

## DAFTAR PUSTAKA

- Abzari, M., Ghassemi, R. A., & Vosta, L. N. (2014). Analysing the effect of social media on brand attitude and purchase intention: The case of Iran Khodro Company. *Procedia Social and Behavioral Sciences*.
- Amalia, R. (2021). Pengaruh kualitas produk, kemasan, dan harga terhadap keputusan pembelian (studi kasus pada konsumen wafer Richeese Nabati di Kecamatan Dayeuhkolot)
- Andira, A. (2024). *Pengaruh promosi, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian brand kosmetik Pinkflash (Studi kasus pada mahasiswi Universitas Tridinanti)* (Disertasi Doktoral, Universitas Tridinanti).
- Anggraini, M., Rahmadhani, R., & Priyono, S. (2023). Pengaruh kualitas produk dan ulasan produk terhadap keputusan pembelian produk pada aplikasi Shopee mahasiswa Pendidikan Ekonomi semester V Universitas Nurul Huda.
- Aptaguna, A., & Pitaloka, E. (2016). Pengaruh kualitas layanan dan harga terhadap minat beli jasa Go-Jek. *Widyakala Journal: Journal of Pembangunan Jaya University*.
- Assauri, S. (2018). *Manajemen Pemasaran (Dasar, Konsep & Strategi)*. Depok: PT. Raja Grafindo Persada.
- Astuti, M., & Amanda, A. R. (2020). *Pengantar manajemen pemasaran*. Dee Publish.
- Budiyanto, T. (2016). Strategi promosi, kualitas produk, dan desain produk terhadap keputusan pembelian dan minat mereferensikan rumah pada Puri Camar Liwas PT. Camar Sapta Ganda. *Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi*
- CNBC Indonesia. (2024, 13 Maret-2 April). *Tokopedia dan Shopee pada 13 Maret-2 April 2024*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/tokopedia-shopee-maret-april-2024>
- Databooks. (2023). *Kategori produk dengan nilai belanja terbesar di e-commerce Indonesia*. Databooks. <https://www.databooks.com/kategori-produk-nilai-belanja>

- Databooks. (2023). *Persentase nilai penjualan produk kecantikan di e-commerce di Indonesia*. Databooks. <https://www.databooks.com/persentase-nilai-penjualan-produk-kecantikan>
- Dwiputra, Y., Lisa, L., Sutarno, S., Anggraini, D., & Supriyanto, S. (2022). *Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian di PT. Alam Bumi Lestari*
- Firmansyah, R., Restuti, S., & Noviasari, H. (2022). *Pengaruh atribut produk dan harga terhadap keputusan pembelian dan kepuasan konsumen produk smartphone*.
- Fure, H. (2013). *Lokasi, keberagaman produk, harga, dan kualitas pelayanan: Pengaruhnya terhadap minat beli pada pasar tradisional Bersehati Calaca*. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS versi 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Harita, E. (2022). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen di UD. Rendah Hati Kecamatan Telukdalam* (Skripsi, Universitas Nias Raya).
- Harjanto, R. (2009). *Prinsip-prinsip periklanan*. PT Gramedia Pustaka Utama.
- Harman, M. (2017). *Manajemen pemasaran*. Alfabeta.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2017). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education Limited.
- Larissa, E. A. (2015). *Pengaruh atribut kemasan terhadap minat beli konsumen (Studi kasus pada konsumen mie ABC cup di Kota Surakarta)* (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Surakarta)
- Lupiyoadi, R., & Hamdani, M. (2014). *Manajemen pemasaran jasa*. Salemba Empat.
- Musnaini, et al. (2021). *Manajemen pemasaran*. Insan Cendekia Mandiri.
- Nazara, I. H., & Yunita, M. (2023). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen (Studi pada konsumen platform TikTok Shop)*. *Journal Manajemen dan Bisnis*
- Nihayah, A. Z. (2019). *Pengolahan data penelitian: Menggunakan software SPSS versi 23.0*. UIN Walisongo Semarang.

