

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah kualitas produk dan merek berpengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan konsumen dalam membeli Produk kopi bubuk instan dalam saset di kota Makassar dan untuk mengetahui variabel apa dari merek dan kualitas produk yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian di kota Makassar. Dari rumusan masalah yang diajukan, berdasarkan analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah dikemukakan, maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Atribut produk yang terdiri dari citra merek dan kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian dalam memilih kopi saset di kota Makassar. Dengan demikian maka hipotesis pertama (H_1) diterima
2. Variabel kualitas produk memiliki pengaruh paling dominan terhadap keputusan pembelian dalam memilih kopi saset di kota Makassar. Dengan demikian maka hipotesis kedua (H_2) ditolak.

5.2. Saran

Adapun saran-saran yang dapat diberikan sehubungan dengan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah diuraikan adalah sebagai berikut:



Disarankan bagi pihak perusahaan perlu memberikan perhatian dan memahami keinginan konsumen baik dari segi citra merek, kualitas

serta atribut lain agar dapat mempengaruhi keputusan pembelian untuk mengembangkan perusahaan serta memperluas pangsa pasarnya.

2. Disarankan kepada pihak perusahaan harus mampu mempertahankan kualitas produknya sehingga konsumen senantiasa loyal menggunakan produk tersebut
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan untuk dapat meneruskan dan mengembangkan penelitian yang lebih mendalam tentang analisis atribut produk terhadap keputusan pembelian, karena penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan



DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran Dasar, Konsep, dan Strategi*. Cetakan ke-13. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Daril, Muhammad. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Merek Honda Di Makassar*. Skripsi. Makassar : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Hasanuddin
- Deisy, Lopian dan Mandage 2018. *Analisis Citra Merek, Harga Produk, dan Kualitas terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung pada seluruh gerai-gerai Selurer di IT Center Manado*. Jurnal EMBA (Vol.6 No. 4)
- Dharmmesta, Swastha dan Handoko. *Manajemen Pemasaran Analisa perilaku konsumen*. Edisi Pertama. Yogyakarta: Fakultas Ekonomi Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.
- Frendy Prasetya. 2011. *Analisis Pengaruh Diferensiasi, Promosi, dan Positioning terhadap keputusan pembelian (Studi kasus pada Pelanggan Sepeda Motor Merek Honda di Semarang)*. Skripsi, Ekonomi-S1, Fakultas Ekonomi, Universitas Diponegoro, Semarang.
- Monica, Maria dan Anshori. *Jurnal Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen King Cake*. Jurnal Manajemen Teori Dan Terapan (No. 1)
- Muh. Dedi Dahmudi Surya Saputra¹ Reni Andi² Fauzi R. Rahim³. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian sepeda Motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Pratama di Makassar*. Skripsi Jurusan Manajemen FEB Universitas Hasanuddin Makassar 90245
- Nadia Anastasya, Suharyono, Kadarisman Hidayat. 2015. *Analisis Faktor Pembentuk Atribut Produk yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Smartphone Android*, Jurnal Adminitrasi Bisnis(JAB) (Vol. 25 No. 1)
- Nidia, 2012. *Pengaruh kualitas layanan jasa Kesehatan terhadap Kepuasan Pasien Puskesmas Bara-Baraya Makassar*. Skripsi. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Pitamakaro, 2018. *Pengaruh Daya Tarik Iklan Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kopi Bubuk Instan (studi kasus pada Top Coffee di Yogyakarta)*. Skripsi. Yogyakarta : Fakultas Ekonomi Universitas Yogyakarta.
- Tarimana, Sri Irmayanti. 2017. *Pengaruh Merek, Kemasan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mokko Donut dan Coffee Kendari*. Skripsi. Kendari : Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Halu Uleo.

s, Mark, Lewis, Philips dan Thornhill, Adrian. 2007. *Research Methods for Business Student 4th edition*. Prentice Hall



Sunarti, Zainul Arifin, Linggar Eka Setyanto. 2017. *Pengaruh Atribut Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pembeli Apple Iphone Pada Mahasiswa/Mahasiswi S1 Fakultas Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2013/2014 Universitas Brawijaya Malang)*, Jurnal Administrai Bisnis (JAB) (Vol. 46 No. 2)

Utama, Dion Aji. 2017. *Analisis Sikap dan kepuasan konsumen terhadap kopi instan Nescafe dan Torabika Pada Mahasiswa Di Universitas Lampung*. Skripsi. Bandar Lampung : Fakultas Pertanian Unversitas Lampung.

