isilah identitas diri saudara/saudari dengan keadaan yang sebenarnya, pilih salah satu dan berikan tanda (√) pada kolom yang telah disediakan dibawah ini:

1. Email :

2. Nama Lengkap :

3. Jenis Kelamin :  Pria

Wanita

4. Usia :  17-21 tahun

22-26 tahun

>27 tahun

5. Pendapatan :  Rp 500.000 – Rp 2.000.000

Rp 2.100.000 – Rp 4.000.000

Rp 4.100.000 – Rp 6.000.000

>Rp 6.000.000



### C. Petunjuk Pengisian

1. Bacalah sejumlah pernyataan dengan teliti.
2. Anda dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan anda secara objektif dengan memberi tanda centang (✓) pada salah satu kriteria untuk setiap pernyataan yang menurut anda paling tepat.
3. Skor yang diberikan tidak mengandung nilai jawaban benar salah melainkan menunjukkan kesesuaian penilaian anda terhadap isi setiap pernyataan.
4. Pilihlah jawaban pada salah satu kolom alternative jawaban yang telah disediakan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Berikut merupakan keterangan alternative jawaban :

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Netral (N)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

### D. Pernyataan Survei

#### Variabel Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>Fitur (Feature)</b>						
1	Laptop Acer menyediakan fitur-fitur sesuai dengan kebutuhan saya dalam penggunaan sehari-hari					
<b>Kesesuaian Kualitas (Quality Conformance)</b>						
2	Laptop Acer memiliki kualitas yang baik sesuai dengan yang dijanjikan					
<b>Daya Tahan (Durability)</b>						
3	Laptop Acer memiliki kekuatan daya tahan baterai yang dapat lebih lama digunakan					
<b>Kemudahan Perbaikan (Repairability)</b>						
4	Service center Acer mudah ditemui dimana saja					
<b>Bentuk (Form)</b>						
5	Laptop Acer memiliki bentuk yang lebih slim					
<b>Keandalan (Reliability)</b>						
6	Selama menggunakan laptop Acer saya jarang/belum pernah mengalami hambatan dalam penggunaannya					
<b>Desain (Design)</b>						
7	Saya tertarik pada tampilan laptop Acer dengan model terkini					

### Variabel Citra Merek (X2)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>Keunggulan Asosiasi Merek</b>						
1	Laptop Acer memiliki keunggulan produk pada fiturnya, sehingga memberikan citra yang baik dalam pikiran saya.					
<b>Kekuatan Asosiasi Merek</b>						
2	Laptop Acer sudah mempunyai reputasi yang baik, sehingga membentuk citra yang lebih kuat dalam pikiran saya dibandingkan dengan merek lainnya					
<b>Keunikan Asosiasi Merek</b>						
3	Laptop Acer menonjolkan keunikan yang dimilikinya seperti menggunakan material laptop Acer dari bahan daur ulang, sehingga dapat memberikan citra yang baik dipikiran saya					

### Variabel Word of Mouth (X3)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>Talkers (Pembicara)</b>						
1	Saya memilih laptop Acer karena sering dibicarakan positif oleh orang lain					
<b>Topics (Topik)</b>						
2	Rata-rata laptop Acer sering menjadi bahan pembicaraan orang lain tentang hal-hal yang positif dengan keunggulan-keunggulannya, sehingga saya lebih memilih laptop Acer					
<b>Tools (Alat)</b>						
3	Informasi tentang laptop Acer mudah ditemui diberbagai media sosial					
<b>Taking Part (Partisipasi)</b>						
4	Banyak orang yang ikut berpartisipasi ketika sedang membicarakan laptop Acer					

### Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
<b>Kemantapan pada sebuah produk</b>						
1	Saya senantiasa menggunakan laptop Acer dibandingkan dengan laptop merek lainnya					
<b>Kebiasaan dalam membeli produk</b>						
2	Saya selalu menggunakan laptop merek Acer					
<b>Memberikan rekomendasi kepada orang lain</b>						
3	Saya akan merekomendasikan laptop Acer kepada teman dan saudara karena produk ini memang bagus					
<b>Melakukan pembelian ulang</b>						
4	Saya akan membeli kembali laptop Acer dimasa yang akan datang					

