

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D.A and Biel. 2013. *Brand Equity and Advertising : Advertising's Role in Building Strong Brands*. New Jersey : Psychology Press.
- Agustina, Tri Siwi. 2019. *Kewirausahaan di Era Revolusi Industri 4.0*. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Amilia, Suri. 2017. *Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa*. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*. Vol. 6 (1)
- Anggreani, Desi. 2019. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Study Kasus pada Member Oriflame Core Team Glowbiznet di Medan)*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Arikunto, Suharsimi. 2010. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, Soyjan. 2008. *Manajemen Produksi dan Operasi*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia.
- Bangun, Cindy Pratiwi Br. 2019. *Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Sophie Paris pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara*. Medan: Universitas Sumatera Utara.
- Bastian. 2014. *Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra*. Vol. 2 (1)
- Cravens, David W. dan Nigel F. Piercy. 2013. *Strategic Marketing*. New York: Mc. Graw Hill.
- Ferawati. 2017. *Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Pada Mahasiswi Universitas Hasanuddin*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Ferdinand, Augusty. 2006. *Metode Penelitian Manajemen*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Foster, Bob dan Muhamad Deni Johansyah. 2019. *The Effect of Product Quality and Price on Buying Interest with Risk as Intervening Variables (Study on Lazada.com Site Users)*. *International Journal of Innovation, Creativity and Change*. Vol. 9 (12)
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivarite dengan SPSS*. Semarang: Badan penerbit Universitas Dipenogoro.

- Haryanto, Edy. 2013. *Kualitas Layanan, Fasilitas dan Harga Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Pengguna Jasa Layanan Pada Kantor SAMSAT Manado*. Jurnal EMBA. Vol. 1 (3)
- Hsb, Masithoh. 2018. *Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Mahasiswa Menjadi Mitra Paytren (Studi Kasus Mahasiswa Jurusan Ekonomi Islam FEBI UIN Sumatera Utara)*. Medan: Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
- Husein, Umar. 2013. *Desain Penelitian Manajemen Strategik*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ishak, Rizky. 2017. *Pengaruh Citra Merek Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan dan Dampaknya Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pada Cv. Megatama Motor Di Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Iswardono. 1994. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta: Gunadarma
- Kertajaya, Hermawan. 2007. *Positioning, Differensiasi, dan Brand*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT Indeks.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: PT. Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip. 2007. *Manajemen Pemasaran: Analisa Implementasi Perencanaan dan Kontrol*. Jakarta: PT. Indeks.
- Mandey, Jilly Bernadette. 2013. *Promosi, Distribusi, Harga Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Rokok Surya Promild*. Jurnal EMBA. Vol. 1 (4)
- Meutia, Rahmi. 2017. *Pengaruh Brand Extension, Kualitas Produk dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian Asus Smartphone di Kota Kuala Simpang*. Jurnal Manajemen dan Keuangan. Vol. 6 (1)
- Mowen, John C dan Michael Minor .2002. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Erlangga.

