

**HUBUNGAN ANTARA KUALITAS PRODUK DAN MEREK DENGAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA *BEAT* PADA
WARGA RW 007 KELURAHAN JATINEGARA KECAMATAN CAKUNG
DI JAKARTA**

RISKA ADI SULISTYANI

8135132250



*Building
Future
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

PROGRAM STUDI PENDIDIKAN TATA NIAGA

FAKULTAS EKONOMI

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2017

THE CORRELATION BETWEEN THE QUALITY OF PRODUCT AND BRANDS WITH PURCHASE DECISION MOTORCYCLE HONDA BEAT CITIZEN ASSOCIATION 007 JATINEGARA CAKUNG SUB-DISTRIC IN JAKARTA

RISKA ADI SULISTYANI

8135132250



*Building
Future
Leaders*

Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of Education at Faculty of Economics State University of Jakarta

STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION

FACULTY OF ECONOMICS

STATE UNIVERSITY OF JAKARTA

2017

ABSTRAK

RISKA ADI SULISTYANI, Hubungan antara Kualitas Produk dan Merek dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda *Beat* pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung Di Jakarta.

Skripsi, Jakarta, Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta.

Penelitian ini dilakukan di RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung, Jakarta, selama 3 bulan terhitung sejak Maret sampai dengan Juni 2017. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara kualitas produk dan merek dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda *Beat* pada warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta. Metode penelitian yang digunakan yaitu metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan yaitu seluruh warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu dengan teknik Purposive Sampling sebanyak 106 warga. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$ dan $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi Y atas X dengan uji *Liliefors* menghasilkan $L_{hitung} = 0,0814$ untuk Y atas X_1 dan $L_{hitung} = 0,0840$ untuk Y atas X_2 , sedangkan L_{tabel} untuk $n = 106$ pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,0844. Uji Linieritas regresi menghasilkan $F_{hitung} < F_{tabel}$ yaitu $1,47 < 1,56$ untuk X_1 dan $1,14 < 1,60$ untuk X_2 , sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linear. Dari uji keberartian regresi menghasilkan $F_{hitung} > F_{tabel}$ yaitu, $66,31 > 3,91$ untuk X_1 dan $84,30 > 3,91$, sehingga dapat disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson* menghasilkan $r_{xy} = 0,624$ untuk X_1 dan $r_{xy} = 0,664$ untuk X_2 , selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji t dan dihasilkan $t_{hitung} = 8,143$ untuk X_1 dan $t_{hitung} = 9,182$ untuk X_2 dan $t_{tabel} = 1,60$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,664$ untuk X_1 dan $r_{xy} = 0,624$ untuk X_2 adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 38,94% yang menunjukkan bahwa 38,94% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas produk dan 38,94% yang menunjukkan bahwa 44,77% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh merek.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Merek.

ABSTRACT


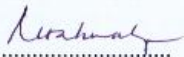

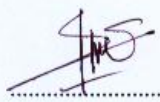
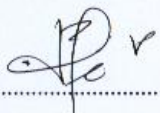
RISKA ADI SULISTYANI. *The Correlation Between The Quality of Product And Brands With Purchase Decision Motorcycle Honda Beat Citizien Association 007 Jatinegara Cakung Sub-District In Jakarta. Study Program of Commerce Education, Faculty of Economics. State University of Jakarta.*

This research was conducted in the Study Program of Commerce Education Student Faculty of Economics in State University of Jakarta, for four months, starting from March 2017 to June 2017. The purpose of this study is to determine correlation between. the quality of product and brands with purchase decision motorcycle Honda Beat Citizien Association 007 jatinegara cakung Sub-district in Jakarta. The research method used is survey method with the correlational approach, population used are all Citizen Association 007 Jatinegara Cakung Sub-District in Jakarta who ever bought motorcycle Honda Beat. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as 106 people. The resulting regression equation is $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$ and $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X with test Liliefors produce $L_{count} = 0,0814$ for Y on X1 and $L_{count} = 0,0840$ for Y on X2, while L_{table} for $n = 106$ at 0,05 significant level is 0,0844. Because $L_{count} < L_{table}$ the estimated error of Y over X normally distribution. Testing Linearity of regression produces $F_{count} < F_{table}$ is $1,47 < 1,56$ for X1 and $1,14 < 1,60$ for X2, so it is concluded that the linear equation regression. Hypothesis testing from the significance regression produces $F_{count} > F_{table}$ which, $66,31 > 3,91$ for X1 and $84,30 < 3,91$, meaning that the regression equation is significant. Correlation coefficient of Pearson Product moment generating $r_{xy} = 0,624$ for X1 and $r_{xy} = 0,664$ for X2, than performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting $t_{count} > t_{table}$, $t_{count} = 8,143$ for X1 and $t_{count} = 9,182$ for X2 and $t_{table} = 1,60$. It can conclude that the correlation coefficient $r_{xy} = 0,664$ for X1 and $r_{xy} = 0,624$ for X2 is positive and significant. The coefficient of determination obtain for is 38,94% which show that 38,94% of the variant of purchase decision is determined by quality of product and 44,77% which show that 44,77% of the variant of purchase decision is determined by brands.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Tjutju Fatimah, M.Si</u> NIP. 195311171982032001	Ketua Penguji		<u>25 Juli 2017</u>
2. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Penguji Ahli		<u>25 Juli 2017</u>
3. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Sekretaris		<u>25 Juli 2017</u>
4. <u>Dr. Corry Yohana, MM</u> NIP. 195909181985032011	Pembimbing I		<u>25 Juli 2017</u>
5. <u>Ryna Parlyna, MBA</u> NIP. 197701112008122003	Pembimbing II		<u>25 Juli 2017</u>

Tanggal Lulus: 15 JUNI 2017

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila di kemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juni 2017

Yang membuat pernyataan



Riska Adi Sulistyani

NIM. 8135132250

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

“Barang siapa bersungguh-sungguh, sesungguhnya kesungguhan itu adalah untuk dirinya sendiri”.

(QS: Al-Ankabut 6)

Alhamdulillahirabbil’alamin

Puji syukur kepada Allah Subhanu Wata’ala karena atas rahmat dan kesempatan-

Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua saya yang selalu mendukung dan mendoakan saya serta memberikan segalanya dalam memberikan moril dan materil selama ini, dan untuk semua orang yang telah mendoakan, mendukung, dan memberi semangat kepada saya. Semoga mereka semua selalu dalam lindungan Allah SWT.

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadiran Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga peneliti diberikan kemudahan dan kelancaran dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Kualitas Produk dan Merek dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda *Beat* Pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Dr. Corry Yohana, MM selaku dosen pembimbing I yang telah memberikan ilmu, arahan, dukungan, kritik, dan saran dalam penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA selaku dosen pembimbing II yang telah memberikan bimbingan, saran, dukungan, semangat, waktu dan tenaga dalam membimbing penelitian ini.
3. Dra. Tjutju Fatimah M.Si selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan bimbingan, arahan, dukungan dan waktu selama masa perkuliahan.

4. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Tata Niaga yang telah memberikan ilmu dan pengalamannya.
6. Kedua orang tua tercinta Bapak Ponidin Hadi Santoso dan Ibu Sulis Wuryani, serta Kakak saya Ridho Adi Sulistyoyo yang telah memberikan semangat berupa materil dan moril.
7. Bapak Ismail H.S selaku Ketua Rukun Warga 07 yang telah memberikan izin peneliti untuk melakukan penelitian ini.
8. Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta yang telah meluangkan waktunya.
9. Untuk Muhammad Yusuf Sauqi yang telah memberikan doa, memotivasi dan membantu dalam menyelesaikan skripsi peneliti.
10. Teman-teman yang selalu setia menemani Andin, Anggita, Diana, Linda Lestari, Nur Hilma, Nur Puji, Rani dan Septi.
11. Teman-teman seperjuangan Pendidikan Tata Niaga 2013.

Peneliti menyadari sepenuhnya bahwa, dalam menyusun skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juni 2017

Riska Adi Sulistyani

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
ABSTRACT	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	Error! Bookmark not defined.
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	Error! Bookmark not defined.
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	4
D. Perumusan Masalah	5
E. Kegunaan Penelitian.....	5
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	7
A. Deskripsi Konseptual	7
1. Keputusan Pembelian	7
2. Kualitas Produk.....	15
3. Merek	22
B. Hasil Penelitian yang Relevan	28
C. Kerangka Teoretik.....	36
D. Perumusan Hipotesis.....	39

BAB III METODOLOGI PENELITIAN	40
A. Tujuan Penelitian	40
B. Tempat dan Waktu Penelitian	40
1. Tempat penelitian	40
2. Waktu penelitian	41
C. Metode Penelitian.....	41
1. Metode	41
2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel	42
D. Populasi dan Sampling.....	43
E. Teknik Pengumpulan Data.....	44
1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)	44
2. Kualitas Produk (Variabel X1)	50
3. Merek (Variabel X2).....	55
F. Teknik Analisis Data.....	60
1. Uji Persyaratan Analisis.....	60
2. Persamaan Regresi Linier Sederhana	61
3. Uji Hipotesis	62
4. Perhitungan Koefisien Determinasi	64
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	65
A. Deskripsi Data.....	65
1. Keputusan Pembelian (Y)	65
2. Kualitas Produk (X1).....	70
3. Merek (X2)	73
B. Pengujian Hipotesis.....	77
1. Persamaan Garis Regresi	77

2. Pengujian Persyaratan Analisis.....	80
3. Pengujian Hipotesis	83
C. Pembahasan.....	88
a. Kualitas produk dengan keputusan pembelian	88
b. Merek dengan Keputusan Pembelian	89
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN	91
a. Kesimpulan	91
b. Implikasi.....	92
c. Saran.....	95
DAFTAR PUSTAKA	96
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	215

DAFTAR TABEL

Tabel II 1 Matriks Hasil Penelitian Terdahulu.....	32
Tabel II 2. Persamaan dan Perbandingan Penelitian.....	33
Tabel III. 1. Kisi-Kisi Intrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y).....	45
Tabel III. 2. Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y).....	47
Tabel III. 3. Kisi-Kisi Intrumen Kualitas Produk (X1).....	51
Tabel III. 4. Skala Penilaian Instrumen Kualitas Produk (X1).....	52
Tabel III. 5. Kisi-Kisi Intrumen Merek (X2).....	56
Tabel III. 6. Skala Penilaian Instrumen Merek (X2).....	57
Tabel IV. 1 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y).....	67
Tabel IV. 2 Rata-rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian (Y).....	69
Tabel IV. 3 Distribusi Frekuensi Kualitas Produk (X1).....	71
Tabel IV. 4 Rata-rata Hitung Skor Indikator Kualitas Produk (X1).....	73
Tabel IV. 5 Distribusi Frekuensi Merek (X2).....	74
Tabel IV. 6 Rata-rata Hitung Skor Indikator Merek (X2).....	76
Tabel IV. 7 Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X1.....	81
Tabel IV. 8 Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X2.....	82
Tabel IV. 9 Anava Untuk Keberartian dan Linieritas Persamaan Regresi Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$	84
Tabel IV. 10 Pengujian Signifikansi Koefisien Korelasi Sederhana antara X1 dan Y dari persamaan $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$	85
Tabel IV. 11 Anava Untuk Keberartian dan Linieritas Persamaan Regresi Merek dengan Keputusan Pembelian $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$	86
Tabel IV. 12 Pengujian Signifikansi Koefisien Korelasi Sederhana antara X2 dan Y dari persamaan $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar IV. 1. Grafik Histogram Keputusan Pembelian (Y).....	68
Gambar IV. 2. Grafik Histogram Kualitas Produk (X1).....	72
Gambar IV. 3. Grafik Histogram Merek (X2)	75
Gambar IV. 4. Grafik Hubungan antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian (Persamaan Regresi $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$)	78
Gambar IV. 5. Grafik Hubungan antara Merek dengan Keputusan Pembelian (Persamaan Regresi $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$)	79

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Surat Izin Penelitian.....	97
Lampiran 2	Surat Balasan Penelitian di RW 07.....	98
Lampiran 3	Survei Awal	99
Lampiran 4	Kuesioner Penelitian Uji Coba Y	100
Lampiran 5	Skor Uji Coba Variabel Y	103
Lampiran 6	Perhitungan Analisis Butir Y.....	104
Lampiran 7	Data Perhitungan Validitas Variabel Y	105
Lampiran 8	Skor Uji Coba Instrumen Setelah Validitas Variabel Y	106
Lampiran 9	Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel Y	107
Lampiran 10	Kuesioner Penelitian Uji Coba X ₁	108
Lampiran 11	Skor Uji Coba Variabel X ₁	111
Lampiran 12	Perhitungan Analisis Butir X ₁	112
Lampiran 13	Data Perhitungan Validitas Variabel X ₁	113
Lampiran 14	Skor Uji Coba Instrumen Setelah Validitas Variabel X ₁	114
Lampiran 15	Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X ₁	115
Lampiran 16	Kuesioner Penelitian Uji Coba X ₂	118
Lampiran 17	Skor Uji Coba Variabel X ₂	119

Lampiran 18	Perhitungan Analisis Butir X_2	120
Lampiran 19	Data Perhitungan Validitas Variabel X_2	121
Lampiran 20	Skor Uji Coba Instrumen Setelah Validitas Variabel X_2	122
Lampiran 21	Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Reliabilitas Variabel X_2	123
Lampiran 22	Kuesioner Final Variabel Y	124
Lampiran 23	Kuesioner Final Variabel X_1	127
Lampiran 24	Kuesioner Variabel X_2	130
Lampiran 25	Data Mentah Variabel Y	134
Lampiran 26	Data Mentah Variabel X_1	137
Lampiran 27	Data Mentah Variabel X_1 dan Y	140
Lampiran 28	Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian	141
Lampiran 29	Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku.....	143
Lampiran 30	Tabel Perhitungan Rata, Varians dan Simpangan Baku.....	144
Lampiran 31	Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Keputusan Pembelian.....	146
Lampiran 32	Grafik Histogram Variabel Y	147
Lampiran 33	Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Kualitas Produk	148

Lampiran 34	Grafik Histogram Variabel X_1	149
Lampiran 35	Perhitungan Persamaan Garis Linear	150
Lampiran 36	Grafik Persamaan Regresi	151
Lampiran 37	Tabel Untuk Menghitung $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$	152
Lampiran 38	Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Regresi $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$	154
Lampiran 39	Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Regresi $\hat{Y} =$ $47,79 + 0,5529X_1$	156
Lampiran 40	Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X_1	157
Lampiran 41	Langkah Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X_1	159
Lampiran 42	Perhitungan JK (G).....	160
Lampiran 43	Perhitungan Uji Keberartian Regresi.....	162
Lampiran 44	Perhitungan Uji Kelinieran Regresi.....	163
Lampiran 45	Tabel Anava Untuk Keberartian dan Uji Kelinieran Regresi.....	164
Lampiran 46	Perhitungan Koefisien Korelasi <i>Product Moment</i>	165
Lampiran 47	Perhitungan Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t).....	166
Lampiran 48	Perhitungan Koefisien Determinasi.....	167
Lampiran 49	Skor Indikator Dominan Variabel Y	168

Lampiran 50	Skor Indikator Dominan Variabel X_1	169
Lampiran 51	Data Mentah Variabel X_2	171
Lampiran 52	Data Mentah Variabel X_2 dan Y	174
Lampiran 53	Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian	175
Lampiran 54	Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku.....	177
Lampiran 55	Tabel Perhitungan Rata, Varians dan Simpangan Baku	178
Lampiran 56	Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Merek	180
Lampiran 57	Grafik Histogram Variabel X_2	181
Lampiran 58	Perhitungan Persamaan Garis Linear	182
Lampiran 59	Grafik Persamaan Regresi	183
Lampiran 60	Tabel Untuk Menghitung $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$	184
Lampiran 61	Tabel Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Regresi $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$	186
Lampiran 62	Perhitungan Rata-rata, Varians dan Simpangan Baku Regresi $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$	188
Lampiran 63	Perhitungan Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X_2	189
Lampiran 64	Langkah Perhitungan Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X_2	191
Lampiran 65	Perhitungan $JK(G)$	192

Lampiran 66	Perhitungan Uji Keberartian Regresi.....	194
Lampiran 67	Perhitungan Uji Kelinieran Regresi.....	195
Lampiran 68	Tabel Anava Untuk Keberartian dan Uji Kelinieran Regresi.....	196
Lampiran 69	Perhitungan Koefisien Korelasi <i>Product Moment</i>	197
Lampiran 70	Perhitungan Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t).....	198
Lampiran 71	Perhitungan Koefisien Determinasi.....	199
Lampiran 72	Skor Indikator Dominan Variabel X_2	200
Lampiran 73	Tabel Nilai-nilai r <i>Product Moment</i>	201
Lampiran 74	Nilai Kritis L untuk Uji <i>Liliefors</i>	202
Lampiran 75	Tabel Kurva Normal.....	203
Lampiran 76	Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi t	204
Lampiran 77	Tabel Nilai-nilai dalam Distribusi F	205
Lampiran 78	Daftar Nama Responden Uji Coba	209
Lampiran 79	Daftar Nama Responden Final	210

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi, segala sesuatu berjalan dengan begitu pesat. Sejalan dengan pertumbuhan ekonomi, dunia industri berkembang semakin luas, kompleks dan bervariasi. Perusahaan berusaha untuk meraih Pangsa pasar untuk mempertahankan dan meningkatkan keuntungan yang dihasilkan. Hal inilah yang membuat para pelaku usaha harus terus melakukan inovasi untuk tetap bertahan dalam persaingan pasar yang semakin meningkat tajam.

Seiring dengan perkembangan zaman, persaingan dunis bisnis, khususnya otomotif telah mengalami banyak perkembangan. Perubahan ini disebabkan oleh adanya perkembangan teknologi yang semakin canggih yang mempermudah dalam mempromosikan dan memperkenalkan produk yang diciptakan. Untuk itu, perusahaan otomotif harus berusaha keras untuk memenangkan persaingan di industri.

Dewasa ini, penjualan sepeda motor memang cukup menggiurkan karena kebutuhan berkendara bagi konsumen terus meningkat. Khususnya, di zaman yang serba cepat seperti saat ini, sepeda motor menjadi salah satu andalan bagi masyarakat untuk menunjang aktivitas mereka sehari-hari. Khususnya untuk berpergian jauh dengan bawaan barang dan peralatan yang banyak, tentu sulit, jika sepeda motor yang dibawa dengan kapasitas yang tidak besar, seperti sepeda motor Honda *Beat* Oleh karena itu, perusahaan otomotif

harus lebih memperhatikan faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi keputusan pembelian.

Faktor Pertama yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah kualitas produk. Pada dasarnya untuk meningkatkan daya saing suatu perusahaan dapat dilakukan, salah satunya dengan memproduksi dan memasarkan produk yang memiliki kualitas yang terbaik, sebab kualitas produk diduga merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan penting didalam keputusan pembelian pada konsumen. Konsumen sangat jeli / teliti dalam menentukan kualitas yang terbaik. Mereka ingin merasakan nilai dan manfaat dari produk yang digunakan. Namun kenyataannya, tidak semua perusahaan memberikan kualitas produk yang terbaik kepada konsumen mereka.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW 07 Jatinegara, Cakung, di Jakarta, ditemukan bahwa kualitas produk sepeda motor merek Honda *Beat* kurang baik. Warga cenderung memilih sepeda motor merek lain, yaitu Yamaha disebabkan Honda *Beat* dinilai oleh warga kualitas produknya kurang baik, terlebih lagi dengan ukuran *body* yang kurang besar membuat mereka tidak dapat membawa barang atau peralatan yang banyak. Hal ini yang menyebabkan berkurangnya keputusan pembelian pada sepeda motor Honda *Beat*.

Faktor kedua yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah merek. Merek merupakan salah satu aset terbesar yang dimiliki oleh perusahaan yang harus dipertahankan. Keberadaan merek dianggap sebagai salah satu hal utama

dalam bisnis untuk menarik konsumen agar mungkin dapat membeli produk tersebut. Masyarakat cenderung tertarik akan suatu produk yang mereknya sudah memiliki citra yang baik, unggul dalam pasar dan banyak diminati oleh konsumen, sehingga merek menjadi salah satu acuan untuk menentukan yang akan dibeli oleh konsumen, seperti yang terjadi pada warga RW 07 Jatinegara Cakung di Jakarta.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW 07 Jatinegara, Cakung, di Jakarta, ditemukan bahwa merek sepeda motor lain lebih bergensi, contohnya yaitu merek Yamaha. Oleh karena itu, mereka lebih memilih untuk membeli motor merek Yamaha dibandingkan Honda *Beat*, sehingga keputusan pembelian motor Honda *Beat* dapat dikatakan terbilang cukup rendah.

Faktor ketiga yang mempengaruhi keputusan pembelian adalah desain. Desain mungkin merupakan salah satu hal yang utama dari suatu produk disebabkan oleh karena konsumen mungkin menginginkan untuk membeli produk yang memiliki desain yang mampu memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka, yaitu misalnya desain produk yang menarik. Desain produk motor saat ini sangat banyak, bila desain tidak menarik, maka konsumen tidak akan jadi membeli produk tersebut. Tetapi sayangnya, tidak semua desain sepeda motor sesuai dengan keinginan konsumen.

Berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan melalui wawancara dengan warga RW 07 Jatinegara, Cakung, di Jakarta, diperoleh informasi bahwa desain motor Honda *Beat* kurang variatif. Desain sepeda motor merek Honda

Beat terlihat tidak *up to date* dan desainnya kurang menarik bagi konsumen, yaitu terlalu simpel dan kurang bervariasi. Oleh karena hal tersebut, konsumen kurang tertarik dan menyebabkan rendahnya keputusan pembelian sepeda motor merek Honda *Beat*.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian yaitu, kualitas produk, merek dan desain. Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk peneliti tentang keputusan pembelian sepeda motor Honda *Beat* pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya keputusan pembelian, yaitu sebagai berikut:

1. Kualitas produk yang kurang baik.
2. Merek sepeda motor lain lebih bergensi.
3. Desain kurang variatif.

C. Pembatasan Masalah

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi tersebut, ternyata masalah keputusan pembelian merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkup yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara kualitas produk dan merek dengan keputusan pembelian”.

D. Perumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut.

1. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian ?
2. Apakah terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara merek dengan keputusan pembelian ?

E. Kegunaan Penelitian

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

1. Peneliti

Sebagai bahan masukan untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang mendalam mengenai hubungan antara kualitas produk dan merek dengan keputusan pembelian.

2. Mahasiswa

Sebagai bahan referensi dalam penulisan skripsi, baik dari segi teknik penulisan, isi yang dipaparkan ataupun hal-hal lain yang terdapat dalam skripsi ini. Sehingga, mahasiswa dapat membuat skripsi yang lebih baik lagi.

3. Universitas Negeri Jakarta

Sebagai bahan bacaan ilmiah dan dijadikan referensi bagi peneliti lainnya tentang hubungan kualitas produk dan merek dengan keputusan pembelian.

4. Perpustakaan

Bagi perpustakaan, untuk memperkaya koleksinya dan menjadi referensi yang dapat meningkatkan wawasan berpikir ilmiah.

5. Bagi perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan mutu kualitas produk dan merek. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. Deskripsi Konseptual

1. Keputusan Pembelian

Masyarakat yang bertindak sebagai konsumen sangat erat kaitannya dengan perusahaan, karena konsumen dijadikan sasaran dan tujuan perusahaan untuk membeli produknya. Tujuan konsumen dalam melakukan pembelian suatu produk untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Konsumen menginginkan produk yang sesuai dengan harapan serta selera mereka, dari permintaan produk tersebut perusahaan - perusahaan yang ada membuat berbagai produk yang bervariasi. Hal inilah yang membuat konsumen akan mengambil keputusan pembelian berdasarkan keinginan dan kebutuhan.

Suharno dan Yudi Sutarso mengungkapkan bahwa, “Keputusan pembelian adalah tahap dimana pembeli telah menentukan pilihannya dan melakukan pembelian produk, serta mengkonsumsinya”¹.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan adanya kebutuhan konsumen dalam menentukan pilihannya untuk membeli produk yang diinginkan dan mengkonsumsinya.

¹ Suharno dan Yudi Sutarso, *Marketing in Practice*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010), h. 96.

Menurut Schiffman dan Kanuk mengatakan bahwa, “*Purchase decision is the selection of an option from two or more alternative choices, a choice of alternatives must be available*”².

Artinya, keputusan pembelian adalah pemilihan dari dua alternatif pilihan, dengan pilihan alternatif yang tersedia.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa, keputusan pembelian merupakan pemilihan dari dua alternatif pilihan yang tersedia.

Menurut Nugroho J. Setiadi mengatakan bahwa, “Proses pengambilan keputusan pembelian terdiri dari pengenalan masalah kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian”³.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian tahapan dimana konsumen benar – benar telah memutuskan untuk membeli produk yang ditawarkan.

Menurut Philip Kotler dan Gary Armstrong mengungkapkan bahwa, “Proses keputusan pembeli terdiri dari lima tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian”⁴.

² Leon G. Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior Eighth Edition*, (New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc, 2004), h. 547.

³ Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, (Jakarta: Kencana, 2008), h. 16.

⁴ Philip Kotler dan Gary Armstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*, (Jakarta: Erlangga, 2008), h. 179.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian berbagai alternatif yang dimiliki oleh konsumen, dimana suatu pengambilan keputusan merupakan proses yang dimulai dari pengenalan masalah yang kemudian dipecahkan melalui pembelian beberapa produk.

Senada Kotler dan Amstrong, Sutojo dan Kleinsteuber memaparkan bahwa keputusan pembelian terdiri dari lima tahapan, yaitu:

1. Pengenalan kebutuhan (*need recognition*)
2. Pencarian alternatif informasi (*alternative search for information*)
3. Penilaian berbagai macam informasi yang terkumpul (*alternative evaluation*)
4. Keputusan membeli (*purchase decision*)
5. Evaluasi pasca pembelian (*post purchase evaluation*)⁵.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata.

Kemudian, Freddy Rangkuti mengemukakan bahwa:

1. Faktor Budaya
 - a. Budaya terdapat faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen, seperti berikut ini:
 - b. Sub-budaya
 - c. Kelas sosial
2. Faktor Sosial
 - a. Keluarga
 - b. Peran dan status
3. Faktor Pribadi
 - a. Usia dan tahap siklus hidup
 - b. Pekerjaan dan lingkungan ekonomi
 - c. Gaya hidup
 - d. Kepribadian dan konsep diri⁶.

⁵ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang Efektif* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2009), h. 93

⁶ Freddy Rangkuti, *op.cit.*, h. 97.

Berdasarkan pendapat tersebut, keputusan pembelian terdapat tiga faktor yang mempengaruhi yaitu faktor budaya, faktor sosial dan faktor pribadi.

Swastha dan Irawan mengemukakan bahwa:

Keputusan pembelian sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari menganalisa keinginan dan kebutuhan, menilai beberapa sumber yang ada, menetapkan tujuan pembelian, mengidentifikasi alternatif pembelian, mengambil keputusan untuk membeli dan perilaku sesudah pembelian⁷.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian ada enam tahap dalam menyelesaikan masalah yang dimulai dengan menganalisa keinginan konsumen sampai dengan pasca perilaku sesudah pembelian.

Freddy Rangkuti menyatakan bahwa:

Proses pengambilan keputusan konsumen ada tujuh tahap, yaitu pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, pemakaian, evaluasi setelah pemakaian dan pelepasan (seperti membuang atau menjual kembali atau mendaur ulang)⁸.

Maka, dapat disimpulkan bahwa pengambilan keputusan yang dilakukan konsumen dalam membeli produk memiliki 7 tahapan yang dimulai dengan pengenalan kebutuhan dan diakhiri dengan tahapan pelepasan.

Kemudian, Kotler mengemukakan bahwa, “Keputusan pembelian, yaitu beberapa tahapan yang dilewati oleh konsumen jauh sebelum pembelian aktual dilakukan”⁹.

⁷ Basu Swastha dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty, 2008), h. 120.

⁸ Freddy Rangkuti, *op.cit.*, h. 122

⁹ Philip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran Edisi Kedua Belas Jilid 1*, (Jakarta: PT. Indeks, 2009), h. 235.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian keputusan pembelian adalah tahapan-tahapan yang dilewati oleh konsumen sebelum melakukan pembelian suatu produk.

Hawkins *et al.* mengatakan bahwa:

Proses pengambilan keputusan merupakan proses situasional yang dimulai dengan pengenalan masalah yang dilanjutkan dengan pencarian informasi untuk memecahkan masalah dengan pemilihan alternatif solusi dengan menentukan pilihan pembelian¹⁰.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian merupakan proses yang dimulai dari pengenalan masalah untuk memecahkan masalah dengan menentukan alternatif pilihan.

Bernard T. Wijaya mengemukakan bahwa :

Keputusan pembelian oleh konsumen (*pre-purchase phase*), dipengaruhi oleh *internal factors* (faktor internal), *external factors* (faktor eksternal), *firm produced factors* (faktor dari perusahaan itu sendiri), dan *risk* (resiko)¹¹.

Berdasarkan pendapat tersebut, keputusan pembelian terdiri dari empat faktor yaitu faktor internal, faktor eksternal, faktir dari perusahaan itu sendiri dan resiko.

Buchari Alma mengemukakan bahwa konsumen memiliki motif - motif pembelian yang mendorongnya untuk melakukan pembelian, terdiri dari:

1. Motif Pembelian Primer (*Primary Buying Motive*).
2. Motif Pembelian Selektif (*Selective Buying Motive*).

¹⁰ Bernard T. Widjaja, *Lifestyle Marketing* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2009) h. 31.

¹¹ *Ibid., op.cit.*, h. 32.

3. Motif Pembelian Perlindungan (*Patronage Buying Motive*)¹².

Jadi, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian terdiri dari tiga motif yang dapat mendorong konsumen dalam melakukan pembelian.

Berdasarkan pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian adalah suatu pengambilan keputusan dalam menyelesaikan masalah yang dilakukan oleh konsumen dalam membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginannya.

Kemudian, menurut Buchari Alma menyatakan bahwa terdapat faktor - faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian:

1. Kebudayaan (*Culture*).
2. Kelas Sosial (*Social Class*).
3. Keluarga (*Family*).
4. Klub-klub (*Referensi*)¹³.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat empat faktor, yaitu kebudayaan, kelas sosial, keluarga dan klub-klub yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Buchari Alma mengatakan bahwa keputusan pembelian terdiri dari lima tahapan dasar, yaitu:

1. *Need Recognition* (pengenalan kebutuhan).
2. *Information Search* (pencarian informasi).
3. *Evaluation of Alternatives* (evaluasi alternatif).
4. *Purchase Decision* (keputusan pembelian).
5. *Postpurchase Behavior* (perilaku paska pembelian)¹⁴.

¹² Buchari Alma, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, (Bandung: Alfabeta, 2011) h. 97.

¹³ Buchari Alma, *op.cit.*, h.98.

¹⁴ *Ibid.*, h. 104.

Proses keputusan pembelian:

1. Pengenalan kebutuhan (*Need Recogniton*) adalah seseorang merasakan adanya dorongan untuk membeli sesuatu. Dorongan tersebut bisa datang dari dalam (internal), misalnya diri sendiri atau karena dorongan dari luar (eksternal), misalnya pengaruh orang lain.
2. Pencarian informasi (*Information Search*) mengenai mau membeli apa, model bagaimana, dimana, maka seseorang mencari informasi yang dapat diperoleh dari sumber pribadi, seperti keluarga, teman. Dari sumber komersial seperti, iklan dan dari pengalaman masa lalu, pernah menggunakan suatu produk tersebut.
3. Evaluasi Alternatif (*Evaluation of Alternatives*) adalah cara konsumen dalam menggunakan informasi yang telah didapatkan untuk memilih dua atau lebih alternatif produk.
4. Keputusan pembelian (*Purchase Decision*) adalah suatu sikap yang diambil oleh konsumen dalam membeli produk mana yang paling disukai.
5. Perilaku paska pembelian (*Pospurchase Behavior*) adalah suatu proses terakhir dalam keputusan pembelian yang dimana menentukan konsumen akan melakukan pembelian secara terus menerus berdasarkan kepuasan atau ketidakpuasan mereka.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian terdapat lima tahapan dasar dalam melakukan proses keputusan pembelian.

Buchari Alma mengemukakan bahwa secara umum proses pengambilan keputusan membeli dapat dikategorikan dalam tiga bentuk, yaitu:

1. Pengambilan keputusan yang luas (*extended decision making*).

Disini akan banyak muncul pertimbangan karena banyaknya alternatif, seperti masalah merek, mutu, harga, model, kegunaan dan sebagainya.

2. Pengambilan keputusan terbatas (*limited decision making*).

Dalam hal ini, konsumen telah mengenal masalahnya, kemudian mengevaluasi hanya beberapa alternatif produk merek dan harga.

3. Pengambilan keputusan yang bersifat rutin, kebiasaan (*habitual decision making*).

Proses ini sangat sederhana, konsumen telah mengenal masalahnya dan sudah jelas pula merek yang akan ia beli, dimana membeli, keputusan cepat bisa diambil¹⁵.

Jadi, dapat disimpulkan bahwa terdapat tiga bentuk dalam proses pengambilan keputusan yaitu proses pengambilan yang luas (*extended decision making*), pengambilan keputusan terbatas (*limited decision making*) dan pengambilan keputusan yang bersifat rutin (*habitual decision making*).

¹⁵ *Ibid.*, h. 105.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa para ahli tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang dihadapi oleh konsumen ketika mereka hendak membeli kendaraan roda dua.

Dari penjelasan tersebut keputusan pembelian dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama, yaitu rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri, indikator kedua, yaitu rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain. Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator pertama, yaitu sumber komersil dengan sub indikator pertama, yaitu iklan (televisi, brosur dan *website*). Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu memilih diantara dua atau lebih produk sepeda motor. Dimensi keempat adalah keputusan pembelian dengan indikator pertama, yaitu membeli merek sepeda motor yang disukai (Honda *Beat*).

2. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan keseluruhan konsep objek atau proses yang memberikan sejumlah nilai manfaat untuk konsumen dengan produk yang akan digunakan. Setiap produk mempunyai keunggulan tertentu agar dapat tetap bersaing dengan produk lain. Dengan demikian, salah satu hal yang dicari pembeli terhadap produk adalah kualitas dari produk untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen.

Ayhari mengemukakan bahwa:

Kualitas adalah jumlah dari sifat-sifat produk, seperti daya tahan, kenyamanan, pemakaian, daya guna dan lain sebagainya. Kualitas selalu diidentifikasi dan dihubungkan dengan kegunaan khusus seperti panjang, lebar, warna, berat dan karakter produk lainnya¹⁶.

Berdasarkan pendapat tersebut, kualitas adalah suatu standar mutu dimana setiap unsur saling berhubungan serta dapat mempengaruhi kinerja dalam memenuhi harapan konsumen. Kualitas bukan hanya menekankan pada aspek hasil akhir, yaitu produk atau jasa akan digunakan oleh konsumen.

Philip Kotler mengemukakan bahwa *“A product is anything that be offered to a market for attention acquisition, use or consumption that might satisfy a want or need”*¹⁷.

Artinya, sebuah produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan kepasar untuk diperhatikan, dimiliki, dipakai atau dikonsumsi sehingga dapat memuaskan keinginan atau kebutuhan.

Berdasarkan pendapat tersebut, produk dapat memberikan kepuasan yang berbeda sehingga perusahaan dituntut untuk lebih kreatif terhadap produk yang dihasilkan.

Menurut Walter A Shewart menyatakan bahwa *“Kualitas produk sebagai serangkaian karakteristik yang melekat pada produk”*¹⁸.

¹⁶ Rudy Prihantoro, *Konsep Pengendalian Mutu* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012), h. 3.

¹⁷ Danang Sunyoto, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep, Strategi dan Kasus*, (Yogyakarta: CAPS, 2012), h. 69.

¹⁸ Mulyadi, *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*, (Jakarta: Salemba Empat, 2007), h. 42.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut kualitas produk merupakan karakteristik yang terdapat pada produk dan setiap atribut memerlukan biaya untuk memproduksinya.

Menurut Rosemary Varley mengatakan bahwa, *“Achieving consistency in the level of quality in the product range is very important to retailers in order to maintain customer trust and satisfaction”*¹⁹.

Artinya, mencapai konsistensi dalam tingkat kualitas sebagai produk sangat penting untuk pengecer menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

Menurut Kotler, Burton, Deans, Brown dan Armstrong, menguraikan bahwa, *“Product quality has two dimensions level and consistency. In developing a product, the marketer must first choose a quality level that will support the products positioning”*²⁰.

Artinya, kualitas produk memiliki dua dimensi yaitu tingkat dan konsistensi. Dalam mengembangkan produk, pemasar harus terlebih dahulu memilih tingkat kualitas yang akan mendukung penempatan produk.

Berdasarkan pendapat ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan tingkat konsistensi dalam menjaga kepercayaan dan kepuasan pelanggan.

¹⁹ Rosemary Varley, *Retail Product Management Buying Merchandising*, Third Edition (Routledge Taylor and Group, 2014), h. 100.

²⁰ Kotler, Burton, Deans, Brown, Armstrong, *Marketing 9th Edition*, (Person Australia, 2013), h. 285

Freddy Rangkuti, memaparkan bahwa, “kualitas produk adalah satu dari salah satu alat yang paling sering digunakan oleh pemasar untuk melakukan *positioning*”²¹

Hal ini diperkuat oleh Philip Kotler dan Gary Amstrong, mengatakan bahwa, “kualitas produk adalah salah satu sarana *positioning* utama pemasar”²².

Berdasarkan pendapat ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk merupakan sarana *positioning* dan pemilihan segmen pasar paling utama yang mempunyai dampak langsung pada kinerja produk atau jasa, untuk mendekatkan nilai-nilai pelanggan dan kepuasan pelanggan.

Menurut Philip Kotler dan Gary Amstrong mengatakan bahwa, “kualitas produk berarti kualitas kinerja kemampuan produk untuk melaksanakan fungsinya”²³.

Berdasarkan pendapat tersebut, kualitas produk merupakan kemampuan suatu produk untuk menjalankan fungsinya.

Menurut Philip Kotler memaparkan bahwa, “*The characteristics of a product that bear on its ability satisfy customer needs*”²⁴.

Artinya, karakteristik dari produk yang menanggung pada kemampuannya untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

²¹ Freddy Rangkuti, *Strategi Promosi Yang reatif & Analisis Integrated Marketing Communication* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009), h. 130.

²² Philip Kotler, Gary Amstrong, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi kedua belas, Jilid 1 (Jakarta: Erlangga, 2006), h. 272.

²³ *Ibid.* h. 273.

²⁴ Ricky W. Griffin, *Manajemen 10th Edition*. (South-Westren: Cengage Learning, 2011), h. 693.

Kemudian, Willian menguraikan bahwa, “*Product quality refers to the overall characteristics of a product that allow it to perform as expected in customers needs*”²⁵.

Artinya, kualitas produk mengacu pada karakteristik keseluruhan produk yang memungkinkan untuk melakukan seperti apa yang diharapkan dalam kebutuhan pelanggan.

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan kualitas produk adalah keseluruhan ciri-ciri dan karakteristik dari suatu produk atau jasa dalam hal untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Thomas S. Kaihatu, Achmad Daengs, Agoes Tinus Lis Indrianto memaparkan bahwa kualitas produk memiliki empat dimensi, sebagai berikut:

1. *Performance*, fungsi utama sebuah produk.
2. *Reliability*, yaitu tingkatan dimana produk dapat memberikan manfaatnya secara sempurna setelah periode waktu tertentu.
3. *Conformance*, merupakan kesesuaian antara fungsi dan desain produk dengan standar yang diberikan perusahaan.
4. *Durability*, merupakan manfaat yang bisa diberikan atau konsumsi oleh konsumen dalam jangka waktu tertentu²⁶.

Jadi, kualitas produk ada empat dimensi yaitu *performance* (kinerja), *reliability* (kehandalan), *conformance* (kontormasi) dan *durability* (durable).

²⁵ Wilian Pride, Ferrell, *Marketing*, (South-Westren: Cengage Learning, 2010), h. 317.

²⁶ Thomas S. Kaihatu, Achmad Daengs, Agoes Tinus Lis Indrianto, *Manajemen Komplain*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2015), h, 71-72.

David Garvin memaparkan bahwa delapan dimensi yang dapat digunakan untuk menganalisis karakteristik kualitas produk, sebagai berikut:

1. Peformansi (*Perfomance*)
2. Features
3. Keandalan (*reliability*)
4. Konformans (*conformance*)
5. Durabilitas (*durability*),
6. Kemampuan pelayanan (*serviceability*)
7. Estetika (*esthetics*)
8. Kualitas yang dirasakan (*perceived quality*)²⁷.