**LAMPIRAN 2**  
**TABULASI DATA JAWABAN RESPONDEN**

**Variabel Kualitas Produk (X1)**

No. Resp	Kualitas Produk (X1)							Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
1	4	5	3	4	4	3	4	27
2	4	3	5	4	5	2	5	28
3	4	5	5	4	4	4	4	30
4	5	5	5	4	5	5	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	35
6	3	3	4	4	4	4	4	26
7	5	5	5	5	4	4	4	32
8	4	4	4	3	5	5	5	30
9	4	5	4	4	4	4	4	29
10	5	5	3	3	4	4	4	28
11	4	4	4	5	5	3	4	29
12	4	4	3	2	4	4	4	25
13	4	4	5	3	4	4	5	29
14	3	3	4	3	5	4	3	25
15	4	4	3	4	3	3	4	25
16	4	4	4	4	3	2	4	25
17	4	3	3	4	4	2	3	23
18	4	4	4	4	4	3	3	26
19	2	4	4	2	4	4	4	24
20	4	4	4	5	4	4	5	30
21	5	5	4	4	3	3	3	27
22	4	4	4	3	4	3	4	26
23	5	5	5	5	5	5	5	35
24	4	4	4	4	2	4	4	26
25	5	5	5	5	5	5	5	35
26	4	4	4	4	4	5	5	30
27	4	4	4	4	4	4	4	28
28	4	4	5	4	4	5	5	31
29	5	4	3	4	5	5	4	30
30	4	4	4	4	4	3	5	28
31	4	4	4	5	4	4	5	30
32	4	5	5	5	5	4	4	32
33	4	4	3	3	5	4	5	28
34	3	4	5	3	4	5	3	27
35	5	5	5	3	3	2	5	28
36	4	4	3	3	4	4	4	26
37	5	5	3	4	3	4	5	29
38	3	3	3	3	4	4	4	24
39	3	3	4	2	2	3	3	20
40	4	4	4	5	4	4	5	30
41	4	3	4	5	4	3	4	27
42	4	4	4	5	4	4	4	29
43	4	4	4	4	5	4	5	30
44	5	5	5	3	3	4	4	29
45	4	4	4	4	4	4	4	28
46	5	5	5	4	4	4	4	31

47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	4	2	3	5	5	5	28
50	4	2	3	4	4	4	4	25
51	4	4	4	1	1	4	4	22
52	5	5	4	4	4	4	4	30
53	4	4	4	4	4	4	4	28
54	4	4	4	5	4	3	5	29
55	5	5	4	5	5	5	4	33
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	5	5	5	5	5	5	5	35
58	4	4	3	3	3	3	3	23
59	4	4	4	4	4	4	4	28
60	4	4	4	3	3	2	4	24
61	5	5	5	5	5	4	4	33
62	5	5	5	5	5	5	5	35
63	4	4	5	3	3	2	5	26
64	5	5	4	5	4	5	5	33
65	4	4	3	4	4	3	4	26
66	4	5	4	5	4	4	5	31
67	4	5	5	5	4	5	5	33
68	4	4	4	4	3	3	3	25
69	4	4	4	4	4	4	4	28
70	2	3	5	4	1	5	5	25
71	4	4	4	4	4	2	2	24
72	4	4	5	3	3	4	3	26
73	4	4	3	4	4	4	4	27
74	4	5	4	5	4	5	4	31
75	4	4	4	4	5	5	5	31
76	5	4	4	5	4	4	5	31
77	5	4	2	4	4	1	5	25
78	5	4	4	4	4	4	4	29
79	5	5	4	4	5	4	5	32
80	4	4	4	3	4	4	2	25
81	4	3	4	5	4	5	4	29
82	5	5	5	5	5	5	5	35
83	5	4	5	4	5	4	4	31
84	3	2	1	5	4	2	4	21
85	4	4	4	4	4	4	5	29
86	5	5	3	4	4	4	4	29
87	5	5	5	5	5	5	5	35
88	4	5	4	5	4	5	4	31
89	4	3	5	4	5	4	3	28
90	4	4	5	5	4	5	5	32
91	4	4	4	4	4	4	4	28
92	4	4	4	5	5	4	3	29
93	5	5	5	4	5	5	5	34
94	3	2	3	4	4	3	5	24
95	4	5	4	5	4	5	5	32
96	4	3	5	4	4	3	5	28
97	4	4	3	4	3	2	3	23
98	4	4	5	4	4	4	4	29
99	4	3	4	4	3	4	4	26
100	4	4	3	5	3	2	4	25

### Variabel Citra Merek (X2)

No. Resp	Citra Merek (X2)			Total X2
	X2.1	X2.2	X2.3	
1	3	4	2	9
2	3	4	5	12
3	4	4	4	12
4	4	4	4	12
5	5	5	5	15
6	4	4	4	12
7	4	4	5	13
8	4	4	4	12
9	4	4	4	12
10	4	4	4	12
11	4	5	5	14
12	4	4	4	12
13	4	3	4	11
14	5	5	5	15
15	4	4	4	12
16	4	4	3	11
17	4	4	3	11
18	3	4	4	11
19	4	2	2	8
20	4	4	4	12
21	3	3	3	9
22	3	4	4	11
23	5	5	5	15
24	4	4	4	12
25	5	5	5	15
26	4	3	4	11
27	4	4	4	12
28	5	5	4	14
29	4	5	5	14
30	4	4	4	12
31	4	4	4	12
32	4	4	4	12
33	4	5	5	14
34	4	5	3	12
35	4	4	4	12
36	4	5	5	14
37	5	5	5	15
38	4	4	4	12
39	3	3	2	8
40	3	4	5	12
41	5	4	3	12
42	4	5	4	13
43	4	5	4	13
44	4	4	4	12
45	4	4	4	12
46	4	5	4	13
47	4	4	4	12
48	4	4	4	12
49	5	2	5	12
50	4	4	4	12
51	4	4	4	12
52	4	4	5	13