- Ramadhan, Rizky dan Dudi Permana. 2020. *Effect Of Product Quality, Price Perception, Purchase Decisions Distribution, and Implications on Customer Satisfaction at Pt. Xyz. International Journal of Research in Science and Technology*. Vol.10 (2)
- Ratri, Lutiary Eka. 2007. *Strategi Memenangkan Persaingan Pasar*. Jakarta: Salemba Empat.
- Razak, Darmianti. 2013. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Melakukan Impulse Buying Terhadap Produk Oriflame PT Orindo Alam Ayu di Kota Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Rizki, Amalia Ghani., Kadarisman Hidayat dan Lusy Deasyana Rahma Devita. 2019. *Pengaruh Citra Merek dan Harga terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee Indonesia (Survei pada Mahasiswa S1 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Angkatan 2015/2016 Dan 2016/2017 yang Membeli Barang Secara Online di E-commerce)*. Jurnal Administrasi Bisnis. Vol. 72 (2)
- Saleh, Misrayanti., Siti Haerani dan Andi Reni. 2019. *Pengaruh Brand Image, User Image, dan Product Image terhadap Keputusan Pembelian Mobil Mitsubishi Pajero pada PT. Bosowa Berlian Motor di Kota Makassar. Hasanuddin Journal of Business Strategy*. Vol. 1 (2)
- Sangadji dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertasi Himpunan Jurnal Penelitian*. Yogyakarta : Andi.
- Saputra, Muh. Dedi Dahmudi Surya., Andi Reni dan Fauzi R. Rahim. 2019. *Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Pratama di Makassar. Hasanuddin Journal of Management*. Vol. 1 (2)
- Schiffman dan Kanuk. 2007. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.
- Situs resmi APLI, <https://www.apli.or.id> diakses pada tanggal 23 Februari 2020
- Situs resmi Oriflame, <https://oriflame.com> diakses pada tanggal 23 Februari 2020
- Solomon, Michael R. 2011. *Consumer behavior: buying having, and being 9th Ed*. New Jersey, USA: Pearson Pentice Hall.
- Stanton, William J.. 2005. *Prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga
- Subhannallah, Muhammad Rafa. 2019. *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di Miniso Yogyakarta*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Sukirno dan Sadono. 2003. *Pengantar Teori Mikro Ekonomi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.

- Sunyoto, Danang. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Tjiptono dan Gregorius Chandra. 2012. *Pemasaran Strategik*. Yogyakarta: Andi.
- Yulandasari, Ulfa. 2015. *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Oriflame Pt Orindo Alam Ayu di Kota Makassar*. Makassar: Universitas Hasanuddin.
- Zulaicha, Santri dan Rusda Irawati. 2016. *Pengaruh Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Morning Bakery Batam*. *Jurnal Inovasi dan Bisnis*. Vol. 4 (2)

LAMPIRAN

Lampiran 1: Biodata

BIODATA**Identitas Diri**

Nama : Ayu Astriana
 Tempat, Tanggal Lahir : Sinjai, 06 Nopember 1998
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat : Jl. Da'wah lorong 165, Makassar, Sulawesi Selatan
 No Hp : 085240697152
 E-mail : ayuastriana43@gmail.com

Riwayat Pendidikan▪ **Pendidikan Formal**

- a. 2004-2010 : MIS Ihwanusshafa Sengkang
- b. 2010-2013 : SMPN 3 Sinjai Selatan
- c. 2013-2016 : SMAN 1 Sinjai Tengah
- d. 2016-2020 : S1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Hasanuddin (Manajemen)

▪ **Pendidikan Non Formal**

- a. 2016 : Peserta Pelatihan Basic Character and Study Skill (BCSS) Universitas Hasanuddin
- b. 2016 : Peserta Pelatihan Studi Al-Qur'an Intensif Unhas
- c. 2018 : Peserta Pendidikan Dasar (DIKSAR) Perkoperasian UKM Koperasi Mahasiswa Universitas Hasanuddin (KOPMA UNHAS)

Pengalaman▪ **Pengalaman Organisasi**

- a. 2017-2018 : Ikatan Keluarga Mahasiswa Bidikmisi Universitas Hasanuddin (IKAB UNHAS) – Sebagai Anggota Bidang Kewirausahaan.
- b. 2017-2018 : UKM Koperasi Mahasiswa Universitas Hasanuddin (KOPMA UNHAS) – Sebagai Anggota.

- **Pengalaman Kerja**

Magang di Kantor Perwakilan Wilayah Sulawesi Selatan Bank Indonesia, Makassar, Provinsi Sulawesi Selatan pada bulan November-Desember 2019. Demikian biodata ini dibuat dengan sebenarnya.

Makassar, 28 September 2020

Ayu Astriana

Lampiran 2: Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Oriflame (Studi Kasus Pada Member Oriflame Komunitas E-Network Di Makassar)”**.