Yulisa, lutfi dkk. 2013. *Perilaku Konsumsi Mahasiswa Universitas Lampung Terhadap Kopi Bubuk Instan Siap Saji*. (JIA) (Vol. 1 No. 4)

<https://jurnalbumi.com/knol/sejarah-kopi/> diakses pada 2 November 2018 pada pukul 11.11 WITA.

www.merdeka.com/santos-jaya-abadi/profil/ diakses pada 14 April 2019 pada pukul 14.13 WITA.

<https://kapalapiglobal.com/about-us/?lang> diakses pada 14 April 2019 pada pukul 14.33 WITA.

<http://www.koran-jakarta.com/manfaat-kopi-untuk-kesehatan-dan-kecantikan/>

diakses pada 19 Mei 2019 pada pukul 21:11

<https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/komoditas/kopi/item186> diakses pada 19 Mei 2019 pada pukul 21:06



L
A
M
P
I
R
A
N



LAMPIRAN 1: BIODATA

Identitas Diri

Nama : Usra Pabesak
 Tempat, Tanggal Lahir : Sa'dan, 20 September 1996
 Jenis Kelamin : Laki-laki
 Alamat Rumah : JL. Lapawowoi KR Sigeri
 No Telepon : 082393023019
 Alamat E-mail : pabesak_usra@yahoo.co.id



Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

- Tahun 2003-2009 : SDN 45 Palawa
- Tahun 2009-2012 : SMP Kristen Sa'dan
- Tahun 2012-2015 : SMAN 2 Model Watampone

Pendidikan Non Formal

- Tahun 2015 : Pelatihan Basic Study Skill Universitas Hasanuddin.

Pengalaman Organisasi

- PMR SMAN 2 Model Watampone
- PMKO FEB-UH
- IMMAJ-UH

Motto Hidup :

“Sampai akhir ku menutup mata ku tetap setia menanti janji-NYA dan sampai kudapat mahkota kehidupanku”



LAMPIRAN 2:**LEMBAR KUESIONER PENELITIAN**

Kepada Yth:

Saudara/i

Di Tempat,

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyusunan Skripsi pada Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang berjudul “Analisis Atribut Produk terhadap Keputusan Pembelian dalam Memilih Produk Kopi Saset Di Kota Makassar”, Saya :

Nama : Usra Pabesak

NIM : A21115019

Jurusan : Manajemen

Memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang saya ajukan sesuai dengan pengalaman Anda mengonsumsi salah satu Produk Kopi Saset Merek GoodDay, Indocafe, Nescafe, dan Torabika.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi dan masukan kepada perusahaan untuk terus meningkatkan performa perusahaan dalam meningkatkan penjualan produknya, serta memberikan referensi dan bukti empirik sebagai kontribusi ilmiah dibidang pemasaran. Segala informasi yang Anda berikan dijamin kerahasiaannya dan hanya untuk kepentingan akademis. Saya sangat menghargai partisipasi anda dalam menjawab kuesioner ini. Atas kesediaannya dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Usra Pabesak

A21115019



A. Identitas Responden (Beri Tanda Centang Pada Kotak)

1. Nama :
2. Usia : 1. 15 - 22 tahun
2. 23 - 28 tahun
3. 29 – 34 tahun
4. > 34 tahun
3. Jenis Kelamin : 1. Laki-Laki
2. Perempuan
4. Pekerjaan : 1. Pelajar
2. Mahasiswa
3. Karyawan Swasta
4. Karyawan BUMN
5. PNS
6. Lainnya

Apakah anda menetap dan bertempat tinggal di kota Makassar?