- Pratiwi, A., Junaedi, D., & Prasetyo, A. (2019). Pengaruh harga terhadap keputusan pembelian konsumen: Studi kasus 212 Mart Cikaret.
- Putra, V. K. (2020). Pengaruh kualitas produk, desain, dan kemasan terhadap minat beli calon konsumen Remile. *PERFORMA: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*
- Rizky, M. F., & Yasin, H. (2014). Pengaruh promosi dan harga terhadap minat beli perumahan Obama PT. Nailah Adi Kurnia Sei Mencirim Medan. *Jurnal Manajemen & Bisnis*
- Samarra, K., Suherman, S., Gunawan, G., & Aulina, D. B. (2024). Analisis pengaruh atribut produk terhadap minat beli beras porang "Fukumi" (Studi kasus di Kota Tangerang). *Jurnal Ilmu Pertanian Tirtayasa*
- Sari, R. M., & Prihartono. (2021). *Pengaruh harga dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian (survei pelanggan produk Spreirise)*.
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Performa: Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. (2015). *Consumer behaviour* (8th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Septiyadi, A. L., & Bayu Dirgantara, I. M. (2021). Pengaruh atribut kemasan (packaging) terhadap minat beli konsumen pada produk kosmetik Emina. *Diponegoro Journal of Management*.
- Setiawati, M., & Lumbantobing, R. (2017). Pengaruh promosi dan inovasi kemasan terhadap keputusan pembelian produk Chitato. *Jurnal Manajemen Bisnis*
- Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: A conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Buku metode penelitian: Kualitatif dan kuantitatif*
- Stanton, W. J. (2012). *Prinsip pemasaran* (Y. Lamanto, Trans.). Alfabeta.
- Sudarsono, H. (2020). *Buku ajar manajemen pemasaran*. Pustaka Abadi.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syaifuddin. (2024). Pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian pada PT. Elco Indonesia Sejahtera.
- Taylor, S. J., & Bogdan, R. (1984). *Bentuk penelitian kualitatif: Teori dan praktik dalam penelitian kualitatif*. Mizan Pustaka.
- Tjiptono, F. (2008). *Strategi pemasaran* (2nd ed.). Andi Offset.

- Tjiptono, F., & Chandra, G. (2012). *Pemasaran strategik*. Andi Offset.
- Wardi, P. A., & Dethan, S. H. (2024). Pengaruh kualitas, harga, dan promosi terhadap minat beli konsumen dimsum Asap Wangi. *Economist: Jurnal Ekonomi dan Bisnis*
- Yuyun, A., & Gunarsa, D. (2011). *Cerdas mengemas produk makanan dan minuman*. Agromedia Pustaka.

# LAMPIRAN

**LAMPIRAN 1 Biodata Peneliti****BIODATA****Identitas Diri**

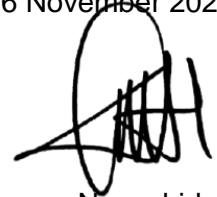
Nama : Nurwahidah  
Tempat, Tanggal Lahir : Berau, 03 Maret 2002  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Alamat : NTI, Jl. Mangga 3 blok RA 12a  
No. HP : 085824822750  
E – Mail : wahidahnur006@gmail.com

**Riwayat Pendidikan**

1. SDN 007 Tanjung Redeb : 2008 - 2014
2. SMPN 1 Tanjung Redeb : 2014 - 2017
3. SMAN 7 Tanjung Redeb : 2017 - 2020

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenar – benarnya,

Makassar, 06 November 2024



Nurwahidah

## LAMPIRAN 2 Kuesioner Penelitian

### 1. Variabel Kualitas Produk (X1)

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa bahwa produk kosmetik Pinkflash memberikan hasil yang maksimal saat digunakan					
2	Setelah menggunakan produk kosmetik Pinkflash, hasilnya terlihat optimal sesuai dengan fungsinya					
3	Saya merasa informasi spesifikasi produk kosmetik Pinkflash yang diberikan benar dan dapat diandalkan					
4	Spesifikasi produk kosmetik Pinkflash yang saya gunakan sesuai dengan yang diiklankan					
5	Saya merasa produk kosmetik Pinkflash tahan lama di kulit tanpa perlu aplikasi berulang kali					
6	Saya puas karena produk kosmetik Pinkflash tidak mudah rusak dan awet digunakan					
7	Saya merasa produk kosmetik Pinkflash dapat digunakan dengan mudah bahkan oleh pemula					
8	Saya merasa bahwa produk kosmetik Pinkflash nyaman dan praktis digunakan sehari-hari					

### 2. Variabel Harga (X2)

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Produk kosmetik Pinkflash menawarkan harga yang terjangkau bagi pelanggan seperti saya					
2	Saya merasa harga produk kosmetik Pinkflash cukup terjangkau dibandingkan dengan produk sejenis					