Kuesioner ini ditujukan untuk member Oriflame Komunitas E-Network yang telah membeli dan menggunakan produk Oriflame. Untuk itu diharapkan para responden dapat memberikan jawaban yang sebenar-benarnya demi membantu penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi untuk mempelajari permasalahan yang berhubungan dengan keputusan pembelian. Segala informasi yang Anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya untuk kepentingan akademis.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/,Sdr/Sdri yang telah meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini, penulis mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Ayu Astriana

A21116024

Identitas Responden

Nama :

Jenis kelamin : Laki-laki/Perempuan

Usia : Tahun

Tingkatan level :

Pendapatan perbulan :

- a. <Rp 1.000.000
- b. Rp 1.000.000 – Rp 5.000.000
- c. Rp 5.000.000 – Rp 10.000.000
- d. >Rp 10.000.000

Sudah berapa lama menjadi member Orflame : Bulan / Tahun

Petunjuk Pengisian

Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pilihan Anda dengan cara memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia. Penilaian dapat Anda lakukan berdasarkan skala berikut:

Sangat Setuju (SS) : 5

Setuju (S) : 4

Netral (N) : 3

Tidak Setuju (TS) : 2

Sangat Tidak Setuju (STS) : 1

DAFTAR PERTANYAAN

KUALITAS PRODUK (X₁)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Menurut Anda, hasil produk Oriflame yang digunakan cocok pada kulit Anda					
2.	Menurut Anda produk Oriflame menyediakan beberapa produk yang dibutuhkan konsumen					
3.	Menurut Anda, produk Oriflame memiliki kandungan yang baik bagi kulit Anda dibanding produk lain					
4.	Menurut Anda, produk Oriflame memiliki beberapa macam produk sesuai dengan jenis kulit					
5.	Menurut Anda, produk Oriflame dikemas dengan baik sehingga dapat menjaga daya tahan produk					
6.	Menurut Anda, Oriflame memberikan pelayanan dengan baik dalam memberikan penjelasan tentang produk kepada konsumen					
7.	Menurut Anda, produk Oriflame memiliki variasi warna yang dapat menarik konsumen					
8.	Menurut Anda, persepsi terhadap kualitas produk Oriflame baik					

HARGA (X₂)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
9.	Menurut Anda, produk Oriflame memiliki harga yang terjangkau dibanding produk yang lain					
10.	Menurut Anda, harga produk Oriflame sesuai dengan kualitas produk					
11.	Menurut Anda, harga sesuai dengan manfaat dari produk Oriflame					
12.	Menurut Anda, harga produk Oriflame memiliki daya saing					

	dengan produk lain					
13.	Menurut Anda, harga produk Oriflame dapat mempengaruhi daya beli konsumen					
14.	Menurut Anda, harga dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan untuk membeli produk Oriflame					

CITRA MEREK (X₃)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
15.	Menurut Anda, produk Oriflame adalah salah satu merek kosmetik terbaik dan mudah dikenal banyak orang					
16.	Menurut Anda, produk Oriflame memberikan kesan positif kepada konsumen					
17.	Menurut Anda, produk Oriflame dikembangkan di pabrik yang berteknologi tinggi					
18.	Menurut Anda, merek Oriflame mempunyai ciri khas di setiap produk					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
19.	Anda memutuskan membeli produk Oriflame karena produk Oriflame terpercaya					
20.	Anda memutuskan membeli karena produknya banyak diminati oleh semua kalangan					
21.	Anda memutuskan membeli produk Oriflame karena produk yang dijual sesuai dengan keinginan dan kebutuhan Anda					
22.	Anda memutuskan membeli produk Oriflame karena mendapat rekomendasi dari orang terdekat					