1. Ya
2. Tidak

Apakah Anda Pernah membeli dan Mengonsumsi salah satu Produk dari Kopi Saset Instan Merek GoodDay, Indocafe, Nescafe, dan Torabika.?

1. Ya
2. Tidak

Jenis Kopi saset instan merek apa yang anda gunakan/konsumsi?

1. Good Day

fe
fe



4. Torabika

Frekuensi berapa kali anda mengonsumsi kopi saset dalam 1 hari?

1. 1 kali
2. 1-5 kali
3. 1-10 kali
4. 1-15 kali

B. Petunjuk Pengisian

Setiap Pernyataan dibawah ini mohon diberikan respon dengan memberi centang. Pilihan Berada pada skala 1-5 dengan keterangan sebagai berikut:

1 : Sangat Tidak Setuju

2 :Tidak Setuju

3 : Netral

4 : Setuju

5 : Sangat tidak setuju

Pernyataan yang berkaitan dengan Merek MEREK (X1):						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa Produk Kopi Saset Instan Merek GoodDay, Indocafe, Nescafe, dan Torabika merupakan merek kopi yang mudah diingat dan mudah diucapkan.					
2	Menurut saya Kopi Saset Instan Merek GoodDay, Indocafe, Nescafe, dan Torabika adalah beberapa merek kopi instan yang sangat terkenal di kota Makassar.					
	Saya percaya Kopi Saset Instan Merek GoodDay, Indocafe, Nescafe, dan Torabika memiliki citra yang baik.					



4	Menurut saya Kopi Saset Instan Merek GoodDay, Indocafe, Nescafe, dan Torabika merupakan kopi saset yang sangat populer di Kota Makassar.					
5	Menurut saya Kopi Saset Instan Merek GoodDay, Indocafe, Nescafe, dan Torabika adalah merek yang sangat unik dan Kreatif.					

Pernyataan Yang berkaitan dengan KUALITAS PRODUK (X2) :						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa Kopi Saset Instan Merek Goodday, Indocafe, Nescafe, dan Torabika adalah Produk Kopi yang memiliki daya tahan yang lama/ tidak gampang rusak.					
2	Saya merasa Kopi Saset Instan Merek Goodday, Indocafe, Nescafe, dan Torabika adalah produk kopi yang memiliki rasa yang enak.					
3	Saya merasa Kopi Saset Instan Merek Goodday, Indocafe, Nescafe, dan Torabika adalah Produk Kopi yang memiliki aroma yang harum dan Khas.					
4	Saya merasa Kopi Saset Instan Merek Goodday, Indocafe, Nescafe, dan Torabika merupakan Produk yang aman dikonsumsi untuk tubuh.					

Pernyataan yang berkaitan dengan KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y):						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Kebutuhan saya membeli Kopi Saset Instan Merek Goodday, Indocafe, Nescafe, dan Torabika sangatlah tinggi					
2	Saya mencari Informasi dari banyak sumber mengenai produk Kopi Saset Instan Merek Goodday, Indocafe, Nescafe, dan Torabika.					
	Saya mengevaluasi beberapa merek kopi saset yang ada selain Merek Goodday, Indocafe, Nescafe, dan Torabika.					
	Saya merasa sangat yakin untuk membeli					



	merek kopi saset Goodday, Indocafe, Nescafe, dan Torabika.					
--	--	--	--	--	--	--