53	4	4	4	12
54	4	4	4	12
55	5	4	5	14
56	4	4	4	12
57	5	5	5	15
58	2	3	3	8
59	3	4	3	10
60	3	4	3	10
61	4	4	4	12
62	5	5	5	15
63	2	4	2	8
64	5	5	4	14
65	4	4	4	12
66	5	5	4	14
67	5	5	5	15
68	5	4	4	13
69	4	4	4	12
70	1	2	2	5
71	5	5	4	14
72	4	3	3	10
73	4	4	4	12
74	4	5	4	13
75	4	3	2	9
76	5	4	4	13
77	4	5	4	13
78	4	3	4	11
79	4	4	5	13
80	4	4	4	12
81	4	4	5	13
82	5	5	5	15
83	4	4	4	12
84	4	3	4	11
85	4	4	4	12
86	5	5	3	13
87	5	4	5	14
88	5	4	4	13
89	4	4	3	11
90	5	5	5	15
91	4	4	4	12
92	4	4	5	13
93	5	5	5	15
94	3	4	4	11
95	5	5	4	14
96	3	4	4	11
97	3	3	4	10
98	3	4	4	11
99	3	4	5	12
100	4	3	5	12



**Variabel *Word of Mouth* (X3)**

No. Resp	<i>Word of Mouth</i> (X3)				Total X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
1	5	5	4	4	18
2	1	2	4	3	10
3	5	4	4	4	17
4	4	4	4	4	16
5	5	5	5	5	20
6	4	4	4	3	15
7	3	5	5	4	17
8	3	4	4	5	16
9	4	4	4	4	16
10	4	4	5	5	18
11	4	3	4	4	15
12	4	4	3	2	13
13	4	4	4	3	15
14	3	3	4	5	15
15	4	3	3	3	13
16	4	4	4	4	16
17	4	4	4	3	15
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16
20	5	4	4	4	17
21	4	4	4	4	16
22	3	3	4	3	13
23	5	5	5	5	20
24	4	4	4	4	16
25	5	5	5	5	20
26	2	4	4	5	15
27	4	4	4	3	15
28	5	5	5	5	20
29	4	4	5	5	18
30	4	4	5	5	18
31	5	4	4	4	17
32	5	5	5	5	20
33	4	5	4	5	18
34	5	3	4	5	17
35	4	4	5	5	18
36	4	4	2	2	12
37	5	5	5	5	20
38	4	4	4	4	16
39	5	5	5	4	19
40	5	5	5	5	20
41	3	3	4	5	15
42	5	4	4	5	18
43	4	4	4	3	15
44	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	16
46	4	4	5	4	17
47	3	4	4	3	14
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	3	15
51	5	4	3	4	16
52	4	4	4	4	16

53	4	4	4	3	15
54	4	4	5	4	17
55	5	5	5	5	20
56	4	2	4	4	14
57	4	4	4	4	16
58	4	4	4	4	16
59	4	3	4	4	15
60	3	3	3	2	11
61	4	4	4	4	16
62	5	5	5	4	19
63	3	4	4	4	15
64	5	5	5	5	20
65	4	4	4	4	16
66	4	4	4	5	17
67	4	3	4	3	14
68	4	4	4	3	15
69	4	4	4	4	16
70	1	5	5	3	14
71	4	4	4	2	14
72	3	3	5	3	14
73	3	4	4	4	15
74	5	4	5	4	18
75	4	3	4	4	15
76	5	4	5	5	19
77	4	4	4	4	16
78	4	4	4	5	17
79	4	5	5	5	19
80	4	4	4	4	16
81	5	4	5	5	19
82	5	5	5	5	20
83	5	4	5	4	18
84	4	4	3	2	13
85	4	4	4	4	16
86	5	5	4	4	18
87	4	5	5	4	18
88	5	4	4	4	17
89	4	5	3	5	17
90	4	4	4	4	16
91	4	4	4	4	16
92	5	5	4	4	18
93	5	5	5	5	20
94	3	4	4	3	14
95	4	4	4	5	17
96	5	3	4	4	16
97	3	2	4	3	12
98	4	4	4	4	16
99	5	4	4	4	17
100	3	2	4	3	12

### Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No. Resp	Keputusan Pembelian (Y)				Total Y
	Y1	Y2	Y3	Y4	
1	3	3	5	3	14
2	4	3	5	3	15
3	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	4	4	3	4	15
7	3	3	5	5	16
8	5	5	4	4	18
9	4	4	4	4	16
10	4	4	3	4	15
11	2	4	5	5	16
12	3	2	4	4	13
13	4	4	4	4	16
14	4	5	5	5	19
15	3	3	3	3	12
16	4	2	5	4	15
17	3	3	3	3	12
18	3	3	3	4	13
19	4	2	4	2	12
20	4	4	4	4	16
21	5	5	5	5	20
22	3	3	3	3	12
23	5	5	5	5	20
24	4	2	4	2	12
25	5	5	4	4	18
26	4	4	4	3	15
27	4	4	4	4	16
28	5	5	4	5	19
29	5	4	4	4	17
30	4	3	4	4	15
31	4	4	5	5	18
32	4	4	5	5	18
33	3	3	4	3	13
34	3	4	4	3	14
35	4	4	4	4	16
36	5	4	4	4	17
37	5	5	5	5	20
38	4	4	4	4	16
39	4	2	4	3	13
40	3	2	3	2	10
41	3	3	4	4	14
42	4	5	5	5	19
43	5	5	4	5	19
44	4	4	3	4	15
45	3	3	4	4	14
46	4	4	4	4	16
47	3	3	4	4	14
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	5	5	5	5	20
51	4	4	5	5	18
52	5	3	4	4	16

53	4	4	4	5	17
54	4	4	4	5	17
55	5	4	5	5	19
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	16
58	3	3	1	2	9
59	3	4	4	4	15
60	3	2	3	2	10
61	4	4	4	4	16
62	5	5	5	5	20
63	4	4	4	3	15
64	5	5	5	5	20
65	3	3	4	3	13
66	4	5	4	4	17
67	4	3	4	4	15
68	4	4	4	5	17
69	2	4	3	4	13
70	4	2	5	1	12
71	4	4	2	4	14
72	3	2	3	2	10
73	4	4	4	4	16
74	4	5	4	5	18
75	4	4	4	4	16
76	4	5	4	5	18
77	4	4	4	4	16
78	5	5	5	5	20
79	4	4	5	5	18
80	3	2	4	3	12
81	5	5	4	4	18
82	5	5	5	5	20
83	4	4	4	4	16
84	4	2	2	3	11
85	4	4	4	5	17
86	4	4	4	5	17
87	4	3	4	3	14
88	5	4	4	5	18
89	4	3	4	4	15
90	4	4	4	4	16
91	4	4	4	4	16
92	5	3	4	3	15
93	5	5	4	5	19
94	4	3	4	3	14
95	5	5	4	4	18
96	4	5	4	4	17
97	2	2	3	3	10
98	4	4	4	4	16
99	4	3	5	5	17
100	3	2	4	4	13

**LAMPIRAN 3**  
**DATA OUTPUT SPSS**

**Uji Deskriptif**

<i>Descriptive Statistics</i>					
Pernyataan	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	2	5	4.16	.631
X1.2	100	2	5	4.13	.734
X1.3	100	1	5	4.04	.803
X1.4	100	1	5	4.04	.828
X1.5	100	1	5	4.01	.810
X1.6	100	1	5	3.87	.939
X1.7	100	2	5	4.21	.729
X2.1	100	1	5	4.03	.745
X2.2	100	2	5	4.10	.704
X2.3	100	2	5	4.04	.790
X3.1	100	1	5	4.08	.800
X3.2	100	2	5	4.02	.710
X3.3	100	2	5	4.20	.586
X3.4	100	2	5	4.01	.823
Y1	100	2	5	3.97	.745
Y2	100	2	5	3.76	.955
Y3	100	1	5	4.05	.730
Y4	100	1	5	3.99	.904
Valid N (listwise)	100				

**Uji Regresi Linear Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	-.426	1.900		-.224	.823
Total_X1 (Kualitas Produk)	.234	.086	.296	2.739	.007
Total_X2 (Citra Merek)	.393	.141	.267	2.779	.007
Total_X3 ( <i>Word of Mouth</i> )	.291	.115	.236	2.529	.013

a. Dependent Variable: Total\_Y (Keputusan Pembelian)