Delapan dimensi karakteristik kualitas produk:

1. Berkaitan dengan aspek fungsional dari produk itu dan merupakan karakteristik utama yang dipertimbangkan konsumen ketika ingin membeli suatu produk.
2. Merupakan aspek kedua dari performansi yang menambah fungsi dasar, berkaitan dengan pilihan-pilihan dan pengembangannya.
3. Berkaitan dengan probabilitas atau kemungkinan suatu produk melaksanakan fungsinya secara berhasil dalam periode waktu tertentu di bawah kondisi tertentu.
4. Berkaitan dengan tingkat kesesuaian produk terhadap spesifikasi yang telah ditetapkan sebelumnya berdasarkan keinginan konsumen. Merefleksikan derajat dimana

²⁷ Vincent Gasperzs, *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis* (Indonesia: Gramedia, 2005) h. 119.

karakteristik disain produk dan karakteristik operasi memenuhi standar yang telah ditetapkan. Sering didefinisikan sebagai konformans, terhadap kebutuhan (*conformance to requirements*). Karakteristik ini mengukur banyaknya atau presentase produk yang gagal memenuhi sekumpulan standar yang telah ditetapkan dan oleh karena itu perlu dikerjakan ulang atau di perbaiki.

5. Merupakan ukuran masa pakai suatu produk. Karakteristik yang berkaitan dengan ini berkaitan dengan daya tahan dari produk itu.
6. Merupakan karakteristik yang berkaitan dengan keceparan, keramahan / kesopanan, kompetensi dan kemudahan, serta akurasi dalam perbaikan.
7. Merupakan karakteristik yang bersifat subyektif sehingga berkaitan dengan pertimbangan pribadi dan refleksi dari preferensi individual. Dengan demikian, estetika dari suatu produk lebih banyak berkaitan dengan perasaan pribadi dan mencakup karakteristik tertentu seperti: keelokan, kemulusan, suara yang merdu, selera dan lain-lain.
8. Bersifat subjektif, berkaitan dengan perasaan konsumen dalam mengkonsumsi produk itu seperti, meningkatkan harga diri. Merupakan karakteristik yang berkaitan dengan reputasi (*brand image*).

Jadi, dapat disimpulkan bahwa dalam menganalisis karakteristik kualitas produk menggunakan delapan dimensi yaitu, performansi, features, keandalan, konformans, durabilitas, kemampuan pelayanan, estetika dan kualitas yang dirasakan.

Berdasarkan penjelasan dari beberapa para ahli tersebut, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kualitas produk adalah serangkaian karakteristik yang melekat pada produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

Dari penjelasan tersebut kualitas produk dapat diukur dengan lima dimensi. Dimensi pertama adalah *performance* dengan indikator pertama ialah karakteristik utama dengan sub indikator pertama suara mesin sepeda motor halus dan sub indikator kedua ialah design sepeda motor yang menarik. Dimensi kedua adalah fitur dengan indikator pertama ialah *secure key shutter*, indikator kedua ialah *parking brake lock*, indikator ketiga rak ganda multifungsi, indikator keempat *side stand switch*. Dimensi ketiga adalah kendalan dengan indikator pertama ialah tidak mudah rusak (melaksanakan fungsinya dengan berhasil atau sepeda motor tidak rusak setelah dibeli dan dipakai). Dimensi keempat yaitu durabilitas dengan indikator pertama ialah masa pakai (jangka waktu pakai lama).

3. Merek

Merek merupakan salah satu aset organisasi paling berharga bagi produsen, merek berperan penting dalam identifikasi produk dan perusahaan untuk menjamin kualitas, sarana menciptakan asosiasi dan sarana keunggulan kompetitif. Tanpa merek yang kuat dan positif, sulit bagi

suatu perusahaan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. Oleh karena itu, merek yang positif memiliki efek untuk sebuah produk yang dibeli konsumen.

Thamrin Abdullah, Francis Tantri menguraikan bahwa, “Merek adalah janji penjual untuk menyampaikan kumpulan sifat, manfaat dan jasa spesifik secara konsisten kepada pembeli”²⁸.

Menurut Philip Kotler & Gary Amstrong menyatakan bahwa, “Merek (*brand*) adalah sebuah nama, istilah, tanda, lambang atau desain, atau kombinasi semua ini. Yang menunjukkan identitas pembuat atau penjual produk atau jasa”²⁹.

Berdasarkan pendapat tersebut, merek merupakan sebuah identitas penjual produk maupun jasa.

Menurut Noel Capon dan James M. Hulbert mengemukakan bahwa, “*Brands are a part of everyday life for both consumers and organizations. They are distinguishing names and symbols, such as logos, trademarks, package designs and spokespersons*”³⁰.

Artinya, merek adalah bagian dari kehidupan sehari-hari bagi konsumen dan organisasi. Merek membedakan nama dan simbol-simbol, seperti logo, merek dagang, desain kemasan dan juru bicara.

²⁸ Thamrin Abdullah, Francis Tantri, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: Rajagrafindon Persada, 2012), h. 161.

²⁹ Philip Kotler & Gary Amstrong, *op. cit.*, h.275.

³⁰ Noel Capon & James M. Hulbert, *Marketing Management In The 21st Century*, (United States of America: Prentice-Hall, 2001), h. 274.

Berdasarkan pendapat tersebut, merek merupakan suatu hal yang sangat berpengaruh dan penting bagi kebutuhan untuk menentukan pilihan.

Sementara itu, de Chernatony dan McDonald berpendapat bahwa, *“brand is an identifiable product, service, person or place, augmented in such a way that the buyer or user perceives relevant, unique, sustainable added values which match their needs most closely”*³¹.

Artinya, merek adalah produk, layanan, orang atau tempat diidentifikasi, ditambah sedemikian rupa bahwa pembeli atau pengguna merasakan, unik, nilai tambah berkelanjutan yang relevan dan sesuai dengan kebutuhan mereka yang paling dekat".

Berdasarkan pendapat tersebut, merek bertujuan untuk membuat perbedaan barang dengan unik dan relevan sesuai kebutuhan.

Kemudian, Arker mengemukakan bahwa, *“A brand is a distinguishing name and or/symbol intended to identify the goods or services of one seller from those of competitors”*³².

Artinya, merek adalah nama yang membedakan dan atau simbol dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari satu penjual ke para pesaingnya.

Berdasarkan pendapat tersebut, merek bertujuan untuk membedakan barang dan jasa yang mempunyai kualitas baik atau tidak dari penjual atau pesaing.

³¹ Andi M. Sadat, *Brand Belief Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*, (Jakarta: Salemba Empat 2009,), h 19.

³² Jean-Noel Kapferer, *The New Strategic Brand Management Advanced Insight and Strategic Thinking Fifth Edition*, (India: Replika Press, 2012), h. 11.

Menurut Buchari Alma bahwa, merek atau cap ialah suatu tanda atau simbol yang memberikan identitas suatu barang atau jasa tertentu yang dapat berupa kata-kata, gambar atau kombinasi keduanya”³³.

Berdasarkan pendapat tersebut, merek merupakan identitas dari suatu barang dan jasa untuk mengenali barang atau jasa tersebut.

Menurut Kotler & Gary mengemukakan bahwa:

*A brand is a name, term, sign, symbol or design, or a combination of these, intended to identify the goods or service of one seller or group of sellers and to differentiate them from those of competitors*³⁴.

Artinya, *brand* atau cap adalah sebuah nama, istilah, tanda, simbol atau desain atau kombinasinya yang bertujuan untuk mengidentifikasi barang atau jasa yang membedakan suatu produk dengan produk saingan.

Berdasarkan pendapat tersebut, merek berguna untuk sebuah penandaan barang yang membuat konsumen dapat melihat perbedaan dari yang lain.

Menurut Bil Gates mengatakan bahwa “Merek salah satu faktor terpenting bagi keberhasilan penguasaan pasar”³⁵.

Jadi, merek merupakan faktor terpenting keberhasilan pasar.

Menurut (UU No. 19 Tahun 1992) pasal 1 ayat 1 sampai 5:

Merek adalah tanda yang berupa gambar, nama, kata, huruf-huruf, angka-angka, susunan warna, atau kombinasi dari unsur-unsur

³³ Buchari Alma, *Loc, Cit, Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa Edisi Revisi*, (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 147.

³⁴ *Ibid*, h. 147

³⁵ Jackie Ambadar, Miranty Abidin, Yanty Isa, *Mengelola Merek*, (Jakarta: Katalog Dalam Terbitan, 2007), h. 2.

tersebut yang memiliki daya pembeda dan digunakan dalam kegiatan perdagangan barang atau jasa³⁶.

Jadi, dapat disimpulkan merek merupakan karakteristik untuk mengenali barang atau jasa.

American Marketing Association (AMA) mendefinisikan:

A brand is a “name, term, sign, symbol or design or combination of them, intended to identify the goods and services of one seller or group of seller and to differentiate them form those of competition”³⁷.

Artinya, merek adalah nama, istilah, tanda, simbol atau desain atau kombinasi dari keseluruhannya, yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari penjual atau sekelompok penjual, agar dapat dibedakan dari kompetitornya.

Berdasarkan definisi di atas, merek merupakan nama, istilah, tanda atau simbol yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi suatu produk agar memiliki perbedaan dari produk pesaing lainnya.

Menurut Jackie Ambadar, Miranty Abidin, Yanty Isa, mengemukakan bahwa, “Merek adalah *intangibile asset*, yang berarti kepercayaan, reputasi dan janji sebuah produk atau jasa terhadap konsumennya”³⁸.

Menurut Bruce J.Walker berpendapat bahwa, “*A brand is a name, term, symbol and or special design that is intended to identity the goods or service of one seller or group of sellers*”³⁹.

³⁶ Buchari Alma, *Op Cit*, h. 148.

³⁷ Kevin Lane Keller, *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, Third Edition (New Jersey: Pearson Education, 2003), h. 2.

³⁸ Jackie Ambadar, Miranty Abidin, Yanty Isa, *Loc. Cit*, h. 27.

³⁹ Danang Sunyoto, *op.cit*, h. 102.

Artinya, sebuah merek adalah suatu nama, istilah, tanda atau desain atau gabungan semua yang diharapkan mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau sekelompok penjualan.

Jadi, merek merupakan desain atau gabungan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari para pesaing.

Philip Kotler mengemukakan bahwa, Merek adalah nama, istilah, tanda, *symbol*, atau rancangan, atau kombinasi hal-hal tersebut. yang dimaksudkan untuk mengidentifikasi barang atau jasa dari seorang atau sekelompok penjual dan untuk membedakannya dari produk pesaing⁴⁰.

Berdasarkan pendapat tersebut, merek merupakan rancangan untuk mengidentifikasi barang dan jasa dari produk pesaing.

Sedangkan, menurut Philip Kotler, merek memiliki enam tingkat pengertian, yaitu:

1. Atribut : Merek mengingatkan pada atribut - atribut tertentu.
2. Manfaat : Suatu merek lebih dari serangkai atribut.
3. Nilai : Merek merupakan nilai produsen.
4. Budaya : Merek juga mewakili budaya tertentu.
5. Kepribadian : Merek juga mencerminkan kepribadian tertentu.
6. Pemakai : Merek menunjukkan jenis konsumen yang membeli atau menggunakan produk tersebut⁴¹.

Semua ini menunjukkan bahwa merek merupakan simbol yang kompleks. Jika suatu perusahaan memperlakukan merek hanya sebagai nama, perusahaan tersebut tidak melihat tujuan merek yang sebenarnya.

⁴⁰ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran Edisi Bahasa Indonesia Jilid 2*, (Jakarta: PT Pabelan Surakarta), h. 63.

⁴¹ *Ibid*, h. 63.

Dari beberapa pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa merek adalah sebuah nama yang menunjukkan identitas dari sebuah produk.

Berdasarkan penjelasan tersebut merek dapat diukur dengan satu dimensi. Dimensinya adalah identitas dengan indikator pertama ialah tanda indikator kedua ialah simbol indikator ketiga ialah gambar indikator keempat logo.

B. Hasil Penelitian yang Relevan

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh :

1. Daniel Tampi, Agus Supandi Soegoto, Jacky S. B. Sumarauw dengan judul: **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT. Daya Adicipta Wisesa (*The Effect of Product Quality , Price, and Attractiveness of Advertising on Purchase Decision Motor Cycle Honda Scoopy at PT. Daya Cipta Wisesa*)”**. Jurnal EMBA, Vol.4 No.1 Maret 2016, ISSN: 2303-1174, Hal. 990-999.

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer yang di peroleh melalui kuesioner ini dibagikan kepada konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor Honda Scoopy pada PT. Daya Adicipta Wisesa Manado. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas produk, Harga dan Daya Tarik Iklan secara simultan dan parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Scoopy. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, harga dan daya tarik iklan

terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT Daya Adicipta Wisesa, pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda *Scoopy* pada PT Daya Adicipta Wisesa. Berdasarkan landasan teori dan hasil penelitian terdahulu maka hipotesis kualitas produk diduga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda *Scoopy* pada PT Daya Adicipta Wisesa. Tempat penelitian ini dilakukan di PT Daya Adicipta Wisesa. Periode waktu penelitian dimulai akhir bulan oktober sampai November 2016. Populasi penelitian ini adalah konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor Honda Scoopy pada PT Dayacipta Wisesa selama 3 tahun terakhir sebanyak 211 konsumen. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus slovin sebanyak 68 responden. Metode pengumpulan data observasi, kuesioner, wawancara. Metode analisis uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, analisis regresi linear berganda. Kualitas pproduk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda *Scoopy* pada PT Daya Adicipta Wisesa.

2. Dhio Rayen Rawung, Sem G. Oroh, Jacky S. B. Sumarauw dengan judul: ***“Analisis Kualitas Produk, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado (The Analysis Of Product Quality, Brand And Price On Purchase Decision In Motorcycle Suzuki PT. Sinar Galesong Pratama Manado)”***. Jurnal EMBA, Vol.3 No.3 Sept. 2015, ISSN: 2303-11, Hal, 1298-1308.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh kualitas produk, merek, dan harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado. Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian asosiatif dengan analisis Regresi Linier Berganda. Jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan variabel kualitas produk, merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan secara parsial kualitas pruduk tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian, namun merek dan harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor.

3. Melvern Tamunu, Ferdinand Tumewu dengan judul : ***“Analizing The Influnce Of Price and Product Quality On Buying Decision Honda Matic Motorcycles in Manado”***. Jurnal EMBA, Vol.2 No.3 September 2014, ISSN: 2303-1174, Hal. 1255-1263.

This study aims to determine the influence of price and product quality on buying decision Honda matic motorcycles in Manado. This research used quatitative method. The analytical method used was multiple linear regression analysis. The data used in this research is primary data obtain through the questionnaire. The population in this study is the owner of the Honda motorcycle. Samples are taken from 100 respondents using purposive sampling technique. The results of the study variables price and product quality variables simultaneously against influential buying decision.

Artinya, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kualitas produk pada keputusan pembelian sepeda motor Honda *matic* di Manado. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Metode analisis yang digunakan adalah analisis regresi linear berganda. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer diperoleh melalui kuesioner. Populasi dalam penelitian ini adalah pemilik sepeda motor Honda. Sampel yang diambil ialah 100 responden dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil dari variabel penelitian dan kualitas produk secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian.

4. Anna Krizanova, Lubica Stefanikova dengan judul : ***“Importance Of The Brand For Consumer Purchasing Decision In The Slovak Republic”***. Business System and Economics, No. 2 (2), 2012, ISSN: 2029-8234.

The paper mainly deals with importance of branding in consumer purchasing decision, in a sampel of 800 respondents in Slovakia. The purpose of the research was to identify potential brand influence on purchasing behavior, The research method was a questionnaire. There is correlation between income and brand influence on purchasing behavior.

Artinya, penelitian ini berkaitan dengan pentingnya merek dalam keputusan pembelian pada konsumen, dengan sampel 800 responden di Slovakia. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi pengaruh merek terhadap keputusan pembelian. Metode penelitian menggunakan kuesioner. Ada korelasi antara pendapatan merek terhadap keputusan pembelian.

Tabel II 1
Matriks Hasil Penelitian Terdahulu

No	Judul	Peneliti	Variabel	Kualitas Produk	Merek	Keputusan Pembelian
1	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT. Daya AdiCipta Wisesa	Daniel tapi, Agus Supandi Soegoto, Jacky S. B. Sumarauw	Kualitas Produk (X_1), Harga (X_2), Daya Tarik Iklan (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y)	v		v
2	Analisis Kualitas Produk, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado	Dhio Rayen Rawung, Sem G.Oroh, Jacky S.B Sumarauw	Kualitas Produk (X_1), Merek (X_2), Harga (X_3) dan Keputusan Pembelian (Y)	v	v	v
3	<i>Analizing The Influnce Of Price and Product Quality On Buying Decision Honda Matic Motorcycles in Manado</i>	Melvorn Tamunu, Ferdinand Tumewu	Harga (X_1), Kuaitas Produk (X_2) dan Keputusan Pembelian (Y)	v		v
4	<i>Importance Of The Brand For Consumer Purchasing Decision In The Slovak Republic</i>	Anna Krizanova, Lubica Stefanikova	Merek (X) dan Keputusan Pembelian (Y)		v	v

Terdapat perbedaan dan persamaan antara penelitian atau jurnal terdahulu dengan penelitian yang dilakukan peneliti, akan dipaparkan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel II 2.
Persamaan dan Perbandingan Penelitian

Penelitian Terdahulu (Jurnal)	Yang digunakan Peneliti
Jurnal 1	
Judul	<p>“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda <i>Scoopy</i> Pada PT. Daya Adicipta” Jurnal EMBA, Vol.4 No.1 Maret 2016, ISSN: 2303-1174, Hal. 990-999.</p> <p>Hubungan Antara Kualitas Produk dan Merek Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda <i>Beat</i> Pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta</p>
Tujuan	<p>1. Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Daya Tarik Iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda PT. Daya Adicipta Wisesa.</p> <p>2. Pengaruh Kualitas Produk terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda <i>Scoopy</i> pada PT. Daya Adicipta Wisesa.</p> <p>3. Pengaruh Harga terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda <i>Scoopy</i> pada PT. Daya Adicipta Wisesa.</p> <p>4. Pengaruh Daya Tarik Iklan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda pada PT. Daya Adicipta Wisesa.</p> <p>1. Mengetahui hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.</p> <p>2. Mengetahui hubungan antara merek dengan keputusan pembelian.</p>
Populasi	<p>Konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor Honda <i>Scoopy</i> pada PT Adicipta Wisesa selama 3 tahun terakhir sebanyak 211 konsumen</p> <p>Seluruh Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta</p>
Sampel	<p>68 Responden</p> <p>106 Responden</p>

Teknik Sampling		<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis Data	Regresi Linier Berganda	Regresi Linier Sederhana dan Korelasional
Jurnal 2		
Judul	“Analisis Kualitas Produk, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado” Jurnal EMBA, Vol.2 No.3 September 2014, ISSN: 2303-1174, Hal. 1255-1263.	Hubungan Antara Kualitas Produk dan Merek Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda <i>Beat</i> Pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kualitas produk, merek, dan harga secara simultan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado. 2. Kualitas produk secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado. 3. Merek secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado. 4. Harga secara parsial terhadap keputusan pembelian sepeda motor Suzuki pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. 2. Mengetahui hubungan antara merek dengan keputusan pembelian.
Populasi	Konsumen yang membeli atau konsumen pengguna sepeda motor Suzuki tahun 2015 pada PT Sinar Galesong Pratama Manado	Seluruh Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta
Sampel	100 Responden	106 Responden
Teknik Sampling	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis Data	Regresi Linier Berganda	Regresi Linier Sederhana dan Korelasional

Jurnal 3		
Judul	<p>“<i>Analizing The Influnce Of Price and Product Quality On Buying Decision Honda Matic Motorcycles in Manado</i> (Analisis Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda <i>Matic</i> di Manado)”. Jurnal EMBA, Vol.2 No.3 September 2014, ISSN: 2303-1174, Hal. 1255-1263.</p>	<p>Hubungan Antara Kualitas Produk dan Merek Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda <i>Beat</i> Pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta</p>
Tujuan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Harga dan kualitas produk secara simultan mempengaruhi keputusan pembelian Honda <i>Matic</i> sepeda motor di Manado. 2. Kualitas produk secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda <i>Matic</i> di Manado. 3. Harga secara parsial mempengaruhi keputusan pembelian sepeda motor Honda <i>matic</i> di Manado. 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengetahui hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. 2. Mengetahui hubungan antara merek dengan keputusan pembelian.
Populasi	Populasi yang digunakan dalam penelitian ini pengguna sepeda motor Honda di Kota Manado	Seluruh Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta
Sampel	100 Responden	106 Responden
Teknik Sampling	<i>Purposive Sampling</i>	<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis Data	Regresi Linier Berganda	Regresi Linier Sederhana dan Korelasional
Jurnal 4		
Judul	<p>“<i>Importance Of The Brand For Consumer Purchasing Decision In The Slovak Republic</i>” Pentingnya merek untuk keputusan pembelian konsumen dalam Republik Slovakia. Business System and Economics, No. 2 (2), 2012, ISSN: 2029-8234</p>	<p>Hubungan Antara Kualitas Produk dan Merek Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda <i>Beat</i> Pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta</p>

Tujuan	1. Merek dan keputusan pembelian saling mempengaruhi	2. Mengetahui hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. 3. Mengetahui hubungan antara merek dengan keputusan pembelian.
Populasi	Konsumen Republik Slowakia	Seluruh Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta
Sampel	800 Responden	106 Responden
Teknik Sampling		<i>Purposive Sampling</i>
Teknik Analisis Data	Regresi Linier Berganda	Regresi Linier Sederhana dan Korelasional

C. Kerangka Teoretik

Suatu perusahaan agar dapat sukses dalam persaingan adalah berusaha mencapai tujuan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan, sebab dalam hal ini pelanggan adalah kunci keuntungan. Setiap perusahaan berupaya menghasilkan kualitas produk yang diinginkan konsumen agar konsumen melakukan pembelian pada barang dan jasa tersebut.

Cateora dan Graham mengungkapkan bahwa:

Kualitas produk merupakan kriteria yang paling penting dalam membeli. Bagi produk konsumen dan industri sejenis, alasan yang sering dikemukakan dalam memilih merek tertentu dibandingkan dengan yang lain adalah kualitas yang lebih baik dengan harga yang bersaing⁴².

⁴² Philip R. Cateora dan John L.Graham, *Pemasaran internasional Edisi 13 Buku 2* (Jakarta: Salemba empat, 2007), h. 39.

Berdasarkan pendapat tersebut, kualitas produk kriteria yang paling penting dalam memutuskan pembelian, sebab perusahaan berlomba-lomba untuk menawarkan produk dengan kualitas yang sesuai dengan harapan konsumen karena kualitas adalah hal terpenting sebelum konsumen melakukan pembelian.

Joseph P.Cannon *et, al*, berpendapat bahwa:

Keputusan pembelian yang mempengaruhi kualitas produk sebuah perusahaan sangat penting. Perusahaan-perusahaan pelanggan mungkin mengevaluasi para pemasok dari seluruh dunia untuk mendapatkan pemasok yang paling mampu memenuhi kebutuhan mereka⁴³.

Berdasarkan pendapat tersebut, keputusan pembelian mempengaruhi kualitas produk, sebab konsumen hanya menginginkan kualitas produk yang terbaik, yang nantinya konsumen akan melakukan pembelian secara ulang, untuk itu sebelum kualitas produk dikonsumsi oleh konsumen, perusahaan mengevaluasi barang atau jasa yang akan dipakai konsumen agar konsumen tidak merasa kecewa dengan kualitas produk tersebut.

Menurut Freddy Rangkuti berpendapat bahwa, “Merek merupakan hal yang sangat penting, baik bagi konsumen, maupun produsen. Dari sisi konsumen, merek mempermudah pembelian”.

Freddy Rangkuti juga mengutarakan bahwa, “Bila tidak ada merek, konsumen harus mengevaluasi semua produk yang tidak memiliki merek setiap kali mereka akan melakukan pembelian”.

⁴³ Joseph P. Cannon et al, *Pemasaran Dasar edisi 16*, (Jakarta: Salemba Empat, 2008), h. 216.

Merek juga membantu meyakinkan konsumen bahwa mereka akan mendapatkan kualitas yang konsisten ketika mereka membeli produk tersebut⁴⁴.

Berdasarkan pendapat tersebut, merek merupakan produk dan jasa yang selalu memiliki merek yang kuat, keberadaan merek mampu menarik minat konsumen untuk memakai produk tersebut, yang nantinya akan menjadi pilihan konsumen.

Menurut Freddy Rangkuti mengemukakan bahwa:

Keputusan membeli adalah bilamana tidak ada faktor – faktor lain yang mempengaruhinya, konsumen membeli produk dengan merek yang menjanjikan paling banyak atribut yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka⁴⁵.

Berdasarkan pendapat tersebut, konsumen akan memilih produk yang mempunyai kualitas yang terbaik yang mempunyai kumpulan dari atribut-atribut yang nyata maupun tidak nyata, termasuk di dalamnya kemasan, warna, harga, kualitas dan merek ditambah dengan jasa dan reputasi penjualannya.

Jackie Ambadar, Miranty Abidin & Yanty Isa berpendapat bahwa, “Merek merupakan janji yang diucapkan oleh produsen terhadap konsumen atas kualitas produk yang akan mereka hasilkan”⁴⁶.

Berdasarkan pendapat tersebut, merek adalah janji yang dilakukan produsen untuk konsumen agar mendapatkan kualitas produk terbaik,

⁴⁴ Freddy Rangkuti, *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 5.

⁴⁵ Freddy Rangkuti, *Op. Cit.*, h. 95.

⁴⁶ Jackie Ambadar, Miranty Abidin & Yanty Isa, *Op. Cit.*, h. 13.

konsumen akan merasa puas bila mendapatkan kualitas produk sesuai dengan yang diharapkan.

Philip Kotler & Gary Armstrong berpendapat bahwa, Konsumen membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian⁴⁷.

Berdasarkan pendapat tersebut, konsumen membeli barang atau jasa dipengaruhi oleh adanya merek yang membuat konsumen akan memutuskan untuk membeli.

D. Perumusan Hipotesis

Berdasarkan kerangka teoretik, maka perumusan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.
2. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara merek dengan keputusan pembelian.

⁴⁷ Philip Kotler & Gary Armstrong, *Op. Cit*, h. 181.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

A. Tujuan Penelitian

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (*reliable*) tentang:

1. Hubungan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.
2. Hubungan antara merek dengan keputusan pembelian.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

1. Tempat penelitian

Tempat penelitian dilaksanakan di warga RW 07 Kecamatan Cakung Kelurahan Jatinegara di Jakarta. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan bahwa di tempat tersebut terdapat masalah mengenai keputusan pembelian sepeda motor Honda *Beat*. Selain itu, karena faktor keterjangkauan, yaitu kesediaan ketua RW 07 menerima dan memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti di lingkungan RW 07 tersebut, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian.

2. Waktu penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 3 (tiga) bulan, yaitu terhitung dari bulan Maret 2017 sampai dengan Juni 2017. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

C. Metode Penelitian

1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu”⁴⁸. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Menurut Lawrence dalam buku Sugiyono mengatakan bahwa:

*Survey are quantitative beasth. The survey ask many people (call respondent) about their belief, opinions, characteristic and past or present behavior. Survey are appropriate for research questions about self reported belief of behavior*⁴⁹.

Artinya, penelitian survei adalah penelitian kuantitatif. Dalam penelitian *survey*, peneliti menanyakan ke beberapa orang (yang disebut

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, (Bandung: Alfabeta, 2007), h. 3.

⁴⁹ *Ibid.*, h. 12.

dengan responden) tentang keyakinan, pendapat, karakteristik suatu objek dan perilaku yang telah lalu atau sekarang. Penelitian survei berkenaan dengan pertanyaan tentang keyakinan dan perilaku dirinya sendiri.

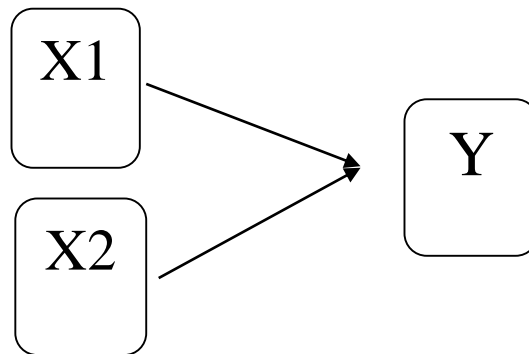
Sedangkan, pendekatan yang dilakukan adalah korelasional. Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat dilihat hubungan antara variabel bebas (kualitas produk) yang diberi simbol X_1 dengan variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi. dan hubungan antara variabel bebas (merek) yang diberi simbol X_2 dengan variabel terikat (keputusan pembelian) yang diberi simbol Y sebagai variabel yang dipengaruhi.

2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa:

1. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.
2. Terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.

Maka, konstelasi hubungan antar variabel penelitian tersebut dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel Bebas (X1) : Kualitas Produk

Variabel Bebas (X2) : Merek

Variabel Terikat (Y) : Keputusan Pembelian

—————> : Arah Hubungan

D. Populasi dan Sampling

Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau objek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk mempelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”⁵⁰.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga RT 06, RT 07 dan RT 08 RW 07. Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan survei awal melalui wawancara langsung diketahui bahwa warga RT 06, RT 07 dan RT 08 tersebut banyak konsumen yang melakukan keputusan pembelian sepeda motor Honda *Beat*.

⁵⁰ *Ibid.*, h. 119.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”⁵¹. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*.

Sugiyono mengatakan bahwa “*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”⁵². Yaitu konsumen yang melakukan pembelian sepeda motor Honda *Beat*.

Dalam penelitian ini yang menjadi sampel adalah warga Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta yang memutuskan membeli sepeda motor Honda *Beat* yang berjumlah 106orang.

E. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian meneliti tiga variabel, yaitu kualitas produk (variabel X_1), merek (variabel X_2) dan keputusan pembelian (variabel Y). Adapun instrumen untuk mengukur ketiga variabel tersebut akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)

a. Definisi Konseptual

Keputusan pembelian adalah suatu proses penyelesaian masalah yang dihadapi oleh konsumen ketika mereka hendak membeli kendaraan roda dua.

b. Definisi Operasional

Keputusan pembelian dapat diukur dengan empat dimensi. Dimensi pertama adalah pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama, yaitu rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri,

⁵¹ *Ibid.*, h. 120.

⁵² *Ibid.*, h. 126.

indikator kedua, yaitu rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain. Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator pertama, yaitu sumber komersil dengan sub indikator pertama, yaitu *website*, iklan dan wiraniaga. Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu memilih diantara dua atau lebih produk sepeda motor. Dimensi keempat adalah pembelian dengan indikator pertama, yaitu membeli merek sepeda motor yang disukai (Honda *Beat*).

c. Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel keputusan pembelian. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi – kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.1.

Tabel III. 1.

Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		<i>Drop</i>	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan Kebutuhan	Rangsangan Internal	Diri sendiri	1,2	28	28	1,2		1,2	

	Rangsangan Eksternal	Pengaruh orang lain	3,4,5,6,7,8			3,4,5,6,7,8		3,4,5,6,7,8	
Pencarian Informasi	Sumber Komersial	<i>Website</i>	9, 10	11		9,10	11	9,10	11
		Iklan	12, 13, 14, 15, 17	16		12, 13, 14, 15, 17	16	12,13, 14,15, 17	16
		Wiraniaga	18,19	27	27	18, 19		18,19	
Evaluasi Alternatif	Memilih diantara dua atau lebih produk sepeda motor		20, 21	25, 26	25	20, 21	26	20,21	25
Pembelian	Membeli merek sepeda yang disukai (Honda <i>Beat</i>).		22, 23,	24		22, 23	24	22,23	24

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III. 2.**Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian**

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian

Proses pengembangan instrumen keputusan pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada Tabel III.1 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel keputusan pembelian.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada Tabel III.1.

Setelah konsep instrumen disetujui langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 warga RT 08 RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta diluar sampel, yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}x_t}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}}^{53}$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$. Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan dari 28 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 25 pernyataan.

Selanjutnya dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

⁵³ Djaali dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan* (Jakarta: Grasindo, 2008), h. 86.

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right]^{54}$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
 k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
 $\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor butir
 st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n}^{55}$$

Dimana:

- S_i^2 = Simpangan baku
 n = Jumlah populasi
 $\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X
 $\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,87$, $St^2 = 122,46$ dan r_{ii} sebesar 0,86627 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 9 halaman 109). Hal ini menunjukkan bahwa, koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa, instrumen yang berjumlah 25 butir pernyataan inilah yang akan

⁵⁴ *Ibid.*, h. 89.

⁵⁵ Sudjana, *Metoda Statistika*, (Bandung: PT. Tarsito, 2005), h. 94.

digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur keputusan pembelian.

2. Kualitas Produk (Variabel X1)

a. Definisi Konseptual

Kualitas produk adalah serangkaian karakteristik yang melekat pada produk untuk memenuhi kebutuhan pelanggan.

b. Definisi Operasional

Kualitas produk dapat diukur dengan lima dimensi. Dimensi pertama adalah *performance* dengan indikator pertama ialah karakteristik utama dengan sub indikator pertama suara mesin sepeda motor halus dan sub indikator kedua ialah design sepeda motor yang menarik. Dimensi kedua adalah fitur dengan indikator pertama ialah *secure key shutter*, indikator kedua ialah *parking brake lock*, indikator ketiga rak ganda dan indikator keempat *side stand switch*. Dimensi ketiga adalah kendalan dengan indikator pertama ialah tidak mudah rusak. Dimensi keempat, yaitu durabilitas dengan indikator pertama ialah masa pakai (jangka waktu pakai lama).

c. Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Produk

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk yang diuji cobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel kualitas produk. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-

butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi – kisi instrumen dapat dilihat pada Tabel III.3.

Tabel III. 3.
Kisi-Kisi Instrumen Kualitas Produk (Variabel X₁)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
<i>Performance</i>	Karakteristik Utama	Suara mesin sepeda motor halus	1,2,3	5,9		1,2,3	5,9	1,2,3	5,8
		Design sepeda motor yang menarik	4,6,7,8,10	12,26	6	4,7,8,10	12,26	4,6,7,9	11,24
Fitur	<i>Secure Key Shutter</i>		11,23			11,23		10,24	
	<i>Parking Brake Lock</i>		13	22	13		22		21
	Rak Ganda		15,25	21		15,25	21	14,23	20
	<i>Side Stand Switch</i>		16			16		15	
Keandalan	Tidak mudah rusak		17,20			17,20		16,19	
Durabilitas	Masa Pakai (jangka waktu pakai lama).		18,19,24	14,	14,24	18,19		17,18	

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III. 4
Skala Penilaian Instrumen Kualitas Produk

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Kualitas Produk

Proses pengembangan instrumen kualitas produk dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada Tabel III.3 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel kualitas produk.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa

jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel kualitas produk sebagaimana tercantum pada Tabel III.3.

Setelah konsep instrumen disetujui langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 warga RT 08 RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta diluar sampel, yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 56$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan dari 26 pernyataan tersebut,

⁵⁶ Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*,

setelah divalidasi terdapat 4 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 22 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad ^{57}$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum si^2$ = Jumlah varians skor butir
- st^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \quad ^{58}$$

Dimana:

- Si^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum Xi^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum Xi$ = Jumlah data

⁵⁷ *Ibid.*, h. 89.

⁵⁸ Sudjana, *loc. cit.*

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,89$, $S_t^2 = 138,32$ dan r_{ii} sebesar 0,808 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 15 halaman 117). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur kualitas produk.

3. Merek (Variabel X2)

a. Definisi Konseptual

Merek adalah sebuah nama yang menunjukkan identitas dari sebuah produk.

b. Definisi Operasional

Merek dapat diukur dengan satu dimensi. Dimensinya adalah identitas dengan indikator pertama ialah tanda indikator kedua ialah simbol indikator ketiga ialah gambar indikator keempat logo.

c. Kisi-Kisi Instrumen Merek

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel merek yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel merek. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi – kisi instrumen dapat dilihat pada Tabel III.5

Tabel III. 5.
Kisi-Kisi Instrumen Merek (Variabel X₂)

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Identitas	Tanda	16,18, 22, 25	21		16,18, 22,25	21	14,16 ,20,2 2	19
	Simbol	8,10,12			8,10, 12		7,9,1 1	
	Gambar	2,6,13, 15,19,2 3,24	26	13,23 ,26	2,6,15, 19,24		2,5,1 3,17, 21	
	Logo	1,3,4,5, 7,9,11	14,17, 20	4	1,3,5,7 ,9,11	14,1 7,20	1,3,4, 6,8, 10	12, 15, 18

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut :

Tabel III. 6.
Skala Penilaian Instrumen Merek

No.	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1.	Sangat Setuju (SS)	5	1
2.	Setuju (S)	4	2
3.	Ragu-ragu (RR)	3	3
4.	Tidak Setuju (TS)	2	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1	5

d. Validasi Instrumen Kualitas Produk

Proses pengembangan instrumen merek dimulai dengan penyusunan instrumen berbentuk kuesioner model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel merek terlihat pada Tabel III.5 yang disebut sebagai konsep instrumen untuk mengukur variabel merek.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk yaitu seberapa jauh butir-butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel keputusan pembelian sebagaimana tercantum pada Tabel III.5.

Setelah konsep instrumen disetujui langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 warga RT 08 RW 07

Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta diluar sampel, yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 59$$

Dimana:

- r_{it} = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- x_i = Deviasi skor butir dari X_i
- x_t = Deviasi skor dari X_t

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah $r_{tabel} = 0,361$ jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di-*drop*. Berdasarkan perhitungan dari 26 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop*, sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 22 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus

⁵⁹ Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

Alpha Cronbach yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu:

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right] \quad ^{60}$$

Dimana:

- r_{ii} = Reliabilitas instrumen
- k = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum s_i^2$ = Jumlah varians skor butir
- s_t^2 = Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$S_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \quad ^{61}$$

Dimana:

- S_i^2 = Simpangan baku
- n = Jumlah populasi
- $\sum X_i^2$ = Jumlah kuadrat data X
- $\sum X_i$ = Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh hasil $S_i^2 = 0,78$, $S_t^2 = 143,96$ dan r_{ii} sebesar 0.802 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 21

⁶⁰ *Ibid.*, h. 89.

⁶¹ Sudjana, *loc. cit.*

halaman 125). Hal ini menunjukkan bahwa koefisien reliabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrumen yang berjumlah 22 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrumen final untuk mengukur merek.

F. Teknik Analisis Data

Pengolahan data penelitian ini menggunakan program aplikasi *Microsoft Excel*. Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data adalah sebagai berikut:

1. Uji Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y Atas X

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *Lilliefors*, pada taraf signifikan (α) = 0,05.

Dengan hipotesis statistik:

1. H_0 : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal
2. H_1 :Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian:

1. Terima H_0 jika $L_{hitung} < L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal.

2. Tolak H_0 jika $L_{hitung} > L_{tabel}$ berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal.
3. Dalam penelitian ini variabel X yang dimaksud dalam prosedur di atas adalah $(Y - \hat{Y})$.

b. Uji Linieritas Regresi

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan dengan taraf signifikansi 0,05. “Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linier bila signifikansi kurang dari 0,05”⁶².

Sedangkan, kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

1. Jika signifikansi $> 0,05$, maka H_0 diterima artinya data tidak linier.
2. Jika signifikansi $< 0,05$, maka H_0 ditolak artinya data linier

2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana digunakan untuk mendefinisikan hubungan linier antara satu variabel *independent* dan satu variabel *dependent*. Hasil dari analisis korelasi hanya untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan linier antara variabel saja. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda dilakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

⁶² Kadir dan Djaali, *Statistika Terapan: Konsep, Contoh dan Analisis Data dengan Program SPSS/Lisrel dalam Penelitian*, (Depok: PT. Rajagrafindo Persada, 2015), h.180.

$$\hat{Y} = a + bX_i \text{ }^{63}$$

Ketrangan:

- \hat{Y} = variabel terikat
 X = variabel bebas
 a = konstanta (Nilai Y apabila $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$)
 b = koefisien regresi variabel bebas

3. Uji Hipotesis

a. Uji Signifikan Parsial

Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan kualitas produk (X_1) dengan keputusan pembelian (Y) dan hubungan merek (X_2) dengan keputusan pembelian (Y).

Hipotesis penelitiannya adalah sebagai berikut:

$$H_0 : b_1 = 0 \qquad H_1 : b_1 \neq 0$$

$$H_0 : b_2 = 0 \qquad H_1 : b_2 \neq 0$$

b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh hubungan variabel X_1 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel) dan variabel X_2 dengan variabel Y (besar kecilnya hubungan antara kedua variabel), maka menghitung r_{xy} dapat menggunakan rumus *Product Moment* dan *Karl Pearson*, dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}} \text{ }^{64}$$

⁶³ Sugiyono, *op.cit.*, h. 247.

⁶⁴ *Ibid.*, h. 241.