Lampiran 3: Tabulasi Data

No Respon den	Kualitas Produk (X ₁)									Harga (X ₂)						Citra Merek (X ₃)					Keputusan Pembelian (Y)					
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	X _{1.5}	X _{1.6}	X _{1.7}	X _{1.8}	Total X ₁	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	X _{2.5}	X _{2.6}	Total X ₂	X _{3.1}	X _{3.2}	X _{3.3}	X _{3.4}	Total X ₃	Y _{1.1}	Y _{1.2}	Y _{1.3}	Y _{1.4}	Total Y
1	4	5	5	5	5	4	4	5	37	5	4	4	3	4	4	24	4	4	5	5	18	3	5	4	5	17
2	5	5	5	5	5	5	4	5	39	3	4	5	3	4	4	23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
3	5	5	5	5	4	5	5	5	39	2	4	4	4	4	4	22	5	5	5	4	19	5	5	5	3	18
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	4	4	4	4	23	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	5	4	4	4	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	5	4	4	4	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
7	4	5	5	5	5	5	4	5	38	2	4	5	3	4	4	22	5	5	5	4	19	5	4	5	3	17
8	5	5	4	5	5	5	5	5	39	3	4	4	4	4	4	23	5	4	5	5	19	5	5	4	4	18
9	5	5	5	5	5	5	5	4	39	3	4	5	3	4	3	22	4	5	5	5	19	5	4	5	3	17
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	4	4	5	26	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	4	4	4	5	24	4	5	5	5	19	4	4	5	4	17
12	5	4	5	4	5	5	5	4	37	4	5	5	3	4	5	26	5	5	5	4	19	5	4	5	4	18
13	5	5	5	4	5	4	4	4	36	1	5	4	3	4	4	21	4	4	5	4	17	4	5	4	5	18

14	4	4	3	5	5	3	3	4	31	5	4	4	3	4	4	24	3	3	4	4	14	4	4	3	3	14
15	3	4	4	5	5	4	5	5	35	2	4	4	3	4	4	21	5	4	5	5	19	5	4	3	5	17
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	4	4	4	26	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
17	5	4	4	5	5	4	5	4	36	3	4	4	4	4	4	23	5	4	5	5	19	5	5	5	1	16
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	4	4	4	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
19	5	5	5	5	5	5	4	5	39	2	4	5	4	4	4	23	5	5	5	4	19	3	5	4	4	16
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	4	4	5	28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
21	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	5	4	4	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	5	5	4	4	4	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	5	5	5	4	39	2	4	4	3	4	4	21	4	4	5	4	17	5	4	4	3	16
24	5	5	5	5	5	5	4	4	38	1	4	5	3	4	4	21	5	4	5	5	19	5	4	5	3	17
25	5	5	5	5	5	5	5	4	39	2	4	4	4	4	4	22	4	4	5	5	18	5	4	5	4	18
26	5	4	4	4	5	5	5	5	37	2	4	4	4	4	4	22	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40	1	4	4	4	4	4	21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
28	4	5	5	5	5	5	5	5	39	4	5	5	4	4	4	26	5	5	5	4	19	3	4	5	4	16
29	4	5	5	5	5	5	5	4	38	3	4	5	4	5	4	25	4	4	5	5	18	5	4	4	4	17
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	5	4	4	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

31	5	5	5	5	5	5	5	5	40	2	4	5	3	4	4	22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
32	5	5	5	5	5	5	5	5	40	1	4	5	3	4	4	21	4	5	5	5	19	5	4	5	4	18
33	5	5	5	5	5	5	5	4	39	2	4	5	3	4	4	22	4	4	5	4	17	5	4	4	1	14
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	5	4	3	5	5	25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
35	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	5	4	4	4	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
36	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	4	3	4	3	23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
37	4	5	4	5	5	5	4	4	36	1	4	4	3	4	5	21	5	4	5	5	19	5	5	4	4	18
38	5	5	5	5	5	5	4	5	39	3	5	3	4	4	4	23	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	5	3	4	4	23	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	2	4	4	3	4	4	21	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
41	5	5	5	4	5	5	5	5	39	3	5	5	3	2	5	23	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
42	5	5	5	5	5	4	5	5	39	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	5	19	5	5	4	2	16
43	5	5	5	5	5	5	5	5	40	1	4	5	3	4	5	22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
44	5	5	5	5	5	4	5	5	39	3	4	4	4	4	4	23	5	4	5	5	19	5	4	4	3	16
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	5	3	4	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
46	5	4	4	4	5	3	5	4	34	2	4	5	4	4	3	22	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
47	5	4	4	5	4	4	5	4	35	2	4	5	3	4	3	21	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18