## Uji Validitas

### Variabel Kualitas Produk (X1)

		Correlations							
		X1.1 (Kualitas Produk)	X1.2 (Kualitas Produk)	X1.3 (Kualitas Produk)	X1.4 (Kualitas Produk)	X1.5 (Kualitas Produk)	X1.6 (Kualitas Produk)	X1.7 (Kualitas Produk)	Total_X1 (Kualitas Produk)
X1.1 (Kualitas Produk)	Pearson Correlation	1	.653**	.206*	.316**	.333**	.155	.212*	.627**
	Sig. (2-tailed)		.000	.039	.001	.001	.124	.035	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2 (Kualitas Produk)	Pearson Correlation	.653**	1	.351**	.224*	.202*	.347**	.194	.668**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.025	.044	.000	.053	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3 (Kualitas Produk)	Pearson Correlation	.206*	.351**	1	.165	.124	.369**	.158	.562**
	Sig. (2-tailed)	.039	.000		.101	.221	.000	.116	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4 (Kualitas Produk)	Pearson Correlation	.316**	.224*	.165	1	.391**	.202*	.287**	.607**
	Sig. (2-tailed)	.001	.025	.101		.000	.044	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5 (Kualitas Produk)	Pearson Correlation	.333**	.202*	.124	.391**	1	.347**	.219*	.618**
	Sig. (2-tailed)	.001	.044	.221	.000		.000	.029	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6 (Kualitas Produk)	Pearson Correlation	.155	.347**	.369**	.202*	.347**	1	.291**	.669**
	Sig. (2-tailed)	.124	.000	.000	.044	.000		.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7 (Kualitas Produk)	Pearson Correlation	.212*	.194	.158	.287**	.219*	.291**	1	.541**
	Sig. (2-tailed)	.035	.053	.116	.004	.029	.003		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total_X1 (Kualitas Produk)	Pearson Correlation	.627**	.668**	.562**	.607**	.618**	.669**	.541**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Variabel Citra Merek (X2)

		Correlations			
		X2.1 (Citra Merek)	X2.2 (Citra Merek)	X2.3 (Citra Merek)	Total_X2 (Citra Merek)
X2.1 (Citra Merek)	Pearson Correlation	1	.495**	.478**	.816**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2 (Citra Merek)	Pearson Correlation	.495**	1	.447**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3 (Citra Merek)	Pearson Correlation	.478**	.447**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total_X2 (Citra Merek)	Pearson Correlation	.816**	.790**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).



### Variabel Word of Mouth (X3)

		Correlations				
		X3.1 (Word of Mouth)	X3.2 (Word of Mouth)	X3.3 (Word of Mouth)	X3.4 (Word of Mouth)	Total_X3 (Word of Mouth)
X3.1 (Word of Mouth)	Pearson Correlation	1	.442**	.224*	.367**	.717**
	Sig. (2-tailed)		.000	.025	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2 (Word of Mouth)	Pearson Correlation	.442**	1	.403**	.380**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3 (Word of Mouth)	Pearson Correlation	.224*	.403**	1	.541**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4 (Word of Mouth)	Pearson Correlation	.367**	.380**	.541**	1	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_X3 (Word of Mouth)	Pearson Correlation	.717**	.747**	.693**	.789**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Variabel Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations				
		Y1 (Keputusan Pembelian)	Y2 (Keputusan Pembelian)	Y3 (Keputusan Pembelian)	Y4 (Keputusan Pembelian)	Total_Y (Keputusan Pembelian)
Y1 (Keputusan Pembelian)	Pearson Correlation	1	.601**	.393**	.434**	.752**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2 (Keputusan Pembelian)	Pearson Correlation	.601**	1	.351**	.711**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3 (Keputusan Pembelian)	Pearson Correlation	.393**	.351**	1	.506**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4 (Keputusan Pembelian)	Pearson Correlation	.434**	.711**	.506**	1	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_Y (Keputusan Pembelian)	Pearson Correlation	.752**	.865**	.683**	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Uji Reliabilitas

#### Variabel Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.719	7

#### Variabel Citra Merek (X2)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.728	3

### Variabel *Word of Mouth* (X3)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.714	4

### Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.802	4

### Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.99347873
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.073
	Negative	-.071
Test Statistic		.073
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### Uji Multikolinearitas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.426	1.900		-.224	.823		
	Total_X1 (Kualitas Produk)	.234	.086	.296	2.739	.007	.501	1.997
	Total_X2 (Citra Merek)	.393	.141	.267	2.779	.007	.636	1.572
	Total_X3 ( <i>Word of Mouth</i> )	.291	.115	.236	2.529	.013	.671	1.490

a. Dependent Variable: Total\_Y (Keputusan Pembelian)

### Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.330	1.243		2.680	.009
	Total_X1 (Kualitas Produk)	-.064	.056	-.163	-1.149	.253
	Total_X2 (Citra Merek)	.018	.093	.025	.195	.846
	Total_X3 ( <i>Word of Mouth</i> )	-.014	.075	-.024	-.192	.848

a. Dependent Variable: Abs\_RES

## Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.662 <sup>a</sup>	.438	.420	2.024	1.900

- a. Predictors: (Constant), Total\_X3 (Word of Mouth), Total\_X2 (Citra Merek), Total\_X1 (Kualitas Produk)  
 b. Dependent Variable: Total\_Y (Keputusan Pembelian)

## Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	306.288	3	102.096	24.913	.000 <sup>b</sup>
	Residual	393.422	96	4.098		
	Total	699.710	99			

- a. Dependent Variable: Total\_Y (Keputusan Pembelian)  
 b. Predictors: (Constant), Total\_X3 (Word of Mouth), Total\_X2 (Citra Merek), Total\_X1 (Kualitas Produk)

## Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.662 <sup>a</sup>	.438	.420	2.024	1.900

- a. Predictors: (Constant), Total\_X3 (Word of Mouth), Total\_X2 (Citra Merek), Total\_X1 (Kualitas Produk)  
 b. Dependent Variable: Total\_Y (Keputusan Pembelian)

## Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.426	1.900		-.224	.823
	Total_X1 (Kualitas Produk)	.234	.086	.296	2.739	.007
	Total_X2 (Citra Merek)	.393	.141	.267	2.779	.007
	Total_X3 (Word of Mouth)	.291	.115	.236	2.529	.013

- a. Dependent Variable: Total\_Y (Keputusan Pembelian)

## LAMPIRAN 4

### TABEL r

Tabel r untuk df = 51 - 100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

## LAMPIRAN 5

### TABEL Durbin-Watson (DW)

**Tabel Durbin-Watson (DW),  $\alpha = 5\%$**

n	k=1		k=2		k=3		k=4		k=5	
	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU	dL	dU
71	1.5865	1.6435	1.5577	1.6733	1.5284	1.7041	1.4987	1.7358	1.4685	1.7685
72	1.5895	1.6457	1.5611	1.6751	1.5323	1.7054	1.5029	1.7366	1.4732	1.7688
73	1.5924	1.6479	1.5645	1.6768	1.5360	1.7067	1.5071	1.7375	1.4778	1.7691
74	1.5953	1.6500	1.5677	1.6785	1.5397	1.7079	1.5112	1.7383	1.4822	1.7694
75	1.5981	1.6521	1.5709	1.6802	1.5432	1.7092	1.5151	1.7390	1.4866	1.7698
76	1.6009	1.6541	1.5740	1.6819	1.5467	1.7104	1.5190	1.7399	1.4909	1.7701
77	1.6036	1.6561	1.5771	1.6835	1.5502	1.7117	1.5228	1.7407	1.4950	1.7704
78	1.6063	1.6581	1.5801	1.6851	1.5535	1.7129	1.5265	1.7415	1.4991	1.7708
79	1.6089	1.6601	1.5830	1.6867	1.5568	1.7141	1.5302	1.7423	1.5031	1.7712
80	1.6114	1.6620	1.5859	1.6882	1.5600	1.7153	1.5337	1.7430	1.5070	1.7716
81	1.6139	1.6639	1.5888	1.6898	1.5632	1.7164	1.5372	1.7438	1.5109	1.7720
82	1.6164	1.6657	1.5915	1.6913	1.5663	1.7176	1.5406	1.7446	1.5146	1.7724
83	1.6188	1.6675	1.5942	1.6928	1.5693	1.7187	1.5440	1.7454	1.5183	1.7728
84	1.6212	1.6693	1.5969	1.6942	1.5723	1.7199	1.5472	1.7462	1.5219	1.7732
85	1.6235	1.6711	1.5995	1.6957	1.5752	1.7210	1.5505	1.7470	1.5254	1.7736
86	1.6258	1.6728	1.6021	1.6971	1.5780	1.7221	1.5536	1.7478	1.5289	1.7740
87	1.6280	1.6745	1.6046	1.6985	1.5808	1.7232	1.5567	1.7485	1.5322	1.7745
88	1.6302	1.6762	1.6071	1.6999	1.5836	1.7243	1.5597	1.7493	1.5356	1.7749
89	1.6324	1.6778	1.6095	1.7013	1.5863	1.7254	1.5627	1.7501	1.5388	1.7754
90	1.6345	1.6794	1.6119	1.7026	1.5889	1.7264	1.5656	1.7508	1.5420	1.7758
91	1.6366	1.6810	1.6143	1.7040	1.5915	1.7275	1.5685	1.7516	1.5452	1.7763
92	1.6387	1.6826	1.6166	1.7053	1.5941	1.7285	1.5713	1.7523	1.5482	1.7767
93	1.6407	1.6841	1.6188	1.7066	1.5966	1.7295	1.5741	1.7531	1.5513	1.7772
94	1.6427	1.6857	1.6211	1.7078	1.5991	1.7306	1.5768	1.7538	1.5542	1.7776
95	1.6447	1.6872	1.6233	1.7091	1.6015	1.7316	1.5795	1.7546	1.5572	1.7781