LAMPIRAN 3:**TABULASI DATA KUESIONER****Variabel Citra Merek (X_1)**

No Urut	X_{1-1}	X_{1-2}	X_{1-3}	X_{1-4}	X_{1-5}	Total
1	4	4	5	4	5	22
2	5	5	4	5	4	23
3	5	5	5	5	3	23
4	5	5	4	5	3	22
5	4	4	4	3	4	19
6	4	5	4	4	3	20
7	4	4	4	4	3	19
8	4	4	5	5	4	22
9	4	4	4	4	3	19
10	5	4	3	5	3	20
11	5	4	3	5	3	20
12	5	5	5	3	3	21
13	4	4	5	3	5	21
14	5	5	5	5	5	25
15	4	3	3	3	4	17
16	5	4	5	4	4	22
17	5	5	4	4	4	22
18	4	3	4	3	3	17
19	5	5	5	5	4	24
20	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	20
22	4	4	4	5	3	20
23	5	4	3	3	3	18
24	5	5	5	5	5	25
25	4	3	4	3	3	17
26	4	4	4	4	3	19
27	5	4	4	4	4	21
28	3	3	3	3	3	15
29	4	3	3	3	3	16
30	2	3	4	4	3	16
31	5	5	5	5	5	25
32	3	3	3	3	3	15
33	5	4	3	4	4	20
34	5	5	5	5	5	25
35	5	5	5	5	4	24
36	4	4	4	4	4	20



37	4	4	3	4	4	19
38	5	5	5	5	3	23
39	4	5	5	5	3	22
40	4	5	4	4	3	20
41	3	4	5	4	3	19
42	5	4	4	3	3	19
43	4	3	3	4	3	17
44	4	5	4	4	4	21
45	5	5	5	5	4	24
46	2	2	4	2	3	13
47	5	5	5	5	5	25
48	4	5	4	4	2	19
49	5	5	4	4	5	23
50	5	5	3	5	3	21
51	3	5	5	5	3	21
52	5	5	5	4	4	23
53	5	4	5	4	3	21
54	5	5	5	5	5	25
55	3	4	3	3	4	17
56	4	4	3	5	3	19
57	5	4	4	3	4	20
58	5	5	4	4	3	21
59	5	5	5	5	3	23
60	4	4	4	4	4	20
61	4	4	4	4	3	19
62	5	5	5	5	5	25
63	5	5	4	5	4	23
64	3	4	4	3	3	17
65	1	1	1	1	1	5
66	5	3	3	2	4	17
67	5	4	3	4	3	19
68	5	4	3	4	3	19
69	5	5	5	5	5	25
70	4	3	5	3	3	18
71	3	4	4	3	3	17
72	4	3	5	4	5	21
73	4	5	4	4	5	22
74	5	5	5	5	5	25
75	4	4	3	4	3	18
76	5	5	5	5	5	25
77	5	4	4	4	4	21
78	5	5	4	4	3	21



79	5	4	5	4	4	22
80	4	3	3	3	4	17
81	5	3	4	4	4	20
82	4	4	4	4	4	20
83	5	5	5	5	5	25
84	4	4	5	4	5	22
85	5	4	3	4	4	20
86	4	3	4	3	3	17
87	5	4	5	4	5	23
88	5	5	5	5	5	25
89	4	5	4	4	2	19
90	3	4	3	4	4	18
91	3	5	5	5	4	22
92	5	5	5	5	5	25
93	4	5	3	4	3	19
94	4	2	2	1	2	11
95	4	3	3	3	3	16
96	3	4	3	4	3	17
97	1	1	1	1	3	7
98	4	5	2	5	4	20
99	5	5	5	5	5	25
100	5	5	5	5	4	24

Variabel Kualitas Produk (X_2)

No Urut	X_{2-1}	X_{2-2}	X_{2-3}	X_{2-4}	Total
1	4	4	5	5	19
2	4	4	4	3	15
3	5	4	3	3	15
4	3	4	2	3	12
5	3	5	5	4	17
6	3	4	4	3	14
7	3	4	4	2	13
8	4	3	3	4	14
9	4	3	3	3	13
10	4	5	3	2	14
11	4	5	3	2	14
12	4	4	4	4	16
13	3	5	4	3	15
14	5	5	5	5	20