3	Harga yang saya bayar untuk produk kosmetik Pinkflash setara dengan kualitas yang saya dapatkan					
4	Saya merasa bahwa produk kosmetik Pinkflash memberikan nilai yang sesuai antara harga dan kualitas					
5	Saya merasa bahwa manfaat produk kosmetik Pinkflash sebanding dengan harga yang saya bayar					
6	Saya puas karena manfaat yang saya harapkan dari produk kosmetik Pinkflash sesuai dengan harga yang dibayar					
7	Saya merasa harga produk kosmetik Pinkflash lebih baik dibandingkan dengan harga produk sejenis dari merek lain					
8	Produk kosmetik Pinkflash menawarkan harga yang bersaing dengan produk-produk lain di kategori yang sama					

### 3. Variabel Atribut Kemasan (X3)

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya menyukai warna kemasan produk kosmetik Pinkflash karena terlihat sangat menarik					
2	Saya merasa bahwa warna kemasan produk kosmetik Pinkflash meningkatkan daya tarik produk tersebut					
3	Saya merasa bahwa bentuk kemasan produk kosmetik Pinkflash praktis dan mudah digunakan					
4	Saya merasa bahwa bentuk kemasan produk kosmetik Pinkflash cocok dengan desain dan kegunaannya					
5	Bahan kemasan produk kosmetik Pinkflash memberikan rasa aman dan nyaman saat digunakan					
6	Saya yakin bahwa bahan kemasan produk kosmetik Pinkflash aman dan tidak mengandung bahan berbahaya					
7	Saya merasa ukuran kemasan produk kosmetik Pinkflash pas dan nyaman untuk digunakan sehari-hari					





4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	5	5	5
4	4	4	5	2	4	5	4
3	4	4	4	2	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	3	3	5	5
2	2	3	2	3	3	4	4
4	4	4	4	2	3	4	4
4	5	4	5	3	5	4	4
4	4	5	4	5	3	5	5
5	5	4	5	4	5	4	4
5	5	4	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	5	4	5	4
3	5	4	4	3	5	4	5
4	4	5	4	4	4	5	5
4	4	5	4	5	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	4	5	3	5	4
1	2	3	4	5	4	3	2
1	1	1	1	1	1	1	1
4	3	4	4	2	4	5	5
5	4	5	4	4	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5
3	3	3	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	4
1	2	3	4	5	4	3	2
5	4	3	2	1	2	3	4
4	4	4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	5	4
4	4	5	5	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	5	4

5	5	5	4	5	4	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	4	4	5	4
5	4	3	5	4	3	5	5
4	5	4	5	4	5	5	4
4	4	5	5	4	5	4	4
5	4	5	4	5	4	5	5
5	5	5	4	4	5	4	5
5	4	4	4	3	4	3	4
2	2	2	2	2	2	2	2
5	4	4	5	4	5	4	5
5	5	5	4	4	5	4	5
4	4	2	3	4	3	5	4
5	4	4	5	4	3	3	4
4	4	4	4	4	5	4	5
3	5	5	5	4	4	5	3
5	5	5	5	5	4	4	5
4	5	4	5	4	4	4	3
4	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	4	5
4	4	5	2	5	4	3	4
5	5	4	1	4	5	4	5
5	4	5	4	4	4	5	4
5	3	5	4	5	5	5	4
5	4	4	4	5	5	4	5
5	4	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	5	4	5	5
5	4	5	3	5	5	5	4
5	5	5	5	4	5	5	5
5	4	4	4	3	5	5	3
4	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	4	5	5	5
5	5	4	5	4	5	4	5

5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	5	4
4	5	3	5	5	5	4	4
5	4	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	5	3
4	4	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	5	4
5	4	4	4	4	5	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	5	5	4	5	4

## 2. Variabel Harga (X2)

5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	3	4
5	5	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	3	4	4
5	5	4	4	4	5	4	4
5	3	5	4	5	5	4	5
5	5	4	4	4	4	3	4
5	5	4	5	4	4	5	4
4	5	5	5	4	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	4	5	4	5
3	3	4	5	5	4	4	5
5	4	5	4	5	5	3	3
5	5	4	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5