96	1.6466	1.6887	1.6254	1.7103	1.6039	1.7326	1.5821	1.7553	1.5600	1.7785
97	1.6485	1.6901	1.6275	1.7116	1.6063	1.7335	1.5847	1.7560	1.5628	1.7790
98	1.6504	1.6916	1.6296	1.7128	1.6086	1.7345	1.5872	1.7567	1.5656	1.7795
99	1.6522	1.6930	1.6317	1.7140	1.6108	1.7355	1.5897	1.7575	1.5683	1.7799
100	1.6540	1.6944	1.6337	1.7152	1.6131	1.7364	1.5922	1.7582	1.5710	1.7804
101	1.6558	1.6958	1.6357	1.7163	1.6153	1.7374	1.5946	1.7589	1.5736	1.7809
102	1.6576	1.6971	1.6376	1.7175	1.6174	1.7383	1.5969	1.7596	1.5762	1.7813
103	1.6593	1.6985	1.6396	1.7186	1.6196	1.7392	1.5993	1.7603	1.5788	1.7818
104	1.6610	1.6998	1.6415	1.7198	1.6217	1.7402	1.6016	1.7610	1.5813	1.7823
105	1.6627	1.7011	1.6433	1.7209	1.6237	1.7411	1.6038	1.7617	1.5837	1.7827
106	1.6644	1.7024	1.6452	1.7220	1.6258	1.7420	1.6061	1.7624	1.5861	1.7832
107	1.6660	1.7037	1.6470	1.7231	1.6277	1.7428	1.6083	1.7631	1.5885	1.7837
108	1.6676	1.7050	1.6488	1.7241	1.6297	1.7437	1.6104	1.7637	1.5909	1.7841
109	1.6692	1.7062	1.6505	1.7252	1.6317	1.7446	1.6125	1.7644	1.5932	1.7846
110	1.6708	1.7074	1.6523	1.7262	1.6336	1.7455	1.6146	1.7651	1.5955	1.7851
111	1.6723	1.7086	1.6540	1.7273	1.6355	1.7463	1.6167	1.7657	1.5977	1.7855
112	1.6738	1.7098	1.6557	1.7283	1.6373	1.7472	1.6187	1.7664	1.5999	1.7860
113	1.6753	1.7110	1.6574	1.7293	1.6391	1.7480	1.6207	1.7670	1.6021	1.7864
114	1.6768	1.7122	1.6590	1.7303	1.6410	1.7488	1.6227	1.7677	1.6042	1.7869
115	1.6783	1.7133	1.6606	1.7313	1.6427	1.7496	1.6246	1.7683	1.6063	1.7874
116	1.6797	1.7145	1.6622	1.7323	1.6445	1.7504	1.6265	1.7690	1.6084	1.7878
117	1.6812	1.7156	1.6638	1.7332	1.6462	1.7512	1.6284	1.7696	1.6105	1.7883
118	1.6826	1.7167	1.6653	1.7342	1.6479	1.7520	1.6303	1.7702	1.6125	1.7887
119	1.6839	1.7178	1.6669	1.7352	1.6496	1.7528	1.6321	1.7709	1.6145	1.7892
120	1.6853	1.7189	1.6684	1.7361	1.6513	1.7536	1.6339	1.7715	1.6164	1.7896
121	1.6867	1.7200	1.6699	1.7370	1.6529	1.7544	1.6357	1.7721	1.6184	1.7901
122	1.6880	1.7210	1.6714	1.7379	1.6545	1.7552	1.6375	1.7727	1.6203	1.7905
123	1.6893	1.7221	1.6728	1.7388	1.6561	1.7559	1.6392	1.7733	1.6222	1.7910
124	1.6906	1.7231	1.6743	1.7397	1.6577	1.7567	1.6409	1.7739	1.6240	1.7914
125	1.6919	1.7241	1.6757	1.7406	1.6592	1.7574	1.6426	1.7745	1.6258	1.7919
126	1.6932	1.7252	1.6771	1.7415	1.6608	1.7582	1.6443	1.7751	1.6276	1.7923
127	1.6944	1.7261	1.6785	1.7424	1.6623	1.7589	1.6460	1.7757	1.6294	1.7928
128	1.6957	1.7271	1.6798	1.7432	1.6638	1.7596	1.6476	1.7763	1.6312	1.7932
129	1.6969	1.7281	1.6812	1.7441	1.6653	1.7603	1.6492	1.7769	1.6329	1.7937
130	1.6981	1.7291	1.6825	1.7449	1.6667	1.7610	1.6508	1.7774	1.6346	1.7941
131	1.6993	1.7301	1.6838	1.7458	1.6682	1.7617	1.6523	1.7780	1.6363	1.7945
132	1.7005	1.7310	1.6851	1.7466	1.6696	1.7624	1.6539	1.7786	1.6380	1.7950
133	1.7017	1.7319	1.6864	1.7474	1.6710	1.7631	1.6554	1.7791	1.6397	1.7954
134	1.7028	1.7329	1.6877	1.7482	1.6724	1.7638	1.6569	1.7797	1.6413	1.7958
135	1.7040	1.7338	1.6889	1.7490	1.6738	1.7645	1.6584	1.7802	1.6429	1.7962
136	1.7051	1.7347	1.6902	1.7498	1.6751	1.7652	1.6599	1.7808	1.6445	1.7967