Dimana:

r_{xy} = Tingkat keterkaitan hubungan

$\sum x$ = Jumlah skor dalam sebaran X

$\sum y$ = Jumlah skor dalam sebaran Y

c. Uji-t

Menurut Sofyan, “Uji-t digunakan ketika informasi mengenai nilai variance (ragam) populasi tidak diketahui”⁶⁵. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t). Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan kualitas produk (X_1) dengan keputusan pembelian (Y) dan merek (X_2) dengan keputusan pembelian (Y).

t_{hitung} dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}} \quad 66$$

Keterangan:

t_{hitung} = Skor signifikan koefisien korelasi
 r_{xy} = Koefisien korelasi product moment
 n = banyaknya sampel/data

Selanjutnya Sugiyono menambahkan, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

1. Jika probabilitas $> 0,05$ H_0 diterima
2. Jika probabilitas $< 0,05$ H_0 ditolak⁶⁷.

257. ⁶⁵ Sofyan Siregar, *Statistik Deskriptif untuk Penelitian*, (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2010), h.

⁶⁶ Sugiyono, *op.cit.*, h.243.

⁶⁷ *Ibid*

4. Perhitungan Koefisien Determinasi

Koefisien determinasi (R^2) merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketetapan hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen dalam suatu persamaan regresi. Dengan kata lain, koefisien determinasi menunjukkan kemampuan variabel X (X_1, X_2, \dots, X_k), yang merupakan variabel bebas, menerangkan atau menjelaskan variabel Y yang merupakan variabel terikat. Semakin besar nilai koefisien determinasi, semakin baik kemampuan variabel X menerangkan atau menjelaskan variabel Y.

Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2 \quad 68$$

⁶⁸ Sugiyono, Metode Untuk Penelitian, (Bandung: Alfabeta, 2012), h. 231.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Data

Deskripsi data hasil penelitian di maksudkan untuk menyajikan gambaran umum pengolahan data masing-masing variabel. Penelitian ini terdapat dua variabel bebas dan satu variabel terikat. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah kualitas produk sebagai (X_1) dan merek sebagai (X_2) dan variabel terikat yaitu keputusan pembelian sebagai (Y).

Gambaran karakteristik variabel-variabel penelitian di peroleh dari hasil pengolahan data dengan analisis statistik deskriptif. Deskripsi masing-masing variabel dapat di sajikan dalam bentuk skor rata-rata, nilai minimum, nilai maksimum, standar deviasi, varians dan distribusi frekuensi. Hasil perhitungan statistik deskriptif masing-masing variabel secara lengkap dapat di uraikan sebagai berikut:

1. Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian mempunyai 25 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Instrumen terbagi ke dalam 4 dimensi, Dimensi pertama, yaitu pengenalan kebutuhan dengan indikator pertama, yaitu rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri, indikator kedua, yaitu rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain. Dimensi kedua adalah pencarian informasi dengan indikator pertama, yaitu sumber komersil dengan sub indikator

pertama, yaitu *website*, iklan dan wiraniaga. Dimensi ketiga adalah evaluasi alternatif dengan indikator, yaitu memilih diantara dua atau lebih produk sepeda motor. Dimensi keempat adalah keputusan pembelian dengan indikator pertama, yaitu membeli merek sepeda motor yang disukai (Honda *Beat*).

Data keputusan pembelian di peroleh melalui pengisian instrumen penelitian, berupa kuesioner dengan model Skala *Likert* yang di isi oleh 106 warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta sebagai responden.

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 79 dan skor tertinggi adalah 113, jumlah skor adalah 9959, sehingga rata-rata skor keputusan pembelian (Y) sebesar 93,95, varians (S^2) sebesar 62,75, dan simpangan baku (S) sebesar 7,92 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 29 hal 145).

Distribusi frekuensi data keputusan pembelian dapat dilihat pada tabel IV. 1, dimana rentang skor adalah 34, banyak kelas adalah 8 dan panjang interval adalah 4 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 31 hal 148).

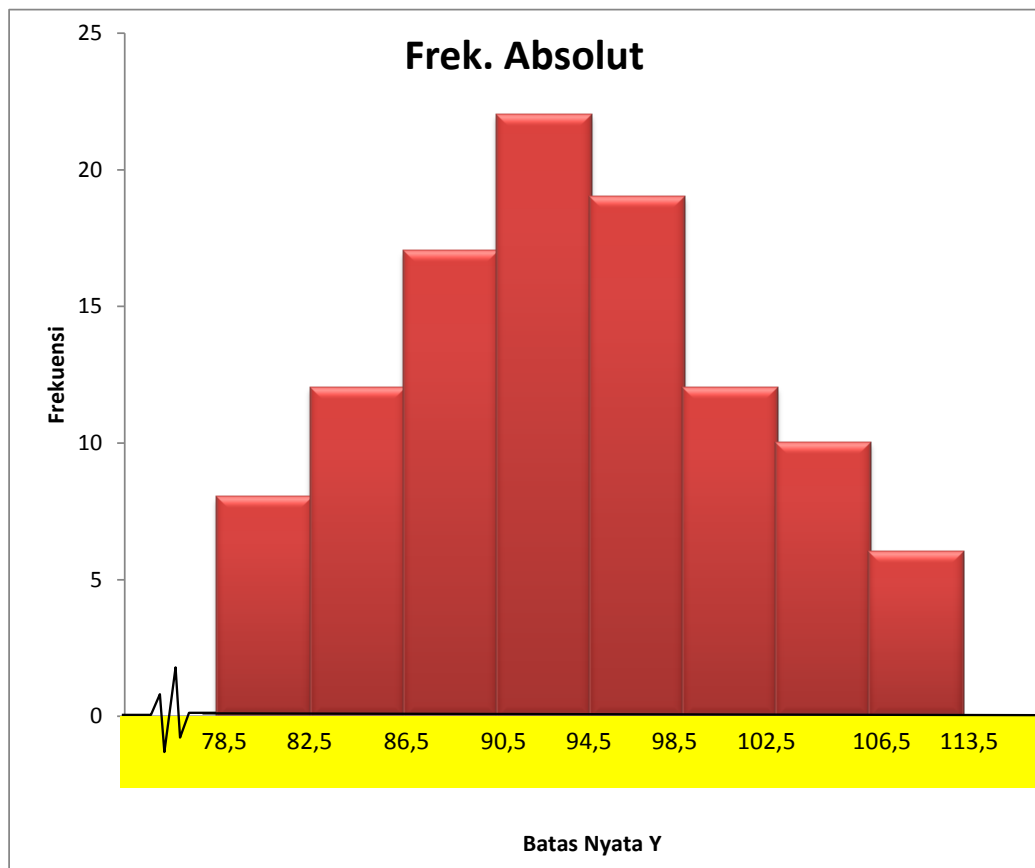
Tabel IV. 1
Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Y)

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
79	-	82	78,5	82,5	8	7,5%
83	-	86	82,5	86,5	12	11,3%
87	-	90	86,5	90,5	17	16,0%
91	-	94	90,5	94,5	22	20,8%
95	-	98	94,5	98,5	19	17,9%
99	-	102	98,5	102,5	12	11,3%
103	-	106	102,5	106,5	10	9,4%
107	-	113	106,5	113,5	6	5,7%
Jumlah					106	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel IV. 1, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tinggi variabel keputusan pembelian, yaitu 22 yang terletak pada interval ke-4 yakni antara 91 - 94 dengan frekuensi relatif sebesar 20,8%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 6 yang terletak pada interval ke-8, yakni antara 107 - 113 dengan frekuensi relatif sebesar 5,7%.

Untuk mempermudah penafsiran data frekuensi absolut keputusan pembelian, maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:



Gambar IV. 1

Grafik Histogram Keputusan Pembelian (Y)

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri, yaitu sebesar 15,41%. Selanjutnya, dimensi pencarian dengan indikator sumber komersil dengan sub indikator wiraniaga, yaitu sebesar 14,52%. Kemudian, dimensi evaluasi alternatif, yaitu sebesar 14,24%. Selanjutnya, dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan eksternal dengan sub indikator

pengaruh orang lain yaitu sebesar 14,18%. Kemudian, dimensi pembelian dengan indikator membeli merek sepeda motor yang disukai (Honda *Beat*), yaitu sebesar 14,13%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber komersil dengan sub indikator iklan sebesar 14,02% dan sub indikator *website* sebesar 13.50%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV. 2 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 50 hal 171).

Tabel IV. 2

Rata-rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian (Y)

DIMENSI	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Pengenalan kebutuhan	Rangsangan Internal	Diri Sendiri	2 soal	$\frac{448+417}{2}$ 432.50	15.41%
	Rangsangan Eksternal	Pengaruh Orang Lain	6 soal	$\frac{408 + 408 + 390 + 400 + 389 + 392}{6}$ 397.83	14.18%
Pencarian Informasi	Sumber Komersil	<i>Website</i>	3 soal	$\frac{392 + 386 + 358}{3}$ 378.67	13.50%
		Iklan	6 soal	$\frac{377 + 384 + 404 + 397 + 400 + 398}{6}$ 393.33	14.02%
		Wiraniaga	2 soal	$\frac{406 + 409}{2}$ 407.5	14.52%
Evaluasi alternatif	Memilih diantara dua atau lebih produk sepeda motor		3 Soal	$\frac{409 + 376 + 414}{3}$ 399.67	14.24%
Pembelian	Membeli merek sepeda motor yang disukai (Honda <i>Beat</i>)		3 Soal	$\frac{376 + 403 + 410}{3}$ 396.33	14.13%
Total Skor				2805.83	100%

2. Kualitas Produk (X1)

Kualitas produk mempunyai 22 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Kualitas produk dapat diukur dengan lima dimensi. Dimensi pertama adalah *performance* dengan indikator pertama ialah karakteristik utama dengan sub indikator pertama suara mesin sepeda motor halus dan sub indikator kedua ialah design sepeda motor yang menarik. Dimensi kedua adalah fitur dengan indikator pertama ialah *secure key shutter*, indikator kedua ialah *parking brake lock*, indikator ketiga rak ganda dan indikator keempat *side stand switch*. Dimensi ketiga adalah kendalan dengan indikator pertama ialah tidak mudah rusak. Dimensi keempat yaitu durabilitas dengan indikator pertama ialah masa pakai (jangka waktu pakai lama).

Data kualitas produk di peroleh melalui pengisian instrumen penelitian, berupa kuesioner dengan model Skala *Likert* yang di isi oleh 106 warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta sebagai responden.

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 65 dan skor tertinggi adalah 104, jumlah skor adalah 8850, sehingga rata-rata skor kualitas produk (X_1) sebesar 83,49, varians (S^2) sebesar 79,91, dan simpangan baku (S) sebesar 8,94 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 29 hal 145).

Distribusi frekuensi data kualitas produk dapat dilihat pada tabel IV. 3, dimana rentang skor adalah 31, banyak kelas adalah 8 dan panjang interval adalah 4 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 33 hal 150)

Tabel IV. 3

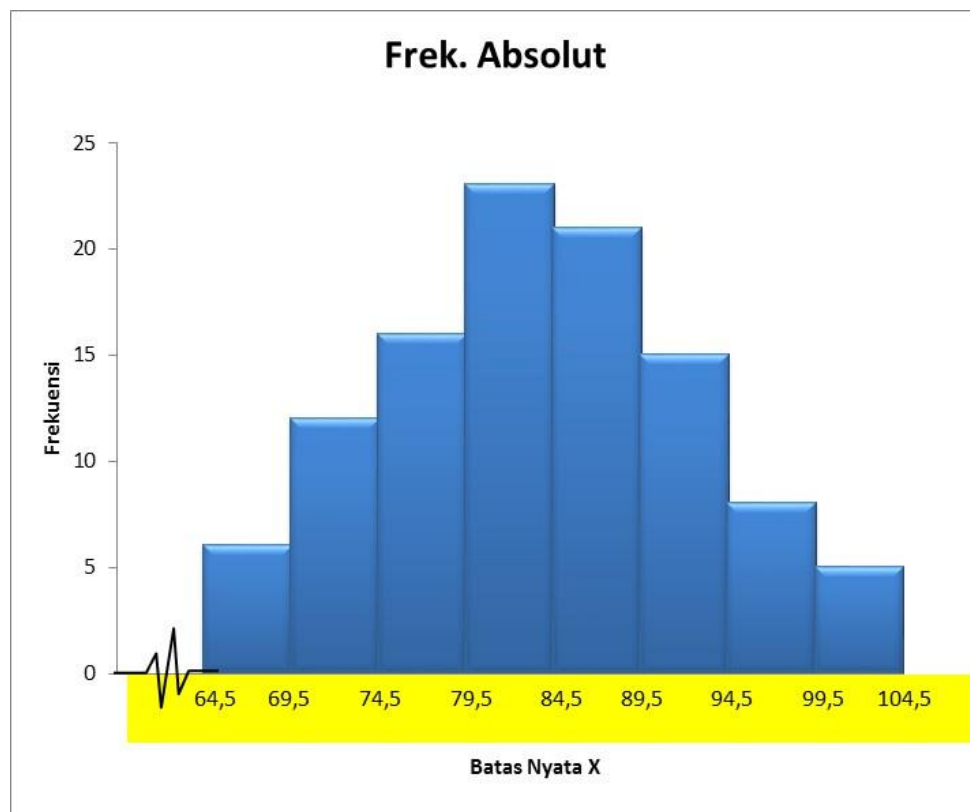
Distribusi Frekuensi Kualitas Produk (X_1)

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
65	-	69	64,5	69,5	6	5,7%
70	-	74	69,5	74,5	12	11,3%
75	-	79	74,5	79,5	16	15,1%
80	-	84	79,5	84,5	23	21,7%
85	-	89	84,5	89,5	21	19,8%
90	-	94	89,5	94,5	15	14,2%
95	-	99	94,5	99,5	8	7,5%
100	-	104	99,5	104,5	5	4,7%
Jumlah					106	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel IV.3, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tinggi variabel kualitas produk, yaitu 23 yang terletak pada interval ke-4 yakni antara 80 - 84 dengan frekuensi relatif sebesar 21,7%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 5 yang terletak pada interval ke-8, yakni antara 100 - 104 dengan frekuensi relatif sebesar 4,7%.

Untuk mempermudah penafsiran data frekuensi absolut kualitas produk, maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:



Gambar IV. 2.

Grafik Histogram Kualitas Produk (X_1)

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variabel kualitas produk terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi *performance* dengan indikator karakteristik utama dengan sub indikator suara mesin sepeda motor halus yaitu sebesar 13,13%. Selanjutnya, dimensi fitur dengan indikator *secure key shutter* yaitu sebesar 12,85%. Indikator *parking brake lock* yaitu sebesar 12,66%. Kemudian, dimensi fitur dengan indikator rak ganda yaitu sebesar 12,39%. Selanjutnya, dimensi durabilitas dengan indikator masa pakai (jangka waktu pakai lama) sebesar 12,37%. Selanjutnya dimensi fitur dengan indikator *side stand*

switch sebesar 12,16%. Kemudian dimensi *performance* dengan indikator karakteristik utama dengan sub indikator design sepeda motor yang menarik sebesar 12%. Dan selanjutnya, dimensi keandalan dengan indikator tidak mudah rusak sebesar 11,99%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV. 4 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 50 hal 171).

Tabel IV. 4
Rata-rata Hitung Skor Indikator Kualitas Produk (X₁)

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
<i>Performace</i>	Karakteristik Utama	Suara mesin sepeda motor halus	5 Soal	$\frac{452+430+422+409+386}{5}$ 419.8	13.13%
		Design sepeda motor yang Menarik	6 soal	$\frac{419+393+391+391+398+396}{6}$ 398.0	12%
Fitur	<i>Secure Key Shutter</i>		2 soal	$\frac{423+399}{2}$ 411	12.85%
	<i>Parking Brake Lock</i>		1 Soal	$\frac{405}{1}$ 405	12.66%
	Rak Ganda		3 Soal	$\frac{386+397+406}{3}$ 396.33	12.39%
	<i>Side Stand Switch</i>		1 Soal	$\frac{389}{1}$ 389.00	12.16%
Keandalan	Tidak Mudah Rusak		2 soal	$\frac{399+368}{2}$ 383.50	11.99%
Durabilitas	Masa Pakai (jangka waktu pakai lama)		2 soal	$\frac{398+393}{2}$ 395.50	12.37%
Total Skor				3198.13	100%

3. Merek (X₂)

Merek mempunyai 22 pernyataan dalam instrumen penelitian yang telah melalui proses validasi dan reliabilitas. Merek dapat diukur Merek dapat diukur dengan satu dimensi. Dimensi pertama adalah identitas dengan

indikator pertama ialah tanda indikator kedua ialah simbol indikator ketiga ialah gambar indikator keempat logo.

Data merek di peroleh melalui pengisian instrumen penelitian, berupa kuesioner dengan model Skala Likert yang di isi oleh 106 warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung sebagai responden.

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 66 dan skor tertinggi adalah 99, jumlah skor adalah 8712, sehingga rata-rata skor merek (\bar{X}_2) sebesar 82,19, varians (S^2) sebesar 64,97, dan simpangan baku (S) sebesar 8,06 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 54 hal 179).

Distribusi frekuensi data merek dapat dilihat pada tabel IV.5, dimana rentang skor adalah 33, banyak kelas adalah 8 dan panjang interval adalah 4 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 56 hal 182).

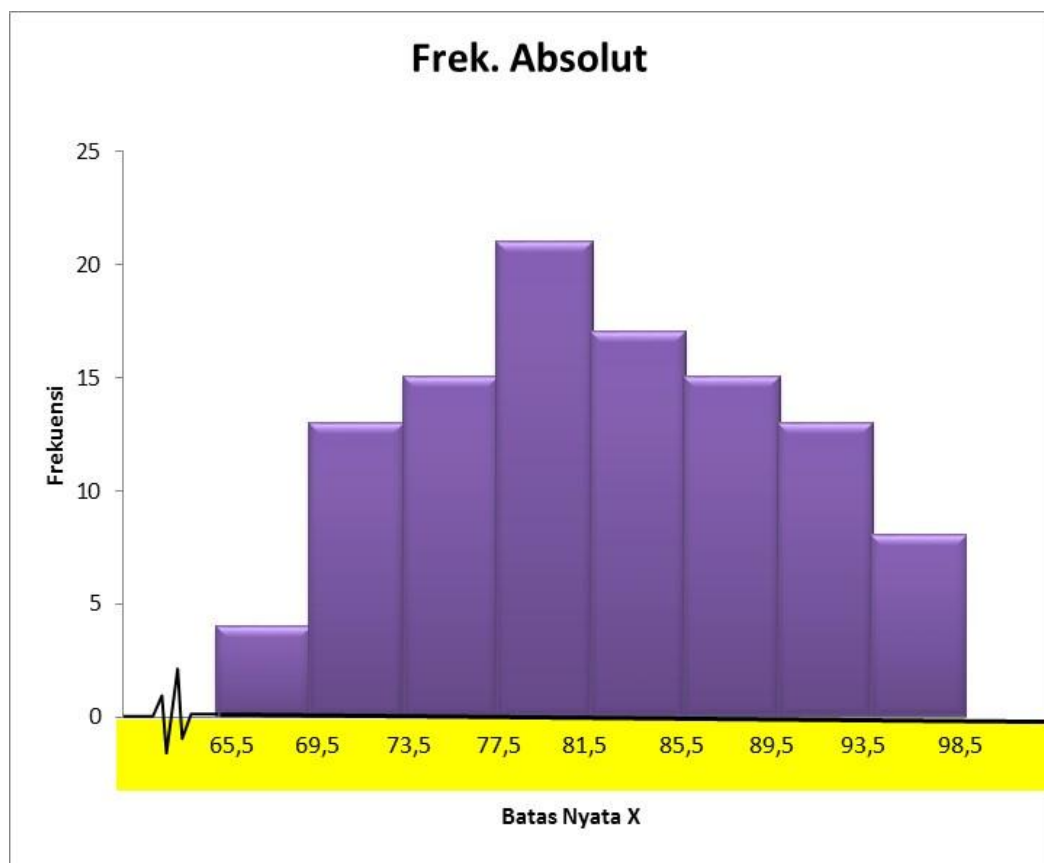
Tabel IV. 5
Distribusi Frekuensi Merek (X_2)

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
66	-	69	65,5	69,5	4	3,8%
70	-	73	69,5	73,5	13	12,3%
74	-	77	73,5	77,5	15	14,2%
78	-	81	77,5	81,5	21	19,8%
82	-	85	81,5	85,5	17	16,0%
86	-	89	85,5	89,5	15	14,2%
90	-	93	89,5	93,5	13	12,3%
94	-	98	93,5	98,5	8	7,5%
Jumlah					106	100%

Sumber : Data diolah oleh peneliti

Berdasarkan tabel IV.5, dapat dilihat bahwa frekuensi kelas tinggi variabel merek, yaitu 21 yang terletak pada interval ke-4 yakni antara 78 - 81 dengan frekuensi relatif sebesar 19,8%. Sementara frekuensi terendahnya, yaitu 4 yang terletak pada interval ke-1, yakni antara 66 – 69 dengan frekuensi relatif sebesar 3,8%.

Untuk mempermudah penafsiran data frekuensi absolut merek, maka data ini digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:



Gambar IV. 3

Grafik Histogram Merek (X₂)

Berdasarkan hasil rata-rata hitung skor masing-masing indikator dari variable merek terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi identitas dengan indikator logo yaitu sebesar 52,13%. Kemudian, indikator gambar yaitu sebesar 27%. Selanjutnya, indikator *symbol* yaitu sebesar 15%. Dan indikator tanda yaitu sebesar 6,24%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV. 5 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 72 hal 202).

Tabel IV. 6
Rata-rata Hitung Skor Indikator Merek (X₂)

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Identitas	Tanda	5 Soal	$\frac{377+381+401+382+405}{5}$ 389,2	6,24%
	Simbol	3 soal	$\frac{400+400+385}{3}$ 928,3	15%
	Gambar	5 soal	$\frac{429+391+393+379+388}{5}$ 1669,6	27%
	Logo	9 soal	$\frac{445+409+395+395+409+395+393+369+392}{9}$ 3253,6	52,13%
Total Skor			6240,7	100%

B. Pengujian Hipotesis

1. Persamaan Garis Regresi

Persamaan yang digunakan dalam penelitian ini adalah persamaan garis regresi sederhana yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh satu variabel pada variabel lainnya, dalam penelitian ini berarti X_1 dengan Y , dan X_2 dengan Y .

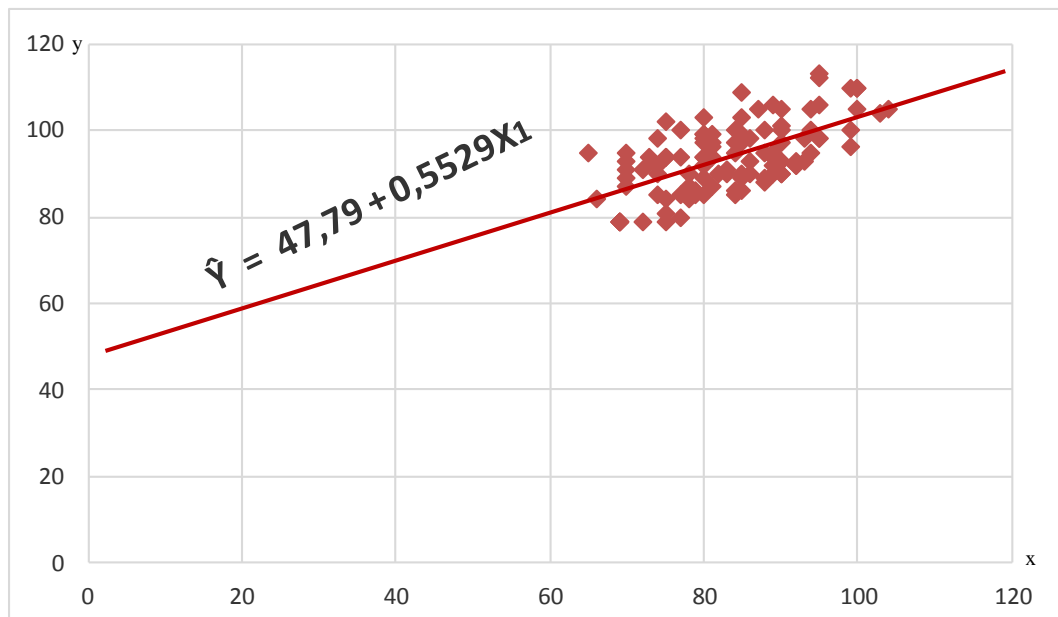
a. Kualitas Produk (X_1)

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara kualitas produk dengan keputusan pembelian menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,5529 dan menghasilkan konstanta sebesar 47,79 dengan demikian, bentuk hubungan antara variabel kualitas produk dengan keputusan pembelian memiliki persamaan regresi $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$. Kemudian, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor kualitas produk (X_1) akan mengakibatkan kenaikan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,5529 skor pada konstanta 47,79 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 35 hal 152).

Persamaan garis regresi $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$ dapat digambarkan pada grafik berikut ini:

GRAFIK PERSAMAAN REGRESI

X1 → Y



Gambar IV. 4

Grafik Hubungan antara Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian

Persamaan Regresi $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$

b. Merek (X₂)

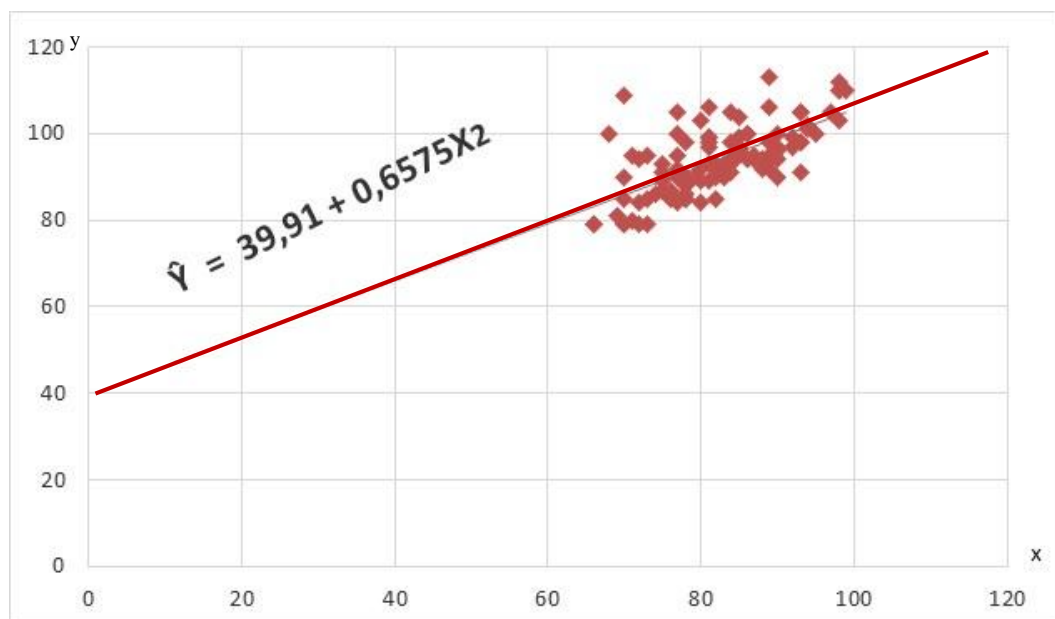
Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara merek dengan keputusan pembelian menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,6575 dan menghasilkan konstanta sebesar 39,91 dengan demikian, bentuk hubungan antara merek dengan keputusan pembelian mempunyai persamaan regresi $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$. Kemudian, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor merek (X₂) akan mengakibatkan kenaikan

keputusan pembelian (Y) sebesar 0,6575 skor pada konstanta 39,91 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 58 hal 184).

Persamaan garis regresi $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$ dapat digambarkan pada grafik berikut ini:

GRAFIK PERSAMAAN REGRESI

$X_2 \longrightarrow Y$



Gambar IV. 5

Grafik Hubungan antara Merek dengan Keputusan Pembelian
Persamaan Regresi $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$

2. Pengujian Persyaratan Analisis

a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi

1. Y atas X₁

Dalam perhitungan pengujian persyaratan analisis dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi keputusan pembelian (Y) atas kualitas produk (X₁) berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas X₁ dilakukan dengan uji *Liliefors* pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$), untuk sampel sebanyak 106 warga RW 07 dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila $L_{hitung} (L_o) < L_{tabel} (L_t)$ dan jika sebaliknya, maka galat taksiran regresi Y atas X₁ tidak berdistribusi normal.

Hasil perhitungan uji *Liliefors* menyimpulkan bahwa taksiran regresi Y atas X₁ berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan $L_o = 0,0815$, sedangkan $L_t = 0,0844$ Ini berarti $L_o < L_t$ (perhitungan terdapat pada lampiran 40 hal 157), artinya data berdistribusi normal. Selanjutnya, hasil perhitungan uji *Liliefors* menyimpulkan bahwa taksiran regresi Y atas X₂ berdistribusi normal. Untuk lebih jelasnya, hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel IV. 7 sebagai berikut:

Tabel IV. 7
Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Y atas X1

No.	Galat	L_0	L_t	Keputusan	Keterangan
1.	Y atas X_1	0,0814	0,0844	Terima H_0	Normal

2. Y atas X_2

Dalam perhitungan pengujian persyaratan analisis dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi keputusan pembelian (Y) atas Merek (X_2) berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas X_1 dilakukan dengan uji *Liliefors* pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$), untuk sampel sebanyak 106 warga RW 07 dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila $L_{hitung} (L_0) < L_{tabel} (L_t)$ dan jika sebaliknya, maka galat taksiran regresi Y atas X_2 tidak berdistribusi normal.

Hasil perhitungan uji *Liliefors* menyimpulkan bahwa taksiran regresi Y atas X_2 berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan $L_0 = 0,0840$, sedangkan $L_t = 0,0844$ Ini berarti $L_0 < L_t$ (perhitungan terdapat pada lampiran 63 hal 184), artinya data berdistribusi normal. Selanjutnya, hasil perhitungan uji *Liliefors* menyimpulkan bahwa taksiran regresi Y atas X_2 berdistribusi normal. Untuk lebih jelasnya, hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel IV. 8 sebagai berikut:

Tabel IV. 8
Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X₂

No.	Galat	L ₀	L _t	Keputusan	Keterangan
1.	Y atas X ₂	0,0840	0,0844	Terima Ho	Normal

b. Uji Linieritas Regresi

1) Linieritas atas Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian

Dalam persyaratan analisis juga dilakukan pengujian linieritas regresi, untuk melihat apakah persamaan regresi tersebut berbentuk linier atau non linier, dengan kriteria pengujian $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi dinyatakan linier.

Tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linieritas regresi Y atas X₁ dengan dk pembilang $(k-2) = 28$ dan dk penyebut $(n-k) = 76$ dengan taraf signifikan = 0,05, diperoleh $F_{hitung} = 1,47$ sedangkan $F_{tabel} = 1,60$. Ini berarti $F_{hitung} < F_{tabel}$, yang berarti regresi linier (perhitungan terdapat pada lampiran 44 hal 165).

2) Linieritas atas Merek dengan Keputusan Pembelian

Kemudian dalam persyaratan analisis juga dilakukan pengujian linieritas regresi, untuk melihat apakah persamaan regresi tersebut berbentuk linier atau non linier, dengan kriteria pengujian $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi dinyatakan linier.

Untuk mengukur linieritas regresi Y atas X_2 dengan dk pembilang $(k-2) = 27$ dan dk penyebut $(n-k) = 77$ dengan taraf signifikan = 0,05, diperoleh $F_{hitung} = 1,14$ sedangkan $F_{tabel} = 1,60$. Ini berarti $F_{hitung} < F_{tabel}$, yang berarti regresi linier (perhitungan terdapat pada lampiran 67 hal 197).

3. Pengujian Hipotesis

a. Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian

Dalam uji hipotesis terdapat uji keberartian regresi digunakan untuk mengetahui apakah model regresi berarti atau tidak dengan kriteria pengujian H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, dimana model regresi dinyatakan berarti apabila menolak H_0 .

Untuk perhitungan Y atas X_1 diperoleh F_{hitung} sebesar 66,31 dan F_{tabel} sebesar 3,91. Hal ini dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang artinya pengujian ini dinyatakan memiliki regresi yang berarti (perhitungan terdapat pada lampiran 45 hal 166). Pengujian ini dilakukan dengan tabel ANAVA.

Tabel IV. 9

**Anava Untuk Keberartian dan Linieritas Persamaan Regresi
Merek dengan Keputusan Pembelian**
 $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X1$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	106	942265			
Regresi (a)	1	935676.24			
Regresi (b/a)	1	2565.35	2565.35	66.31 *)	3.91
Residu	104	4023.42	38.69		
Tuna Cocok	28	1410.41	50.37	1.47 ^{ns)}	1.60
Galat Kekeliruan	76	2613.00	34.38		

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti karena $F_{hitung} (66,31) > F_{tabel} (3,91)$

^{ns)} Persamaan regresi linear karena $F_{hitung} (1,47) < F_{tabel} (1,60)$

Pengujian koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui besar atau kuatnya hubungan antara variabel X1 dan variabel Y. Penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi *Product Moment dari Pearson*.

Hasil perhitungan koefisien korelasi antara kualitas produk dengan keputusan pembelian diperoleh koefisien korelasi sederhana $r_{xy} = 0,624$ (proses perhitungan dilihat pada lampiran 46 hal 167). Untuk uji signifikan koefisien korelasi disajikan pada tabel IV.10

Tabel IV. 10
Pengujian Signifikan Koefisien Korelasi Sederhana Antara X_1 dan Y

Koefisien antara X_1 dan Y	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	t_{hitung}	t_{tabel}
	0,624	38,94%	8,143	1,60

Berdasarkan pengujian signifikan koefisien korelasi antara kualitas produk dengan keputusan pembelian sebagaimana terlihat pada tabel IV.10 di atas, diperoleh $t_{hitung} = 8,143 > t_{tabel} = 1,60$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi sederhana $r_{xy} = 0,624$ adalah signifikan. Artinya, dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi $r_{xy} = 0,624^2 = 0,3894$ berarti sebesar 38,94% keputusan pembelian sepeda motor Honda *Beat* pada warga RW 07 ditentukan kualitas produk (proses perhitungan dapat terlihat pada lampiran 48 hal 169).

b. Merek dengan Keputusan Pembelian

Dalam uji hipotesis terdapat uji keberartian regresi digunakan untuk mengetahui apakah model regresi berarti atau tidak dengan kriteria pengujian H_0 diterima jika $F_{hitung} < F_{tabel}$ dan H_0 ditolak jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, dimana model regresi dinyatakan berarti apabila menolak H_0 .

Untuk perhitungan Y atas X_2 diperoleh F_{hitung} sebesar 84,30 dan F_{tabel} sebesar 3,91. Hal ini dapat disimpulkan bahwa $F_{hitung} > F_{tabel}$, yang

artinya pengujian ini dinyatakan memiliki regresi yang berarti (perhitungan terdapat pada lampiran 68 hal 198). Pengujian ini dilakukan dengan tabel ANAVA.

Tabel IV. 11

**Anava Untuk Keberartian dan Linieritas Persamaan Regresi
Merek dengan Keputusan Pembelian**

$$\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	106	942265			
Regresi (a)	1	935676.24			
Regresi (b/a)	1	2949.72	2949.72	84.30 *)	3.91
Residu	104	3639.04	34.99		
Tuna Cocok	27	1037.09	38.41	1.14 ns)	1.60
Galat Kekeliruan	77	2601.95	33.79		

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti karena $F_{hitung} (84,30) > F_{tabel} (3,91)$

ns) Persamaan regresi linear karena $F_{hitung} (1,14) < F_{tabel} (1,60)$

Pengujian koefisien korelasi bertujuan untuk mengetahui besar atau kuatnya hubungan antara variabel X_2 dan variabel Y. Penelitian ini menggunakan rumus koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson*.

Hasil perhitungan koefisien korelasi antara merek dengan keputusan pembelian diperoleh koefisien korelasi sederhana $r_{xy} = 0,669$ (proses perhitungan dilihat pada lampiran 69 hal 199). Untuk uji signifikan koefisien korelasi disajikan pada tabel IV.12

Tabel IV. 12
Pengujian Signifikansi Koefisien Korelasi Sederhana Antara
X₂ dan Y

Koefisien antara X ₂ dan Y	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	t _{hitung}	t _{tabel}
	0,669	44,77%	9,182	1,60

Berdasarkan pengujian signifikan koefisien korelasi antara merek dengan keputusan pembelian sebagaimana terlihat pada tabel IV.12 di atas, diperoleh $t_{hitung} = 9,182 > t_{tabel} = 1,60$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi sederhana $r_{xy} = 0,669$ adalah signifikan. Artinya, dapat dikatakan bahwa terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara merek dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi $r_{xy}^2 = 0,669^2 = 0,4477$ berarti sebesar 44,77% keputusan pembelian sepeda motor Honda *Beat* ditentukan oleh merek (proses perhitungan dapat terlihat pada lampiran 71 hal 201).

C. Pembahasan

a. Kualitas produk dengan keputusan pembelian

Berdasarkan hasil perhitungan yang telah dipaparkan sebelumnya, diketahui bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda *Beat* pada warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta.

Dari perhitungan tersebut, maka dapat di simpulkan bahwa kualitas produk mempengaruhi keputusan pembelian atau semakin tinggi kualitas produk, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian sepeda motor Honda *Beat* pada warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta.

Penelitian sebelumnya yang relevan adalah pendukung untuk melakukan penelitian ini. Dengan demikian, hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti menyatakan bahwa penelitian ini berhasil menguji hipotesis, dimana sama seperti 2 penelitian jurnal terdahulu yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda *Scoopy* Pada PT. Daya Adicipta Wisesa dan *Analizing The Influnce Of Price and Product Quality On Buying Decision Honda Matic Motorcycles in Manado*. Penelitian yang peneliti lakukan ini menunjukkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,624$ Koefisien tersebut menunjukkan arah kedua variabel adalah korelasi positif. Dari hasil perhitungan uji keberartian koefisien korelasi (uji-t) diperoleh $t_{hitung} = 8,143 > t_{tabel} = 1,60$ dengan kriteria

koefisien korelasi dinyatakan signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Koefisien korelasi di uji pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) dengan derajat kebebasan (dk) = 104. Jika H_0 ditolak, maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian.

b. Merek dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan perhitungan pada penelitian ini dapat di ketahui bahwa, terdapat hubungan yang positif antara merek dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda *Beat* pada warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta.

Dari perhitungan tersebut, maka dapat di simpulkan bahwa merek mempengaruhi keputusan pembelian atau semakin tinggi merek, maka semakin tinggi pula keputusan pembelian sepeda motor Honda *Beat* pada warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta.

Penelitian sebelumnya yang relevan adalah pendukung untuk melakukan penelitian ini. Dengan demikian, hasil penelitian yang di lakukan oleh peneliti menyatakan bahwa penelitian ini berhasil menguji hipotesis, dimana sama seperti 2 penelitian terdahulu yang berjudul Analisis Kualitas Produk, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado dan *Importance Of The Brand For Consumer Purchasing Decision In The Slovak Republic*. Penelitian yang peneliti

lakukan ini menunjukkan bahwa koefisien korelasi $r_{xy} = 0,669$ Koefisien tersebut menunjukkan arah kedua variabel adalah korelasi positif. Dari hasil perhitungan uji keberartian koefisien korelasi (uji-t) diperoleh $t_{hitung} = 9,182 > t_{tabel} = 1,60$ dengan kriteria koefisien korelasi dinyatakan signifikan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$. Koefisien korelasi di uji pada taraf signifikan ($\alpha = 0,05$) dengan derajat kebebasan (dk) = 104. Jika H_0 ditolak, maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif antara merek dengan keputusan pembelian.

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

A. Kesimpulan

a. Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan yang telah di uraikan pada bab - bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian sepeda motor *Honda Beat* pada Warga RT 06, RT 07 dan RT 08 RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor kualitas produk (X_1) akan mengakibatkan kenaikan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,5529 skor pada konstanta 47,79.

Keputusan Pembelian ditentukan oleh kualitas produk sebesar 38,94% dan sisanya sebesar 61,06% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti desain.

b. Merek dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kajian teoretik dan deskripsi hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijelaskan pada bab - bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara merek dengan keputusan pembelian dengan keputusan pembelian sepeda motor *Honda Beat* pada Warga RT 06, RT 07 dan RT 08 RW 07 Kelurahan Jatinegara

Kecamatan Cakung di Jakarta. Persamaan regresi $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$ menunjukkan bahwa setiap kenaikan satu skor merek (X_2) akan mengakibatkan kenaikan keputusan pembelian (Y) sebesar 0,6575 skor pada konstanta 39,91

Keputusan Pembelian ditentukan oleh merek sebesar 44,77% dan sisanya sebesar 55,23% dipengaruhi oleh faktor lain, seperti desain.