48	4	4	4	4	5	5	4	4	34	1	4	5	3	4	4	21	4	4	5	4	17	4	5	5	5	19
49	3	5	3	5	5	5	5	4	35	4	5	5	5	4	3	26	4	5	5	5	19	5	4	5	3	17
50	4	5	4	5	5	4	5	4	36	4	4	4	5	4	3	24	5	5	4	5	19	4	4	4	5	17
51	4	4	5	5	5	4	5	5	37	3	4	5	4	4	4	24	5	5	4	4	18	4	5	5	4	18
52	5	5	5	4	5	4	5	4	37	3	5	4	4	4	4	24	4	5	4	5	18	5	4	4	4	17
53	5	3	4	4	5	4	5	4	34	5	3	4	3	3	2	20	4	4	5	5	18	5	4	5	4	18
54	5	5	5	5	5	5	4	5	39	3	4	5	4	4	4	24	5	5	3	5	18	4	5	4	5	18
55	4	4	4	4	4	5	4	4	33	2	5	4	3	4	4	22	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	4	4	4	5	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
57	1	1	3	5	5	1	1	4	21	2	4	4	3	4	4	21	4	4	4	5	17	5	4	5	4	18
58	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4	4	4	4	5	5	26	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
59	5	5	5	5	5	5	5	5	40	1	4	4	3	4	4	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
60	3	5	4	5	5	5	4	5	36	3	4	4	3	4	5	23	5	4	4	4	17	5	4	4	3	16
61	5	4	5	4	3	3	4	4	32	2	4	4	4	4	4	22	4	4	4	4	16	4	3	3	4	14
62	5	5	5	5	5	5	5	5	40	1	4	4	3	4	4	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
63	3	5	5	5	5	4	5	5	37	4	4	5	4	4	4	25	4	5	4	5	18	4	4	5	5	18
64	5	5	5	4	5	5	5	5	39	3	4	5	5	4	4	25	5	4	5	5	19	5	5	5	3	18

65	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	5	4	4	4	25	5	4	5	5	19	3	4	5	4	16
66	4	5	5	5	5	5	5	4	38	4	4	5	4	4	4	25	5	4	5	4	18	4	5	5	4	18
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	4	5	4	28	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40	2	5	4	3	4	4	22	4	3	5	5	17	5	4	4	3	16
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	5	4	4	5	25	3	3	4	4	14	4	4	4	3	15
70	5	5	5	5	4	5	4	4	37	4	4	5	4	5	4	26	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
71	5	4	5	5	5	5	4	5	38	1	4	5	3	4	3	20	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
72	4	5	4	5	5	5	5	4	37	1	4	4	3	4	4	20	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40	1	5	5	3	5	4	23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
74	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	5	4	4	4	24	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
75	5	4	5	5	5	5	5	5	39	2	5	4	4	3	4	22	4	5	5	5	19	5	4	4	5	18
76	5	5	5	5	5	5	2	5	37	4	4	4	3	4	3	22	5	5	5	4	19	5	4	5	3	17
77	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	4	5	28	5	4	5	5	19	5	4	5	4	18
78	4	5	4	5	5	5	4	5	37	4	5	5	4	4	4	26	5	5	5	4	19	5	3	4	2	14
79	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	4	5	4	27	5	4	5	5	19	5	5	5	4	19
80	5	5	5	5	5	5	5	5	40	2	4	4	4	4	4	22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
81	5	5	5	5	5	5	5	5	40	1	5	5	3	5	4	23	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19