15	4	3	4	3	14
16	5	5	5	3	18
17	4	4	3	3	14
18	5	3	2	2	12
19	5	4	4	3	16
20	3	4	4	4	15
21	4	4	4	4	16
22	4	3	3	3	13
23	5	4	5	3	17
24	5	5	4	3	17
25	3	4	3	3	13
26	3	4	4	4	15
27	3	5	4	3	15
28	3	3	3	3	12
29	3	4	4	4	15
30	3	4	4	3	14
31	5	5	5	5	20
32	3	3	3	3	12
33	4	4	3	3	14
34	3	5	5	3	16
35	5	5	4	4	18
36	5	4	4	3	16
37	4	3	3	3	13
38	3	4	5	3	15
39	4	4	4	3	15
40	4	4	4	2	14
41	4	5	3	3	15
42	3	5	4	3	15
43	4	4	4	3	15
44	4	4	4	2	14
45	3	5	5	4	17
46	4	4	4	3	15
47	4	4	2	4	14
48	4	4	5	2	15
49	4	5	4	3	16
50	4	5	5	4	18
51	5	5	4	4	18
52	5	5	5	4	19
53	4	4	3	3	14
54	3	5	3	5	16
55	3	5	5	3	16
56	5	4	4	2	15



57	5	5	5	4	19
58	3	5	3	3	14
59	5	5	5	2	17
60	4	5	5	3	17
61	3	4	4	4	15
62	5	4	3	1	13
63	4	5	5	3	17
64	4	5	5	3	17
65	1	1	1	1	4
66	5	4	5	3	17
67	3	4	3	3	13
68	2	5	5	3	15
69	4	5	5	3	17
70	4	5	5	4	18
71	3	4	4	3	14
72	4	5	3	4	16
73	4	4	3	3	14
74	5	5	4	3	17
75	3	4	3	3	13
76	5	5	5	5	20
77	4	3	4	3	14
78	4	5	4	3	16
79	5	5	4	4	18
80	4	4	3	2	13
81	4	3	4	4	15
82	4	4	4	4	16
83	5	5	5	5	20
84	4	4	4	4	16
85	4	4	3	3	14
86	3	5	3	2	13
87	5	5	4	4	18
88	5	5	3	2	15
89	2	3	4	3	12
90	4	4	4	4	16
91	4	5	5	4	18
92	5	5	5	5	20
93	3	4	4	3	14
94	1	4	3	2	10
95	4	4	3	3	14
96	4	3	3	3	13
97	3	2	1	2	8
98	3	5	1	1	10



99	4	5	5	4	18
100	5	5	4	5	19

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No Urut	Y-1	Y-2	Y-3	Y-4	Total
1	4	5	4	4	17
2	2	4	4	4	14
3	5	5	5	5	20
4	3	2	3	3	11
5	4	3	4	4	15
6	4	3	3	3	13
7	2	1	1	4	8
8	2	2	1	4	9
9	2	2	2	3	9
10	2	2	2	3	9
11	2	2	2	3	9
12	1	2	1	4	8
13	1	3	4	3	11
14	5	5	5	5	20
15	5	3	3	4	15
16	4	2	2	5	13
17	3	3	3	3	12
18	4	4	2	3	13
19	5	4	4	5	18
20	1	1	1	3	6
21	4	4	4	4	16
22	2	2	2	2	8
23	2	3	4	3	12
24	3	3	2	4	12
25	3	2	2	4	11
26	3	3	3	3	12
27	3	2	2	3	10
28	3	3	3	3	12
29	5	1	2	4	12
30	2	4	4	3	13
31	5	5	5	5	20
32	3	3	3	3	12
33	4	3	3	3	13
34	4	2	2	4	12



35	3	4	3	4	14
36	5	4	5	4	18
37	2	2	3	3	10
38	3	1	2	4	10
39	2	2	4	4	12
40	4	2	4	4	14
41	2	2	3	4	11
42	2	2	2	4	10
43	3	2	3	4	12
44	2	2	3	3	10
45	4	3	3	4	14
46	2	1	3	3	9
47	2	2	2	4	10
48	4	2	2	3	11
49	3	3	2	4	12
50	2	1	5	5	13
51	4	5	5	5	19
52	3	3	4	4	14
53	3	2	3	3	11
54	3	3	3	5	14
55	3	1	3	3	10
56	3	2	2	4	11
57	4	1	2	3	10
58	5	2	2	5	14
59	1	3	1	3	8
60	4	3	2	4	13
61	2	2	2	3	9
62	2	1	2	5	10
63	3	4	4	5	16
64	4	2	1	3	10
65	1	1	1	1	4
66	2	2	4	4	12
67	3	2	4	4	13
68	3	2	3	3	11
69	4	5	3	3	15
70	5	2	5	5	17
71	2	3	3	3	11
72	5	5	5	4	19
73	3	3	4	4	14
74	1	3	2	4	10
75	3	4	4	4	15
76	5	5	5	5	20