4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
3	4	5	3	5	3	4	5
1	2	3	4	5	4	3	2
1	1	1	1	1	1	1	1
5	3	3	3	4	3	1	3
5	4	5	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
1	2	3	4	5	4	3	2
5	4	3	2	1	2	3	4
5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	3	3	5	4
5	4	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5	4	5
5	5	5	4	4	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	3	5	3	3
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	4
4	5	4	5	4	5	4	3
5	5	5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	5	5	5	4
5	4	4	5	5	5	4	5
5	4	5	5	4	4	5	5
2	5	5	5	5	3	4	4
2	2	2	2	2	2	2	2
5	4	5	5	4	4	4	5
5	4	1	4	4	2	4	2
1	4	4	3	4	3	4	4
4	5	4	5	5	3	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4

3	4	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	5	5	4
3	5	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	5
5	5	4	4	4	5	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	5	4	5	4
4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	4	5	4	5	5	5
5	4	5	4	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	5	5	5	4
4	5	5	5	5	5	5	4
4	5	5	5	4	4	4	4
3	4	4	4	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	5	4	5	5	4
5	4	4	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5	4	5
3	5	5	3	4	4	5	5
5	5	5	4	4	5	4	5
4	5	5	5	5	5	4	5
5	5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	4	5	5
4	5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	4	4	4	5	4
4	5	4	4	5	5	4	5

### 3. Variabel Atribut Kemasan (X3)

5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	3
5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	4	4	4	5

5	5	5	5	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5
5	5	4	4	3	4	4	4
5	5	4	4	4	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
3	3	4	4	3	3	3	3
2	2	4	4	1	3	4	3
4	5	3	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	5	5	5
5	4	5	4	5	5	4	4
5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	4	4	5	5	5
5	4	3	3	5	4	3	3
5	5	3	4	4	5	5	4
4	4	5	5	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	3	5	5	4	3	5
1	2	3	4	5	4	3	2
1	1	1	1	1	1	1	1
5	4	4	3	3	3	4	4
5	5	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	4	5	5	5	5
1	2	3	4	5	4	3	2
5	4	3	2	1	2	3	4
4	4	4	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	4	5	4	4	4
5	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5

5	4	5	4	4	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	4	5
4	5	4	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	5
3	3	5	3	4	5	4	3
5	5	5	4	4	5	4	5
5	4	5	4	4	5	3	3
4	4	5	4	5	4	5	4
2	2	2	2	2	2	2	2
5	4	5	5	4	4	5	5
3	4	3	5	2	3	4	4
4	5	4	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	4	5	4
4	4	5	4	3	5	5	5
5	4	5	5	5	4	5	4
5	4	5	5	4	4	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	4	4	5	4	3
5	3	4	5	4	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	4	4	5	3	3
5	4	5	4	5	4	5	3
4	5	5	4	3	5	3	5
5	5	5	4	4	5	4	5
5	5	5	5	4	4	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	5	4	5	5	5	5
4	5	5	5	4	5	5	4
5	4	4	4	5	4	5	4
4	5	5	4	5	4	5	4



4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	4	5	5	5	4
4	5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	5	4	4	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5
4	5	5	4	4	5	4	5
5	5	5	4	5	4	5	4
5	5	5	4	5	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5
5	4	5	5	5	4	5	4
4	5	5	5	4	5	5	4
5	5	4	5	4	5	5	4

#### 4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	2	3	4	4	4
5	4	4	4	4	5	5	5
4	5	2	3	5	5	5	4
4	5	3	3	4	4	4	4
4	4	2	2	4	3	3	3
5	5	5	3	4	3	2	4
4	4	4	4	4	5	5	4
4	4	3	3	4	5	5	4
4	4	3	3	4	4	4	3
3	4	3	3	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	2	2	4	5	5	5
2	2	2	2	3	2	3	3
4	4	2	2	4	2	3	2
4	5	3	5	5	4	4	5
5	5	4	3	4	3	3	4
5	5	4	5	4	5	5	5
4	5	4	5	4	4	4	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	4	4	5	4	4	5
4	3	3	5	5	4	3	4

5	4	4	4	5	5	3	4
5	5	5	4	5	4	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	3	3	3	3	3	3
4	3	4	5	5	3	5	4
1	2	3	4	5	4	3	2
1	1	1	1	1	1	1	1
3	3	2	1	3	2	2	3
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	5	4	5
3	3	3	3	3	3	3	3
5	5	5	5	5	4	4	4
1	2	3	4	5	4	3	2
5	4	3	2	1	2	3	4
5	4	5	5	4	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	3	4	3	5
4	5	4	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	5	5	4	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	4	3	5	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	4	5	4	5
5	5	4	4	5	4	5	3
5	4	4	5	5	5	4	4
5	4	5	4	4	5	4	4
5	4	5	4	5	4	5	4
3	5	3	5	3	4	4	4
5	4	5	4	5	4	5	5
2	2	2	2	2	2	2	2
4	5	5	4	4	5	5	4
4	5	4	5	4	5	5	4