B. Implikasi

a. Kualitas Produk dan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda *Beat* pada warga RT 06, RT 07 dan RT 08 RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa sepeda motor Honda *Beat* harus dapat meningkatkan lebih banyak individu atau sekelompok individu yang memberikan rujukan atau rekomendasi, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor *Honda Beat*, keputusan pembelian yang diakibatkan oleh kualitas produk yang kurang baik, jika diabaikan secara terus-menerus akan membuat konsumen lebih memilih merek sepeda motor lain.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah

adalah dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri, yaitu sebesar 15,41%. Selanjutnya, dimensi pencarian dengan indikator sumber komersil dengan sub indikator wiraniaga, yaitu sebesar 14,52%. Kemudian, dimensi evaluasi alternatif, yaitu sebesar 14,24%. Selanjutnya, dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain yaitu sebesar 14,18%. Kemudian, dimensi pembelian dengan indikator membeli merek sepeda motor yang disukai (Honda *Beat*), yaitu sebesar 14,13%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber komersil dengan sub indikator iklan sebesar 14,02% dan sub indikator *website* sebesar 13.50%.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa konsumen merasa kualitas produk yang diberikan rendah, akan memiliki keputusan pembelian yang rendah pula. Hal yang perlu dilakukan adalah adalah meningkatkan kualitas produk agar keputusan pembelian dapat tinggi pula dalam membeli sepeda motor Honda *Beat*.

b. Merek dengan Keputusan Pembelian

Berdasarkan kesimpulan yang telah dikemukakan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kualitas produk dengan keputusan pembelian sepeda motor Honda *Beat* pada warga RT 06, RT 07 dan RT 08 RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta. Hal ini membuktikan bahwa Kualitas produk merupakan salah satu faktor yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian.

Implikasi dari penelitian ini, yaitu bahwa sepeda motor *Honda Beat* harus dapat meningkatkan lebih banyak individu atau sekelompok individu yang memberikan rujukan atau rekomendasi, sehingga dapat meningkatkan keputusan pembelian sepeda motor *Honda Beat*, khususnya di kalangan warga RT 06, RT 07 dan RT 08 RW 07 kelurahan jatinegara kecamatan cakung di Jakarta keputusan pembelian yang diakibatkan oleh merek yang kurang baik, jika diabaikan secara terus-menerus akan membuat konsumen lebih memilih merek sepeda motor lain.

Berdasarkan hasil analisis pengolahan data, pada variabel keputusan pembelian terlihat bahwa indikator yang memiliki skor tertinggi adalah dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan internal dengan sub indikator diri sendiri, yaitu sebesar 15,41%. Selanjutnya, dimensi pencarian dengan indikator sumber komersil dengan sub indikator wiraniaga, yaitu sebesar 14,52%. Kemudian, dimensi evaluasi alternatif, yaitu sebesar 14,24%. Selanjutnya, dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator rangsangan eksternal dengan sub indikator pengaruh orang lain yaitu sebesar 14,18%. Kemudian, dimensi pembelian dengan indikator membeli merek sepeda motor yang disukai (*Honda Beat*), yaitu sebesar 14,13%. Selanjutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber komersil dengan sub indikator iklan sebesar 14,02% dan sub indikator *website* sebesar 13.50%.

Dari hasil pengolahan data, terlihat bahwa menurunnya merek, akan berpengaruh pada keputusan pembelian yang rendah pula. Hal yang perlu

dilakukan vendor adalah lebih meningkatkan lagi merek agar keputusan pembelian dapat tinggi pula dalam membeli sepeda motor Honda *Beat*.

C. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan implikasi yang di kemukakan di atas, maka peneliti memiliki beberapa saran yang mungkin dapat bermanfaat dalam meningkatkan pembelian sepeda motor Honda *Beat*, antara lain:

1. Sepeda motor Honda *Beat* harus dapat mempertahankan dan meningkatkan keputusan pembelian konsumen sesuai dengan mengutamakan inovasi dan kualitas produk. Sehingga, konsumen akan melakukan pembelian sepeda motor Honda *Beat* dan tidak akan melirik sepeda motor merek lain.
2. Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan bahwa merek harus lebih ditingkatkan lagi dengan membuat konsumen merasa yakin membeli merek sepeda motor Honda *Beat*.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah Thamrin, Francis Tantri *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja grafindo Persada, 2012.
- Alma Buchari, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta, 2011.
- Ambadar Jackie et. al. *Mengelola Merek*. Jakarta: Katalog Dalam Terbitan, 2007.
- Cannon P. Joseph et al, *Pemasaran Dasar*. edisi 16, Jakarta: Salemba Empat, 2008.
- Capon Noel & James M. Hulbert, *Marketing Management*. In The 21st Century, United States of America: Prentice-Hall, 2001.
- Cateora R. Philip dan John L.Graham, *Pemasaran internasional*. Edisi 13 Buku 2 Jakarta: Salemba empat, 2007.
- Djaali, dan Pudji Muljono, *Pengukuran Dalam Bidang Pendidikan Jakarta: Grasindo*. 2008.
- Griffin W. Ricky, *Manajemen*. 10th Edition. South-Westren: Cengage Learning, 2011.
- GasperzVincent, *Ekonomi Manajerial Pembuatan Keputusan Bisnis*. Jakarta: Gramedia, 2005.
- Kevin Lane Keller, *Strategic Brand Management Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Third Edition New Jersey: Pearson Education, 2003.
- Khaitu S. Thomas et. al, *Manajemen Komplain*. Yogyakarta: Andi Offset, 2015
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1, Jakarta: PT. Indeks, 2009.
- Kotler, Burton. Deans, Brown. Amstrong, *Marketing 9th Edition*. Person Australia, 2013.
- Kotler Philip dan Gary Amstrong, *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi Kedua Belas Jilid 1, Jakarta: Erlangga, 2008.
- Leon G Schiffman and Leslie Lazar Kanuk, *Consumer Behavior*. Eighth Edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall Inc, 2004.
- Noel-Jean Kapferer, *The New Strategic Brand Management Advanced Insight and Statagic Thinking*. Fifth Edition, India: Replika Press, 2012.

- Mulyadi, *Sistem Perencanaan dan Pengendalian Manajemen*. Jakarta: Salemba Empat, 2007.
- Prihantoro Rudy, *Konsep Pengendalian Mutu*. (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2012.
- Pride, Wilian Ferrell, *Marketing*. South-Westren: Cengage Learning, 2010.
- Rangkuti Freddy, *Strategi Promosi Yang kreatif & Analisis Integrated Marketing Communication*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2009.
- Rangkuti Freddy, *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Sadat M. Andi, *Brand Belief Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan*, Jakarta: Salemba Empat, 2009
- Setiadi J. Nugroho, *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta: Kencana, 2008.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta, 2007.
- Sudjana, *Metode Statistika*. Bandung: PT. Tarsito, 2005.
- Suyonto Danang, *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran Konsep Strategi dan Kasus*. Yogyakarta: CAPS, 2012.
- Suharno, Yudi Sutarso, *Marketing in Practice*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2010.
- Swastha Basu dan Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty, 2008.
- Varley Rosemary, *Retail Product Managemen Buying Merchandising*. Third Edition Routledge Taylor and Group, 2014.
- Widjaja T. Bernard, *Lifestyle Marketing*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Umum, 2009.

Jurnal

- Anna Krizanova, Lubica Stefanikova dengan judul : *“Importance Of The Brand For Consumer Purchasing Decision In The Slovak Republic”*. Business System and Economics, No. 2 (2), 2012, ISSN: 2029-8234.
- Daniel tampi, Agus Supandi Soegoto, Jacky S. B. Sumarauw dengan judul: *“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap*

Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Scoopy Pada PT. Daya AdiCipta Wisesa (The Effect of Product Quality , Price, and Attractivense of Advertising on Purchase Decision Motor Cycle Honda Scoopy at PT. Daya Cipta Wisesa)". Jurnal EMBA, Vol.4 No.1 Maret 2016, ISSN: 2303-1174, Hal. 990-999.

Dhio Rayen Rawung, Sem G. Oroh, Jacky S. B. Sumarauw dengan judul: "*Analisis Kualitas Produk, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado (The Analysis Of Product Quality, Brand And Price On Purchase Decision In Motorcycle Suzuki PT. Sinar Galesong Pratama Manado)*". Jurnal EMBA, Vol.3 No.3 Sept. 2015, ISSN: 2303-11, Hal, 1298-1308.

Melvorn Tamunu, Ferdinand Tumewu dengan judul : "*Analizing The Influnce Of Price and Product Quality On Buying Decision Honda Matic Motorcycles in Manado*". Jurnal EMBA, Vol.2 No.3 September 2014, ISSN: 2303-1174, Hal. 1255-1263.



*Building
Future
Leaders*

**KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA**

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PRI : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982
BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180
Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : **2504/UN39.12/KM/2017**
Lamp. : -
Hal : **Permohonan Izin Mengadakan Penelitian
untuk Penulisan Skripsi**

9 Mei 2017

Yth. Ketua RW 07
Kel. Jatinegara, Kec. Cakung,
Jakarta Timur

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

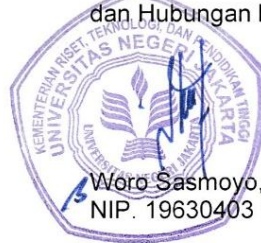
Nama : **Riska Adi Sulistyani**
Nomor Registrasi : 8135132250
Program Studi : Pendidikan Tata Niaga
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
No. Telp/HP : 08568880034

Dengan ini kami mohon diberikan ijin mahasiswa tersebut, untuk dapat mengadakan penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka penulisan skripsi dengan judul :

“Hubungan Antara Kualitas Produk dan Merek Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara, Kecamatan Cakung, Jakarta Timur”

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,
dan Hubungan Masyarakat



Woro Sasmoyo, SH
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :
1. Dekan Fakultas Ekonomi
2. Koordinator Prodi Pendidikan Tata Niaga

**RUKUN WARGA 07
RAWA BADUNG
KELURAHAN JATINEGARA KECAMATAN CAKUNG**

Nomor : **05/P/RW.07/III/2017**

10 May 2017

Lamp : -

Hal : **Keterangan Izin Mengadakan Penelitian
Untuk Penulisan Skripsi**

**Yth. Kepala Biro Administrasi
Akademik dan Kemahasiswaan
Universitas Negeri Jakarta**

Sehubungan dengan surat No. 2504/UN39.12/KM/2017 tanggal 9 May 2017 perihal permohonan izin mengadakan penelitian untuk penulisan skripsi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

N a m a : **ISMAIL H.S**

Jabatan : **Ketua RW 07 Rawa Badung Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung
Jakarta Timur**

Alamat : **Rawa Badung RT 10 RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung
Jakarta Timur**

Mengizinkan mahasiswa dengan:

N a m a : **RISKA ADI SULISTYANI**

Nomor Registrasi : **8135132250**

Program Studi : **Pendidikan Tata Niaga**

Fakultas : **Ekonomi**

Untuk melaksanakan penelitian pada warga RW 07 Rawa Badung Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung Jakarta Timur dalam rangka pengumpulan data untuk keperluan penyusunan skripsi dengan judul:

"Hubungan Antara Kualitas Produk dan Merek dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat Pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta Timur"

Semoga surat ini dapat digunakan sebagaimana mestinya dan yang bersangkutan dapat memanfaatkan kesempatan ini dengan sebaik-baiknya.

Ketua RW. 07



(ISMAIL H.S)

Tanggal Pengisian : No. Kuesioner :

SURVEI AWAL

Saya Riska Adi Sulistyani Mahasiswa Pendidikan Tata Niaga 2013 Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang Melakukan Survey Awal untuk Penelitian Skripsi Saya yang Berjudul Hubungan Antara Kualitas Produk dan Merek Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda *Beat* Pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta.

Nama : _____

No Responden : _____

RT : _____

1. Apakah Anda Pernah Membeli Sepeda Motor Honda *Beat* ?
 - a. Ya
 - b. Tidak

2. Jika Tidak, Berikan Alasan Anda ?
 - a. Kualitas Produk Yang Kurang Baik
 - b. Merek Sepeda Motor Lain Lebih Bergensi
 - c. Alasan Lainnya, _____

3. Jika, Ya Silahkan Checklist

❧TERIMAKASIH❧

Tanggal Pengisian :

No.Kuesioner:

KUESIONER UJI COBA

Responden yang terhormat,

Saya Riska Adi Sulistyani mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang mengadakan penelitian **Hubungan Antara Kualitas Produk dan Merek Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda *Beat* Pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta**. Saya mengharapkan kerja sama Anda untuk memberikan jawaban atas pernyataan – pernyataan di dalam kuesioner ini. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata – mata hanya untuk kepentingan akademis.

I. PETUNJUK PENGISIAN

Saudara/i dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai petunjuk yang kami berikan.

Berilah tanda checklist (√) pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi Anda), dengan ketentuan :

- | | |
|---------------------|---------|
| Setuju | : (S) |
| Sangat Setuju | : (SS) |
| Ragu-ragu | : (RR) |
| Tidak Setuju | : (TS) |
| Sangat Tidak Setuju | : (STS) |

II. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA RESPONDEN	:
NO. TELEPON	:
RT	:

III. DAFTAR PERNYATAAN

1. VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya menggunakan sepeda motor Honda <i>Beat</i> atas keinginan saya sendiri					
2	Saya memiliki keinginan untuk membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
3	Saya membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i> atas rekomendasi teman saya					
4	Teman saya menyarankan untuk membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
5	Saya memperoleh informasi tentang sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari Ayah saya					
6	Saya memperoleh informasi tentang sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari Ibu saya					
7	Saya memperoleh informasi tentang sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari Kakak saya					
8	Saya memperoleh informasi tentang sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari Adik saya					
9	Saya mengetahui sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari <i>website</i> resmi langsung					
10	<i>Website</i> resmi sepeda motor Honda <i>Beat</i> membuat saya tertarik membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
11	<i>Website</i> resmi sepeda motor Honda <i>Beat</i> membuat saya enggan membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
12	Saya mengetahui sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari iklan di televisi					
13	Saya mengetahui sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari iklan di radio					
14	Saya mengetahui sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari iklan di internet					
15	Saya mengetahui sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari iklan di koran					

16	Saya enggan melihat iklan sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
17	Saya mengetahui sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari iklan di brosur					
18	Saya mengetahui sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari salesman / salesgirl					
19	Salesman / Salesgirl sepeda motor Honda <i>Beat</i> membuat saya tertarik membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
20	Saya lebih memilih sepeda motor Honda <i>Beat</i> dibandingkan sepeda motor Scoopy					
21	Saya lebih memilih sepeda motor Honda <i>Beat</i> dibandingkan sepeda motor Vario					
22	Membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i> keputusan yang tepat					
23	Saya suka produk sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
24	Saya kecewa membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
25	Saya lebih memilih sepeda motor Vario dibandingkan sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
26	Saya lebih memilih sepeda motor <i>Scoopy</i> dibandingkan sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
27	Salesman / Salesgirl sepeda motor Honda <i>Beat</i> membuat saya enggan membeli					
28	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> menyulitkan saya dalam berkendara					

SKOR UJI COBA INSTRUMEN
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)

No. Resp.	Butir Pernyataan																														X _i	X ²
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28				
1	4	4	4	2	4	1	4	4	2	3	4	4	5	4	3	3	4	4	3	2	2	1	4	4	4	4	4	3	4	4	94	8836
2	4	4	3	2	4	4	5	3	5	5	1	2	3	2	4	4	5	5	4	1	4	4	4	2	4	5	4	3	2	98	9604	
3	4	4	3	4	3	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2	2	1	103	10609	
4	3	2	2	3	3	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	5	4	92	8464	
5	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	1	2	5	111	12321	
6	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	115	13225	
7	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	5	5	5	4	5	127	16129	
8	5	4	5	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	118	13924	
9	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	4	5	3	3	4	5	2	5	4	4	4	4	5	116	13456	
10	4	4	4	4	2	3	2	2	2	4	5	3	2	4	1	4	1	2	4	3	4	5	3	4	2	2	4	4	4	88	7744	
11	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	2	102	10404	
12	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	122	14884	
13	4	4	5	5	3	3	5	4	3	2	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	5	108	11664	
14	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	5	3	4	5	4	4	4	5	5	117	13689	
15	4	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	120	14400	
16	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	2	5	4	4	5	4	5	3	2	4	4	4	118	13924	
17	2	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4	118	13924	
18	4	5	3	5	3	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	108	11664	
19	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	3	5	2	2	5	4	2	4	4	4	5	4	1	112	12544	
20	4	3	4	4	5	2	5	4	4	3	4	3	5	4	4	4	2	5	5	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	113	12769	
21	3	4	4	4	4	5	4	3	4	3	2	4	2	4	2	4	3	5	3	5	4	4	3	4	5	2	5	4	4	103	10609	
22	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	115	13225	
23	5	5	5	5	5	4	5	2	2	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	1	3	3	5	5	5	4	4	4	4	116	13456	
24	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	116	13456	
25	2	5	4	2	3	2	4	4	4	1	3	4	4	4	3	4	3	1	3	4	3	3	4	5	5	1	5	3	4	93	8649	
26	4	4	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	124	15376	
27	2	3	2	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	2	5	4	4	5	5	5	113	12769	
28	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	2	5	4	4	4	5	4	5	4	4	120	14400		
29	2	2	2	2	3	3	4	3	4	2	2	3	3	2	3	4	4	4	1	2	2	2	3	4	2	3	4	4	4	81	6561	
30	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	124	15376	
ΣX _i	115	121	118	118	116	113	108	126	118	119	113	117	121	131	117	126	117	120	117	115	119	115	110	135	115	113	117	116	3305	368055		
ΣX _i ²	467	505	500	474	441	416	416	544	486	497	453	483	513	589	477	477	481	510	491	481	495	471	426	623	467	463	475	482				

**PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom SX_i = Jumlah butir ke satu

$$\begin{aligned} SX_i &= 4 + 4 + 4 + 3 + \dots + 3 \\ &= 115 \end{aligned}$$
2. Kolom SX_t = Jumlah total butir dari setiap responden

$$\begin{aligned} SX_t &= 94 + 98 + 103 + 92 + \dots + 124 \\ &= 3305 \end{aligned}$$
3. Kolom SX_t^2

$$\begin{aligned} SX_t^2 &= 94^2 + 98^2 + 103^2 + 92^2 + \dots + 124^2 \\ &= 368055 \end{aligned}$$
4. Kolom SX_i^2

$$\begin{aligned} SX_i^2 &= 4^2 + 4^2 + 4^2 + 3^2 + \dots + 3^2 \\ &= 467 \end{aligned}$$
5. Kolom $SX_i \cdot X_t$

$$\begin{aligned} SX_i \cdot X_t &= 376 + 392 + 412 + 276 + \dots + 372 \\ &= 12806 \end{aligned}$$
6. Kolom Sx_i^2

$$\begin{aligned} Sx_i^2 &= SX_i^2 - \frac{(SX_i)^2}{n} \\ &= 467 - \frac{115^2}{30} \\ &= 26,167 \end{aligned}$$
7. Kolom $Sx_i \cdot x_t$

$$\begin{aligned} Sx_i \cdot x_t &= SX_i \cdot X_t - \frac{(SX_i)(SX_t)}{n} \\ &= 12806 - \frac{115 \times 3305}{30} \\ &= 136,83 \end{aligned}$$
8. Kolom Sx_t^2

$$\begin{aligned} Sx_t^2 &= SX_t^2 - \frac{(SX_t)^2}{n} \\ &= 368055 - \frac{3305^2}{30} \\ &= 3954,17 \end{aligned}$$
9. Kolom r_{hitung}

$$\begin{aligned} r_{hitung} &= \frac{Sx_i \cdot x_t}{\sqrt{(Sx_i^2)(Sx_t^2)}} \\ &= \frac{136,833}{\sqrt{26,167 \times 3954,167}} = 0,425 \end{aligned}$$

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum x_i^2$	$\sum x_i \cdot x_t$	$\sum x_t^2$	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimp.
1	115	467	12806	26.17	136.83	3954.2	0.425	0.361	VALID
2	121	505	13452	16.97	121.83	3954.2	0.470	0.361	VALID
3	118	500	13204	35.87	204.33	3954.2	0.543	0.361	VALID
4	116	474	12968	25.47	188.67	3954.2	0.595	0.361	VALID
5	113	441	12580	15.37	131.17	3954.2	0.532	0.361	VALID
6	108	416	12083	27.20	185.00	3954.2	0.564	0.361	VALID
7	126	544	13991	14.80	110.00	3954.2	0.455	0.361	VALID
8	118	486	13106	21.87	106.33	3954.2	0.362	0.361	VALID
9	119	497	13253	24.97	143.17	3954.2	0.456	0.361	VALID
10	113	453	12594	27.37	145.17	3954.2	0.441	0.361	VALID
11	117	483	13037	26.70	147.50	3954.2	0.454	0.361	VALID
12	121	513	13498	24.97	167.83	3954.2	0.534	0.361	VALID
13	131	589	14597	16.97	165.17	3954.2	0.638	0.361	VALID
14	117	477	13028	20.70	138.50	3954.2	0.484	0.361	VALID
15	117	477	13044	20.70	154.50	3954.2	0.540	0.361	VALID
16	126	540	13997	10.80	116.00	3954.2	0.561	0.361	VALID
17	117	481	13019	24.70	129.50	3954.2	0.414	0.361	VALID
18	120	510	13355	30.00	135.00	3954.2	0.392	0.361	VALID
19	117	491	13049	34.70	159.50	3954.2	0.431	0.361	VALID
20	115	481	12872	40.17	202.83	3954.2	0.509	0.361	VALID
21	119	495	13256	22.97	146.17	3954.2	0.485	0.361	VALID
22	115	471	12816	30.17	146.83	3954.2	0.425	0.361	VALID
23	110	426	12189	22.67	70.67	3954.2	0.236	0.361	DROP
24	135	623	15050	15.50	177.50	3954.2	0.717	0.361	VALID
25	115	467	12820	26.17	150.83	3954.2	0.469	0.361	VALID
26	113	463	12598	37.37	149.17	3954.2	0.388	0.361	VALID
27	117	475	12899	18.70	9.50	3954.2	0.035	0.361	DROP
28	116	482	12894	33.47	114.67	3954.2	0.315	0.361	DROP

**PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH
VALIDITAS VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No. Resp	Butir Pernyataan																														X _i	X _i ²
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25							
1	4	4	4	2	4	1	4	4	2	3	4	4	5	4	5	3	4	4	5	2	2	1	4	4	4	3	86	7396				
2	4	4	3	2	4	4	5	5	5	5	5	2	3	2	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	101	10201					
3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	2	2	99	9801					
4	3	2	2	3	3	2	4	4	3	5	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	89	7921					
5	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	5	4	4	4	1	100	10000					
6	5	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	102	10404					
7	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	114	12996					
8	5	4	5	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	106	11236					
9	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	5	3	5	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5	4	4	105	11025					
10	4	4	4	4	2	3	2	2	4	5	3	2	4	4	1	4	1	2	4	3	4	5	4	2	2	77	5929					
11	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	94	8836					
12	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	111	12321					
13	4	4	5	5	3	3	5	4	3	2	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	3	5	95	9025					
14	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	5	5	3	5	4	4	103	10609					
15	4	5	5	5	3	4	4	3	3	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	107	11449					
16	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	2	5	4	4	5	5	3	2	106	11236					
17	2	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	5	5	5	4	4	3	5	5	4	4	105	11025					
18	4	5	3	5	3	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	96	9216					
19	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5	4	5	5	5	4	3	5	2	2	5	4	4	4	5	105	11025					
20	4	3	4	4	5	2	5	4	4	3	4	3	5	5	4	4	2	5	5	4	5	3	5	4	4	100	10000					
21	3	4	4	4	4	5	4	3	4	3	2	2	4	2	4	3	5	3	5	4	4	3	5	2	5	91	8281					
22	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	3	5	5	4	103	10609					
23	5	5	5	5	5	4	5	2	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	1	3	3	5	4	4	103	10609					
24	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	104	10816					
25	2	5	4	2	3	2	4	4	1	3	4	4	4	4	3	4	3	1	3	4	3	3	5	5	1	81	6561					
26	4	4	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	112	12544					
27	2	3	2	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	101	10201					
28	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	2	5	4	4	5	4	5	108	11664					
29	2	2	2	2	3	3	4	3	4	2	2	3	3	2	3	4	4	4	1	2	2	3	2	3	4	69	4761					
30	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	114	12996					
ΣX _i	116	121	118	116	114	108	127	120	119	115	121	121	131	117	119	126	117	120	119	119	120	115	138	117	113	2987	306693					
ΣX _i ²	474	505	500	474	448	416	551	502	497	469	507	513	589	477	493	540	481	510	507	505	502	471	648	483	463							

**PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No.	Varians
1	0,87
2	0,57
3	1,20
4	0,85
5	0,51
6	0,91
7	0,49
8	0,73
9	0,83
10	0,91
11	0,89
12	0,83
13	0,57
14	0,69
15	0,69
16	0,36
17	0,82
18	1,00
19	1,16
20	1,34
21	0,77
22	1,01
23	0,52
24	0,87
25	1,25
$\sum Si^2$	20,62

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus (Contoh No.1)

$$\begin{aligned}
 Si^2 &= \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n} \\
 &= \frac{467 - \frac{115^2}{30}}{30} = 0,87
 \end{aligned}$$

2. Menghitung varians total

$$\begin{aligned}
 St^2 &= \frac{\sum Xt^2 - \frac{(\sum Xt)^2}{n}}{n} \\
 &= \frac{296122 - \frac{2962^2}{30}}{30} = 122,46
 \end{aligned}$$

3. Menghitung Reliabilitas

$$\begin{aligned}
 r_{ii} &= \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right) \\
 &= \frac{25}{24} \left(1 - \frac{20,62}{122,46} \right) \\
 &= 0,86627
 \end{aligned}$$

Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa r_{ii} termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang tinggi**

Tanggal Pengisian : No. Kuesioner :

KUESIONER UJI COBA

Responden yang terhormat,

Saya Riska Adi Sulistyani mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang mengadakan penelitian **Hubungan Antara Kualitas Produk dan Merek Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda *Beat* Pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta**. Saya mengharapkan kerja sama Anda untuk memberikan jawaban atas pernyataan – pernyataan di dalam kuesioner ini. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata – mata hanya untuk kepentingan akademis.

I. PETUNJUK PENGISIAN

Saudara/i dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai petunjuk yang kami berikan.

Berilah tanda checklist (√) pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi Anda), dengan ketentuan :

- Setuju : (S)
Sangat Setuju : (SS)
Ragu-ragu : (RR)
Tidak Setuju : (TS)
Sangat Tidak Setuju : (STS)

II. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA RESPONDEN :
NO. TELEPON :
RT :

III. DAFTAR PERNYATAAN

2. VARIABEL KUALITAS PRODUK (X1)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Suara mesin sepeda motor Honda <i>Beat</i> terdengar halus					
2	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki mesin yang handal					
3	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki kinerja yang baik					
4	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki design yang menarik					
5	Suara mesin sepeda motor Honda <i>Beat</i> terdengar bising					
6	Saya tertarik dengan design sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
7	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki berbagai macam design					
8	Saya tertarik dengan warna sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
9	Suara mesin sepeda motor Honda <i>Beat</i> terdengar kasar					
10	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki design <i>body</i> yang ramping					
11	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki <i>system</i> penguncian ganda					
12	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki design <i>body</i> yang besar					
13	Rem tangan sepeda motor Honda <i>Beat</i> mudah dikendalikan					
14	Bahan bakar sepeda motor Honda <i>Beat</i> boros					
15	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki rak ganda multifungsi					

16	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki standar samping otomatis					
17	Mesin sepeda motor Honda <i>Beat</i> sudah menggunakan mesin <i>PGM-FI</i>					
18	Bahan bakar sepeda motor Honda <i>Beat</i> irit					
19	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> yang saya miliki mesinnya awet					
20	Mesin sepeda motor Honda <i>Beat</i> awet dipakai untuk jangka waktu panjang					
21	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki rak depan dengan ukuran yang kecil					
22	Rem tangan sepeda motor Honda <i>Beat</i> mudah rusak					
23	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki <i>system</i> pengucian ganda yang aman					
24	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> yang saya miliki mesinnya mudah rusak					
25	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki rak ganda dibagian depan yang mudah dijangkau					
26	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki design yang kurang menarik					

**SKOR UJI COBA INSTRUMEN
VARIABEL X1 (KUALITAS PRODUK)**

No Resp.	Butir Pernyataan																										X _i	X _i ²
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26		
1	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	2	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	118	13924
2	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	5	5	4	5	5	110	12100
3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	1	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	2	1	5	115	13225
4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	2	3	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	2	108	11664
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	121	14641
6	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	3	2	4	4	4	4	2	2	4	99	9801
7	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	5	3	5	115	13225
8	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	1	2	4	5	5	4	4	4	4	104	10816
9	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	4	2	5	117	13689
10	5	5	4	4	4	4	5	4	4	1	3	4	4	4	4	4	3	1	1	4	4	4	4	4	1	5	94	8836
11	5	3	4	5	5	5	3	4	1	4	4	4	4	5	4	2	2	2	2	4	4	4	4	4	5	2	93	8649
12	3	5	4	5	5	5	4	4	5	1	4	3	5	4	5	4	2	5	5	2	4	4	4	3	4	1	100	10000
13	5	4	3	4	4	4	4	4	2	1	4	4	5	4	4	4	5	4	2	4	5	5	5	5	5	4	104	10816
14	4	4	5	4	4	4	4	5	2	5	5	5	5	4	5	4	2	2	1	5	5	5	5	4	1	1	100	10000
15	3	4	5	4	4	4	5	5	5	1	5	3	4	5	4	5	1	2	2	5	5	5	5	3	5	2	101	10201
16	4	4	5	5	5	4	4	5	5	2	5	5	4	5	5	5	3	2	2	5	5	5	5	5	2	4	110	12100
17	5	5	4	4	5	3	2	4	4	2	4	4	4	5	5	4	4	2	2	5	4	5	5	4	2	5	102	10404
18	4	4	3	5	5	4	5	5	5	2	5	4	4	5	5	5	5	5	2	4	4	5	5	5	5	2	112	12544
19	4	4	2	5	2	3	4	5	5	2	5	5	5	4	4	4	2	1	2	2	2	4	4	5	2	5	92	8464
20	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	2	4	97	9409
21	4	4	3	2	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	5	3	2	2	3	4	2	3	4	3	3	85	7225
22	3	4	4	4	5	4	3	4	4	2	5	2	4	5	2	4	4	2	2	4	4	4	4	5	4	2	92	8464
23	5	5	1	5	5	4	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	4	5	5	112	12544
24	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	3	4	97	9409
25	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	122	14884
26	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	127	16129
27	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	127	16129
28	5	4	2	4	5	3	2	4	4	2	5	4	4	5	5	4	4	2	2	4	4	5	5	4	2	4	98	9604
29	1	2	2	4	5	4	2	2	2	2	5	4	3	2	3	2	3	2	2	5	4	3	4	2	2	2	74	5476
30	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	1	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	113	12769
ΣX _i	126	129	121	131	137	124	117	132	122	103	137	119	117	129	132	127	111	92	88	128	132	135	135	123	92	120	3159	337141
ΣX _i ²	556	569	525	585	639	524	483	594	536	419	637	497	497	573	596	557	449	336	318	566	594	623	621	525	348	524		

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS
VARIABEL X1 (KUALITAS PRODUK)**

1. Kolom ΣX_i = Jumlah butir ke satu

$$\begin{aligned}\Sigma X_i &= 5 + 4 + 5 + 5 + \dots + 5 \\ &= 126\end{aligned}$$
2. Kolom ΣX_t = Jumlah total butir dari setiap responden

$$\begin{aligned}\Sigma X_t &= 118 + 110 + 115 + 108 + \dots + 113 \\ &= 3159\end{aligned}$$
3. Kolom ΣX_t^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_t^2 &= 118^2 + 110^2 + 115^2 + 108^2 + \dots + 113^2 \\ &= 337141\end{aligned}$$
4. Kolom ΣX_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_i^2 &= 5^2 + 4^2 + 5^2 + 5^2 + \dots + 5^2 \\ &= 556\end{aligned}$$
5. Kolom $\Sigma X_i \cdot X_t$

$$\begin{aligned}\Sigma X_i \cdot X_t &= 590 + 440 + 575 + 540 + \dots + 565 \\ &= 13443\end{aligned}$$
6. Kolom ΣX_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_i^2 &= \Sigma X_i^2 - \frac{(\Sigma X_i)^2}{n} \\ &= 556 - \frac{126^2}{30} \\ &= 26.800\end{aligned}$$
7. Kolom $\Sigma X_i \cdot X_t$

$$\begin{aligned}\Sigma X_i \cdot X_t &= \Sigma X_i \cdot X_t - \frac{(\Sigma X_i)(\Sigma X_t)}{n} \\ &= 13443 - \frac{126 \times 3159}{30} \\ &= 175.20\end{aligned}$$
8. Kolom ΣX_t^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_t^2 &= \Sigma X_t^2 - \frac{(\Sigma X_t)^2}{n} \\ &= 337141 - \frac{3159^2}{30} \\ &= 4498.30\end{aligned}$$
9. Kolom r_{hitung}

$$\begin{aligned}r_{hitung} &= \frac{\Sigma X_i \cdot X_t}{\sqrt{(\Sigma X_i^2)(\Sigma X_t^2)}} \\ &= \frac{175.200}{\sqrt{26.800 \times 4498.300}} = 0.505\end{aligned}$$

**PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR
VARIABEL X1 (KUALITAS PRODUK)**

Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum X_t^2$	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimp.
1	126	556	13443	26.80	175.20	4498.3	0.505	0.361	VALID
2	129	569	13729	14.30	145.30	4498.3	0.573	0.361	VALID
3	121	525	12956	36.97	214.70	4498.3	0.527	0.361	VALID
4	131	585	13914	12.97	119.70	4498.3	0.496	0.361	VALID
5	137	639	14517	13.37	90.90	4498.3	0.371	0.361	VALID
6	124	524	13131	11.47	73.80	4498.3	0.325	0.361	DROP
7	117	483	12537	26.70	216.90	4498.3	0.626	0.361	VALID
8	132	594	14070	13.20	170.40	4498.3	0.699	0.361	VALID
9	122	536	13068	39.87	221.40	4498.3	0.523	0.361	VALID
10	103	419	11156	65.37	310.10	4498.3	0.572	0.361	VALID
11	137	637	14518	11.37	91.90	4498.3	0.406	0.361	VALID
12	119	497	12685	24.97	154.30	4498.3	0.460	0.361	VALID
13	117	497	12325	40.70	4.90	4498.3	0.011	0.361	DROP
14	129	573	13660	18.30	76.30	4498.3	0.266	0.361	DROP
15	132	596	14048	15.20	148.40	4498.3	0.568	0.361	VALID
16	127	557	13541	19.37	167.90	4498.3	0.569	0.361	VALID
17	111	449	11921	38.30	232.70	4498.3	0.561	0.361	VALID
18	92	336	10026	53.87	338.40	4498.3	0.687	0.361	VALID
19	88	318	9622	59.87	355.60	4498.3	0.685	0.361	VALID
20	128	566	13606	19.87	127.60	4498.3	0.427	0.361	VALID
21	132	594	14022	13.20	122.40	4498.3	0.502	0.361	VALID
22	135	623	14391	15.50	175.50	4498.3	0.665	0.361	VALID
23	135	621	14358	13.50	142.50	4498.3	0.578	0.361	VALID
24	123	525	13016	20.70	64.10	4498.3	0.210	0.361	DROP
25	92	348	10015	65.87	327.40	4498.3	0.601	0.361	VALID
26	120	524	12866	44.00	230.00	4498.3	0.517	0.361	VALID

PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS
VARIABEL X1 (KUALITAS PRODUK)

No.	Varians
1	0,89
2	0,48
3	1,23
4	0,43
5	0,45
6	0,89
7	0,44
8	1,33
9	2,18
10	0,38
11	0,83
12	0,51
13	0,65
14	1,28
15	1,80
16	2,00
17	0,66
18	0,44
19	0,52
20	0,45
21	2,20
22	1,47
$\sum Si^2$	21,48

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus (Contoh No.1)

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{556 - \frac{126^2}{30}}{30} = 0,89$$

2. Menghitung varians total

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2 - \frac{(\sum Xt)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{241068 - \frac{2666^2}{30}}{30} = 138,32$$

3. Menghitung Reliabilitas

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum Si^2}{st^2} \right)$$

$$= \frac{22}{22-1} \left(1 - \frac{21,48}{138,32} \right)$$

$$= 0,808$$

Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa r_{ii} termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang tinggi**

LAMPIRAN 16

Tanggal Pengisian :

No. Kuesioner :

KUESIONER UJI COBA

Responden yang terhormat,

Saya Riska Adi Sulistyani mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang mengadakan penelitian **Hubungan Antara Kualitas Produk dan Merek Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda *Beat* Pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta**. Saya mengharapkan kerja sama Anda untuk memberikan jawaban atas pernyataan – pernyataan di dalam kuesioner ini. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata – mata hanya untuk kepentingan akademis.

I. PETUNJUK PENGISIAN

Saudara/i dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai petunjuk yang kami berikan.