82	4	4	4	4	4	5	5	5	35	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	3	18	5	5	5	1	16
83	4	5	4	5	5	4	5	4	36	1	4	5	5	4	4	23	4	5	5	5	19	5	4	4	3	16
84	5	5	5	5	5	5	4	4	38	3	4	5	4	4	5	25	5	4	5	4	18	5	4	5	3	17
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	4	5	4	5	25	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
86	4	5	4	5	5	4	5	5	37	2	4	4	4	5	5	24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
87	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	4	4	4	5	24	5	3	3	5	16	3	3	3	3	12
88	3	5	3	4	4	5	4	5	33	2	3	4	5	4	4	22	4	5	5	5	19	3	4	4	4	15
89	4	5	4	4	4	5	5	4	35	2	4	5	3	4	4	22	5	4	5	5	19	4	4	5	4	17
90	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	4	5	4	4	4	24	5	5	5	5	20	5	4	3	4	16
91	4	5	5	5	5	4	5	4	37	1	4	4	3	4	4	20	4	4	5	4	17	5	4	5	4	18
92	3	5	5	5	5	5	4	5	37	5	5	5	4	4	4	27	5	5	5	4	19	5	5	4	3	17
93	5	5	4	5	5	5	5	4	38	2	4	4	3	5	4	22	5	5	5	4	19	3	5	4	4	16
94	5	4	4	5	4	4	5	5	36	4	5	5	4	5	3	26	5	5	5	4	19	5	3	4	4	16
95	4	5	4	5	5	5	3	5	36	5	5	5	4	5	4	28	4	4	5	5	18	3	5	4	4	16
96	5	4	5	5	5	5	5	5	39	1	4	5	3	5	4	22	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18
97	4	5	3	4	5	5	5	5	36	2	5	5	3	5	5	25	5	5	5	4	19	3	3	4	4	14
98	5	5	5	5	5	5	5	5	40	1	5	5	4	5	5	25	5	5	5	5	20	5	3	5	3	16

99	5	5	5	4	5	4	4	4	36	3	5	5	4	5	3	25	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17
100	3	5	4	3	5	4	5	4	33	1	4	5	3	5	5	23	4	4	5	5	18	4	5	3	5	17

Lampiran 4: Data Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas SPSS Versi 20

Uji Validitas

1) Kualitas Produk (X₁)

		Correlations								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Total (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.425**	.640**	.240*	.187	.496**	.463**	.290**	.728**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.016	.062	.000	.000	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.425**	1	.498**	.352**	.366**	.709**	.462**	.377**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.640**	.498**	1	.405**	.340**	.463**	.340**	.413**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.240*	.352**	.405**	1	.501**	.320**	.140	.460**	.571**
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.000		.000	.001	.164	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.187	.366**	.340**	.501**	1	.310**	.229*	.371**	.544**
	Sig. (2-tailed)	.062	.000	.001	.000		.002	.022	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.496**	.709**	.463**	.320**	.310**	1	.454**	.479**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.002		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.463**	.462**	.340**	.140	.229*	.454**	1	.252*	.649**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.164	.022	.000		.011	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.290**	.377**	.413**	.460**	.371**	.479**	.252*	1	.634**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.011		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total X1	Pearson Correlation	.728**	.774**	.757**	.571**	.544**	.790**	.649**	.634**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	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).

2) Harga (X₂)

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.199 [*]	.085	.370 ^{**}	-.038	-.073	.740 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.047	.401	.000	.706	.470	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.199 [*]	1	.162	.076	.216 [*]	.139	.503 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.047		.106	.450	.031	.169	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.085	.162	1	.078	.114	.041	.401 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.401	.106		.441	.258	.685	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.370 ^{**}	.076	.078	1	.010	.079	.583 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.450	.441		.920	.433	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	-.038	.216 [*]	.114	.010	1	.087	.310 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.706	.031	.258	.920		.387	.002
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	-.073	.139	.041	.079	.087	1	.338 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.470	.169	.685	.433	.387		.001
	N	100	100	100	100	100	100	100
Harga X2	Pearson Correlation	.740 ^{**}	.503 ^{**}	.401 ^{**}	.583 ^{**}	.310 ^{**}	.338 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.002	.001	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

3) Citra Merek (X₃)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Total X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.504 ^{**}	.304 ^{**}	.098	.740 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.332	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.504 ^{**}	1	.325 ^{**}	.077	.762 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.449	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.304 ^{**}	.325 ^{**}	1	.114	.625 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.002	.001		.257	.000
	N	100	100	100	100	100