5	5	5	4	4	4	5	4
4	5	4	4	4	4	5	4
5	4	5	5	4	5	4	4
5	4	2	3	4	5	5	4
5	5	5	4	4	5	4	4
4	5	4	5	4	5	4	5
5	5	5	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	4	4	3	3
5	5	4	4	4	5	4	5
4	5	4	5	5	4	4	5
4	3	5	4	5	4	4	5
5	4	5	5	4	5	4	5
4	5	5	5	4	4	5	4
5	5	5	4	4	3	5	5
5	4	5	4	5	4	5	4
4	5	4	5	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	4	5	4	5	5
4	5	5	4	5	4	5	4
5	4	5	4	5	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	5	5	4
5	4	4	4	4	3	3	3
4	5	4	5	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	4	4	5	5
5	5	5	4	4	5	5	5
3	3	5	5	4	4	5	4
5	5	4	5	4	5	4	5
2	5	3	5	5	5	4	2
5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	4	5	4	5	5
3	3	5	5	4	4	5	4
4	5	5	4	5	4	5	4
4	5	5	5	5	5	3	3

## LAMPIRAN 4 Hasil Uji SPSS

### 1. Hasil Uji Validitas

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	64.16	87.530	.753	.751
X1.2	64.18	88.412	.783	.753
X1.3	64.20	88.606	.790	.754
X1.4	64.14	89.132	.667	.758
X1.5	64.36	89.627	.595	.761
X1.6	64.19	89.226	.716	.757
X1.7	64.05	90.048	.707	.759
X1.8	64.17	89.415	.723	.757
Kualitas Produk	34.23	25.229	1.000	.890

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	65.19	93.024	.629	.760
X2.2	65.20	93.798	.758	.759
X2.3	65.19	92.883	.806	.755
X2.4	65.21	94.208	.759	.760
X2.5	65.24	95.376	.670	.765
X2.6	65.23	93.007	.766	.756
X2.7	65.33	93.456	.761	.758
X2.8	65.26	93.305	.752	.757
Harga	34.79	26.551	1.000	.901

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	64.94	92.986	.743	.757
X3.2	64.94	93.188	.800	.757
X3.3	64.91	94.285	.774	.760
X3.4	65.00	95.556	.732	.765
X3.5	65.05	94.270	.667	.763
X3.6	64.95	94.997	.745	.763
X3.7	64.93	94.025	.768	.760
X3.8	65.03	93.625	.755	.759
Atribut Kemasan	34.65	26.694	1.000	.908

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	63.39	109.493	.684	.759
Y.2	63.31	109.953	.723	.760
Y.3	63.53	106.999	.763	.752
Y.4	63.59	107.982	.740	.755
Y.5	63.37	112.054	.641	.766
Y.6	63.46	109.483	.751	.758
Y.7	63.44	109.360	.731	.758
Y.8	63.51	108.879	.781	.756
Keputusan Pembelian	33.84	30.984	1.000	.898