## LAMPIRAN 6

### TABEL F

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76
106	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
107	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.79	1.76
108	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.18	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
109	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
110	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
111	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.97	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
112	3.93	3.08	2.69	2.45	2.30	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.88	1.84	1.81	1.78	1.76
113	3.93	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.92	1.87	1.84	1.81	1.78	1.76
114	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
115	3.92	3.08	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
116	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.81	1.78	1.75
117	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
118	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.84	1.80	1.78	1.75
119	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
120	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.18	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.78	1.75
121	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
122	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.09	2.02	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
123	3.92	3.07	2.68	2.45	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
124	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
125	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.96	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
126	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.87	1.83	1.80	1.77	1.75
127	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
128	3.92	3.07	2.68	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.91	1.86	1.83	1.80	1.77	1.75
129	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
130	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
131	3.91	3.07	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.80	1.77	1.74
132	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
133	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
134	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.79	1.77	1.74
135	3.91	3.06	2.67	2.44	2.28	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.82	1.79	1.77	1.74



## LAMPIRAN 7

### TABEL t

**Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –120)**

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

**LAMPIRAN 8**  
**KONSULTASI BIMBINGAN**



**UNIVERSITAS NASIONAL**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

S1- Manajemen, S1- Akuntansi, dan S1- Pariwisata

Jl. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021) 78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id> E-mail : [febunas49@gmail.com](mailto:febunas49@gmail.com)

**KONSULTASI BIMBINGAN**

**Npm** : 203402516155  
**Nama** : EVIRA DEVIANTI ARDHANA  
**Program Studi** : Manajemen  
**Konsentrasi** : Manajemen Pemasaran

**KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL**

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
29 November, 2023	sosialisasi pendahuluan bimbingan tugas akhir untuk jurnal referensi (senin, 30 oktober 2023).	Sudah Ditanggapi
29 November, 2023	bimbingan acc judul "pengaruh kualitas produk, citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian laptop acer di dki jakarta" (kamis, 02 november 2023).	Sudah Ditanggapi
29 November, 2023	bimbingan bab 1 (latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan kegunaan penelitian), dan lanjut mengerjakan bab 2. (kamis, 09 november 2023).	Sudah Ditanggapi
29 November, 2023	bimbingan revisi bab 1 dan 2, kemudian lanjut mengerjakan bab 3 (jumat, 17 november 2023).	Sudah Ditanggapi
29 November, 2023	bimbingan revisi bab 1, 2 dan 3 (jumat, 24 november 2023).	Sudah Ditanggapi
29 November, 2023	acc tanda tangan proposal tugas akhir	Sudah Ditanggapi

**KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR**

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
13 February, 2024	bimbingan revisi proposal bab 1, 2 dan 3 (kamis, 04 januari 2024)	Sudah Ditanggapi
13 February, 2024	bimbingan kuesioner penelitian (jumat, 12 januari 2024)	Sudah Ditanggapi
13 February, 2024	bimbingan bab 4 hasil penelitian (jumat, 02 februari 2024)	Sudah Ditanggapi

<b>Tanggal</b>	<b>Materi Konsultasi</b>	<b>Status</b>
13 February, 2024	bimbingan revisi bab 4 dan lanjut mengerjakan bab 5 (senin, 05 februari 2024)	Sudah Ditanggapi
13 February, 2024	bimbingan revisi keseluruhan dari halaman judul hingga lampiran (rabu, 07 februari 2024)	Sudah Ditanggapi
13 February, 2024	hasil final tugas akhir dan tanda tangan lembar persetujuan oleh dosen pembimbing (senin, 12 februari 2024)	Sudah Ditanggapi



**LAMPIRAN 9**  
**HASIL PENGECEKAN TURNITIN**



Similarity Report ID: oid:3618:52390792

PAPER NAME

**EVIRA DEVIANTI ARDHANA - TA**

AUTHOR

**EVIRA DEVIANTI ARDHANA**

WORD COUNT

**19297 Words**

CHARACTER COUNT

**112166 Characters**

PAGE COUNT

**100 Pages**

FILE SIZE

**3.2MB**

SUBMISSION DATE

**Feb 16, 2024 10:16 PM GMT+7**

REPORT DATE

**Feb 16, 2024 10:18 PM GMT+7**

● **18% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 13% Internet database
- 7% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 16% Submitted Works database

● **Excluded from Similarity Report**

- Bibliographic material
- Quoted material
- Small Matches (Less than 8 words)