Berilah tanda checklist (√) pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi Anda), dengan ketentuan :

- Setuju : (S)
 Sangat Setuju : (SS)
 Ragu-ragu : (RR)
 Tidak Setuju : (TS)
 Sangat Tidak Setuju : (STS)

II. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA RESPONDEN :
 NO. TELEPON :
 RT :

III. DAFTAR PERNYATAAN

3. VARIABEL MEREK (X2)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki slogan <i>One Heart</i>					
2	Design gambar sepeda motor Honda <i>Beat</i> kreatif					
3	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> mudah diingat					
4	Design gambar sepeda motor Honda <i>Beat</i> menarik					
5	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> di kenal semua orang					
6	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki design yang inovatif					
7	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> mudah di ketahui					
8	<i>Striping</i> (stiker motor) Honda <i>Beat up to date</i>					
9	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> mudah di kenali					
10	Saya suka simbol sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
11	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> terlihat menarik					
12	Pilihan warna sepeda motor Honda <i>Beat</i> sesuai selera wanita maupun pria					
13	<i>Striping</i> (stiker motor) Honda <i>Beat</i> terlihat menarik					
14	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> sulit diingat					
15	<i>Striping</i> (stiker motor) Honda <i>Beat</i> memiliki berbagai macam warna					
16	Model sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki kekhasan dibandingkan sepeda motor merek lain					

17	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> sulit di ketahui					
18	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki tanda yang menarik					
19	Saya menyukai <i>striping</i> (stiker motor) Honda <i>Beat</i>					
20	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> sulit di kenali					
21	Saya engga memilih model sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
22	Model sepeda motor Honda <i>Beat</i> modern					
23	<i>Striping</i> (stiker motor) Honda <i>Beat</i> bervariasi					
24	Tampilan panel spidometer Honda <i>Beat</i> menarik					
25	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki tanda yang unik pada semua model yang ada					
26	<i>Striping</i> (stiker motor) Honda <i>Beat</i> terlihat buruk					

**SKOR UJI COBA INSTRUMEN
VARIABEL X2 (MEREK)**

No. Resp.	Butir Pernyataan																														ΣXi	Xi ²
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26						
1	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	123			
2	3	2	1	2	4	2	4	5	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	1	4	4	4	4	2	83			
3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	2	5	5	120				
4	2	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2	3	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	2	98				
5	4	4	3	1	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	1	5	4	5	5	5	5	5	5	114				
6	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	3	2	4	4	4	4	4	2	2	4	99				
7	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	122				
8	3	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	1	2	4	5	5	4	4	4	4	108				
9	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	4	2	5	5	117				
10	5	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	1	1	4	4	4	4	4	4	1	5	97				
11	5	4	4	5	5	5	3	4	1	4	4	4	4	5	4	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	93				
12	3	5	4	5	5	5	4	4	5	1	4	3	5	4	5	4	2	5	5	2	5	4	4	4	1	4	4	100				
13	5	4	3	4	4	4	4	4	2	5	4	4	5	4	4	4	5	4	2	4	5	5	5	5	5	5	4	108				
14	4	4	5	4	4	4	4	5	2	5	5	5	2	4	5	4	2	2	1	5	5	5	5	5	4	1	1	97				
15	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	3	5	4	5	1	2	2	2	5	5	5	3	5	2	5	104				
16	4	4	5	5	5	4	4	5	5	2	2	5	4	5	5	5	3	2	2	2	5	5	5	5	2	4	5	107				
17	5	5	5	4	5	5	5	4	4	2	4	4	4	5	5	4	4	2	2	2	5	4	5	5	4	2	5	108				
18	4	5	3	5	5	4	5	5	5	2	5	4	4	5	5	5	2	4	2	4	4	5	5	5	5	5	2	109				
19	4	1	2	5	2	2	4	5	5	2	5	5	5	4	4	4	2	1	2	2	2	2	4	4	5	2	5	88				
20	3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	98				
21	4	4	3	2	4	3	3	4	3	4	5	3	5	4	4	5	3	1	2	3	4	4	2	3	5	1	3	87				
22	3	4	4	4	5	4	4	4	4	2	5	2	4	5	2	4	4	2	2	4	4	4	4	5	4	2	2	93				
23	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	124				
24	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	96				
25	4	4	3	4	5	4	3	5	5	1	5	5	5	4	5	5	5	4	1	5	5	4	5	5	5	1	5	107				
26	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	118				
27	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	121				
28	5	4	2	4	5	3	2	4	4	2	5	4	4	5	5	4	4	2	2	4	4	5	5	4	4	2	4	98				
29	3	2	2	4	5	4	2	2	2	2	1	4	4	2	3	2	3	2	2	5	4	3	4	4	2	2	2	73				
30	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	114				
ΣXi	124	125	117	122	137	122	121	131	122	109	130	121	126	133	133	125	108	93	79	126	132	128	131	125	90	114	3124					
ΣXi ²	536	549	495	522	639	514	511	585	542	451	594	515	552	603	605	545	428	345	261	554	594	572	585	543	338	480	330098					

**PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR
VARIABEL X1 (MEREK)**
Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom ΣX_i = Jumlah butir ke satu

$$\begin{aligned}\Sigma X_i &= 5 + 3 + 5 + 2 + \dots + 5 \\ &= 124\end{aligned}$$
2. Kolom ΣX_t = Jumlah total butir dari setiap responden

$$\begin{aligned}\Sigma X_t &= 123 + 83 + 120 + 98 + \dots + 114 \\ &= 3124\end{aligned}$$
3. Kolom ΣX_t^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_t^2 &= 123^2 + 83^2 + 120^2 + 98^2 + \dots + 114^2 \\ &= 330098\end{aligned}$$
4. Kolom ΣX_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_i^2 &= 5^2 + 3^2 + 5^2 + 2^2 + \dots + 5^2 \\ &= 536\end{aligned}$$
5. Kolom $\Sigma X_i \cdot X_t$

$$\begin{aligned}\Sigma X_i \cdot X_t &= 615 + 249 + 600 + 196 + \dots + 570 \\ &= 13083\end{aligned}$$
6. Kolom ΣX_i^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_i^2 &= \Sigma X_i^2 - \frac{(\Sigma X_i)^2}{n} \\ &= 536 - \frac{124^2}{30} \\ &= 23.467\end{aligned}$$
7. Kolom $\Sigma X_i \cdot X_t$

$$\begin{aligned}\Sigma X_i \cdot X_t &= \Sigma X_i \cdot X_t - \frac{(\Sigma X_i)(\Sigma X_t)}{n} \\ &= 13083 - \frac{124 \times 3124}{30} \\ &= 170.47\end{aligned}$$
8. Kolom ΣX_t^2

$$\begin{aligned}\Sigma X_t^2 &= \Sigma X_t^2 - \frac{(\Sigma X_t)^2}{n} \\ &= 330098 - \frac{3124^2}{30} \\ &= 4785.47\end{aligned}$$
9. Kolom r_{hitung}

$$\begin{aligned}r_{hitung} &= \frac{\Sigma X_i \cdot X_t}{\sqrt{(\Sigma X_i^2)(\Sigma X_t^2)}} \\ &= \frac{170.467}{\sqrt{23.467 \times 4785.467}} = 0.509\end{aligned}$$

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS
VARIABEL X2 (MEREK)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum X_i^2$	r_{hitung}	r_{tabel}	Kesimp.
1	124	536	13083	23.47	170.47	4785.5	0.509	0.361	VALID
2	125	549	13265	28.17	248.33	4785.5	0.676	0.361	VALID
3	117	495	12475	38.70	291.40	4785.5	0.677	0.361	VALID
4	122	522	12789	25.87	84.73	4785.5	0.241	0.361	DROP
5	137	639	14379	13.37	112.73	4785.5	0.446	0.361	VALID
6	122	514	12863	17.87	158.73	4785.5	0.543	0.361	VALID
7	121	511	12790	22.97	189.87	4785.5	0.573	0.361	VALID
8	131	585	13751	12.97	109.53	4785.5	0.440	0.361	VALID
9	122	542	12998	45.87	293.73	4785.5	0.627	0.361	VALID
10	109	451	11586	54.97	235.47	4785.5	0.459	0.361	VALID
11	130	594	13714	30.67	176.67	4785.5	0.461	0.361	VALID
12	121	515	12772	26.97	171.87	4785.5	0.478	0.361	VALID
13	126	552	13188	22.80	67.20	4785.5	0.203	0.361	DROP
14	133	603	13998	13.37	148.27	4785.5	0.586	0.361	VALID
15	133	605	13998	15.37	148.27	4785.5	0.547	0.361	VALID
16	125	545	13165	24.17	148.33	4785.5	0.436	0.361	VALID
17	108	428	11405	39.20	158.60	4785.5	0.366	0.361	VALID
18	93	345	10005	56.70	320.60	4785.5	0.615	0.361	VALID
19	79	261	8492	52.97	265.47	4785.5	0.527	0.361	VALID
20	126	554	13297	24.80	176.20	4785.5	0.511	0.361	VALID
21	132	594	13888	13.20	142.40	4785.5	0.567	0.361	VALID
22	128	572	13551	25.87	221.93	4785.5	0.631	0.361	VALID
23	131	585	13722	12.97	80.53	4785.5	0.323	0.361	DROP
24	125	543	13070	22.17	53.33	4785.5	0.164	0.361	DROP
25	90	338	9721	68.00	349.00	4785.5	0.612	0.361	VALID
26	114	480	12133	46.80	261.80	4785.5	0.553	0.361	VALID

PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH VALIDITAS VARIABEL X2 (MEREK)

No. Resp.	Butir Pernyataan																				X _i	X _i ²	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			21
1	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	11025
2	3	2	1	4	2	4	5	1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	1	4	2	4761
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	11664
4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	2	2	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	2	6561
5	4	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	1	5	4	5	5	5	9604
6	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	2	4	4	4	2	4	7056
7	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	10609
8	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	1	2	4	5	5	4	4	8464
9	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	2	4	5	5	2	5	9801
10	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	1	1	4	4	4	1	5	6561
11	5	4	4	5	5	3	4	1	4	4	4	5	4	2	2	2	2	4	4	4	2	2	5776
12	3	5	4	5	5	4	4	5	1	4	3	4	5	4	2	5	5	2	4	4	1	4	6889
13	5	4	3	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	5	4	2	4	5	5	5	4	7921
14	4	4	5	4	4	4	5	2	5	5	5	4	5	4	2	2	1	5	5	5	1	1	6724
15	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	1	2	2	5	5	5	2	5	7921
16	4	4	5	5	4	4	5	5	2	2	5	5	5	5	3	2	2	5	5	5	2	4	7744
17	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	4	5	5	4	4	2	2	5	4	5	2	5	8281
18	4	5	3	5	4	5	5	5	2	5	4	5	5	5	2	4	2	4	4	5	5	2	8100
19	4	1	2	2	2	4	5	5	2	5	5	4	4	4	2	1	2	2	2	4	2	5	4761
20	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	2	4	4	4	2	4	6724
21	4	4	3	4	3	3	4	3	4	5	3	4	4	5	3	1	2	3	4	2	1	3	5184
22	3	4	4	5	4	4	4	4	2	5	2	5	2	4	4	2	2	4	4	4	2	2	5776
23	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	11025
24	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	2	4	4	4	3	4	6561
25	4	4	3	5	4	3	5	5	1	5	5	4	5	5	5	4	1	5	5	4	1	5	7744
26	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	3	10201
27	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	10816
28	5	4	2	5	3	2	4	4	2	5	4	5	5	4	4	2	2	4	4	5	2	4	6561
29	3	2	2	5	4	2	2	2	2	1	4	2	3	2	3	2	2	5	4	3	2	2	3481
30	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	4	3	8836
ΣX _i	124	125	117	137	122	121	131	122	109	130	121	133	133	125	108	93	79	126	132	128	90	114	2620
ΣX _i ²	536	549	495	639	514	511	585	542	451	594	515	603	605	545	428	345	261	554	594	572	338	480	233132

**PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS
VARIABEL X2 (MEREK)**

No.	Varians
1	0.78
2	0.94
3	1.29
4	0.45
5	0.60
6	0.77
7	0.43
8	1.53
9	1.83
10	1.02
11	0.90
12	0.45
13	0.51
14	0.81
15	1.31
16	1.89
17	1.77
18	0.83
19	0.44
20	0.86
21	2.27
22	1.56
$\sum Si^2$	23.21

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus (Contoh No.1)

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{536 - \frac{124^2}{30}}{30} = 0.78$$

2. Menghitung varians total

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2 - \frac{(\sum Xt)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{233132 - \frac{2620^2}{30}}{30} = 143.96$$

3. Menghitung Reliabilitas

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left(1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

$$= \frac{22}{22-1} \left(1 - \frac{23.21}{143.96} \right)$$

$$= 0.802$$

Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa r_{ii} termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang tinggi**

Tanggal Pengisian :

No. Kuesioner :

KUESIONER FINAL

Responden yang terhormat,

Saya Riska Adi Sulistyani mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang mengadakan penelitian **Hubungan Antara Kualitas Produk dan Merek Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda *Beat* Pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta**. Saya mengharapkan kerja sama Anda untuk memberikan jawaban atas pernyataan – pernyataan di dalam kuesioner ini. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata – mata hanya untuk kepentingan akademis.

I. PETUNJUK PENGISIAN

Saudara/i dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai petunjuk yang kami berikan.

Berilah tanda checklist (√) pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi Anda), dengan ketentuan :

- | | |
|---------------------|---------|
| Setuju | : (S) |
| Sangat Setuju | : (SS) |
| Ragu-ragu | : (RR) |
| Tidak Setuju | : (TS) |
| Sangat Tidak Setuju | : (STS) |

II. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA RESPONDEN	:
NO. TELEPON	:
RT	:

III. DAFTAR PERNYATAAN

1. VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya menggunakan sepeda motor Honda <i>Beat</i> atas keinginan saya sendiri					
2	Saya memiliki keinginan untuk membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
3	Saya membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i> atas rekomendasi teman saya					
4	Teman saya menyarankan untuk membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
5	Saya memperoleh informasi tentang sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari Ayah saya					
6	Saya memperoleh informasi tentang sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari Ibu saya					
7	Saya memperoleh informasi tentang sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari Kakak saya					
8	Saya memperoleh informasi tentang sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari Adik saya					
9	Saya mengetahui sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari <i>website</i> resmi langsung					
10	<i>Website</i> resmi sepeda motor Honda <i>Beat</i> membuat saya tertarik membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
11	<i>Website</i> resmi sepeda motor Honda <i>Beat</i> membuat saya enggan membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
12	Saya mengetahui sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari iklan di televisi					
13	Saya mengetahui sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari iklan di radio					
14	Saya mengetahui sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari iklan di internet					

15	Saya mengetahui sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari iklan di koran					
16	Saya enggan melihat iklan sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
17	Saya mengetahui sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari iklan di brosur					
18	Saya mengetahui sepeda motor Honda <i>Beat</i> dari salesman / salesgirl					
19	Salesman / Salesgirl sepeda motor Honda <i>Beat</i> membuat saya tertarik membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
20	Saya lebih memilih sepeda motor Honda <i>Beat</i> dibandingkan sepeda motor Scoopy					
21	Saya lebih memilih sepeda motor Honda <i>Beat</i> dibandingkan sepeda motor Vario					
22	Membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i> keputusan yang tepat					
23	Saya suka produk sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
24	Saya kecewa membeli sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
25	Saya lebih memilih sepeda motor Scoopy dibandingkan sepeda motor Honda <i>Beat</i>					

Tanggal Pengisian : No. Kuesioner :

KUESIONER FINAL

Responden yang terhormat,

Saya Riska Adi Sulistyani mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang mengadakan penelitian **Hubungan Antara Kualitas Produk dan Merek Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda *Beat* Pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta**. Saya mengharapkan kerja sama Anda untuk memberikan jawaban atas pernyataan – pernyataan di dalam kuesioner ini. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata – mata hanya untuk kepentingan akademis.

I. PETUNJUK PENGISIAN

Saudara/i dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai petunjuk yang kami berikan.

Berilah tanda checklist (√) pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi Anda), dengan ketentuan :

Setuju : (S)
 Sangat Setuju : (SS)
 Ragu-ragu : (RR)
 Tidak Setuju : (TS)
 Sangat Tidak Setuju : (STS)

II. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA RESPONDEN :
 NO. TELEPON :
 RT :

III. DAFTAR PERNYATAAN

2. VARIABEL KUALITAS PRODUK (X1)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Suara mesin sepeda motor Honda <i>Beat</i> terdengar halus					
2	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki mesin yang handal					
3	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki kinerja yang baik					
4	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki design yang menarik					
5	Suara mesin sepeda motor Honda <i>Beat</i> terdengar bising					
6	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki berbagai macam design					
7	Saya tertarik dengan warna sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
8	Suara mesin sepeda motor Honda <i>Beat</i> terdengar kasar					
9	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki design <i>body</i> yang ramping					
10	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki <i>system</i> penguncian ganda					
11	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki design <i>body</i> yang besar					
12	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki rak ganda multifungsi					
13	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki standar samping otomatis					
14	Mesin sepeda motor Honda <i>Beat</i> sudah menggunakan mesin <i>PGM-FI</i>					
15	Bahan bakar sepeda motor Honda <i>Beat</i> irit					

16	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> yang saya miliki mesinnya awet					
17	Mesin sepeda motor Honda <i>Beat</i> awet dipakai untuk jangka waktu panjang					
18	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki rak depan dengan ukuran yang kecil					
19	Rem tangan sepeda motor Honda <i>Beat</i> mudah rusak					
20	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki <i>system</i> pengucian ganda yang aman					
21	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki rak ganda dibagian depan yang mudah dijangkau					
22	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki design yang kurang menarik					

Tanggal Pengisian :

No. Kuesioner :

KUESIONER FINAL

Responden yang terhormat,

Saya Riska Adi Sulistyani mahasiswi Program Studi Pendidikan Tata Niaga Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta sedang mengadakan penelitian **Hubungan Antara Kualitas Produk dan Merek Dengan Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda *Beat* Pada Warga RW 07 Kelurahan Jatinegara Kecamatan Cakung di Jakarta**. Saya mengharapkan kerja sama Anda untuk memberikan jawaban atas pernyataan – pernyataan di dalam kuesioner ini. Informasi yang diperoleh nantinya akan diolah dan dipergunakan semata – mata hanya untuk kepentingan akademis.

I. PETUNJUK PENGISIAN

Saudara/i dimohon untuk mengisi kuesioner ini sesuai petunjuk yang kami berikan.

Berilah tanda checklist (√) pada kolom pernyataan (yang paling sesuai dengan kondisi Anda), dengan ketentuan :

- | | |
|---------------------|---------|
| Setuju | : (S) |
| Sangat Setuju | : (SS) |
| Ragu-ragu | : (RR) |
| Tidak Setuju | : (TS) |
| Sangat Tidak Setuju | : (STS) |

II. IDENTITAS RESPONDEN

NAMA RESPONDEN	:
NO. TELEPON	:
RT	:

III. DAFTAR PERNYATAAN

3. VARIABEL MEREK (X2)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki slogan <i>One Heart</i>					
2	Design gambar sepeda motor Honda <i>Beat</i> kreatif					
3	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> mudah diingat					
4	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> di kenal semua orang					
5	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki design yang inovatif					
6	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> mudah di ketahui					
7	<i>Striping</i> (stiker motor) Honda <i>Beat up to date</i>					
8	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> mudah di kenali					
9	Saya suka simbol sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
10	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> terlihat menarik					
11	Pilihan warna sepeda motor Honda <i>Beat</i> sesuai selera wanita maupun pria					
12	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> sulit diingat					
13	<i>Striping</i> (stiker motor) Honda <i>Beat</i> memiliki berbagai macam warna					
14	Model sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki kekhasan dibandingkan sepeda motor merek lain					
15	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> sulit di ketahui					
16	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki tanda yang menarik					
17	Saya menyukai <i>striping</i> (stiker motor) Honda <i>Beat</i>					
18	Logo sepeda motor Honda <i>Beat</i> sulit di kenali					

19	Saya engga memilih model sepeda motor Honda <i>Beat</i>					
20	Model sepeda motor Honda <i>Beat</i> modern					
21	Tampilan panel spidometer Honda <i>Beat</i> menarik					
22	Sepeda motor Honda <i>Beat</i> memiliki tanda yang unik pada semua model yang ada					

FINAL

KUALITAS PRODUK  **KEPUTUSAN PEMBELIAN**

**DATA MENTAH
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No. Resp.	No. Item																									y _t	y _t ²
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
1	5	1	4	5	5	4	4	5	5	4	2	2	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	
2	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	
3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
4	4	4	3	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	2	5	5	5	4	4	4	3	4	4	
5	4	3	4	3	4	4	3	3	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
6	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	3	3	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	
7	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	
8	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
9	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	2	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
10	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	2	4	4	
11	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	5	4	2	4	3	4	2	4	2	4	2	4	2	4	4	4	
12	4	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
13	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	3	3	5	4	4	4	5	4	4	4	
14	4	4	2	4	4	4	4	1	4	2	2	2	2	4	3	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	
15	5	5	2	4	2	4	2	4	3	3	3	3	4	2	4	2	4	3	3	3	4	3	1	3	3	3	
16	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	4	5	91	
17	5	3	4	5	5	4	4	4	4	2	2	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	
18	4	5	4	4	4	3	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	
19	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	5	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	
20	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	5	3	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
21	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	3	2	4	3	3	
22	2	4	4	2	3	4	2	5	2	5	3	3	4	3	5	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	3	
23	4	5	5	4	5	4	3	4	4	3	2	2	3	2	4	4	3	5	2	5	4	4	5	4	4	4	
24	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	85	
25	4	4	4	4	3	5	3	3	4	2	2	2	2	2	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	
26	5	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	98	
27	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	
28	2	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
29	4	4	3	3	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	
30	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
31	4	2	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	
32	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	
33	4	1	4	4	2	2	5	4	4	4	1	3	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	
34	5	5	4	3	4	4	3	3	4	4	2	2	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	2	

No. Resp.	No. Item																									Yt	Y²	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25			
35	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	3	5	4	2	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	1000	
36	4	4	3	4	2	3	5	1	4	5	4	5	5	5	4	3	5	3	3	3	3	1	3	4	3	5	8281	
37	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	7921	
38	5	4	4	4	4	4	5	4	3	2	2	1	2	3	3	5	3	5	4	3	3	3	3	4	4	3	7569	
39	5	2	3	4	3	3	4	2	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	86	7396
40	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	102	10404
41	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	100	10000
42	4	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	99	9801
43	4	4	4	4	4	5	1	2	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	5	5	2	4	4	4	94	8836
44	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	3	87	7569
45	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	97	9409
46	5	5	4	2	3	4	2	5	2	2	3	3	2	5	4	4	4	4	4	4	3	2	3	4	4	4	87	7569
47	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	106	11236
48	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	109	11881
49	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	2	1	4	4	98	9604
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	96	9216
51	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	2	3	5	4	3	5	4	4	4	4	95	9025
52	5	1	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	1	4	4	1	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	86	7396
53	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	99	9801
54	5	5	5	4	3	3	4	2	3	3	4	3	2	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	5	5	5	97	9409
55	4	2	4	4	2	5	4	3	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	98	9604
56	4	4	4	5	3	4	4	4	1	5	1	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	4	5	5	97	9409
57	5	2	5	5	4	1	4	5	4	5	2	3	4	5	5	4	2	3	4	4	5	5	4	4	4	5	99	9801
58	4	4	5	4	2	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	2	3	2	4	4	5	94	8836
59	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	90	8100
60	4	4	3	5	3	4	2	1	2	3	4	4	4	5	5	3	3	4	4	4	3	5	3	4	5	5	92	8464
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	103	10609
62	4	4	4	3	4	4	2	4	3	2	2	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	85	7225
63	4	4	3	3	3	2	2	4	3	3	3	3	3	4	2	2	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	79	6241
64	4	3	4	3	4	3	3	5	3	3	4	2	4	4	5	3	4	3	4	4	2	5	4	3	5	3	90	8100
65	5	3	3	4	4	5	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	4	4	2	4	3	3	2	3	3	3	79	6241
66	5	5	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	79	6241
67	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	4	4	93	8649
68	2	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	90	8100
69	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	1	3	4	4	2	4	2	90	8100
70	4	4	4	4	5	4	4	2	5	2	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	3	2	4	90	8100
71	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	94	8836
72	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	99	9801
73	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	98	9604
74	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	1	3	4	4	4	94	8836

No. Resp.	No. Item																									Yt	Yt ²	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25			
75	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	113	12769	
76	5	5	3	5	2	2	4	4	4	2	5	5	5	5	1	4	4	4	4	2	4	4	3	4	2	90	8100	
77	4	4	4	4	3	4	4	4	2	1	4	2	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	86	7396	
78	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	1	5	5	5	4	4	4	4	105	11025	
79	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	2	4	3	4	88	7744	
80	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	95	9025	
81	4	4	4	4	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	95	9025	
82	4	4	4	5	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	5	100	10000	
83	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	110	12100	
84	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	2	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	110	12100	
85	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	105	11025	
86	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	90	8100	
87	5	1	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	96	9216	
88	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	2	5	4	4	112	12544	
89	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	97	9409	
90	4	4	1	5	5	3	4	2	3	5	3	4	5	3	4	3	2	5	5	5	2	4	3	4	5	93	8649	
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	2	93	8649	
92	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	1	4	2	4	3	92	8464	
93	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	106	11236	
94	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2	92	8464	
95	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	100	10000	
96	4	4	3	4	3	5	4	3	3	3	2	3	4	4	5	3	4	3	4	2	2	4	4	4	5	89	7921	
97	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	1	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	97	9409	
98	5	2	5	2	3	4	3	4	1	2	4	4	3	2	2	4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	85	7225	
99	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	3	2	4	4	2	4	90	8100	
100	4	4	2	2	2	4	3	4	3	4	4	3	4	4	2	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	85	7225	
101	4	4	4	2	2	4	2	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	2	4	3	3	2	3	3	81	6561	
102	4	3	4	3	4	3	4	3	4	2	2	4	2	4	4	2	3	2	4	2	2	3	3	4	4	79	6241	
103	5	5	3	3	4	4	3	3	4	2	4	2	3	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	4	84	7056	
104	4	2	4	2	4	2	4	4	2	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	3	2	4	80	6400	
105	4	4	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	2	4	3	4	4	4	4	85	7225	
106	4	3	3	3	4	3	2	3	4	3	2	4	2	3	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	84	7056	
Σ	448	417	408	408	390	400	389	392	392	386	358	377	384	404	397	400	398	400	400	406	409	376	393	403	410	414	9959	942265

**DATA MENTAH
VARIABEL X1 (KUALITAS PRODUK)**

No. Resp.	No. Item																						X _i	X _i ²
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	87	7569
2	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	100	10000
3	3	3	5	5	4	4	4	3	4	4	1	5	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	90	8100
4	4	5	2	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	90	8100	
5	5	4	5	5	5	3	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	89	7921	
6	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	103	10609	
7	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	104	10816	
8	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	100	10000	
9	4	4	5	4	5	4	4	2	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	89	7921	
10	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	4	88	7744	
11	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	3	5	3	4	2	4	85	7225	
12	4	4	2	4	4	2	4	4	3	4	4	4	4	2	4	3	2	4	4	2	4	75	5625	
13	4	4	3	4	4	2	1	4	4	5	2	2	3	4	2	4	1	4	4	2	3	70	4900	
14	4	2	4	2	3	3	1	3	4	2	3	4	3	3	2	4	4	3	4	3	4	69	4761	
15	4	4	4	4	4	3	4	4	1	3	2	2	4	2	4	3	2	2	2	3	4	69	4761	
16	3	4	4	2	4	3	2	4	2	5	2	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	72	5184	
17	4	4	2	4	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4	70	4900	
18	4	4	3	4	3	1	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	2	3	4	3	2	70	4900	
19	4	4	3	2	3	3	3	4	3	4	3	2	2	3	3	3	4	2	2	2	2	65	4225	
20	5	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	1	3	3	4	4	2	4	3	3	3	70	4900	
21	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	4	3	4	2	2	4	74	5476	
22	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	2	4	2	4	4	2	3	2	4	4	2	74	5476	
23	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	73	5329	
24	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	5	3	3	4	3	80	6400	
25	4	4	3	4	3	2	3	4	2	4	1	4	2	4	3	2	1	3	3	3	3	66	4356	
26	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	95	9025	
27	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	95	9025	
28	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	99	9801	
29	4	4	4	1	4	2	2	3	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	4	4	4	75	5625	
30	5	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	3	4	5	2	2	4	3	4	3	80	6400	
31	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	90	8100	
32	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	85	7225	
33	4	4	3	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	85	7225	
34	3	4	5	4	2	4	4	4	3	4	2	4	2	4	2	5	5	2	4	4	3	78	6084	

No. Resp.	No. Item																									w	Y ²
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
71	4	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	7921
72	5	4	5	4	2	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	1	4	4	4	85	7225
73	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	1	86	7396
74	4	4	4	4	3	4	4	2	1	2	4	4	4	5	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	77	5929
75	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	95	9025
76	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	1	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	90	8100
77	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	85	7225
78	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	94	8836
79	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	88	7744
80	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	94	8836
81	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	89	7921
82	5	4	4	4	5	3	2	4	4	5	4	4	4	2	4	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	88	7744
83	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	99	9801
84	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	100	10000
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	90	8100
86	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	4	89	7921
87	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	99	9801
88	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	95	9025
89	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	85	7225
90	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	92	8464
91	5	4	5	5	2	5	3	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	93	8649
92	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	92	8464
93	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	2	3	2	4	4	95	9025
94	4	4	4	4	4	4	5	4	2	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	92	8464
95	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	94	8836
96	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	88	7744
97	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	5	90	8100
98	4	5	5	5	4	4	4	4	3	2	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	84	7056
99	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	5	4	4	90	8100
100	4	4	4	4	4	2	2	2	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79	6241
101	4	2	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	1	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	75	5625
102	3	2	3	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	75	5625
103	4	3	4	2	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	2	4	2	4	4	3	4	4	3	4	3	75	5625
104	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	2	2	4	4	4	4	3	4	5	4	4	2	2	77	5929
105	3	4	4	4	4	4	4	3	4	2	2	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	2	4	77	5929
106	4	4	4	3	3	4	3	4	2	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	78	6084
Σ	452	430	422	419	409	393	391	386	391	386	391	423	398	386	389	399	398	393	368	397	405	399	406	396	8850	747282	

**DATA MENTAH VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN) DAN
VARIABEL X1 (KUALITAS PRODUK)**

No.	VARIABEL X	VARIABEL Y
1	87	105
2	100	110
3	90	100
4	90	101
5	89	92
6	103	104
7	104	105
8	100	105
9	89	94
10	88	95
11	85	90
12	75	94
13	70	95
14	69	79
15	69	79
16	72	91
17	70	89
18	70	91
19	65	95
20	70	93
21	74	98
22	74	92
23	73	94
24	80	85
25	66	84
26	95	98
27	95	98
28	99	100
29	75	94
30	80	94
31	90	93
32	85	103
33	85	89
34	78	85
35	77	100
36	83	91
37	80	89
38	70	87
39	79	86
40	75	102
41	84	100
42	80	99
43	81	94
44	78	87
45	84	97
46	81	87
47	89	106
48	85	109
49	93	98
50	81	96
51	84	95
52	84	86
53	80	99

54	81	97
55	80	98
56	80	97
57	81	99
58	80	94
59	82	90
60	80	92
61	80	103
62	74	85
63	69	79
64	74	90
65	72	79
66	69	79
67	86	93
68	83	90
69	86	90
70	78	90
71	89	94
72	85	99
73	86	98
74	77	94
75	95	113
76	90	90
77	85	86
78	94	105
79	88	88
80	94	95
81	89	95
82	88	100
83	99	110
84	100	110
85	90	105
86	89	90
87	99	96
88	95	112
89	85	97
90	92	93
91	93	93
92	92	92
93	95	106
94	92	92
95	94	100
96	88	89
97	90	97
98	84	85
99	90	90
100	79	85
101	75	81
102	75	79
103	75	84
104	77	80
105	77	85
106	78	84
JUMLAH	8850	9959

Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian

No. Resp	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	87	105	7569	11025	9135
2	100	110	10000	12100	11000
3	90	100	8100	10000	9000
4	90	101	8100	10201	9090
5	89	92	7921	8464	8188
6	103	104	10609	10816	10712
7	104	105	10816	11025	10920
8	100	105	10000	11025	10500
9	89	94	7921	8836	8366
10	88	95	7744	9025	8360
11	85	90	7225	8100	7650
12	75	94	5625	8836	7050
13	70	95	4900	9025	6650
14	69	79	4761	6241	5451
15	69	79	4761	6241	5451
16	72	91	5184	8281	6552
17	70	89	4900	7921	6230
18	70	91	4900	8281	6370
19	65	95	4225	9025	6175
20	70	93	4900	8649	6510
21	74	98	5476	9604	7252
22	74	92	5476	8464	6808
23	73	94	5329	8836	6862
24	80	85	6400	7225	6800
25	66	84	4356	7056	5544
26	95	98	9025	9604	9310
27	95	98	9025	9604	9310
28	99	100	9801	10000	9900
29	75	94	5625	8836	7050
30	80	94	6400	8836	7520
31	90	93	8100	8649	8370
32	85	103	7225	10609	8755
33	85	89	7225	7921	7565
34	78	85	6084	7225	6630
35	77	100	5929	10000	7700
36	83	91	6889	8281	7553
37	80	89	6400	7921	7120
38	70	87	4900	7569	6090
39	79	86	6241	7396	6794
40	75	102	5625	10404	7650
41	84	100	7056	10000	8400
42	80	99	6400	9801	7920
43	81	94	6561	8836	7614
44	78	87	6084	7569	6786
45	84	97	7056	9409	8148
46	81	87	6561	7569	7047
47	89	106	7921	11236	9434
48	85	109	7225	11881	9265
49	93	98	8649	9604	9114
50	81	96	6561	9216	7776
51	84	95	7056	9025	7980
52	84	86	7056	7396	7224
53	80	99	6400	9801	7920
54	81	97	6561	9409	7857
55	80	98	6400	9604	7840

No. Resp	X	Y	X ²	Y ²	XY
57	81	99	6561	9801	8019
58	80	94	6400	8836	7520
59	82	90	6724	8100	7380
60	80	92	6400	8464	7360
61	80	103	6400	10609	8240
62	74	85	5476	7225	6290
63	69	79	4761	6241	5451
64	74	90	5476	8100	6660
65	72	79	5184	6241	5688
66	69	79	4761	6241	5451
67	86	93	7396	8649	7998
68	83	90	6889	8100	7470
69	86	90	7396	8100	7740
70	78	90	6084	8100	7020
71	89	94	7921	8836	8366
72	85	99	7225	9801	8415
73	86	98	7396	9604	8428
74	77	94	5929	8836	7238
75	95	113	9025	12769	10735
76	90	90	8100	8100	8100
77	85	86	7225	7396	7310
78	94	105	8836	11025	9870
79	88	88	7744	7744	7744
80	94	95	8836	9025	8930
81	89	95	7921	9025	8455
82	88	100	7744	10000	8800
83	99	110	9801	12100	10890
84	100	110	10000	12100	11000
85	90	105	8100	11025	9450
86	89	90	7921	8100	8010
87	99	96	9801	9216	9504
88	95	112	9025	12544	10640
89	85	97	7225	9409	8245
90	92	93	8464	8649	8556
91	93	93	8649	8649	8649
92	92	92	8464	8464	8464
93	95	106	9025	11236	10070
94	92	92	8464	8464	8464
95	94	100	8836	10000	9400
96	88	89	7744	7921	7832
97	90	97	8100	9409	8730
98	84	85	7056	7225	7140
99	90	90	8100	8100	8100
100	79	85	6241	7225	6715
101	75	81	5625	6561	6075
102	75	79	5625	6241	5925
103	75	84	5625	7056	6300
104	77	80	5929	6400	6160
105	77	85	5929	7225	6545
106	78	84	6084	7056	6552
JUMLAH	8850	9959	747282	942265	836122

**PERHITUNGAN RATA-RATA VARIANS DAN
SIMPANGAN BAKU VARIABEL X1 DAN Y**

1. Rata-rata (X)

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} \\ &= \frac{8850}{106} \\ &= 83,49\end{aligned}$$

1. Rata-rata (Y)

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\Sigma Y}{n} \\ &= \frac{9959}{106} \\ &= 93,95\end{aligned}$$

2. Varians (X)

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(X-\bar{X})^2}{n-1} \\ &= \frac{8390,49}{105} \\ &= 79,91\end{aligned}$$

2. Varians (Y)

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(Y-\bar{Y})^2}{n-1} \\ &= \frac{6588,76}{105} \\ &= 62,75\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (X)

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{79,91} \\ &= 8,94\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (Y)

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{62,75} \\ &= 7,92\end{aligned}$$

LAMPIRAN 30

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA,
VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU, VARIABEL X₁ DAN Y**

No.	X	Y	X - X	Y - Y	(X - X) ²	(Y - Y) ²
1	87	105	3,51	11,05	12,32	122,04
2	100	110	16,51	16,05	272,56	257,51
3	90	100	6,51	6,05	42,37	36,57
4	90	101	6,51	7,05	42,37	49,66
5	89	92	5,51	-1,95	30,35	3,81
6	103	104	19,51	10,05	380,62	100,95
7	104	105	20,51	11,05	420,64	122,04
8	100	105	16,51	11,05	272,56	122,04
9	89	94	5,51	0,05	30,35	0,00
10	88	95	4,51	1,05	20,33	1,10
11	85	90	1,51	-3,95	2,28	15,62
12	75	94	-8,49	0,05	72,09	0,00
13	70	95	-13,49	1,05	182,00	1,10
14	69	79	-14,49	-14,95	209,98	223,59
15	69	79	-14,49	-14,95	209,98	223,59
16	72	91	-11,49	-2,95	132,03	8,72
17	70	89	-13,49	-4,95	182,00	24,53
18	70	91	-13,49	-2,95	182,00	8,72
19	65	95	-18,49	1,05	341,90	1,10
20	70	93	-13,49	-0,95	182,00	0,91
21	74	98	-9,49	4,05	90,07	16,38
22	74	92	-9,49	-1,95	90,07	3,81
23	73	94	-10,49	0,05	110,05	0,00
24	80	85	-3,49	-8,95	12,18	80,15
25	66	84	-17,49	-9,95	305,92	99,06
26	95	98	11,51	4,05	132,47	16,38
27	95	98	11,51	4,05	132,47	16,38
28	99	100	15,51	6,05	240,54	36,57
29	75	94	-8,49	0,05	72,09	0,00
30	80	94	-3,49	0,05	12,18	0,00
31	90	93	6,51	-0,95	42,37	0,91
32	85	103	1,51	9,05	2,28	81,85
33	85	89	1,51	-4,95	2,28	24,53
34	78	85	-5,49	-8,95	30,15	80,15
35	77	100	-6,49	6,05	42,13	36,57
36	83	91	-0,49	-2,95	0,24	8,72
37	80	89	-3,49	-4,95	12,18	24,53
38	70	87	-13,49	-6,95	182,00	48,34
39	79	86	-4,49	-7,95	20,17	63,25
40	75	102	-8,49	8,05	72,09	64,76
41	84	100	0,51	6,05	0,26	36,57
42	80	99	-3,49	5,05	12,18	25,47
43	81	94	-2,49	0,05	6,20	0,00
44	78	87	-5,49	-6,95	30,15	48,34
45	84	97	0,51	3,05	0,26	9,29
46	81	87	-2,49	-6,95	6,20	48,34
47	89	106	5,51	12,05	30,35	145,13
48	85	109	1,51	15,05	2,28	226,42
49	93	98	9,51	4,05	90,43	16,38
50	81	96	-2,49	2,05	6,20	4,19
51	84	95	0,51	1,05	0,26	1,10
52	84	86	0,51	-7,95	0,26	63,25
53	80	99	-3,49	5,05	12,18	25,47
54	81	97	-2,49	3,05	6,20	9,29
55	80	98	-3,49	4,05	12,18	16,38

No.	X	Y	X - X	Y - Y	(X - X) ²	(Y - Y) ²
56	80	97	-3,49	3,05	12,18	9,29
57	81	99	-2,49	5,05	6,20	25,47
58	80	94	-3,49	0,05	12,18	0,00
59	82	90	-1,49	-3,95	2,22	15,62
60	80	92	-3,49	-1,95	12,18	3,81
61	80	103	-3,49	9,05	12,18	81,85
62	74	85	-9,49	-8,95	90,07	80,15
63	69	79	-14,49	-14,95	209,98	223,59
64	74	90	-9,49	-3,95	90,07	15,62
65	72	79	-11,49	-14,95	132,03	223,59
66	69	79	-14,49	-14,95	209,98	223,59
67	86	93	2,51	-0,95	6,30	0,91
68	83	90	-0,49	-3,95	0,24	15,62
69	86	90	2,51	-3,95	6,30	15,62
70	78	90	-5,49	-3,95	30,15	15,62
71	89	94	5,51	0,05	30,35	0,00
72	85	99	1,51	5,05	2,28	25,47
73	86	98	2,51	4,05	6,30	16,38
74	77	94	-6,49	0,05	42,13	0,00
75	95	113	11,51	19,05	132,47	362,79
76	90	90	6,51	-3,95	42,37	15,62
77	85	86	1,51	-7,95	2,28	63,25
78	94	105	10,51	11,05	110,45	122,04
79	88	88	4,51	-5,95	20,33	35,44
80	94	95	10,51	1,05	110,45	1,10
81	89	95	5,51	1,05	30,35	1,10
82	88	100	4,51	6,05	20,33	36,57
83	99	110	15,51	16,05	240,54	257,51
84	100	110	16,51	16,05	272,56	257,51
85	90	105	6,51	11,05	42,37	122,04
86	89	90	5,51	-3,95	30,35	15,62
87	99	96	15,51	2,05	240,54	4,19
88	95	112	11,51	18,05	132,47	325,70
89	85	97	1,51	3,05	2,28	9,29
90	92	93	8,51	-0,95	72,41	0,91
91	93	93	9,51	-0,95	90,43	0,91
92	92	92	8,51	-1,95	72,41	3,81
93	95	106	11,51	12,05	132,47	145,13
94	92	92	8,51	-1,95	72,41	3,81
95	94	100	10,51	6,05	110,45	36,57
96	88	89	4,51	-4,95	20,33	24,53
97	90	97	6,51	3,05	42,37	9,29
98	84	85	0,51	-8,95	0,26	80,15
99	90	90	6,51	-3,95	42,37	15,62
100	79	85	-4,49	-8,95	20,17	80,15
101	75	81	-8,49	-12,95	72,09	167,78
102	75	79	-8,49	-14,95	72,09	223,59
103	75	84	-8,49	-9,95	72,09	99,06
104	77	80	-6,49	-13,95	42,13	194,68
105	77	85	-6,49	-8,95	42,13	80,15
106	78	84	-5,49	-9,95	30,15	99,06
Jumlah	8850	9959			8390,49	6588,76

Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram KEPUTUSAN PEMBELIAN

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 113 - 79 \\ &= 34 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

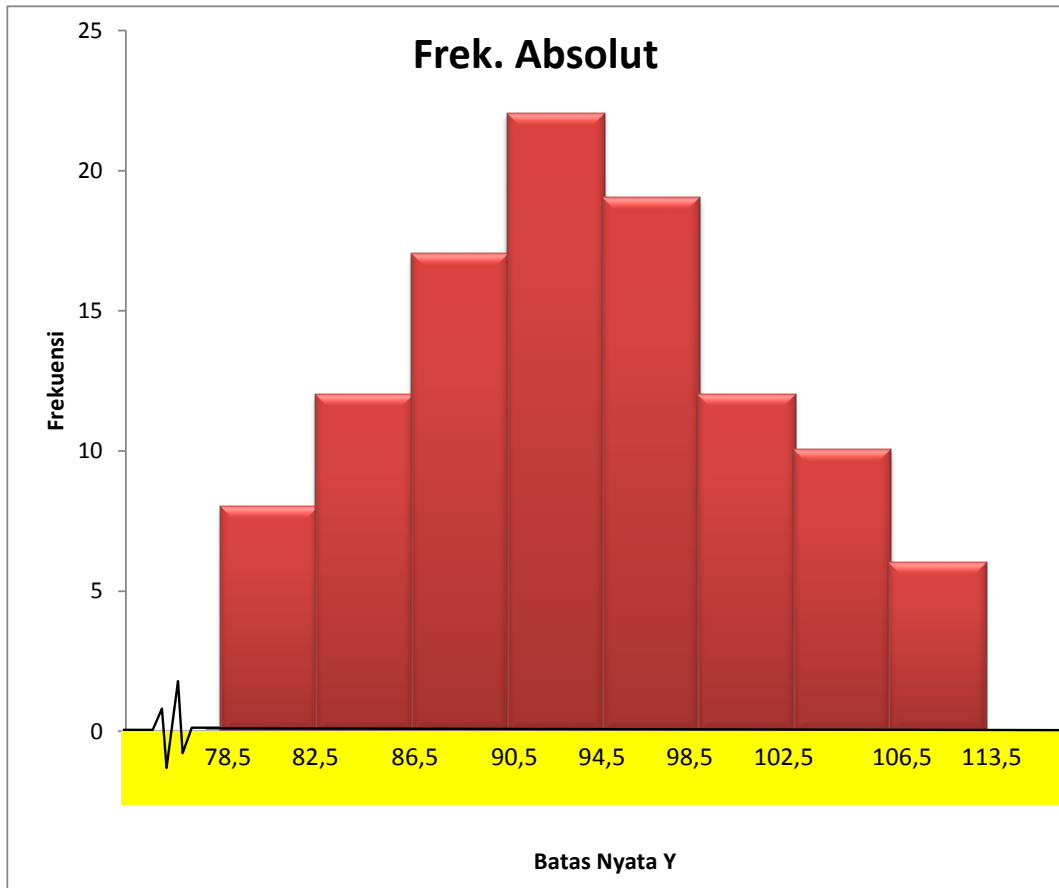
$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 106 \\ &= 1 + (3.3) \cdot 2,025306 \\ &= 7,68 \\ &= 7,68 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{34}{8} = 4,25 \text{ (ditetapkan menjadi 4)} \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
79	-	82	78,5	82,5	8	7,5%
83	-	86	82,5	86,5	12	11,3%
87	-	90	86,5	90,5	17	16,0%
91	-	94	90,5	94,5	22	20,8%
95	-	98	94,5	98,5	19	17,9%
99	-	102	98,5	102,5	12	11,3%
103	-	106	102,5	106,5	10	9,4%
107	-	113	106,5	113,5	6	5,7%
Jumlah					106	100%