77	3	3	4	5	15
78	2	1	1	2	6
79	3	3	3	3	12
80	3	3	3	3	12
81	1	2	2	4	9
82	4	4	4	4	16
83	5	5	5	5	20
84	4	4	4	4	16
85	2	2	2	4	10
86	3	4	3	3	13
87	3	3	3	4	13
88	3	4	4	2	13
89	2	4	2	4	12
90	1	1	1	1	4
91	3	2	3	4	12
92	5	5	5	5	20
93	3	3	2	3	11
94	2	2	2	4	10
95	3	3	3	3	12
96	2	2	3	3	10
97	1	5	1	1	8
98	3	2	3	4	12
99	4	4	5	5	18
100	2	2	2	3	9



LAMPIRAN 4:**OLAH DATA SPSS****UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS****1. Validitas****Citra Merek (X₁)**

Correlations							
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Item_5	Skor_Total
Item_1	Pearson	1	.618**	.456**	.555**	.431**	.766**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_2	Pearson	.618**	1	.595**	.806**	.402**	.862**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_3	Pearson	.456**	.595**	1	.574**	.525**	.796**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_4	Pearson	.555**	.806**	.574**	1	.437**	.853**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Item_5	Pearson	.431**	.402**	.525**	.437**	1	.698**
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Skor_Total	Pearson	.766**	.862**	.796**	.853**	.698**	1
	Correlation						
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** indicates significance at the 0.01 level (2-tailed).



Kualitas Produk (X₂)

Correlations						
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Skor_Total
Item_1	Pearson Correlation	1	.302**	.285**	.245*	.631**
	Sig. (2-tailed)		.002	.004	.014	.000
	N	100	100	100	100	100
Item_2	Pearson Correlation	.302**	1	.523**	.310**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100
Item_3	Pearson Correlation	.285**	.523**	1	.476**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Item_4	Pearson Correlation	.245*	.310**	.476**	1	.717**
	Sig. (2-tailed)	.014	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Skor_Total	Pearson Correlation	.631**	.717**	.808**	.717**	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).

Keputusan Pembelian (Y)

Correlations						
		Item_1	Item_2	Item_3	Item_4	Skor_Total
Item_1	Pearson Correlation	1	.471**	.539**	.501**	.807**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Item_2	Pearson Correlation	.471**	1	.596**	.277**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.000
	N	100	100	100	100	100
Item_3	Pearson Correlation	.539**	.596**	1	.508**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Item_4	Pearson Correlation	.501**	.277**	.508**	1	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000		.000
	N	100	100	100	100	100



	N	100	100	100	100	100
Skor_Total	Pearson Correlation	.807**	.771**	.853**	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

2. Realibilitas

Citra Merek (X₁)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.855	5

Kualitas Produk (X₂)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the



Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.689	4

Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.788	4

ANALISIS DATA

1. Regresi linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.084	1.934		.561	.576
	Merek (X1)	.161	.115	.167	1.406	.163
	Kualitas (X2)	.530	.162	.389	3.274	.001



Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kualitas (X2), Merek (X1) ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: Keputusan (Y)			
b. All requested variables entered.			

2. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.517 ^a	.267	.252	3.006
a. Predictors: (Constant), Kualitas (X2), Merek (X1)				

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	319.276	2	159.638	17.671	.000 ^b
	Residual	876.284	97	9.034		
	Total	1195.560	99			
a. Dependent Variable: Keputusan (Y)						
b. Predictors: (Constant), Kualitas (X2), Merek (X1)						