**2. Hasil Uji Reliabilitas****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	9

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	9

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	9

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.783	9

**3. Hasil Uji Asumsi Klasik – Uji Normalitas****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

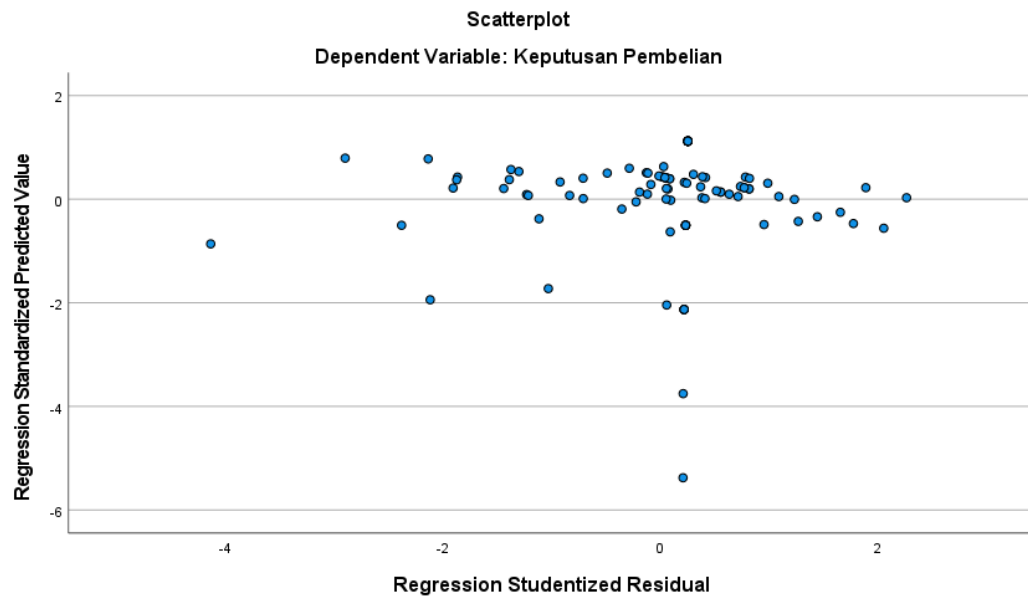
		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.65540679	
Most Extreme Differences	Absolute	.205	
	Positive	.110	
	Negative	-.205	
Test Statistic		.205	
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		<.001	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) <sup>d</sup>	Sig.	.000	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.000
		Upper Bound	.000

**4. Hasil Uji Asumsi Klasik – Uji Multikolinearitas****Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.415	1.937		-.214	.831		
	Kualitas Produk	.419	.118	.378	3.553	<.001	.209	4.781
	Harga	.037	.123	.035	.303	.762	.182	5.500
	Atribut Kemasan	.537	.126	.498	4.272	<.001	.174	5.742

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## 5. Hasil Uji Asumsi Klasik – Uji Heteroskedastisitas



## 6. Hasil Uji Analisis Deskriptif

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk	100	8	40	34.23	5.023
Harga	100	8	40	34.79	5.153
Atribut Kemasan	100	8	40	34.65	5.167
Keputusan Pembelian	100	8	40	33.84	5.566
Valid N (listwise)	100				

## 7. Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.415	1.937		-.214	.831
	Kualitas Produk	.419	.118	.378	3.553	<.001
	Harga	.037	.123	.035	.303	.762
	Atribut Kemasan	.537	.126	.498	4.272	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## 8. Hasil Pengujian Hipotesis – Uji Parsial (Uji t)

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.415	1.937		-.214	.831
	Kualitas Produk	.419	.118	.378	3.553	<.001
	Harga	.037	.123	.035	.303	.762
	Atribut Kemasan	.537	.126	.498	4.272	<.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## 9. Hasil Pengujian Hipotesis – Uji Simultan (Uji f)

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2369.373	3	789.791	108.614	<.001 <sup>b</sup>
	Residual	698.067	96	7.272		
	Total	3067.440	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Atribut Kemasan, Kualitas Produk, Harga

## 10. Hasil Pengujian Hipotesis – Uji Koefisien Determinasi (Uji R<sup>2</sup>)

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.879 <sup>a</sup>	.772	.765	2.697

a. Predictors: (Constant), Atribut Kemasan, Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



## LAMPIRAN 5 Hasil Cek Plagiasi (Turnitin)

SKRIPSI NURWAHIDAH.pdf			
ORIGINALITY REPORT			
<b>10%</b>	<b>14%</b>	<b>8%</b>	<b>11%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
<b>1</b>	<b>repository.unhas.ac.id</b> Internet Source		<b>4%</b>
<b>2</b>	<b>eprints.iain-surakarta.ac.id</b> Internet Source		<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>repositori.usu.ac.id</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>repository.umsu.ac.id</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>Mia Anggraini, Rafika Rahmadani, Sigit Priyono. "Pengaruh Kualitas Produk Dan Ulasan Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pada Aplikasi Shopee Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Semester V Universitas Nurul Huda", JECO: Journal of Economic Education and Eco-Technopreneurship, 2023</b> Publication		<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Universitas Islam Syekh-Yusuf Tangerang</b> Student Paper		<b>1%</b>

- 7** Saputro, Haryanto Budi. "Pengaruh Lingkungan Sekolah Dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Pendidikan Agama Islam (Studi Kasus: Siswa Kelas VII SMP Negeri 2 Purbalingga Dan SMP Negeri 3 Kutasari)", Institut Agama Islam Negeri Purwokerto (Indonesia), 2022  
Publication **1**%
- 
- 8** [etheses.uin-malang.ac.id](https://etheses.uin-malang.ac.id)  
Internet Source **1**%
- 

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 1%

Exclude bibliography  On