X3.4	Pearson Correlation	.098	.077	.114	1	.482**
	Sig. (2-tailed)	.332	.449	.257		.000
	N	100	100	100	100	100
Total X3	Pearson Correlation	.740**	.762**	.625**	.482**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

4) Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.166	.388**	.003	.521**
	Sig. (2-tailed)		.098	.000	.975	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.166	1	.387**	.395**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.098		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.388**	.387**	1	.207*	.687**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.039	.000
	N	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.003	.395**	.207*	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.975	.000	.039		.000
	N	100	100	100	100	100
Total Y	Pearson Correlation	.521**	.711**	.687**	.715**	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).

Uji Reliabilitas

1) Kualitas Produk (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	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.835	.838	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	32.92	7.488	.591	.510	.814
X1.2	32.76	7.740	.680	.572	.800
X1.3	32.87	7.811	.658	.528	.803
X1.4	32.72	8.870	.460	.375	.828
X1.5	32.64	9.101	.444	.317	.831
X1.6	32.81	7.489	.693	.593	.798
X1.7	32.86	7.960	.496	.322	.828
X1.8	32.85	8.573	.525	.361	.821

2) Harga (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 procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.366	.408	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	20.73	2.017	.216	.189	.340
X2.2	19.26	3.487	.299	.122	.273
X2.3	18.95	3.664	.161	.039	.334
X2.4	19.84	3.146	.328	.151	.229
X2.5	19.38	3.874	.089	.063	.366
X2.6	19.39	3.776	.046	.045	.394

3) Citra Merek (X₃)**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	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.557	.554	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	14.08	1.004	.466	.278	.374
X3.2	14.18	.917	.453	.287	.376
X3.3	13.93	1.217	.360	.138	.476
X3.4	14.09	1.355	.123	.018	.648

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	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.541	.581	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	13.16	2.701	.207	.159	.558
Y.2	13.34	2.287	.482	.256	.362
Y.3	13.24	2.346	.449	.264	.388
Y.4	13.69	1.873	.270	.168	.576

Lampiran 5: Data Hasil Analisis Regresi Linear Berganda SPSS Versi 20

Uji Regresi Berganda

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pembelian (Y)	17.81	1.884	100
Kualitas Produk (X1)	37.49	3.221	100
Harga (X2)	23.51	2.062	100
Citra Merek (X3)	18.76	1.319	100

Correlations

		Keputusan Pembelian (Y)	Kualitas Produk (X1)	Harga (X2)	Citra Merek (X3)
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian (Y)	1.000	.523	-.071	.620
	Kualitas Produk (X1)	.523	1.000	.106	.637
	Harga (X2)	-.071	.106	1.000	.034
	Citra Merek (X3)	.620	.637	.034	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian (Y)	.	.000	.241	.000
	Kualitas Produk (X1)	.000	.	.146	.000
	Harga (X2)	.241	.146	.	.367
	Citra Merek (X3)	.000	.000	.367	.
N	Keputusan Pembelian (Y)	100	100	100	100
	Kualitas Produk (X1)	100	100	100	100
	Harga (X2)	100	100	100	100
	Citra Merek (X3)	100	100	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Citra Merek (X3), Harga (X2), Kualitas Produk (X1) ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. All requested variables entered.

1) Uji Koefisien Determinasi R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651 ^a	.424	.406	1.452

a. Predictors: (Constant), Citra Merek (X3), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

2) Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	149.062	3	49.687	23.576	.000 ^b
	Residual	202.328	96	2.108		
	Total	351.390	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Citra Merek (X3), Harga (X2), Kualitas Produk (X1)

3) Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.379	2.639		.901	.370
	Kualitas Produk (X1)	.136	.059	.232	2.300	.024
	Harga (X2)	-.102	.071	-.112	-1.437	.154
	Citra Merek (X3)	.679	.144	.476	4.730	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)