**GRAFIK HISTOGRAM
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**



Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram KUALITAS PRODUK

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 104 - 65 \\ &= 39 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

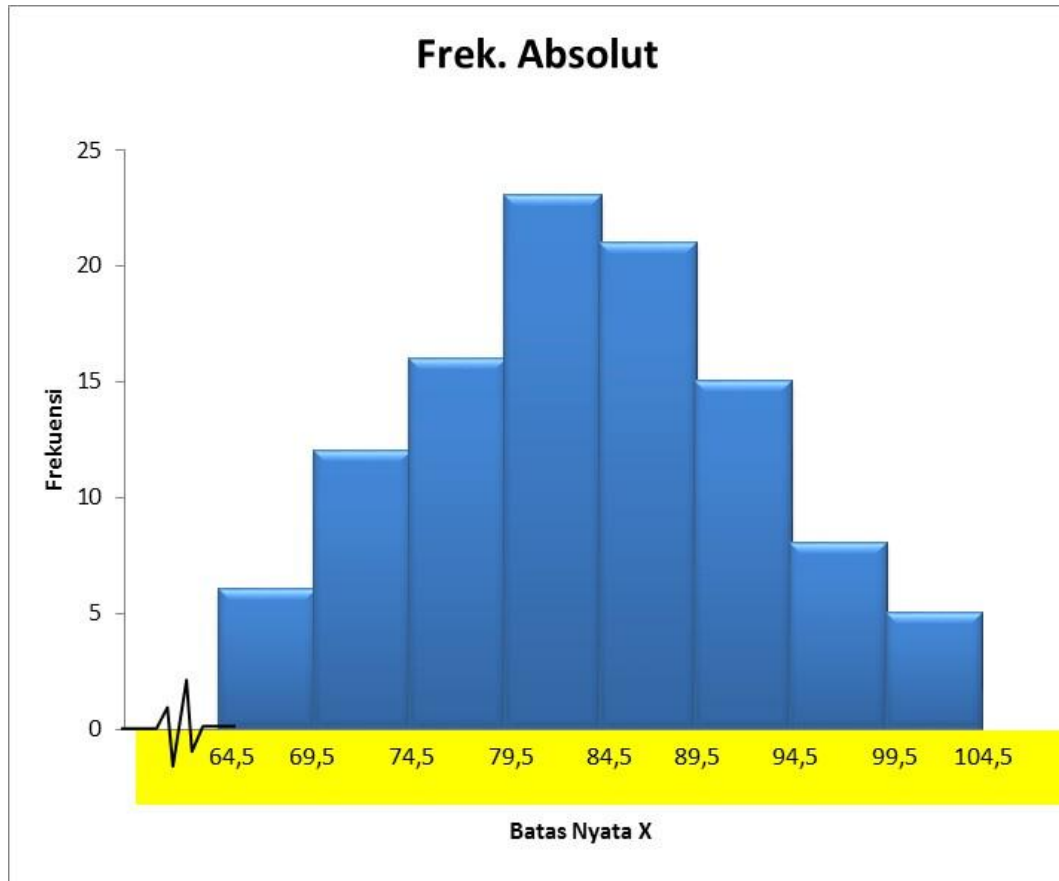
$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 106 \\ &= 1 + (3.3) \quad 2,025306 \\ &= 7,6835 \\ &= 7,68 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{39}{8} = 4,875 \quad \text{(ditetapkan menjadi 5)} \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
65	-	69	64.5	69.5	6	5.7%
70	-	74	69.5	74.5	12	11.3%
75	-	79	74.5	79.5	16	15.1%
80	-	84	79.5	84.5	23	21.7%
85	-	89	84.5	89.5	21	19.8%
90	-	94	89.5	94.5	15	14.2%
95	-	99	94.5	99.5	8	7.5%
100	-	104	99.5	104.5	5	4.7%
Jumlah					106	100%

GRAFIK HISTOGRAM
VARIABEL X1 (KUALITAS PRODUK)



LAMPIRAN 35

PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI LINEAR SEDERHANA

$$\hat{Y} = a + bX$$

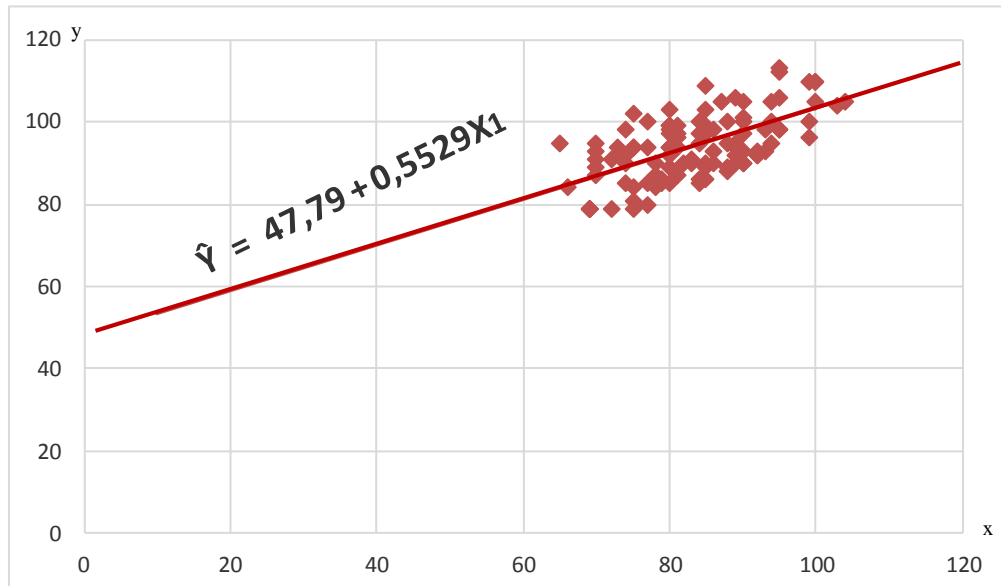
$$\begin{aligned} n &= 106 & \Sigma X^2 &= 747282 \\ \Sigma XY &= 836122 & \Sigma Y^2 &= 942265 \\ \Sigma X &= 8850 & \bar{Y} &= \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{9959}{106} = 93,95 \\ \Sigma Y &= 9959 & \bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} = \frac{8850}{106} = 83,49 \\ \\ \Sigma x^2 &= \Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n} & \Sigma xy &= \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n} \\ &= 747282 - \frac{78322500}{106} & &= 836122 - \frac{88137150}{106} \\ &= 8390,49 & &= 4639,45 \\ \\ \Sigma y^2 &= \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= 942265 - \frac{99181681}{106} \\ &= 6588,76 \\ \\ b &= \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2} & a &= \bar{Y} - b\bar{X} \\ &= \frac{4639,4528}{8390,49} & &= 93,95 - (0,55 \times 83,49) \\ &= 0,5529 & &= 47,79 \\ &= \mathbf{0,5529} \end{aligned}$$

Jadi Persamaan Regresi adalah $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$

LAMPIRAN 36

GRAFIK PERSAMAAN REGRESI

X1 → Y



Tabel Untuk Menghitung $Y = a + bX$

n	X	$\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X$				\hat{Y}	
1	87	47.79	+	0.55	.	87	95.89
2	100	47.79	+	0.55	.	100	103.08
3	90	47.79	+	0.55	.	90	97.55
4	90	47.79	+	0.55	.	90	97.55
5	89	47.79	+	0.55	.	89	97.00
6	103	47.79	+	0.55	.	103	104.74
7	104	47.79	+	0.55	.	104	105.29
8	100	47.79	+	0.55	.	100	103.08
9	89	47.79	+	0.55	.	89	97.00
10	88	47.79	+	0.55	.	88	96.45
11	85	47.79	+	0.55	.	85	94.79
12	75	47.79	+	0.55	.	75	89.26
13	70	47.79	+	0.55	.	70	86.49
14	69	47.79	+	0.55	.	69	85.94
15	69	47.79	+	0.55	.	69	85.94
16	72	47.79	+	0.55	.	72	87.60
17	70	47.79	+	0.55	.	70	86.49
18	70	47.79	+	0.55	.	70	86.49
19	65	47.79	+	0.55	.	65	83.73
20	70	47.79	+	0.55	.	70	86.49
21	74	47.79	+	0.55	.	74	88.71
22	74	47.79	+	0.55	.	74	88.71
23	73	47.79	+	0.55	.	73	88.15
24	80	47.79	+	0.55	.	80	92.02
25	66	47.79	+	0.55	.	66	84.28
26	95	47.79	+	0.55	.	95	100.32
27	95	47.79	+	0.55	.	95	100.32
28	99	47.79	+	0.55	.	99	102.53
29	75	47.79	+	0.55	.	75	89.26
30	80	47.79	+	0.55	.	80	92.02
31	90	47.79	+	0.55	.	90	97.55
32	85	47.79	+	0.55	.	85	94.79
33	85	47.79	+	0.55	.	85	94.79
34	78	47.79	+	0.55	.	78	90.92
35	77	47.79	+	0.55	.	77	90.36
36	83	47.79	+	0.55	.	83	93.68
37	80	47.79	+	0.55	.	80	92.02
38	70	47.79	+	0.55	.	70	86.49
39	79	47.79	+	0.55	.	79	91.47
40	75	47.79	+	0.55	.	75	89.26
41	84	47.79	+	0.55	.	84	94.23
42	80	47.79	+	0.55	.	80	92.02
43	81	47.79	+	0.55	.	81	92.58
44	78	47.79	+	0.55	.	78	90.92
45	84	47.79	+	0.55	.	84	94.23
46	81	47.79	+	0.55	.	81	92.58
47	89	47.79	+	0.55	.	89	97.00
48	85	47.79	+	0.55	.	85	94.79
49	93	47.79	+	0.55	.	93	99.21
50	81	47.79	+	0.55	.	81	92.58
51	84	47.79	+	0.55	.	84	94.23
52	84	47.79	+	0.55	.	84	94.23
53	80	47.79	+	0.55	.	80	92.02
54	81	47.79	+	0.55	.	81	92.58
55	80	47.79	+	0.55	.	80	92.02

n	X	$\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$					\hat{Y}
56	80	47,79	+	0,55	.	80	92,02
57	81	47,79	+	0,55	.	81	92,58
58	80	47,79	+	0,55	.	80	92,02
59	82	47,79	+	0,55	.	82	93,13
60	80	47,79	+	0,55	.	80	92,02
61	80	47,79	+	0,55	.	80	92,02
62	74	47,79	+	0,55	.	74	88,71
63	69	47,79	+	0,55	.	69	85,94
64	74	47,79	+	0,55	.	74	88,71
65	72	47,79	+	0,55	.	72	87,60
66	69	47,79	+	0,55	.	69	85,94
67	86	47,79	+	0,55	.	86	95,34
68	83	47,79	+	0,55	.	83	93,68
69	86	47,79	+	0,55	.	86	95,34
70	78	47,79	+	0,55	.	78	90,92
71	89	47,79	+	0,55	.	89	97,00
72	85	47,79	+	0,55	.	85	94,79
73	86	47,79	+	0,55	.	86	95,34
74	77	47,79	+	0,55	.	77	90,36
75	95	47,79	+	0,55	.	95	100,32
76	90	47,79	+	0,55	.	90	97,55
77	85	47,79	+	0,55	.	85	94,79
78	94	47,79	+	0,55	.	94	99,76
79	88	47,79	+	0,55	.	88	96,45
80	94	47,79	+	0,55	.	94	99,76
81	89	47,79	+	0,55	.	89	97,00
82	88	47,79	+	0,55	.	88	96,45
83	99	47,79	+	0,55	.	99	102,53
84	100	47,79	+	0,55	.	100	103,08
85	90	47,79	+	0,55	.	90	97,55
86	89	47,79	+	0,55	.	89	97,00
87	99	47,79	+	0,55	.	99	102,53
88	95	47,79	+	0,55	.	95	100,32
89	85	47,79	+	0,55	.	85	94,79
90	92	47,79	+	0,55	.	92	98,66
91	93	47,79	+	0,55	.	93	99,21
92	92	47,79	+	0,55	.	92	98,66
93	95	47,79	+	0,55	.	95	100,32
94	92	47,79	+	0,55	.	92	98,66
95	94	47,79	+	0,55	.	94	99,76
96	88	47,79	+	0,55	.	88	96,45
97	90	47,79	+	0,55	.	90	97,55
98	84	47,79	+	0,55	.	84	94,23
99	90	47,79	+	0,55	.	90	97,55
100	79	47,79	+	0,55	.	79	91,47
101	75	47,79	+	0,55	.	75	89,26
102	75	47,79	+	0,55	.	75	89,26
103	75	47,79	+	0,55	.	75	89,26
104	77	47,79	+	0,55	.	77	90,36
105	77	47,79	+	0,55	.	77	90,36
106	78	47,79	+	0,55	.	78	90,92

TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU
 REGRESI $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$

No.	X	Y	\hat{Y}	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \bar{\hat{Y}})$	$[(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \bar{\hat{Y}})]^2$
1	65	95	83.73	11.27	11.27	127.04
2	66	84	84.28	-0.28	-0.28	0.08
3	69	79	85.94	-6.94	-6.94	48.17
4	69	79	85.94	-6.94	-6.94	48.17
5	69	79	85.94	-6.94	-6.94	48.17
6	69	79	85.94	-6.94	-6.94	48.17
7	70	95	86.49	8.51	8.51	72.36
8	70	91	86.49	4.51	4.51	20.31
9	70	89	86.49	2.51	2.51	6.28
10	70	91	86.49	4.51	4.51	20.31
11	70	93	86.49	6.51	6.51	42.34
12	70	87	86.49	0.51	0.51	0.26
13	72	79	87.60	-8.60	-8.60	73.95
14	73	94	88.15	5.85	5.85	34.20
15	74	98	88.71	9.29	9.29	86.40
16	74	92	88.71	3.29	3.29	10.86
17	74	85	88.71	-3.71	-3.71	13.73
18	74	90	88.71	1.29	1.29	1.68
19	75	94	89.26	4.74	4.74	22.49
20	75	94	89.26	4.74	4.74	22.49
21	75	102	89.26	12.74	12.74	162.36
22	75	81	89.26	-8.26	-8.26	68.20
23	75	79	89.26	-10.26	-10.26	105.23
24	75	84	89.26	-5.26	-5.26	27.65
25	77	100	90.36	9.64	9.64	92.85
26	77	94	90.36	3.64	3.64	13.22
27	77	80	90.36	-10.36	-10.36	107.41
28	77	85	90.36	-5.36	-5.36	28.77
29	78	85	90.92	-5.92	-5.92	35.01
30	78	87	90.92	-3.92	-3.92	15.34
31	78	90	90.92	-0.92	-0.92	0.84
32	78	84	90.92	-6.92	-6.92	47.84
33	79	86	91.47	-5.47	-5.47	29.92
34	79	85	91.47	-6.47	-6.47	41.86
35	80	85	92.02	-7.02	-7.02	49.32
36	80	94	92.02	1.98	1.98	3.91
37	80	89	92.02	-3.02	-3.02	9.14
38	80	99	92.02	6.98	6.98	48.68
39	80	99	92.02	6.98	6.98	48.68
40	80	98	92.02	5.98	5.98	35.73
41	80	97	92.02	4.98	4.98	24.77
42	80	94	92.02	1.98	1.98	3.91
43	80	92	92.02	-0.02	-0.02	0.00
44	80	103	92.02	10.98	10.98	120.50
45	81	94	92.58	1.42	1.42	2.03
46	81	87	92.58	-5.58	-5.58	31.09
47	81	96	92.58	3.42	3.42	11.73
48	81	97	92.58	4.42	4.42	19.57
49	81	99	92.58	6.42	6.42	41.27
50	82	90	93.13	-3.13	-3.13	9.79
51	83	91	93.68	-2.68	-2.68	7.19
52	83	90	93.68	-3.68	-3.68	13.55
53	84	100	94.23	5.77	5.77	33.24
54	84	97	94.23	2.77	2.77	7.65
55	84	95	94.23	0.77	0.77	0.59

No.	X	Y	\hat{Y}	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$	$[(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}]^2$
56	84	86	94.23	-8.23	-8.23	67.81
57	84	85	94.23	-9.23	-9.23	85.28
58	85	90	94.79	-4.79	-4.79	22.92
59	85	103	94.79	8.21	8.21	67.45
60	85	89	94.79	-5.79	-5.79	33.49
61	85	109	94.79	14.21	14.21	202.00
62	85	99	94.79	4.21	4.21	17.75
63	85	86	94.79	-8.79	-8.79	77.22
64	85	97	94.79	2.21	2.21	4.90
65	86	93	95.34	-2.34	-2.34	5.48
66	86	90	95.34	-5.34	-5.34	28.52
67	86	98	95.34	2.66	2.66	7.07
68	87	105	95.89	9.11	9.11	82.93
69	88	95	96.45	-1.45	-1.45	2.09
70	88	88	96.45	-8.45	-8.45	71.34
71	88	100	96.45	3.55	3.55	12.63
72	88	89	96.45	-7.45	-7.45	55.45
73	89	92	97.00	-5.00	-5.00	24.99
74	89	94	97.00	-3.00	-3.00	9.00
75	89	106	97.00	9.00	9.00	81.01
76	89	94	97.00	-3.00	-3.00	9.00
77	89	95	97.00	-2.00	-2.00	4.00
78	89	90	97.00	-7.00	-7.00	48.99
79	90	100	97.55	2.45	2.45	5.99
80	90	101	97.55	3.45	3.45	11.89
81	90	93	97.55	-4.55	-4.55	20.72
82	90	90	97.55	-7.55	-7.55	57.04
83	90	105	97.55	7.45	7.45	55.47
84	90	97	97.55	-0.55	-0.55	0.30
85	90	90	97.55	-7.55	-7.55	57.04
86	92	93	98.66	-5.66	-5.66	32.01
87	92	92	98.66	-6.66	-6.66	44.33
88	92	92	98.66	-6.66	-6.66	44.33
89	93	98	99.21	-1.21	-1.21	1.47
90	93	93	99.21	-6.21	-6.21	38.58
91	94	105	99.76	5.24	5.24	27.42
92	94	95	99.76	-4.76	-4.76	22.70
93	94	100	99.76	0.24	0.24	0.06
94	95	98	100.32	-2.32	-2.32	5.37
95	95	98	100.32	-2.32	-2.32	5.37
96	95	113	100.32	12.68	12.68	160.86
97	95	112	100.32	11.68	11.68	136.50
98	95	106	100.32	5.68	5.68	32.30
99	99	100	102.53	-2.53	-2.53	6.39
100	99	110	102.53	7.47	7.47	55.82
101	99	96	102.53	-6.53	-6.53	42.62
102	100	110	103.08	6.92	6.92	47.86
103	100	105	103.08	1.92	1.92	3.68
104	100	110	103.08	6.92	6.92	47.86
105	103	104	104.74	-0.74	-0.74	0.55
106	104	105	105.29	-0.29	-0.29	0.09
Jumlah	8848	9959		1.11	1.11	4032.16

PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIAN, SIMPANGAN BAKU

REGRESI $\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X_1$

$$\begin{aligned}
 1. \text{ Rata-rata} &= \overline{Y - \hat{Y}} = \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})}{n} \\
 &= \frac{1,11}{106} \\
 &= 0,010
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2. \text{ Varians} &= S^2 = \frac{\Sigma\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}^2}{n - 1} \\
 &= \frac{4032,16}{105} \\
 &= 38,40
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 3. \text{ Simpangan Baku} &= S = \sqrt{S^2} \\
 &= \sqrt{38,40} \\
 &= 6,20
 \end{aligned}$$

**PERHITUNGAN NORMALITAS GALAT TAKSIRAN REGRESI
Y ATAS X
 $\hat{Y} = 47.79 + 0.5529X_1$**

No.	(Y - \hat{Y})	$(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$	Zi	Zt	F(zi)	S(zi)	F(zi) - S(zi)
1	-10,41	-10,41	-1,680	0,4525	0,048	0,0094	0,0381
2	-10,31	-10,31	-1,664	0,4515	0,049	0,0189	0,0296
3	-9,25	-9,25	-1,493	0,4319	0,068	0,0283	0,0398
4	-8,80	-8,80	-1,420	0,4222	0,078	0,0377	0,0401
5	-8,67	-8,67	-1,399	0,4177	0,082	0,0472	0,0351
6	-8,45	-8,45	-1,364	0,4131	0,087	0,0566	0,0303
7	-8,31	-8,31	-1,341	0,4099	0,090	0,0660	0,0241
8	-8,25	-8,25	-1,331	0,4082	0,092	0,0755	0,0163
9	-7,54	-7,54	-1,217	0,3869	0,113	0,0849	0,0282
10	-7,54	-7,54	-1,217	0,3869	0,113	0,0943	0,0188
11	-7,45	-7,45	-1,202	0,3849	0,115	0,1038	0,0113
12	-7,06	-7,06	-1,139	0,3708	0,129	0,1132	0,0160
13	-7,02	-7,02	-1,133	0,3708	0,129	0,1226	0,0066
14	-7,02	-7,02	-1,133	0,3708	0,129	0,1321	0,0029
15	-7,02	-7,02	-1,133	0,3708	0,129	0,1415	0,0123
16	-7,02	-7,02	-1,133	0,3708	0,129	0,1509	0,0217
17	-7,00	-7,00	-1,130	0,3686	0,131	0,1604	0,0290
18	-6,96	-6,96	-1,123	0,3686	0,131	0,1698	0,0384
19	-6,64	-6,64	-1,072	0,3577	0,142	0,1792	0,0369
20	-6,64	-6,64	-1,072	0,3577	0,142	0,1887	0,0464
21	-6,51	-6,51	-1,051	0,3531	0,147	0,1981	0,0512
22	-6,48	-6,48	-1,046	0,3508	0,149	0,2075	0,0583
23	-6,19	-6,19	-0,999	0,3389	0,161	0,2170	0,0559
24	-5,96	-5,96	-0,962	0,3315	0,169	0,2264	0,0579
25	-5,80	-5,80	-0,936	0,3238	0,176	0,2358	0,0596
26	-5,64	-5,64	-0,910	0,3186	0,181	0,2453	0,0639
27	-5,61	-5,61	-0,905	0,3159	0,184	0,2547	0,0706
28	-5,51	-5,51	-0,889	0,3106	0,189	0,2642	0,0748
29	-5,41	-5,41	-0,873	0,3078	0,192	0,2736	0,0814
30	-5,35	-5,35	-0,863	0,3051	0,195	0,2830	0,0781
31	-5,31	-5,31	-0,857	0,3023	0,198	0,2925	0,0748
32	-5,00	-5,00	-0,807	0,2881	0,212	0,3019	0,0800
33	-4,80	-4,80	-0,775	0,2794	0,221	0,3113	0,0807
34	-4,74	-4,74	-0,765	0,2764	0,224	0,3208	0,0772
35	-4,54	-4,54	-0,733	0,2673	0,233	0,3302	0,0775
36	-3,96	-3,96	-0,639	0,2357	0,264	0,3396	0,0753
37	-3,76	-3,76	-0,607	0,2258	0,274	0,3491	0,0748
38	-3,70	-3,70	-0,597	0,2224	0,278	0,3585	0,0744
39	-3,15	-3,15	-0,508	0,1915	0,309	0,3679	0,0634
40	-3,06	-3,06	-0,494	0,1879	0,312	0,3774	0,0694
41	-3,00	-3,00	-0,484	0,1844	0,316	0,3868	0,0784
42	-3,00	-3,00	-0,484	0,1844	0,316	0,3962	0,0642
43	-2,70	-2,70	-0,436	0,1664	0,334	0,4057	0,0759
44	-2,48	-2,48	-0,400	0,1554	0,345	0,4151	0,0815
45	-2,35	-2,35	-0,379	0,1443	0,356	0,4245	0,0753
46	-2,29	-2,29	-0,370	0,1406	0,359	0,4340	0,0112
47	-2,29	-2,29	-0,370	0,1406	0,359	0,4434	0,0751
48	-2,00	-2,00	-0,323	0,1255	0,375	0,4528	0,0771
49	-1,45	-1,45	-0,234	0,0910	0,409	0,4623	0,0666
50	-1,19	-1,19	-0,192	0,0754	0,425	0,4717	0,0785
51	-0,96	-0,96	-0,155	0,0596	0,440	0,4811	0,0775
52	-0,68	-0,68	-0,110	0,0398	0,460	0,4906	0,0732
53	-0,54	-0,54	-0,087	0,0319	0,468	0,5000	0,0319
54	-0,37	-0,37	-0,060	0,0199	0,480	0,5094	0,0293
55	-0,23	-0,23	-0,037	0,0120	0,488	0,5189	0,0309

56	-0,06	-0,06	-0,010	0,0000	0,500	0,5283	0,0283
57	0,26	0,26	0,042	0,0160	0,516	0,5377	0,0217
58	0,43	0,43	0,069	0,0239	0,524	0,5472	0,0233
59	0,75	0,75	0,121	0,0478	0,548	0,5566	0,0088
60	1,24	1,24	0,200	0,0793	0,579	0,5660	0,0133
61	1,39	1,39	0,224	0,0871	0,587	0,5755	0,0116
62	1,39	1,39	0,224	0,0871	0,587	0,5849	0,0022
63	1,94	1,94	0,313	0,1217	0,622	0,5943	0,0274
64	1,94	1,94	0,313	0,1217	0,622	0,6038	0,0179
65	2,20	2,20	0,355	0,1368	0,637	0,6132	0,0236
66	2,20	2,20	0,355	0,1368	0,637	0,6226	0,0142
67	2,46	2,46	0,397	0,1517	0,652	0,6321	0,0759
68	2,46	2,46	0,397	0,1517	0,652	0,6415	0,0102
69	2,75	2,75	0,444	0,1700	0,670	0,6509	0,0191
70	2,75	2,75	0,444	0,1700	0,670	0,6604	0,0096
71	3,39	3,39	0,547	0,2054	0,705	0,6698	0,0356
72	3,39	3,39	0,547	0,2054	0,705	0,6792	0,0262
73	3,55	3,55	0,573	0,2157	0,716	0,6887	0,0270
74	3,55	3,55	0,573	0,2157	0,716	0,6981	0,0176
75	4,20	4,20	0,678	0,2486	0,749	0,7075	0,0411
76	4,20	4,20	0,678	0,2486	0,749	0,7170	0,0316
77	4,43	4,43	0,715	0,2612	0,761	0,7264	0,0348
78	4,43	4,43	0,715	0,2612	0,761	0,7358	0,0254
79	4,69	4,69	0,757	0,2734	0,773	0,7453	0,0281
80	4,69	4,69	0,757	0,2734	0,773	0,7547	0,0187
81	4,94	4,94	0,797	0,2852	0,785	0,7642	0,0210
82	4,94	4,94	0,797	0,2852	0,785	0,7736	0,0116
83	5,71	5,71	0,921	0,3212	0,821	0,7830	0,0382
84	5,71	5,71	0,921	0,3212	0,821	0,7925	0,0287
85	5,78	5,78	0,933	0,3238	0,824	0,8019	0,0219
86	5,78	5,78	0,933	0,3238	0,824	0,8113	0,0125
87	6,39	6,39	1,031	0,3485	0,849	0,8208	0,0277
88	6,39	6,39	1,031	0,3485	0,849	0,8302	0,0183
89	6,94	6,94	1,120	0,3665	0,867	0,8396	0,0269
90	6,94	6,94	1,120	0,3665	0,867	0,8491	0,0174
91	6,97	6,97	1,125	0,3686	0,869	0,8585	0,0101
92	6,97	6,97	1,125	0,3686	0,869	0,8679	0,0007
93	7,46	7,46	1,204	0,3849	0,885	0,8774	0,0075
94	7,46	7,46	1,204	0,3849	0,885	0,8868	0,0019
95	8,20	8,20	1,323	0,4066	0,907	0,8962	0,0104
96	8,20	8,20	1,323	0,4066	0,907	0,9057	0,0009
97	9,10	9,10	1,468	0,4279	0,928	0,9151	0,0128
98	9,10	9,10	1,468	0,4279	0,928	0,9245	0,0034
99	9,43	9,43	1,522	0,4357	0,936	0,9340	0,0017
100	9,43	9,43	1,522	0,4357	0,936	0,9434	0,0077
101	10,94	10,94	1,765	0,4608	0,961	0,9528	0,0080
102	10,94	10,94	1,765	0,4608	0,961	0,9623	0,0015
103	11,71	11,71	1,890	0,4699	0,970	0,9717	0,0018
104	11,71	11,71	1,890	0,4699	0,970	0,9811	0,0112
105	12,71	12,71	2,051	0,4798	0,980	0,9906	0,0108
106	12,71	12,71	2,051	0,4798	0,980	1,0000	0,0202

Dari perhitungan, didapat nilai L_{hitung} terbesar = 0,0815 L_{tabel} untuk $n = 106$ dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,0844. $L_{hitung} < L_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan data berdistribusi Normal.

LAMPIRAN 41

**LANGKAH PERHITUNGAN UJI NORMALITAS GALAT
TAKSIRAN REGRESI Y ATAS X1**

$$\hat{Y} = 47,79 + 0,5529X1$$

1. Kolom $Y - \hat{Y}$

Data diurutkan dari data yang terkecil sampai yang terbesar

2. Kolom $(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$

Mengikuti kolom $Y - \hat{Y}$

3. Kolom Z_i untuk $i = 1$

$$Z_i = \frac{\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}}{S} = \frac{-10,41}{6,20} = -1,680$$

4. Kolom Z_t

Nilai Z_t dikonsultasikan pada daftar F, misalnya :

Cari -1,68 diperoleh $Z_t = 0,4525$

Untuk $Z_i = -1,680$, maka $F(z_i) = 0,5 - 0,4525 = 0,0475$

5. Kolom $F(z_i)$

Jika Z_i negatif, maka $F(z_i) = 0,5 - Z_t$

Jika Z_i positif, maka $F(z_i) = 0,5 + Z_t$

6. Kolom $S(z_i) = \frac{\text{Nomor Responden}}{\text{Jumlah Responden}}$

$$\text{Kolom } S(z_i) = \frac{1}{106} = 0,0094$$

7. Kolom $|F(z_i) - S(z_i)|$

Nilai mutlak antara $F(z_i) - S(z_i)$

$$= |0,0475 - 0,0094| = 0,0381$$

Merupakan harga mutlak dan selisih $F(Z_i)$ dan $S(Z_i)$

LAMPIRAN 42

PERHITUNGAN JK (G)

No.	K	n	X	Y	Y ²	XY	ΣY ²	(ΣY)	(ΣY) ²	$\frac{(\Sigma Y)^2}{nK}$	$\left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{nK} \right\}$
1	I	1	65	95	9025	6175					
2	II	1	66	84	7056	5544					
3	III	4	69	79	6241	5451	24964	316	99856	24.964,00	0,00
4			69	79	6241	5451					
5			69	79	6241	5451					
6			69	79	6241	5451					
7	IV	6	70	95	9025	6650	49726	546	298116	49.686,00	40,00
8			70	91	8281	6370					
9			70	89	7921	6230					
10			70	91	8281	6370					
11			70	93	8649	6510					
12			70	87	7569	6090					
13	V	1	72	79	6241	5688					
14	VI	1	73	94	8836	6862					
15	VII	4	74	98	9604	7252	33393	365	133225	33.306,25	86,75
16			74	92	8464	6808					
17			74	85	7225	6290					
18			74	90	8100	6660					
19	VIII	6	75	94	8836	7050	47934	534	285156	47.526,00	408,00
20			75	94	8836	7050					
21			75	102	10404	7650					
22			75	81	6561	6075					
23			75	79	6241	5925					
24			75	84	7056	6300					
25	IX	4	77	100	10000	7700	32461	359	128881	32.220,25	240,75
26			77	94	8836	7238					
27			77	80	6400	6160					
28			77	85	7225	6545					
29	X	4	78	85	7225	6630	29950	346	119716	29.929,00	21,00
30			78	87	7569	6786					
31			78	90	8100	7020					
32			78	84	7056	6552					
33	XI	2	79	86	7396	6794	14621	171	29241	14.620,50	0,50
34			79	85	7225	6715					
35	XII	10	80	85	7225	6800	90506	950	902500	90.250,00	256,00
36			80	94	8836	7520					
37			80	89	7921	7120					
38			80	99	9801	7920					
39			80	99	9801	7920					
40			80	98	9604	7840					
41			80	97	9409	7760					
42			80	94	8836	7520					
43			80	92	8464	7360					
44			80	103	10609	8240					
45	XIII	5	81	94	8836	7614	44831	473	223729	44.745,80	85,20
46			81	87	7569	7047					
47			81	96	9216	7776					
48			81	97	9409	7857					
49			81	99	9801	8019					
50	XIV	1	82	90	8100	7380					
51	XV	2	83	91	8281	7553	16381	181	32761	16.380,50	0,50
52			83	90	8100	7470					
53	XVI	5	84	100	10000	8400	43055	463	214369	42.873,80	181,20
54			84	97	9409	8148					
55			84	95	9025	7980					

No.	K	n	X	Y	Y ²	XY	ΣY ²	(ΣY)	(ΣY) ²	$\frac{(\Sigma Y)^2}{nK}$	$\left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{nK} \right\}$
56			84	86	7396	7224					
57			84	85	7225	7140					
58	XVII	7	85	90	8100	7650	65117	673	452929	64.704,14	412,86
59			85	103	10609	8755					
60			85	89	7921	7565					
61			85	109	11881	9265					
62			85	99	9801	8415					
63			85	86	7396	7310					
64			85	97	9409	8245					
65	XVIII	3	86	93	8649	7998	26353	281	78961	26.320,33	32,67
66			86	90	8100	7740					
67			86	98	9604	8428					
68	XIX	1	87	105	11025	9135					
69	XX	4	88	95	9025	8360	34690	372	138384	34.596,00	94,00
70			88	88	7744	7744					
71			88	100	10000	8800					
72			88	89	7921	7832					
73	XXI	6	89	92	8464	8188	54497	571	326041	54.340,17	156,83
74			89	94	8836	8366					
75			89	106	11236	9434					
76			89	94	8836	8366					
77			89	95	9025	8455					
78			89	90	8100	8010					
79	XXII	7	90	100	10000	9000	65484	676	456976	65.282,29	201,71
80			90	101	10201	9090					
81			90	93	8649	8370					
82			90	90	8100	8100					
83			90	105	11025	9450					
84			90	97	9409	8730					
85			90	90	8100	8100					
86	XXIII	3	92	93	8649	8556	25577	277	76729	25.576,33	0,67
87			92	92	8464	8464					
88			92	92	8464	8464					
89	XXIV	2	93	98	9604	9114	18253	191	36481	18.240,50	12,50
90			93	93	8649	8649					
91	XXV	3	94	105	11025	9870	30050	300	90000	30.000,00	50,00
92			94	95	9025	8930					
93			94	100	10000	9400					
94	XXVI	5	95	98	9604	9310	55757	527	277729	55.545,80	211,20
95			95	98	9604	9310					
96			95	113	12769	10735					
97			95	112	12544	10640					
98			95	106	11236	10070					
99	XXVII	3	99	100	10000	9900	31316	306	93636	31.212,00	104,00
100			99	110	12100	10890					
101			99	96	9216	9504					
102	XXVIII	3	100	110	12100	11000	35225	325	105625	35.208,33	16,67
103			100	105	11025	10500					
104			100	110	12100	11000					
105	XXIX	1	103	104	10816	10712					
106	XXX	1	104	105	11025	10920					
Σ	30	106	8848	9959	942265	835940					2.613,00

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Total JK (T)

$$\begin{aligned} JK(T) &= \sum Y^2 \\ &= 942265 \end{aligned}$$

2. Mencari jumlah kuadrat regresi a JK (a)

$$\begin{aligned} JK(a) &= \frac{(\sum Y)^2}{n} \\ &= \frac{9959^2}{106} \\ &= 935676,24 \end{aligned}$$

3. Mencari jumlah kuadrat regresi b JK (b/a)

$$\begin{aligned} JK(b/a) &= b \cdot \sum xy \\ &= 0,553 \times 4639,4528 \\ &= 2565,35 \end{aligned}$$

4. Mencari jumlah kuadrat residu JK (S)

$$\begin{aligned} JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b/a) \\ &= 942265 - 935676,24 - 2565,35 \\ &= 4023,42 \end{aligned}$$

5. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} dk_{(T)} &= n = 106 \\ dk_{(a)} &= 1 \\ dk_{(b/a)} &= 1 \\ dk_{(res)} &= n - 2 = 104 \end{aligned}$$

6. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat

$$\begin{aligned} RJK_{(b/a)} &= \frac{JK_{(b/a)}}{dk_{(b/a)}} = \frac{2565,35}{1} = 2565,35 \\ RJK_{(res)} &= \frac{JK_{(res)}}{dk_{(res)}} = \frac{4023,42}{104} = 38,69 \end{aligned}$$

7. Kriteria Pengujian

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi tidak berarti

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi berarti

8. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(b/a)}}{RJK_{(res)}} = \frac{2565,35}{38,69} = 66,31$$

9. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 66,31$

Berdasarkan taraf signifikan 0,05, pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut $n-2 = 106-2 = 104$ dihasilkan F_{tabel} sebesar = 3,91

sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah **signifikan**

PERHITUNGAN UJI KELINIERAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Error JK (G)

$$JK(G) = \sum \left\{ \sum Y_k^2 - \frac{\sum Y_k^2}{n_k} \right\}$$

$$= 2613.00 \text{ (Lihat tabel Perhitungan JK } G_{\text{(galat)}})$$

2. Mencari Jumlah Kuadrat Tuna cocok JK (TC)

$$JK(TC) = JK(S) - JK(G)$$

$$= 4023.42 - 2613.00$$

$$= 1410.41$$

3. Mencari Derajat Kebebasan

$$k = 30$$

$$dk_{(TC)} = k - 2 = 28$$

$$dk_{(G)} = n - k = 76$$

4. Mencari rata-rata jumlah kuadrat

$$RJK_{(TC)} = \frac{1410.41}{28} = 50.37$$

$$RJK_{(G)} = \frac{2613.00}{76} = 34.38$$

5. Kriteria Pengujian

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi tidak linier

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi linier

6. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(TC)}}{RJK_{(G)}} = \frac{50.37}{34.38} = 1.47$$

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 1.47$

Berdasarkan taraf signifikan 0,05, pada tabel distribusi F dengan

Menggunakan dk pembilang 28 dan dk penyebut 76 dihasilkan F_{tabel} sebesar = 1,60

sehingga $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan

regresi adalah **linier**

TABEL ANAVA UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN UJI KELINIERAN REGRESI

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	n	ΣY^2			
Regresi (a)	1	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$			F _o > F _t
Regresi (b/a)	1	b . Σxy	$\frac{b \cdot \Sigma xy}{1}$	$\frac{RJK(b/a)^*)}{RJK(res)}$	Maka regresi Berarti
Residu	n - 2	Jk (S)	$\frac{JK(S)}{n-2}$		
Tuna Cocok	k - 2	JK (TC)	$\frac{JK (TC)}{k-2}$	$RJK(TC)^{ns)}$	F _o < F _t
Galat Kekeliruan	n - k	JK (G)	$\frac{JK (G)}{n - k}$	RJK(G)	Maka Regresi Linier

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti karena F_{hitung} > F_{tabel}

ns) Persamaan regresi linear karena F_{hitung} < F_{tabel}

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	106	942265			
Regresi (a)	1	935676.24			
Regresi (b/a)	1	2565.35	2565.35	66.31 *)	3.91
Residu	104	4023.42	38.69		
Tuna Cocok	28	1410.41	50.37	1.47 ns)	1.60
Galat Kekeliruan	76	2613.00	34.38		

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti karena F_{hitung} (66,31) > F_{tabel} (3,91)

ns) Persamaan regresi linear karena F_{hitung} (1,47) < F_{tabel} (1,60)

**PERHITUNGAN KOEFISIEN KORELASI
*PRODUCT MOMENT***

Mencari Koefisien Korelasi dengan Rumus *Product Moment*

Diketahui :

$$\Sigma x^2 = 8390,49$$

$$\Sigma y^2 = 6588,76$$

$$\Sigma xy = 4639,45$$

$$r_{XY} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{(\Sigma x^2) \cdot (\Sigma y^2)}}$$

$$r_{XY} = \frac{4639,45}{\sqrt{8390,49 \cdot 6588,8}}$$

$$r_{XY} = \frac{4639,45}{7435,2514}$$

$$r_{XY} = 0,624$$

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN KOEFSIEN KORELASI (Uji-t)

Koefisien Korelasi *Product Moment* (Uji-t)

$$\begin{aligned}
 t_h &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0.624\sqrt{104}}{\sqrt{1-0.389}} \\
 &= \frac{0.624 \times 10.198}{\sqrt{0.611}} \\
 &= \frac{6.363}{0.7814} \\
 &= 8.143
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk $(n-2) = (106-2) = 104$ sebesar 1,66

Kriteria pengujian :

Ho ditolak jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.

Ho diterima jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$.

Dari hasil pengujian :

$t_{\text{hitung}} [8.143] > t_{\text{tabel}} (1,66)$, maka terdapat hubungan yang **signifikan** antara variabel X dengan variabel Y

PERHITUNGAN KOEFISIEN DETERMINASI

Untuk mencari seberapa besar variasi variabel Y yang ditentukan oleh variabel X, maka digunakan Koefisien Determinasi dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{XY}^2 \\ &= 0.624^2 \\ &= 0.3894 \\ &= 38.94\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa keputusan pembelian ditentukan oleh kualitas produk sebesar 38,94 %.

LAMPIRAN 49

**SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL Y
KEPUTUSAN PEMBELIAN**

SKOR INDIKATOR = $\frac{\text{Jumlah skor butir tiap soal indikator}}{\text{Banyaknya soal indikator}}$

DIMENSI	INDIKATOR	SUB INDIKATOR	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Pengenalan kebutuhan	Rangsangan Internal	Diri Sendiri	2 soal	$\frac{448+417}{2}$ 432.50	15.41%
	Rangsangan Eksternal	Pengaruh Orang Lain	6 soal	$\frac{408+408+390+400+389+392}{6}$ 397.83	14.18%
Pencarian Informasi	Sumber Komersil	Website	3 soal	$\frac{392+386+358}{3}$ 378.67	13.50%
		Iklan	6 soal	$\frac{377+384+404+397+400+398}{6}$ 393.33	14.02%
		Wiraniaga	2 soal	$\frac{406+409}{2}$ 407.5	14.52%
Evaluasi alternatif	Memilih diantara dua atau lebih produk sepeda motor		3 Soal	$\frac{409+376+414}{3}$ 399.67	14.24%
Pembelian	Membeli merek sepeda motor yang disukai (Honda Beat)		3 Soal	$\frac{376+403+410}{3}$ 396.33	14.13%
Total Skor				2805.83	100%

Dari hasil perhitungan, ke-lima indikator tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang.

Sub indikator diri sendiri yang disukai dalam indikator rangsangan internal memiliki pengaruh yang cukup besar dalam proses terjadinya keputusan pembelian.

LAMPIRAN 50

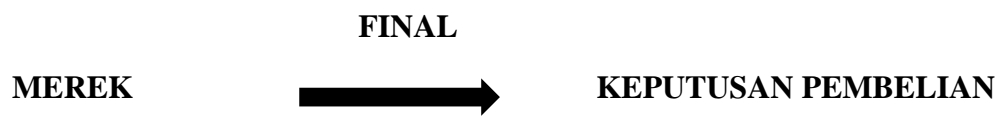
SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL X1
KUALITAS PRODUK

$$\text{SKOR INDIKATOR} = \frac{\text{Jumlah skor butir tiap soal indikator}}{\text{Banyaknya soal indikator}}$$

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Performace	Karakteristik Utama	Suara mesin sepeda motor halus	5 Soal	$\frac{452+430+422+409+386}{5}$ 419.8	13.13%
		Design sepeda motor yang Menarik	6 soal	$\frac{419+393+391+391+398+396}{6}$ 398.0	12%
Fitur	Secure Key Shutter		2 soal	$\frac{423+399}{2}$ 411	12.85%
	Parking Brake Lock		1 Soal	$\frac{405}{1}$ 405	12.66%
	Rak Ganda		3 Soal	$\frac{386+397+406}{3}$ 396.33	12.39%
	Side Stand Switch		1 Soal	$\frac{389}{1}$ 389.00	12.16%
Keandalan	Tidak Mudah Rusak		2 soal	$\frac{399+368}{2}$ 383.50	11.99%
Durabilitas	Masa Pakai (jangka waktu pakai lama)		2 soal	$\frac{398+393}{2}$ 395.50	12.37%
Total Skor				3198.13	100%

Dari hasil perhitungan, ke-tujuh indikator tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang.

Sub indikator suara mesin sepeda motor halus dalam indikator karakteristik utama memiliki pengaruh yang cukup besar dalam proses terjadinya kualitas produk.



**DATA MENTAH
VARIABEL X2 (MEREK)**

No. Resp.	No. Item																				X _i	X _i ²		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			21	22
1	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	2	4	2	4	4	4	2	4	3	5	77	5929
2	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	98	9604
3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	3	4	5	5	3	5	90	8100
4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	94	8836
5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	89	7921
6	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	85	7225
7	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	4	5	97	9409
8	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	5	84	7056
9	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	86	7396
10	4	5	4	5	3	5	4	5	4	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	87	7569
11	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	70	4900
12	3	4	5	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	3	4	3	3	4	4	87	7569
13	4	4	4	4	4	3	5	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	73	5329
14	5	5	5	3	1	3	2	3	4	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	72	5184
15	4	2	2	3	2	2	3	1	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	4	4	5	4	66	4356
16	4	4	4	2	4	4	3	3	1	4	4	2	4	3	4	1	4	4	4	4	4	4	75	5625
17	4	2	2	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	81	6561
18	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	84	7056
19	5	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	3	85	7225
20	5	3	5	4	4	2	3	2	4	4	4	2	4	4	3	4	1	3	3	3	4	3	75	5625
21	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	78	6084
22	5	5	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	2	4	3	3	3	4	80	6400
23	4	2	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	3	72	5184
24	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	2	4	2	4	4	3	1	3	4	3	3	5	73	5329
25	4	5	3	4	2	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	77	5929
26	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	89	7921
27	5	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	93	8649
28	4	2	4	4	2	4	2	3	4	2	2	4	3	3	3	4	1	4	4	3	3	3	68	4624
29	5	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	5	3	5	4	3	4	5	4	5	86	7396
30	5	4	5	3	5	5	4	5	4	4	5	3	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	88	7744
31	4	3	4	5	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	81	6561
32	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	80	6400
33	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	80	6400
34	4	5	4	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	82	6724
35	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	86	7396

**DATA MENTAH VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)
DAN VARIABEL X2 (MEREK)**

No.	VARIABEL X	VARIABEL Y
1	77	105
2	98	110
3	90	100
4	94	101
5	89	92
6	85	104
7	97	105
8	84	105
9	86	94
10	87	95
11	70	90
12	87	94
13	73	95
14	72	79
15	66	79
16	75	91
17	81	89
18	84	91
19	85	95
20	75	93
21	78	98
22	80	92
23	72	94
24	73	85
25	77	84
26	89	98
27	93	98
28	68	100
29	86	94
30	88	94
31	81	93
32	80	103
33	80	89
34	82	85
35	86	100
36	93	91
37	75	89
38	75	87
39	74	86
40	94	102
41	86	100
42	92	99
43	90	94
44	76	87
45	90	97
46	75	87
47	81	106
48	70	109
49	81	98
50	90	96
51	89	95
52	78	86
53	81	99
54	92	97
55	93	98

No.	VARIABEL X	VARIABEL Y
56	81	97
57	81	99
58	89	94
59	82	90
60	77	92
61	98	103
62	78	85
63	70	79
64	78	90
65	70	79
66	66	79
67	82	93
68	78	90
69	79	90
70	78	90
71	84	94
72	85	99
73	84	98
74	87	94
75	89	113
76	90	90
77	76	86
78	93	105
79	78	88
80	71	95
81	77	95
82	95	100
83	98	110
84	99	110
85	93	105
86	83	90
87	85	96
88	98	112
89	85	97
90	84	93
91	83	93
92	88	92
93	89	106
94	82	92
95	77	100
96	78	89
97	85	97
98	70	85
99	77	90
100	76	85
101	69	81
102	73	79
103	72	84
104	71	80
105	78	85
106	80	84
JUMLAH	8712	9959

Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian

No. Resp	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	77	105	5929	11025	8085
2	98	110	9604	12100	10780
3	90	100	8100	10000	9000
4	94	101	8836	10201	9494
5	89	92	7921	8464	8188
6	85	104	7225	10816	8840
7	97	105	9409	11025	10185
8	84	105	7056	11025	8820
9	86	94	7396	8836	8084
10	87	95	7569	9025	8265
11	70	90	4900	8100	6300
12	87	94	7569	8836	8178
13	73	95	5329	9025	6935
14	72	79	5184	6241	5688
15	66	79	4356	6241	5214
16	75	91	5625	8281	6825
17	81	89	6561	7921	7209
18	84	91	7056	8281	7644
19	85	95	7225	9025	8075
20	75	93	5625	8649	6975
21	78	98	6084	9604	7644
22	80	92	6400	8464	7360
23	72	94	5184	8836	6768
24	73	85	5329	7225	6205
25	77	84	5929	7056	6468
26	89	98	7921	9604	8722
27	93	98	8649	9604	9114
28	68	100	4624	10000	6800
29	86	94	7396	8836	8084
30	88	94	7744	8836	8272
31	81	93	6561	8649	7533
32	80	103	6400	10609	8240
33	80	89	6400	7921	7120
34	82	85	6724	7225	6970
35	86	100	7396	10000	8600
36	93	91	8649	8281	8463
37	75	89	5625	7921	6675
38	75	87	5625	7569	6525
39	74	86	5476	7396	6364
40	94	102	8836	10404	9588
41	86	100	7396	10000	8600
42	92	99	8464	9801	9108
43	90	94	8100	8836	8460
44	76	87	5776	7569	6612
45	90	97	8100	9409	8730
46	75	87	5625	7569	6525
47	81	106	6561	11236	8586
48	70	109	4900	11881	7630
49	81	98	6561	9604	7938
50	90	96	8100	9216	8640
51	89	95	7921	9025	8455
52	78	86	6084	7396	6708
53	81	99	6561	9801	8019
54	92	97	8464	9409	8924
55	93	98	8649	9604	9114

No. Resp	X	Y	X ²	Y ²	XY
57	81	99	6561	9801	8019
58	89	94	7921	8836	8366
59	82	90	6724	8100	7380
60	77	92	5929	8464	7084
61	98	103	9604	10609	10094
62	78	85	6084	7225	6630
63	70	79	4900	6241	5530
64	78	90	6084	8100	7020
65	70	79	4900	6241	5530
66	66	79	4356	6241	5214
67	82	93	6724	8649	7626
68	78	90	6084	8100	7020
69	79	90	6241	8100	7110
70	78	90	6084	8100	7020
71	84	94	7056	8836	7896
72	85	99	7225	9801	8415
73	84	98	7056	9604	8232
74	87	94	7569	8836	8178
75	89	113	7921	12769	10057
76	90	90	8100	8100	8100
77	76	86	5776	7396	6536
78	93	105	8649	11025	9765
79	78	88	6084	7744	6864
80	71	95	5041	9025	6745
81	77	95	5929	9025	7315
82	95	100	9025	10000	9500
83	98	110	9604	12100	10780
84	99	110	9801	12100	10890
85	93	105	8649	11025	9765
86	83	90	6889	8100	7470
87	85	96	7225	9216	8160
88	98	112	9604	12544	10976
89	85	97	7225	9409	8245
90	84	93	7056	8649	7812
91	83	93	6889	8649	7719
92	88	92	7744	8464	8096
93	89	106	7921	11236	9434
94	82	92	6724	8464	7544
95	77	100	5929	10000	7700
96	78	89	6084	7921	6942
97	85	97	7225	9409	8245
98	70	85	4900	7225	5950
99	77	90	5929	8100	6930
100	76	85	5776	7225	6460
101	69	81	4761	6561	5589
102	73	79	5329	6241	5767
103	72	84	5184	7056	6048
104	71	80	5041	6400	5680
105	78	85	6084	7225	6630
106	80	84	6400	7056	6720
JUMLAH	8712	9959	722850	942265	823003

**PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN
SIMPANGAN BAKU VARIABEL X2 DAN Y**

1. Rata-rata (X)	1. Rata-rata (Y)
$\bar{X} = \frac{\sum X}{n}$ $= \frac{8712}{106}$ $= 82,19$	$\bar{Y} = \frac{\sum Y}{n}$ $= \frac{9959}{106}$ $= 93,95$
2. Varians (X)	2. Varians (Y)
$S^2 = \frac{\sum(X-\bar{X})^2}{n-1}$ $= \frac{6822,23}{105}$ $= 64,97$	$S^2 = \frac{\sum(Y-\bar{Y})^2}{n-1}$ $= \frac{6588,76}{105}$ $= 62,75$
3. Simpangan Baku (X)	3. Simpangan Baku (Y)
$S = \sqrt{S^2}$ $= \sqrt{64,97}$ $= 8,06$	$S = \sqrt{S^2}$ $= \sqrt{62,75}$ $= 7,92$

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA,
VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU, VARIABEL X₂ DAN Y**

No.	X	Y	X - X̄	Y - Ȳ	(X - X̄) ²	(Y - Ȳ) ²
1	77	105	-5,19	11,05	26,92	122,04
2	98	110	15,81	16,05	250,00	257,51
3	90	100	7,81	6,05	61,02	36,57
4	94	101	11,81	7,05	139,51	49,66
5	89	92	6,81	-1,95	46,39	3,81
6	85	104	2,81	10,05	7,90	100,95
7	97	105	14,81	11,05	219,38	122,04
8	84	105	1,81	11,05	3,28	122,04
9	86	94	3,81	0,05	14,53	0,00
10	87	95	4,81	1,05	23,15	1,10
11	70	90	-12,19	-3,95	148,56	15,62
12	87	94	4,81	0,05	23,15	0,00
13	73	95	-9,19	1,05	84,43	1,10
14	72	79	-10,19	-14,95	103,81	223,59
15	66	79	-16,19	-14,95	262,07	223,59
16	75	91	-7,19	-2,95	51,68	8,72
17	81	89	-1,19	-4,95	1,41	24,53
18	84	91	1,81	-2,95	3,28	8,72
19	85	95	2,81	1,05	7,90	1,10
20	75	93	-7,19	-0,95	51,68	0,91
21	78	98	-4,19	4,05	17,55	16,38
22	80	92	-2,19	-1,95	4,79	3,81
23	72	94	-10,19	0,05	103,81	0,00
24	73	85	-9,19	-8,95	84,43	80,15
25	77	84	-5,19	-9,95	26,92	99,06
26	89	98	6,81	4,05	46,39	16,38
27	93	98	10,81	4,05	116,88	16,38
28	68	100	-14,19	6,05	201,32	36,57
29	86	94	3,81	0,05	14,53	0,00
30	88	94	5,81	0,05	33,77	0,00
31	81	93	-1,19	-0,95	1,41	0,91
32	80	103	-2,19	9,05	4,79	81,85
33	80	89	-2,19	-4,95	4,79	24,53
34	82	85	-0,19	-8,95	0,04	80,15
35	86	100	3,81	6,05	14,53	36,57
36	93	91	10,81	-2,95	116,88	8,72
37	75	89	-7,19	-4,95	51,68	24,53
38	75	87	-7,19	-6,95	51,68	48,34
39	74	86	-8,19	-7,95	67,05	63,25
40	94	102	11,81	8,05	139,51	64,76
41	86	100	3,81	6,05	14,53	36,57
42	92	99	9,81	5,05	96,26	25,47
43	90	94	7,81	0,05	61,02	0,00
44	76	87	-6,19	-6,95	38,30	48,34
45	90	97	7,81	3,05	61,02	9,29
46	75	87	-7,19	-6,95	51,68	48,34
47	81	106	-1,19	12,05	1,41	145,13
48	70	109	-12,19	15,05	148,56	226,42
49	81	98	-1,19	4,05	1,41	16,38
50	90	96	7,81	2,05	61,02	4,19
51	89	95	6,81	1,05	46,39	1,10
52	78	86	-4,19	-7,95	17,55	63,25
53	81	99	-1,19	5,05	1,41	25,47
54	92	97	9,81	3,05	96,26	9,29
55	93	98	10,81	4,05	116,88	16,38

No.	X	Y	X - X̄	Y - Ȳ	(X - X̄)²	(Y - Ȳ)²
56	81	97	-1,19	3,05	1,41	9,29
57	81	99	-1,19	5,05	1,41	25,47
58	89	94	6,81	0,05	46,39	0,00
59	82	90	-0,19	-3,95	0,04	15,62
60	77	92	-5,19	-1,95	26,92	3,81
61	98	103	15,81	9,05	250,00	81,85
62	78	85	-4,19	-8,95	17,55	80,15
63	70	79	-12,19	-14,95	148,56	223,59
64	78	90	-4,19	-3,95	17,55	15,62
65	70	79	-12,19	-14,95	148,56	223,59
66	66	79	-16,19	-14,95	262,07	223,59
67	82	93	-0,19	-0,95	0,04	0,91
68	78	90	-4,19	-3,95	17,55	15,62
69	79	90	-3,19	-3,95	10,17	15,62
70	78	90	-4,19	-3,95	17,55	15,62
71	84	94	1,81	0,05	3,28	0,00
72	85	99	2,81	5,05	7,90	25,47
73	84	98	1,81	4,05	3,28	16,38
74	87	94	4,81	0,05	23,15	0,00
75	89	113	6,81	19,05	46,39	362,79
76	90	90	7,81	-3,95	61,02	15,62
77	76	86	-6,19	-7,95	38,30	63,25
78	93	105	10,81	11,05	116,88	122,04
79	78	88	-4,19	-5,95	17,55	35,44
80	71	95	-11,19	1,05	125,19	1,10
81	77	95	-5,19	1,05	26,92	1,10
82	95	100	12,81	6,05	164,13	36,57
83	98	110	15,81	16,05	250,00	257,51
84	99	110	16,81	16,05	282,62	257,51
85	93	105	10,81	11,05	116,88	122,04
86	83	90	0,81	-3,95	0,66	15,62
87	85	96	2,81	2,05	7,90	4,19
88	98	112	15,81	18,05	250,00	325,70
89	85	97	2,81	3,05	7,90	9,29
90	84	93	1,81	-0,95	3,28	0,91
91	83	93	0,81	-0,95	0,66	0,91
92	88	92	5,81	-1,95	33,77	3,81
93	89	106	6,81	12,05	46,39	145,13
94	82	92	-0,19	-1,95	0,04	3,81
95	77	100	-5,19	6,05	26,92	36,57
96	78	89	-4,19	-4,95	17,55	24,53
97	85	97	2,81	3,05	7,90	9,29
98	70	85	-12,19	-8,95	148,56	80,15
99	77	90	-5,19	-3,95	26,92	15,62
100	76	85	-6,19	-8,95	38,30	80,15
101	69	81	-13,19	-12,95	173,94	167,78
102	73	79	-9,19	-14,95	84,43	223,59
103	72	84	-10,19	-9,95	103,81	99,06
104	71	80	-11,19	-13,95	125,19	194,68
105	78	85	-4,19	-8,95	17,55	80,15
106	80	84	-2,19	-9,95	4,79	99,06
Jumlah	8712	9959			6822,23	6588,76

Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram MEREK

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{data terkecil} \\ &= 99 - 66 \\ &= 33 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan sturges)

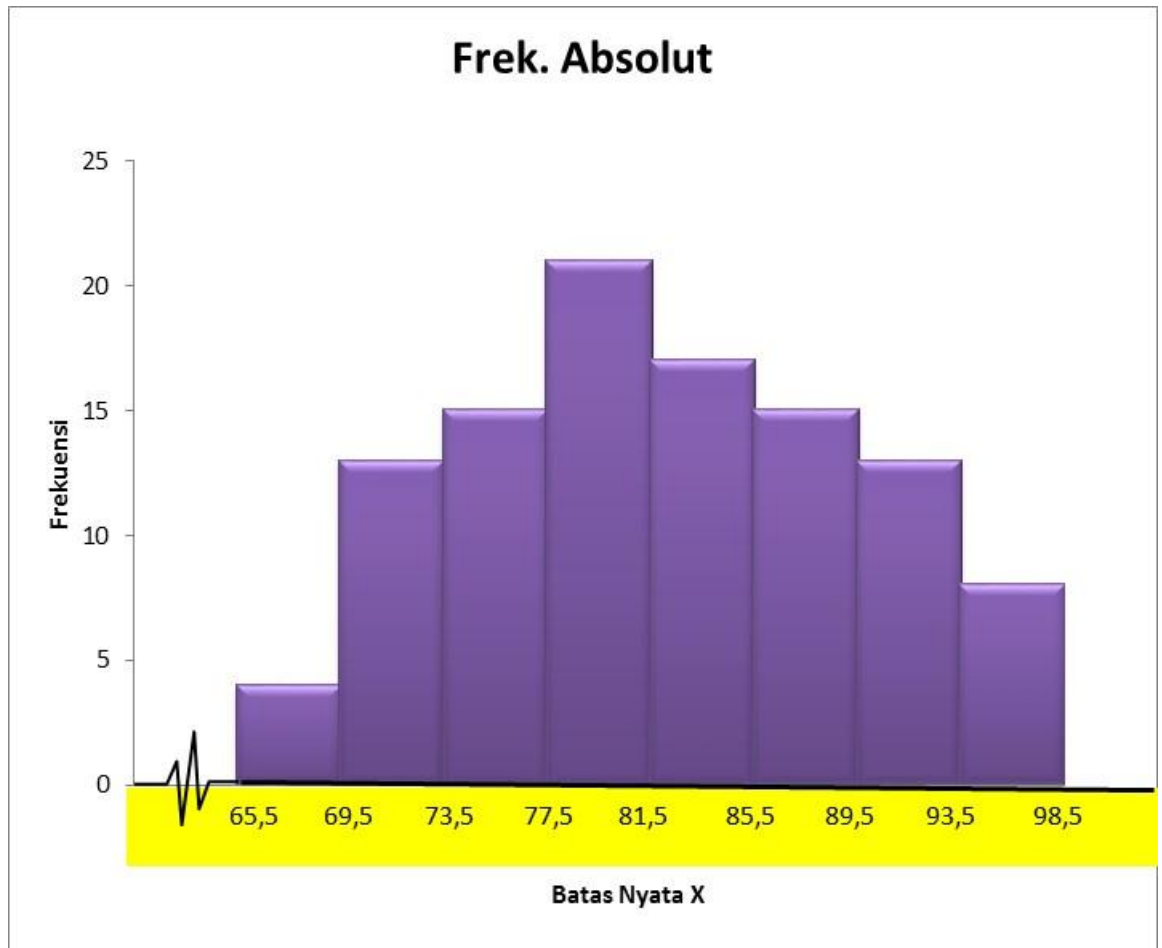
$$\begin{aligned} K &= 1 + (3.3) \text{Log } n \\ &= 1 + (3.3) \log 106 \\ &= 1 + (3.3) \cdot 2,025306 \\ &= 7,684 \\ &= 7,68 \text{ (ditetapkan menjadi 8)} \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{33}{8} = 4,125 \quad \text{(ditetapkan menjadi 4)} \end{aligned}$$

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
66	-	69	65.5	69.5	4	3.8%
70	-	73	69.5	73.5	13	12.3%
74	-	77	73.5	77.5	15	14.2%
78	-	81	77.5	81.5	21	19.8%
82	-	85	81.5	85.5	17	16.0%
86	-	89	85.5	89.5	15	14.2%
90	-	93	89.5	93.5	13	12.3%
94	-	98	93.5	98.5	8	7.5%
Jumlah					106	100%

**GRAFIK HISTOGRAM
VARIABEL MEREK (X₂)**



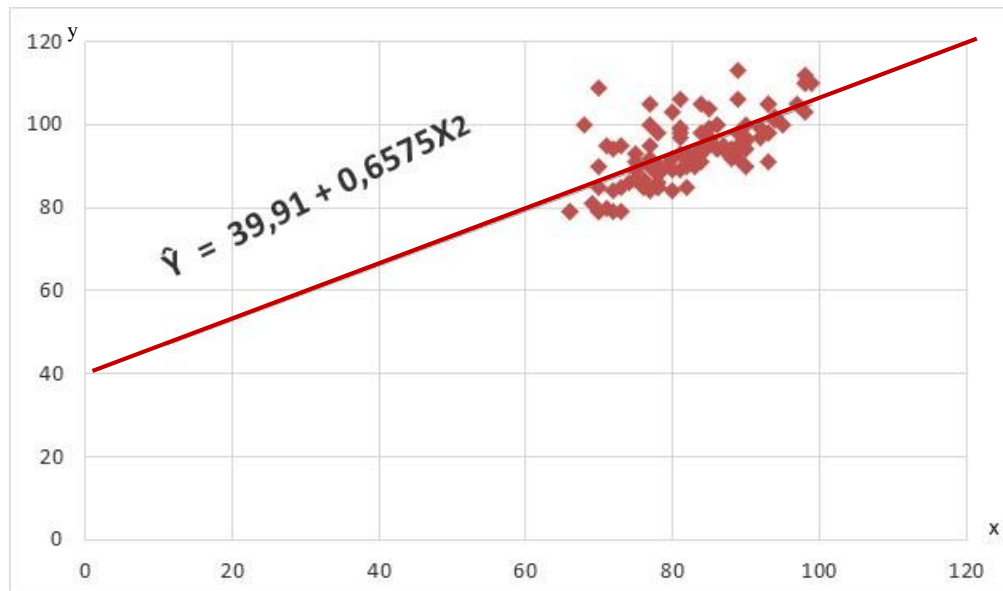
PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI LINEAR SEDERHANA

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\begin{aligned} n &= 106 & \Sigma X^2 &= 722850 \\ \Sigma XY &= 823003 & \Sigma Y^2 &= 942265 \\ \Sigma X &= 8712 & \bar{Y} &= \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{9959}{106} = 93,95 \\ \Sigma Y &= 9959 & \bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} = \frac{8712}{106} = 82,19 \\ \\ \Sigma x^2 &= \Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n} & \Sigma xy &= \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n} \\ &= 722850 - \frac{75898944}{106} & &= 823003 - \frac{86762808}{106} \\ &= 6822,23 & &= 4485,94 \\ \\ \Sigma y^2 &= \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= 942265 - \frac{99181681}{106} \\ &= 6588,76 \\ \\ b &= \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2} & a &= \bar{Y} - b\bar{X} \\ &= \frac{4485,9434}{6822,23} & &= 93,95 - (0,66 \times 82,19) \\ &= 0,6575 & &= 39,91 \\ &= \mathbf{0,6575} \end{aligned}$$

Jadi Persamaan Regresi adalah $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X$

LAMPIRAN 59

GRAFIK PERSAMAAN REGRESI
X2 → Y

Tabel Untuk Menghitung $Y = a + bX_2$

n	X	$\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$				\hat{Y}	
1	77	39,91	+	0,66	.	77	90,54
2	98	39,91	+	0,66	.	98	104,35
3	90	39,91	+	0,66	.	90	99,09
4	94	39,91	+	0,66	.	94	101,72
5	89	39,91	+	0,66	.	89	98,43
6	85	39,91	+	0,66	.	85	95,80
7	97	39,91	+	0,66	.	97	103,69
8	84	39,91	+	0,66	.	84	95,14
9	86	39,91	+	0,66	.	86	96,46
10	87	39,91	+	0,66	.	87	97,12
11	70	39,91	+	0,66	.	70	85,94
12	87	39,91	+	0,66	.	87	97,12
13	73	39,91	+	0,66	.	73	87,91
14	72	39,91	+	0,66	.	72	87,25
15	66	39,91	+	0,66	.	66	83,31
16	75	39,91	+	0,66	.	75	89,23
17	81	39,91	+	0,66	.	81	93,17
18	84	39,91	+	0,66	.	84	95,14
19	85	39,91	+	0,66	.	85	95,80
20	75	39,91	+	0,66	.	75	89,23
21	78	39,91	+	0,66	.	78	91,20
22	80	39,91	+	0,66	.	80	92,51
23	72	39,91	+	0,66	.	72	87,25
24	73	39,91	+	0,66	.	73	87,91
25	77	39,91	+	0,66	.	77	90,54
26	89	39,91	+	0,66	.	89	98,43
27	93	39,91	+	0,66	.	93	101,06
28	68	39,91	+	0,66	.	68	84,62
29	86	39,91	+	0,66	.	86	96,46
30	88	39,91	+	0,66	.	88	97,77
31	81	39,91	+	0,66	.	81	93,17
32	80	39,91	+	0,66	.	80	92,51
33	80	39,91	+	0,66	.	80	92,51
34	82	39,91	+	0,66	.	82	93,83
35	86	39,91	+	0,66	.	86	96,46
36	93	39,91	+	0,66	.	93	101,06
37	75	39,91	+	0,66	.	75	89,23
38	75	39,91	+	0,66	.	75	89,23
39	74	39,91	+	0,66	.	74	88,57
40	94	39,91	+	0,66	.	94	101,72
41	86	39,91	+	0,66	.	86	96,46
42	92	39,91	+	0,66	.	92	100,40
43	90	39,91	+	0,66	.	90	99,09
44	76	39,91	+	0,66	.	76	89,88
45	90	39,91	+	0,66	.	90	99,09
46	75	39,91	+	0,66	.	75	89,23
47	81	39,91	+	0,66	.	81	93,17
48	70	39,91	+	0,66	.	70	85,94
49	81	39,91	+	0,66	.	81	93,17
50	90	39,91	+	0,66	.	90	99,09
51	89	39,91	+	0,66	.	89	98,43
52	78	39,91	+	0,66	.	78	91,20
53	81	39,91	+	0,66	.	81	93,17
54	92	39,91	+	0,66	.	92	100,40
55	93	39,91	+	0,66	.	93	101,06

56	81	39,91	+	0,66	.	81	93,17
57	81	39,91	+	0,66	.	81	93,17
58	89	39,91	+	0,66	.	89	98,43
59	82	39,91	+	0,66	.	82	93,83
60	77	39,91	+	0,66	.	77	90,54
61	98	39,91	+	0,66	.	98	104,35
62	78	39,91	+	0,66	.	78	91,20
63	70	39,91	+	0,66	.	70	85,94
64	78	39,91	+	0,66	.	78	91,20
65	70	39,91	+	0,66	.	70	85,94
66	66	39,91	+	0,66	.	66	83,31
67	82	39,91	+	0,66	.	82	93,83
68	78	39,91	+	0,66	.	78	91,20
69	79	39,91	+	0,66	.	79	91,86
70	78	39,91	+	0,66	.	78	91,20
71	84	39,91	+	0,66	.	84	95,14
72	85	39,91	+	0,66	.	85	95,80
73	84	39,91	+	0,66	.	84	95,14
74	87	39,91	+	0,66	.	87	97,12
75	89	39,91	+	0,66	.	89	98,43
76	90	39,91	+	0,66	.	90	99,09
77	76	39,91	+	0,66	.	76	89,88
78	93	39,91	+	0,66	.	93	101,06
79	78	39,91	+	0,66	.	78	91,20
80	71	39,91	+	0,66	.	71	86,60
81	77	39,91	+	0,66	.	77	90,54
82	95	39,91	+	0,66	.	95	102,38
83	98	39,91	+	0,66	.	98	104,35
84	99	39,91	+	0,66	.	99	105,01
85	93	39,91	+	0,66	.	93	101,06
86	83	39,91	+	0,66	.	83	94,49
87	85	39,91	+	0,66	.	85	95,80
88	98	39,91	+	0,66	.	98	104,35
89	85	39,91	+	0,66	.	85	95,80
90	84	39,91	+	0,66	.	84	95,14
91	83	39,91	+	0,66	.	83	94,49
92	88	39,91	+	0,66	.	88	97,77
93	89	39,91	+	0,66	.	89	98,43
94	82	39,91	+	0,66	.	82	93,83
95	77	39,91	+	0,66	.	77	90,54
96	78	39,91	+	0,66	.	78	91,20
97	85	39,91	+	0,66	.	85	95,80
98	70	39,91	+	0,66	.	70	85,94
99	77	39,91	+	0,66	.	77	90,54
100	76	39,91	+	0,66	.	76	89,88
101	69	39,91	+	0,66	.	69	85,28
102	73	39,91	+	0,66	.	73	87,91
103	72	39,91	+	0,66	.	72	87,25
104	71	39,91	+	0,66	.	71	86,60
105	78	39,91	+	0,66	.	78	91,20
106	80	39,91	+	0,66	.	80	92,51

TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU
REGRESI $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X2$

No.	X	Y	\hat{Y}	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \bar{\hat{Y}})$	$[(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \bar{\hat{Y}})]^2$
1	66	79	83,31	-4,31	-4,31	18,56
2	66	79	83,31	-4,31	-4,31	18,56
3	68	100	84,62	15,38	15,38	236,45
4	69	81	85,28	-4,28	-4,28	18,32
5	70	90	85,94	4,06	4,06	16,50
6	70	109	85,94	23,06	23,06	531,85
7	70	79	85,94	-6,94	-6,94	48,14
8	70	79	85,94	-6,94	-6,94	48,14
9	70	85	85,94	-0,94	-0,94	0,88
10	71	95	86,60	8,40	8,40	70,63
11	71	80	86,60	-6,60	-6,60	43,50
12	72	79	87,25	-8,25	-8,25	68,12
13	72	94	87,25	6,75	6,75	45,52
14	72	84	87,25	-3,25	-3,25	10,58
15	73	95	87,91	7,09	7,09	50,26
16	73	85	87,91	-2,91	-2,91	8,47
17	73	79	87,91	-8,91	-8,91	79,40
18	74	86	88,57	-2,57	-2,57	6,60
19	75	91	89,23	1,77	1,77	3,15
20	75	93	89,23	3,77	3,77	14,24
21	75	89	89,23	-0,23	-0,23	0,05
22	75	87	89,23	-2,23	-2,23	4,95
23	75	87	89,23	-2,23	-2,23	4,95
24	76	87	89,88	-2,88	-2,88	8,31
25	76	86	89,88	-3,88	-3,88	15,08
26	76	85	89,88	-4,88	-4,88	23,85
27	77	105	90,54	14,46	14,46	209,06
28	77	84	90,54	-6,54	-6,54	42,78
29	77	92	90,54	1,46	1,46	2,13
30	77	95	90,54	4,46	4,46	19,88
31	77	100	90,54	9,46	9,46	89,47
32	77	90	90,54	-0,54	-0,54	0,29
33	78	98	91,20	6,80	6,80	46,26
34	78	86	91,20	-5,20	-5,20	27,03
35	78	85	91,20	-6,20	-6,20	38,42
36	78	90	91,20	-1,20	-1,20	1,44
37	78	90	91,20	-1,20	-1,20	1,44
38	78	90	91,20	-1,20	-1,20	1,44
39	78	88	91,20	-3,20	-3,20	10,23
40	78	89	91,20	-2,20	-2,20	4,83
41	78	85	91,20	-6,20	-6,20	38,42
42	79	90	91,86	-1,86	-1,86	3,45
43	80	92	92,51	-0,51	-0,51	0,26
44	80	103	92,51	10,49	10,49	109,96
45	80	89	92,51	-3,51	-3,51	12,35
46	80	84	92,51	-8,51	-8,51	72,48
47	81	89	93,17	-4,17	-4,17	17,40
48	81	93	93,17	-0,17	-0,17	0,03
49	81	106	93,17	12,83	12,83	164,58
50	81	98	93,17	4,83	4,83	23,32
51	81	99	93,17	5,83	5,83	33,97
52	81	97	93,17	3,83	3,83	14,66
53	81	99	93,17	5,83	5,83	33,97
54	82	85	93,83	-8,83	-8,83	77,95
55	82	90	93,83	-3,83	-3,83	14,66

56	82	93	93,83	-0,83	-0,83	0,69
57	82	92	93,83	-1,83	-1,83	3,34
58	83	90	94,49	-4,49	-4,49	20,13
59	83	93	94,49	-1,49	-1,49	2,21
60	84	105	95,14	9,86	9,86	97,14
61	84	91	95,14	-4,14	-4,14	17,17
62	84	94	95,14	-1,14	-1,14	1,31
63	84	98	95,14	2,86	2,86	8,16
64	84	93	95,14	-2,14	-2,14	4,60
65	85	104	95,80	8,20	8,20	67,22
66	85	95	95,80	-0,80	-0,80	0,64
67	85	99	95,80	3,20	3,20	10,23
68	85	96	95,80	0,20	0,20	0,04
69	85	97	95,80	1,20	1,20	1,44
70	85	97	95,80	1,20	1,20	1,44
71	86	94	96,46	-2,46	-2,46	6,05
72	86	94	96,46	-2,46	-2,46	6,05
73	86	100	96,46	3,54	3,54	12,54
74	86	100	96,46	3,54	3,54	12,54
75	87	95	97,12	-2,12	-2,12	4,48
76	87	94	97,12	-3,12	-3,12	9,71
77	87	94	97,12	-3,12	-3,12	9,71
78	88	94	97,77	-3,77	-3,77	14,24
79	88	92	97,77	-5,77	-5,77	33,34
80	89	92	98,43	-6,43	-6,43	41,37
81	89	98	98,43	-0,43	-0,43	0,19
82	89	95	98,43	-3,43	-3,43	11,78
83	89	94	98,43	-4,43	-4,43	19,64
84	89	113	98,43	14,57	14,57	212,24
85	89	106	98,43	7,57	7,57	57,28
86	90	100	99,09	0,91	0,91	0,83
87	90	94	99,09	-5,09	-5,09	25,90
88	90	97	99,09	-2,09	-2,09	4,36
89	90	96	99,09	-3,09	-3,09	9,54
90	90	90	99,09	-9,09	-9,09	82,61
91	92	99	100,40	-1,40	-1,40	1,97
92	92	97	100,40	-3,40	-3,40	11,59
93	93	98	101,06	-3,06	-3,06	9,37
94	93	91	101,06	-10,06	-10,06	101,24
95	93	98	101,06	-3,06	-3,06	9,37
96	93	105	101,06	3,94	3,94	15,51
97	93	105	101,06	3,94	3,94	15,51
98	94	101	101,72	-0,72	-0,72	0,52
99	94	102	101,72	0,28	0,28	0,08
100	95	100	102,38	-2,38	-2,38	5,65
101	97	105	103,69	1,31	1,31	1,71
102	98	110	104,35	5,65	5,65	31,93
103	98	103	104,35	-1,35	-1,35	1,82
104	98	110	104,35	5,65	5,65	31,93
105	98	112	104,35	7,65	7,65	58,53
106	99	110	105,01	4,99	4,99	24,93
Jumlah	8712	9959		0,00	0,00	3639,04

PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIAN, SIMPANGAN BAKU

REGRESI $\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X_2$

$$\begin{aligned}
 1. \text{ Rata-rata} = \overline{Y - \hat{Y}} &= \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})}{n} \\
 &= \frac{0,00}{106} \\
 &= 0,000
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 2. \text{ Varians} = S^2 &= \frac{\Sigma \{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}^2}{n - 1} \\
 &= \frac{3639,04}{105} \\
 &= 34,66
 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned}
 3. \text{ Simpangan Baku} = S &= \sqrt{S^2} \\
 &= \sqrt{34,66} \\
 &= 5,89
 \end{aligned}$$

**PERHITUNGAN NORMALITAS GALAT TAKSIRAN REGRESI
Y ATAS X2**

$$\hat{Y} = 39,91 + 0,6575X2$$

No.	(Y - Ŷ)	(Y - Ŷ) - $\overline{(Y - \hat{Y})}$	Zi	Zt	F(zi)	S(zi)	F(zi) - S(zi)
1	-10,06	-10,06	-1,709	0,4554	0,045	0,0094	0,0352
2	-9,09	-9,09	-1,544	0,4382	0,062	0,0189	0,0429
3	-8,91	-8,91	-1,513	0,4345	0,066	0,0283	0,0372
4	-8,83	-8,83	-1,500	0,4319	0,068	0,0377	0,0304
5	-8,51	-8,51	-1,446	0,4251	0,075	0,0472	0,0277
6	-8,25	-8,25	-1,401	0,4192	0,081	0,0566	0,0242
7	-6,94	-6,94	-1,179	0,3790	0,121	0,0660	0,0550
8	-6,94	-6,94	-1,179	0,3790	0,121	0,0755	0,0455
9	-6,60	-6,60	-1,121	0,3686	0,131	0,0849	0,0465
10	-6,54	-6,54	-1,111	0,3665	0,134	0,0943	0,0392
11	-6,43	-6,43	-1,092	0,3621	0,138	0,1038	0,0341
12	-6,20	-6,20	-1,053	0,3531	0,147	0,1132	0,0337
13	-6,20	-6,20	-1,053	0,3531	0,147	0,1226	0,0243
14	-5,77	-5,77	-0,980	0,3365	0,164	0,1321	0,0314
15	-5,20	-5,20	-0,883	0,3106	0,189	0,1415	0,0479
16	-5,09	-5,09	-0,865	0,3051	0,195	0,1509	0,0440
17	-4,88	-4,88	-0,829	0,2939	0,206	0,1604	0,0457
18	-4,49	-4,49	-0,763	0,2764	0,224	0,1698	0,0538
19	-4,43	-4,43	-0,752	0,2734	0,227	0,1792	0,0474
20	-4,31	-4,31	-0,732	0,2673	0,233	0,1887	0,0440
21	-4,31	-4,31	-0,732	0,2673	0,233	0,1981	0,0346
22	-4,28	-4,28	-0,727	0,2642	0,236	0,2075	0,0283
23	-4,17	-4,17	-0,708	0,2580	0,242	0,2170	0,0250
24	-4,14	-4,14	-0,703	0,2580	0,242	0,2264	0,0156
25	-3,88	-3,88	-0,659	0,2422	0,258	0,2358	0,0220
26	-3,83	-3,83	-0,651	0,2422	0,258	0,2453	0,0125
27	-3,77	-3,77	-0,640	0,2389	0,261	0,2547	0,0064
28	-3,51	-3,51	-0,596	0,2224	0,278	0,2642	0,0134
29	-3,43	-3,43	-0,583	0,2190	0,281	0,2736	0,0074
30	-3,40	-3,40	-0,578	0,2157	0,284	0,2830	0,0013
31	-3,25	-3,25	-0,552	0,2088	0,291	0,2925	0,0013
32	-3,20	-3,20	-0,544	0,2054	0,295	0,3019	0,0073
33	-3,12	-3,12	-0,530	0,1985	0,302	0,3113	0,0098
34	-3,12	-3,12	-0,530	0,1985	0,302	0,3208	0,0193
35	-3,09	-3,09	-0,525	0,1985	0,302	0,3302	0,0287
36	-3,06	-3,06	-0,520	0,1950	0,305	0,3396	0,0346
37	-3,06	-3,06	-0,520	0,1950	0,305	0,3491	0,0441
38	-2,91	-2,91	-0,494	0,1879	0,312	0,3585	0,0464
39	-2,88	-2,88	-0,489	0,1844	0,316	0,3679	0,0523
40	-2,57	-2,57	-0,437	0,1664	0,334	0,3774	0,0438
41	-2,46	-2,46	-0,418	0,1591	0,341	0,3868	0,0459
42	-2,46	-2,46	-0,418	0,1591	0,341	0,3962	0,0553
43	-2,38	-2,38	-0,404	0,1554	0,345	0,4057	0,0611
44	-2,23	-2,23	-0,379	0,1443	0,356	0,4151	0,0594
45	-2,23	-2,23	-0,379	0,1443	0,356	0,4245	0,0688
46	-2,20	-2,20	-0,374	0,1443	0,356	0,4340	0,0783
47	-2,14	-2,14	-0,364	0,1406	0,359	0,4434	0,0840
48	-2,12	-2,12	-0,360	0,1406	0,359	0,4528	0,0434
49	-2,09	-2,09	-0,355	0,1368	0,363	0,4623	0,0291
50	-1,86	-1,86	-0,316	0,1217	0,378	0,4717	0,0134
51	-1,83	-1,83	-0,311	0,1217	0,378	0,4811	0,0128
52	-1,49	-1,49	-0,253	0,0987	0,401	0,4906	0,0493
53	-1,40	-1,40	-0,238	0,0910	0,409	0,5000	0,0691
54	-1,35	-1,35	-0,229	0,0871	0,413	0,5094	0,0565
55	-1,20	-1,20	-0,204	0,0793	0,421	0,5189	0,0282

56	-1,20	-1,20	-0,204	0,0793	0,421	0,5283	0,0176
57	-1,20	-1,20	-0,204	0,0793	0,421	0,5377	0,0117
58	-1,14	-1,14	-0,194	0,0754	0,425	0,5472	0,0226
59	-0,94	-0,94	-0,160	0,0596	0,440	0,5566	0,0162
60	-0,83	-0,83	-0,141	0,0557	0,444	0,5660	0,0217
61	-0,80	-0,80	-0,136	0,0517	0,448	0,5755	0,0272
62	-0,80	-0,80	-0,136	0,0517	0,448	0,5849	0,0366
63	-0,54	-0,54	-0,092	0,0359	0,464	0,5943	0,0302
64	-0,54	-0,54	-0,092	0,0359	0,464	0,6038	0,0397
65	-0,43	-0,43	-0,073	0,0279	0,472	0,6132	0,0411
66	-0,43	-0,43	-0,073	0,0279	0,472	0,6226	0,0505
67	-0,17	-0,17	-0,029	0,0080	0,492	0,6321	0,0401
68	-0,17	-0,17	-0,029	0,0080	0,492	0,6415	0,0495
69	0,28	0,28	0,048	0,0160	0,516	0,6509	0,0349
70	0,28	0,28	0,048	0,0160	0,516	0,6604	0,0444
71	1,20	1,20	0,204	0,0793	0,579	0,6698	0,0505
72	1,20	1,20	0,204	0,0793	0,579	0,6792	0,0699
73	1,31	1,31	0,223	0,0871	0,587	0,6887	0,0116
74	1,31	1,31	0,223	0,0871	0,587	0,6981	0,0111
75	1,77	1,77	0,301	0,1179	0,618	0,7075	0,0396
76	1,77	1,77	0,301	0,1179	0,618	0,7170	0,0291
77	3,20	3,20	0,544	0,2054	0,705	0,7264	0,0210
78	3,20	3,20	0,544	0,2054	0,705	0,7358	0,0304
79	3,54	3,54	0,601	0,2258	0,726	0,7453	0,0195
80	3,54	3,54	0,601	0,2258	0,726	0,7547	0,0289
81	3,83	3,83	0,651	0,2422	0,742	0,7642	0,0220
82	3,83	3,83	0,651	0,2422	0,742	0,7736	0,0314
83	3,94	3,94	0,669	0,2454	0,745	0,7830	0,0376
84	3,94	3,94	0,669	0,2454	0,745	0,7925	0,0471
85	4,46	4,46	0,758	0,2734	0,773	0,8019	0,0285
86	4,46	4,46	0,758	0,2734	0,773	0,8113	0,0379
87	4,99	4,99	0,848	0,2996	0,800	0,8208	0,0212
88	4,99	4,99	0,848	0,2996	0,800	0,8302	0,0306
89	5,65	5,65	0,960	0,3289	0,829	0,8396	0,0107
90	5,65	5,65	0,960	0,3289	0,829	0,8491	0,0202
91	5,83	5,83	0,990	0,3389	0,839	0,8585	0,0196
92	5,83	5,83	0,990	0,3389	0,839	0,8679	0,0290
93	6,80	6,80	1,155	0,3749	0,875	0,8774	0,0025
94	6,80	6,80	1,155	0,3749	0,875	0,8868	0,0119
95	7,57	7,57	1,286	0,3997	0,900	0,8962	0,0035
96	7,57	7,57	1,286	0,3997	0,900	0,9057	0,0060
97	8,20	8,20	1,393	0,4177	0,918	0,9151	0,0026
98	8,20	8,20	1,393	0,4177	0,918	0,9245	0,0068
99	9,46	9,46	1,607	0,4452	0,945	0,9340	0,0112
100	9,46	9,46	1,607	0,4452	0,945	0,9434	0,0018
101	10,49	10,49	1,782	0,4625	0,963	0,9528	0,0097
102	10,49	10,49	1,782	0,4625	0,963	0,9623	0,0002
103	14,46	14,46	2,456	0,4929	0,993	0,9717	0,0212
104	14,46	14,46	2,456	0,4929	0,993	0,9811	0,0118
105	15,38	15,38	2,613	0,4955	0,996	0,9906	0,0049
106	15,38	15,38	2,613	0,4955	0,996	1,0000	0,0045

Dari perhitungan, didapat nilai L_{hitung} terbesar = 0,0840 L_{tabel} untuk $n = 106$ dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,0844. $L_{hitung} < L_{tabel}$. Dengan demikian dapat disimpulkan data berdistribusi Normal.

**LANGKAH PERHITUNGAN UJI NORMALITAS GALAT TAKSIRAN
Y ATAS X²**

$$= 39,91 + 0,6575X^2$$

Disertai contoh perhitungan untuk no.i (pada table normalitas)

1. Kolom $Y - \hat{Y}$

Data diurutkan dari data yang terkecil sampai yang terbesar

2. Kolom $(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$

Mengikuti kolom $Y - \hat{Y}$

3. Kolom Z_i untuk $i = 1$

$$Z_i = \frac{\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}}{S} = \frac{-10,06}{5,89} = -1,709$$

4. Kolom Z_t

Nilai Z_t dikonsultasikan pada daftar F, misalnya :

Cari -1,71 diperoleh $Z_t = 0,4554$

Untuk $Z_i = -1,709$, maka $F(z_i) = 0,5 - 0,4554 = 0,0446$

5. Kolom $F(z_i)$

Jika Z_i negatif, maka $F(z_i) = 0,5 - Z_t$

Jika Z_i positif, maka $F(z_i) = 0,5 + Z_t$

6. Kolom $S(z_i) = \frac{\text{Nomor Responden}}{\text{Jumlah Responden}}$

$$\text{Kolom } S(z_i) = \frac{1}{106} = 0,0094$$

7. Kolom $|F(z_i) - S(z_i)|$

Nilai mutlak antara $F(z_i) - S(z_i)$

$$= |0,0446 - 0,0094| = 0,0352$$

Merupakan harga mutlak dan selisih $F(Z_i)$ dan $S(Z_i)$

LAMPIRAN 65

PERHITUNGAN JK (G)

No.	K	n	X	Y	Y ²	XY	ΣY ²	(ΣY)	(ΣY) ²	$\frac{(\Sigma Y)^2}{nK}$	$\left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{nK} \right\}$
1	I	3	66	79	6241	5214	22482	258	66564	22.188,00	294,00
2			66	79	6241	5214					
3			68	100	10000	6800					
4	II	1	69	81	6561	5589					
5	III	5	70	90	8100	6300	39688	442	195364	39.072,80	615,20
6			70	109	11881	7630					
7			70	79	6241	5530					
8			70	79	6241	5530					
9			70	85	7225	5950					
10		2	71	95	9025	6745	15425	175	30625	15.312,50	112,50
11			71	80	6400	5680					
12		3	72	79	6241	5688	22133	257	66049	22.016,33	116,67
13	IV		72	94	8836	6768					
14	V		72	84	7056	6048					
15		3	73	95	9025	6935	22491	259	67081	22.360,33	130,67
16	VI		73	85	7225	6205					
17			73	79	6241	5767					
18	VII	1	74	86	7396	6364					
19		5	75	91	8281	6825	39989	447	199809	39.961,80	27,20
20	VIII		75	93	8649	6975					
21			75	89	7921	6675					
22			75	87	7569	6525					
23			75	87	7569	6525					
24		3	76	87	7569	6612	22190	258	66564	22.188,00	2,00
25			76	86	7396	6536					
26	IX		76	85	7225	6460					
27		6	77	105	11025	8085	53670	566	320356	53.392,67	277,33
28	X		77	84	7056	6468					
29			77	92	8464	7084					
30			77	95	9025	7315					
31			77	100	10000	7700					
32			77	90	8100	6930					
33		9	78	98	9604	7644	71415	801	641601	71.289,00	126,00
34	XI		78	86	7396	6708					
35			78	85	7225	6630					
36			78	90	8100	7020					
37			78	90	8100	7020					
38			78	90	8100	7020					
39			78	88	7744	6864					
40			78	89	7921	6942					
41			78	85	7225	6630					
42		1	79	90	8100	7110					
43		4	80	92	8464	7360	34050	368	135424	33.856,00	194,00
44	XII		80	103	10609	8240					
45			80	89	7921	7120					
46			80	84	7056	6720					
47		7	81	89	7921	7209	66421	681	463761	66.251,57	169,43
48	XIII		81	93	8649	7533					
49			81	106	11236	8586					
50			81	98	9604	7938					
51			81	99	9801	8019					
52			81	97	9409	7857					
53			81	99	9801	8019					
54		4	82	85	7225	6970	32438	360	129600	32.400,00	38,00
55	XIV		82	90	8100	7380					

56			82	93	8649	7626					
57			82	92	8464	7544					
58		2	83	90	8100	7470	16749	183	33489	16.744,50	4,50
59			83	93	8649	7719					
60	XV	5	84	105	11025	8820	46395	481	231361	46.272,20	122,80
61			84	91	8281	7644					
62			84	94	8836	7896					
63	XVI		84	98	9604	8232					
64	XVII		84	93	8649	7812					
65		6	85	104	10816	8840	57676	588	345744	57.624,00	52,00
66			85	95	9025	8075					
67			85	99	9801	8415					
68			85	96	9216	8160					
69			85	97	9409	8245					
70			85	97	9409	8245					
71	XVIII	4	86	94	8836	8084	37672	388	150544	37.636,00	36,00
72			86	94	8836	8084					
73			86	100	10000	8600					
74			86	100	10000	8600					
75		3	87	95	9025	8265	26697	283	80089	26.696,33	0,67
76			87	94	8836	8178					
77			87	94	8836	8178					
78	XIX	2	88	94	8836	8272	17300	186	34596	17.298,00	2,00
79	XX		88	92	8464	8096					
80		6	89	92	8464	8188	59934	598	357604	59.600,67	333,33
81			89	98	9604	8722					
82	XXI		89	95	9025	8455					
83			89	94	8836	8366					
84			89	113	12769	10057					
85			89	106	11236	9434					
86	XXII	5	90	100	10000	9000	45561	477	227529	45.505,80	55,20
87			90	94	8836	8460					
88			90	97	9409	8730					
89			90	96	9216	8640					
90			90	90	8100	8100					
91		2	92	99	9801	9108	19210	196	38416	19.208,00	2,00
92			92	97	9409	8924					
93		5	93	98	9604	9114	49539	497	247009	49.401,80	137,20
94	XXIII		93	91	8281	8463					
95	XXIV		93	98	9604	9114					
96	XXV		93	105	11025	9765					
97			93	105	11025	9765					
98	XXVI	2	94	101	10201	9494	20605	203	41209	20.604,50	0,50
99			94	102	10404	9588					
100		1	95	100	10000	9500					
101	XXVII	1	97	105	11025	10185					
102	XXVIII	4	98	110	12100	10780	47353	435	189225	47.306,25	46,75
103			98	103	10609	10094					
104			98	110	12100	10780					
105			98	112	12544	10976					
106	XXIX	1	99	110	12100	10890					
Σ	29	106	8712	9959	942265	823003					2.601,95

LAMPIRAN 66

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Total JK (T)

$$\begin{aligned} JK(T) &= \sum Y^2 \\ &= 942265 \end{aligned}$$

2. Mencari jumlah kuadrat regresi a JK (a)

$$\begin{aligned} JK(a) &= \frac{(\sum Y)^2}{n} \\ &= \frac{9959^2}{106} \\ &= 935676,24 \end{aligned}$$

3. Mencari jumlah kuadrat regresi b JK (b/a)

$$\begin{aligned} JK(b/a) &= b \cdot \sum xy \\ &= 0,658 \times 4485,9434 \\ &= 2949,72 \end{aligned}$$

4. Mencari jumlah kuadrat residu JK (S)

$$\begin{aligned} JK(S) &= JK(T) - JK(a) - JK(b/a) \\ &= 942265 - 935676,24 - 2949,72 \\ &= 3639,04 \end{aligned}$$

5. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} dk_{(T)} &= n = 106 \\ dk_{(a)} &= 1 \\ dk_{(b/a)} &= 1 \\ dk_{(res)} &= n - 2 = 104 \end{aligned}$$

6. Mencari Rata-rata Jumlah Kuadrat

$$\begin{aligned} RJK_{(b/a)} &= \frac{JK_{(b/a)}}{dk_{(b/a)}} = \frac{2949,72}{1} = 2949,72 \\ RJK_{(res)} &= \frac{JK_{(res)}}{dk_{(res)}} = \frac{3639,04}{104} = 34,99 \end{aligned}$$

7. Kriteria Pengujian

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi tidak berarti

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi berarti

8. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(b/a)}}{RJK_{(res)}} = \frac{2949,72}{34,99} = 84,30$$

9. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 84,30$

Berdasarkan taraf signifikan 0,05, pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut $n-2 = 106-2 = 104$ dihasilkan F_{tabel} sebesar = 3,91

sehingga $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah **signifikan**

PERHITUNGAN UJI KELINIERAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Error JK (G)

$$JK(G) = \sum \left\{ \sum Y_k^2 - \frac{\sum Y_k^2}{n_k} \right\}$$

$$= 2601.95 \text{ (Lihat tabel Perhitungan JK } G_{\text{(galat)}})$$

2. Mencari Jumlah Kuadrat Tuna cocok JK (TC)

$$JK(TC) = JK(S) - JK(G)$$

$$= 3639.04 - 2601.95$$

$$= 1037.09$$

3. Mencari Derajat Kebebasan

$$k = 29$$

$$dk_{(TC)} = k - 2 = 27$$

$$dk_{(G)} = n - k = 77$$

4. Mencari rata-rata jumlah kuadrat

$$RJK_{(TC)} = \frac{1037.09}{27} = 38.41$$

$$RJK_{(G)} = \frac{2601.95}{77} = 33.79$$

5. Kriteria Pengujian

Tolak H_0 jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka regresi tidak linier

Terima H_0 jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka regresi linier

6. Pengujian

$$F_{hitung} = \frac{RJK_{(TC)}}{RJK_{(G)}} = \frac{38.41}{33.79} = 1.14$$

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan $F_{hitung} = 1.14$

Berdasarkan taraf signifikan 0,05, pada tabel distribusi F dengan

Menggunakan dk pembilang 28 dan dk penyebut 76 dihasilkan F_{tabel} sebesar = 1,60 sehingga $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah **linier**

TABEL ANAVA UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN UJI KELINIERAN REGRESI

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	n	ΣY^2			
Regresi (a)	1	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$			
Regresi (b/a)	1	b . Σxy	$\frac{b \cdot \Sigma xy}{1}$	RJK(b/a) *)	F _o > F _t Maka regresi Berarti
Residu	n - 2	JK (S)	$\frac{JK(S)}{n-2}$	RJK(res)	
Tuna Cocok	k - 2	JK (TC)	$\frac{JK (TC)}{k-2}$	RJK(TC) ns)	F _o < F _t Maka Regresi Linier
Galat Kekeliruan	n - k	JK (G)	$\frac{JK (G)}{n - k}$	RJK(G)	

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti karena F_{hitung} > F_{tabel}
 ns) Persamaan regresi linear karena F_{hitung} < F_{tabel}

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F _{hitung}	F _{tabel}
Total	106	942265			
Regresi (a)	1	935676,24			
Regresi (b/a)	1	2949,72	2949,72	84,30 *)	3,91
Residu	104	3639,04	34,99		
Tuna Cocok	27	1037,09	38,41	1,14 ns)	1,60
Galat Kekeliruan	77	2601,95	33,79		

Keterangan : *) Persamaan regresi berarti karena F_{hitung} (84,30) > F_{tabel} (3,91)
 ns) Persamaan regresi linear karena F_{hitung} (1,14) < F_{tabel} (1,60)

PERHITUNGAN KOEFISIEN KORELASI
PRODUCT MOMENT

Mencari Koefisien Korelasi dengan Rumus *Product Moment*

Diketahui :

$$\Sigma x^2 = 6822,23$$

$$\Sigma y^2 = 6588,76$$

$$\Sigma xy = 4485,94$$

$$r_{XY} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{(\Sigma x^2) \cdot (\Sigma y^2)}}$$

$$r_{XY} = \frac{4485,94}{\sqrt{6822,23 \cdot 6588,8}}$$

$$r_{XY} = \frac{4485,94}{6704,4792}$$

$$r_{XY} = 0,669$$

PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN KOEFSIEN KORELASI (Uji-t)

Koefisien Korelasi *Product Moment* (Uji-t)

$$\begin{aligned}
 t_h &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0,669\sqrt{104}}{\sqrt{1-0,448}} \\
 &= \frac{0,669 \times 10,198}{\sqrt{0,552}} \\
 &= \frac{6,823}{0,7432} \\
 &= 9,182
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

t_{tabel} pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk $(n-2) = (106-2) = 104$ sebesar 1,66

Kriteria pengujian :

Ho ditolak jika $t_{\text{hitung}} > t_{\text{tabel}}$.

Ho diterima jika $t_{\text{hitung}} < t_{\text{tabel}}$.

Dari hasil pengujian :

$t_{\text{hitung}} [9,182] > t_{\text{tabel}} (1,66)$, maka terdapat hubungan yang **signifikan** antara variabel X dengan variabel Y

PERHITUNGAN KOEFISIEN DETERMINASI

Untuk mencari seberapa besar variasi variabel Y yang ditentukan oleh variabel X, maka digunakan Koefisien Determinasi dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{XY}^2 \\ &= 0,669^2 \\ &= 0,4477 \\ &= 44,77\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa keputusan pembelian ditentukan oleh Merek sebesar 44,77 %.

LAMPIRAN 72

**SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL X2
MEREK**

$$\text{SKOR INDIKATOR} = \frac{\text{Jumlah skor butir tiap soal indikator}}{\text{Banyaknya soal indikator}}$$

Dimensi	Indikator	Jumlah Soal	Skor	Persentase
Identitas	Tanda	5 Soal	$\frac{377+381+401+382+405}{5}$ 389,2	6,24%
	Simbol	3 soal	$\frac{400+400+385}{3}$ 928,3	15%
	Gambar	5 soal	$\frac{429+391+393+379+388}{5}$ 1669,6	27%
	Logo	9 soal	$\frac{445+409+395+395+409+395+393+369+392}{9}$ 3253,6	52,13%
Total Skor			6240,7	100%

Dari hasil perhitungan, ke-empat indikator tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang. Dimensi Identitas dengan Indikator Logo memiliki pengaruh yang cukup besar dalam Merek

Tabel Nilai-nilai r *Product Moment* dari *Pearson*

N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	26	0,388	0,496	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	27	0,381	0,487	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	28	0,374	0,478	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	29	0,367	0,470	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	30	0,361	0,463	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	31	0,355	0,456	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	32	0,349	0,449	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	33	0,344	0,442	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	34	0,339	0,436	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	35	0,334	0,430	100	0,194	0,256
13	0,553	0,684	36	0,329	0,424	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	37	0,325	0,418	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	38	0,320	0,413	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	39	0,316	0,408	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	40	0,312	0,403	300	0,113	0,148
18	0,463	0,590	41	0,308	0,398	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	42	0,304	0,393	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	43	0,301	0,389	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	44	0,297	0,384	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	45	0,294	0,380	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	46	0,291	0,376	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	47	0,288	0,372	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	48	0,284	0,368			
			49	0,281	0,364			
			50	0,279	0,361			

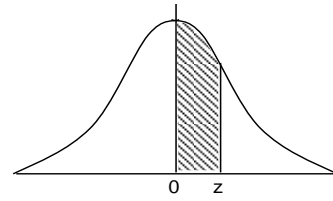
Sumber : Conover, W.J., *Practical Nonparametric Statistics*, John Wiley & Sons, Inc., 1973

Nilai Kritis L untuk Uji *Lilliefors*

Ukuran Sampel	Taraf Nyata (α)				
	0,01	0,05	0,10	0,15	0,20
n = 4	0,417	0,381	0,352	0,319	0,300
5	0,405	0,337	0,315	0,299	0,285
6	0,364	0,319	0,294	0,277	0,265
7	0,348	0,300	0,276	0,258	0,247
8	0,331	0,285	0,261	0,244	0,233
9	0,311	0,271	0,249	0,233	0,223
10	0,294	0,258	0,239	0,224	0,215
11	0,284	0,249	0,230	0,217	0,206
12	0,275	0,242	0,223	0,212	0,199
13	0,268	0,234	0,214	0,202	0,190
14	0,261	0,227	0,207	0,194	0,183
15	0,257	0,220	0,201	0,187	0,177
16	0,250	0,213	0,195	0,182	0,173
17	0,245	0,206	0,189	0,177	0,169
18	0,239	0,200	0,184	0,173	0,166
19	0,235	0,195	0,179	0,169	0,163
20	0,231	0,190	0,174	0,166	0,160
25	0,200	0,173	0,158	0,147	0,142
30	0,187	0,161	0,144	0,136	0,131
n > 30	$\frac{1,031}{\sqrt{n}}$	$\frac{0,886}{\sqrt{n}}$	$\frac{0,805}{\sqrt{n}}$	$\frac{0,768}{\sqrt{n}}$	$\frac{0,736}{\sqrt{n}}$

Sumber : Conover, W.J., *Practical Nonparametric Statistics*, John Wiley & Sons, Inc., 1973

**Tabel Kurva Normal Persentase
Daerah Kurva Normal
dari 0 sampai z**

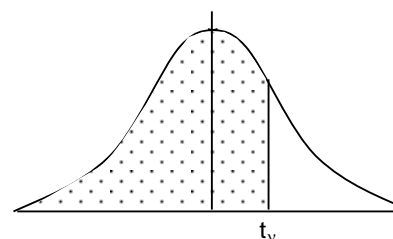


Z	0	1	2	3	4	5	6	7	8	9
0,0	0000	0040	0080	0120	0160	0199	0239	0279	0319	0359
0,1	0398	0438	0478	0517	0557	0596	0636	0675	0714	0753
0,2	0793	0832	0871	0910	0948	0987	1026	1064	1103	1141
0,3	1179	1217	1255	1293	1331	1368	1406	1443	1480	1517
0,4	1554	1591	1628	1664	1700	1736	1772	1808	1844	1879
0,5	1915	1950	1985	2019	2054	2088	2123	2157	2190	2224
0,6	2258	2291	2324	2357	2389	2422	2454	2486	2518	2549
0,7	2580	2612	2642	2673	2704	2734	2764	2794	2823	2852
0,8	2881	2910	2939	2967	2996	3023	3051	3078	3106	3133
0,9	3159	3186	3212	3238	3264	3289	3315	3340	3365	3389
1,0	3413	3438	3461	3485	3508	3531	3554	3577	3599	3621
1,1	3643	3665	3686	3708	3729	3749	3770	3790	3810	3830
1,2	3849	3869	3888	3907	3925	3944	3962	3980	3997	4015
1,3	4032	4049	4066	4082	4099	4115	4131	4147	4162	4177
1,4	4192	4207	4222	4236	4251	4265	4279	4292	4306	4319
1,5	4332	4345	4357	4370	4382	4394	4406	4418	4429	4441
1,6	4452	4463	4474	4484	4495	4505	4515	4525	4535	4545
1,7	4554	4564	4573	4582	4591	4599	4608	4616	4625	4633
1,8	4641	4649	4656	4664	4671	4678	4688	4693	4699	4706
1,9	4713	4719	4726	4732	4738	4744	4750	4756	4761	4767
2,0	4772	4778	4783	4788	4793	4798	4803	4808	4812	4817
2,1	4821	4826	4830	4834	4838	4842	4846	4850	4854	4857
2,2	4861	4864	4868	4871	4875	4878	4881	4884	4887	4899
2,3	4893	4896	4898	4901	4904	4906	4909	4911	4913	4936
2,4	4918	4920	4922	4925	4927	4929	4931	4932	4934	4936
2,5	4938	4940	4941	4943	4945	4946	4948	4949	4951	4952
2,6	4953	4955	4956	4957	4959	4960	4961	4962	4963	4964
2,7	4965	4956	4967	4968	4969	4970	4971	4972	4973	4974
2,8	4974	4975	4976	4977	4977	4978	4979	4979	4980	4981
2,9	4981	4382	4982	4983	4984	4984	4985	4985	4986	4986
3,0	4987	4987	4987	4988	4988	4989	4989	4989	4990	4990
3,1	4990	4991	4991	4991	4992	4992	4992	4992	4993	4993
3,2	4993	4993	4994	4994	4994	4994	4994	4995	4995	4995
3,3	4995	4995	4995	4996	4996	4996	4996	4996	4996	4997
3,4	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4997	4998
3,5	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998	4998
3,6	4998	4998	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3,7	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3,8	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999	4999
3,9	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000	5000

Sumber : Theory and Problems of Statistics, Spiegel, M.R., Ph.D., Schoum Publishing Co., New York, 1961

LAMPIRAN 76

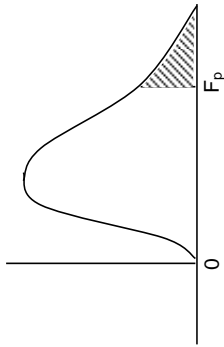
Nilai Persentil untuk Distribusi t

 $v = dk$ (Bilangan Dalam Badan Daftar Menyatakan t_p)

v	$t_{0,995}$	$t_{0,99}$	$t_{0,975}$	$t_{0,95}$	$t_{0,90}$	$t_{0,80}$	$t_{0,75}$	$t_{0,70}$	$t_{0,60}$	$t_{0,55}$
1	63,66	31,82	12,71	6,31	3,08	1,376	1,000	0,727	0,325	0,518
2	9,92	6,96	4,30	2,92	1,89	1,061	0,816	0,617	0,289	0,142
3	5,84	4,54	3,18	2,35	1,64	0,978	0,765	0,584	0,277	0,137
4	4,60	3,75	2,78	2,13	1,53	0,941	0,744	0,569	0,271	0,134
5	4,03	3,36	2,57	2,02	1,48	0,920	0,727	0,559	0,267	0,132
6	3,71	3,14	2,45	1,94	1,44	0,906	0,718	0,553	0,265	0,131
7	3,50	3,00	2,36	1,90	1,42	0,896	0,711	0,519	0,263	0,130
8	3,36	2,90	2,31	1,86	1,40	0,889	0,706	0,516	0,262	0,130
9	3,25	2,82	2,26	1,83	1,38	0,883	0,703	0,513	0,261	0,129
10	3,17	2,76	2,23	1,81	1,37	0,879	0,700	0,542	0,260	0,129
11	3,11	2,72	2,20	1,80	1,36	0,876	0,697	0,540	0,260	0,129
12	3,06	2,68	2,18	1,78	1,36	0,873	0,695	0,539	0,259	0,128
13	3,01	2,65	2,16	1,77	1,35	0,870	0,694	0,538	0,259	0,128
14	2,98	2,62	2,14	1,76	1,34	0,888	0,692	0,537	0,258	0,128
15	2,95	2,60	2,13	1,75	1,34	0,866	0,691	0,536	0,258	0,128
16	2,92	2,58	2,12	1,75	1,34	0,865	0,690	0,535	0,258	0,128
17	2,90	2,57	2,11	1,74	1,33	0,863	0,890	0,534	0,257	0,128
18	2,88	2,55	2,10	1,73	1,33	0,862	0,688	0,534	0,257	0,127
19	2,86	2,54	2,09	1,73	1,33	0,861	0,688	0,532	0,257	0,127
20	2,84	2,53	2,09	1,72	1,32	0,860	0,687	0,533	0,257	0,127
21	0,83	2,52	2,08	1,72	1,32	0,859	0,686	0,532	0,257	0,127
22	2,82	2,51	2,07	1,72	1,32	0,858	0,686	0,532	0,256	0,127
23	2,81	2,50	2,07	1,71	1,32	0,858	0,685	0,532	0,256	0,127
24	2,80	2,49	2,06	1,71	1,32	0,857	0,685	0,531	0,256	0,127
25	2,79	2,48	2,06	1,71	1,32	0,856	0,684	0,531	0,256	0,127
26	2,78	2,48	2,06	1,71	1,32	0,856	0,684	0,531	0,256	0,127
27	2,77	2,47	2,05	1,70	1,31	0,855	0,684	0,531	0,256	0,127
28	2,76	2,47	2,05	1,70	1,31	0,855	0,683	0,530	0,256	0,127
29	2,76	2,46	2,04	1,70	1,31	0,854	0,683	0,530	0,256	0,127
30	2,75	2,46	2,04	1,70	1,31	0,854	0,683	0,530	0,256	0,127
40	2,70	2,42	2,02	1,68	1,30	0,854	0,681	0,529	0,255	0,126
60	2,66	2,39	2,00	1,67	1,30	0,848	0,679	0,527	0,254	0,126
120	2,62	2,36	1,98	1,66	1,29	0,845	0,677	0,526	0,254	0,126
∞	2,58	2,33	1,96	1,645	1,28	0,842	0,674	0,521	0,253	0,126

Sumber : Statistical Tables for Biological, Agricultural and Medical Research, Fisher, R.Y., dan Yates F

Table III. Oliver & Boyd, Ltd., Edinaburgh



**Nilai Persentil untuk Distribusi F
(Bilangan dalam Daftar menyatakan F_p;
Baris atas untuk p = 0,05 dan Baris bawah untuk p = 0,01)**

v ₂ = dk penyebut	v ₁ = dk pembilang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	∞
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	246	248	249	250	251	252	253	254	254	254	254
	4052	4999	5403	5625	5764	5859	5928	5981	6022	6056	6082	6106	6142	6169	6208	6234	6258	6286	6302	6323	6334	6352	6361	6366
2	18,51	19,00	19,16	19,25	19,30	19,33	19,36	19,37	19,38	19,39	19,40	19,41	19,42	19,43	19,44	19,45	19,46	19,47	19,47	19,48	19,49	19,49	19,50	19,50
	98,49	99,01	99,17	99,25	99,30	99,33	99,34	99,36	99,38	99,40	99,41	99,42	99,43	99,44	99,45	99,46	99,47	99,48	99,48	99,49	99,49	99,49	99,50	99,50
3	10,13	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,88	8,84	8,81	8,78	8,76	8,74	8,71	8,69	8,66	8,64	8,62	8,60	8,58	8,57	8,56	8,54	8,54	8,53
	34,12	30,81	29,46	28,71	28,24	27,91	27,67	27,49	27,34	27,23	27,13	27,05	26,92	26,83	26,69	26,60	26,50	26,41	26,30	26,27	26,23	26,18	26,14	26,12
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96	5,93	5,91	5,87	5,84	5,80	5,77	5,74	5,71	5,70	5,68	5,66	5,65	5,64	5,63
	21,20	18,00	16,69	15,98	15,52	15,21	14,98	14,80	14,66	14,54	14,45	14,37	14,24	14,15	14,02	13,93	13,83	13,74	13,69	13,61	13,57	13,52	13,48	13,46
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,78	4,74	4,70	4,68	4,64	4,60	4,56	4,53	4,50	4,46	4,44	4,42	4,40	4,38	4,37	4,36
	16,26	13,27	12,06	11,39	10,97	10,67	10,45	10,27	10,15	10,05	9,96	9,89	9,77	9,68	9,55	9,47	9,38	9,29	9,24	9,17	9,13	9,07	9,04	9,02
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,03	4,00	3,96	3,92	3,87	3,81	3,81	3,77	3,75	3,72	3,71	3,69	3,68	3,67
	13,74	10,92	9,78	9,15	8,75	8,47	8,26	8,10	7,98	7,87	7,79	7,72	7,60	7,52	7,39	7,31	7,23	7,14	7,09	7,02	6,99	6,94	6,90	6,88
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,63	3,60	3,57	3,52	3,49	3,44	3,41	3,38	3,34	3,32	3,29	3,28	3,25	3,24	3,23
	12,25	9,55	8,45	7,85	7,46	7,19	7,00	6,81	6,71	6,62	6,54	6,47	6,35	6,27	6,15	6,07	5,98	5,90	5,85	5,78	5,75	5,70	5,67	5,65
8	5,32	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,63	3,60	3,57	3,52	3,49	3,44	3,41	3,38	3,34	3,32	3,29	3,28	3,25	3,24	3,23
	11,26	8,65	7,59	7,01	6,63	6,37	6,19	6,03	5,91	5,82	5,00	5,74	5,67	5,56	5,48	5,36	5,28	5,20	5,11	5,06	4,96	4,91	4,88	4,86
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,13	3,10	3,07	3,02	2,98	2,93	2,90	2,86	2,82	2,80	2,77	2,76	2,73	2,72	2,71
	10,56	8,02	6,99	6,42	6,06	5,80	5,62	5,17	5,35	5,26	5,18	5,11	5,00	5,92	4,80	4,53	4,64	4,56	4,51	4,45	4,41	4,36	4,33	4,31
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,97	2,94	2,91	2,86	2,82	2,77	2,74	2,70	2,67	2,64	2,61	2,59	2,56	2,55	2,54
	10,04	7,56	6,55	5,99	5,64	5,39	5,21	5,06	4,95	4,85	4,78	4,71	4,60	4,52	4,41	4,33	4,25	4,17	4,12	4,05	4,01	3,96	3,93	3,91

Lanjutan Distribusi F

$V_2 = dk$ penvebut	$V_1 = dk$ pembilang																																															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	∞																								
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,86	2,82	2,79	2,74	2,70	2,65	2,61	2,57	2,53	2,50	2,47	2,45	2,42	2,41	2,40	9,65	7,20	6,22	5,67	5,32	5,07	4,88	4,74	4,63	4,54	4,46	4,40	4,29	4,21	4,10	4,02	3,94	3,86	3,80	3,74	3,70	3,66	3,62	3,60
12	4,75	3,88	3,49	3,26	3,11	3,00	2,92	2,85	2,80	2,76	2,72	2,69	2,64	2,60	2,54	2,50	2,46	2,42	2,40	2,36	2,35	2,32	2,31	2,30	9,33	6,93	5,95	5,41	5,06	4,82	4,65	4,50	4,39	4,30	4,22	4,16	4,05	3,98	3,86	3,78	3,70	3,61	3,56	3,49	3,45	3,41	3,38	3,36
13	4,67	3,80	3,41	3,18	3,02	2,92	2,84	2,77	2,72	2,67	2,63	2,60	2,55	2,51	2,46	2,42	2,38	2,34	2,32	2,28	2,26	2,24	2,23	2,22	9,07	6,70	5,74	5,20	4,86	4,62	4,44	4,30	4,19	4,10	4,02	3,96	3,85	3,78	3,67	3,59	3,51	3,42	3,37	3,30	3,27	3,21	3,18	3,16
14	4,67	3,80	3,41	3,18	3,02	2,92	2,84	2,77	2,72	2,67	2,63	2,60	2,55	2,51	2,46	2,42	2,38	2,34	2,32	2,28	2,26	2,24	2,22	2,21	8,86	6,51	5,56	5,03	4,69	4,46	4,28	4,14	4,03	3,94	3,86	3,80	3,70	3,62	3,51	3,43	3,34	3,26	3,21	3,14	3,11	3,06	3,02	3,00
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,70	2,64	2,59	2,55	2,51	2,48	2,43	2,39	2,33	2,29	2,25	2,21	2,18	2,15	2,12	2,10	2,06	2,07	8,68	6,36	5,42	4,89	4,56	4,32	4,14	4,00	3,89	3,80	3,73	3,67	3,56	3,48	3,36	3,29	3,20	3,12	3,07	3,00	2,97	2,92	2,89	2,87
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,45	2,42	2,37	2,33	2,28	2,24	2,20	2,16	2,13	2,09	2,07	2,04	2,02	2,01	8,53	6,23	5,29	4,77	4,44	4,20	4,03	3,89	3,78	3,69	3,61	3,55	3,45	3,37	3,25	3,18	3,10	3,01	2,96	2,89	2,86	2,80	2,77	2,75
17	4,45	3,56	3,20	2,96	2,81	2,70	2,62	2,55	2,50	2,45	2,41	2,38	2,33	2,29	2,23	2,19	2,15	2,11	2,08	2,04	2,02	1,99	1,97	1,96	8,40	6,11	5,18	4,67	4,34	4,10	3,93	3,79	3,68	3,59	3,52	3,45	3,35	3,27	3,16	3,08	3,00	2,92	2,86	2,79	2,75	2,70	2,67	2,65
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,37	2,34	2,29	2,25	2,19	2,15	2,11	2,07	2,04	2,00	1,98	1,95	1,93	1,92	8,28	6,01	5,09	4,58	4,25	4,01	3,85	3,71	3,60	3,51	3,44	3,37	3,27	3,19	3,07	3,00	2,91	2,83	2,78	2,71	2,68	2,62	2,59	2,57
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,55	2,48	2,43	2,38	2,34	2,31	2,26	2,21	2,16	2,11	2,07	2,02	2,00	1,96	1,94	1,91	1,90	1,88	8,18	5,93	5,01	4,50	4,17	3,94	3,77	3,63	3,52	3,43	3,36	3,30	3,19	3,12	3,00	2,92	2,84	2,76	2,70	2,63	2,60	2,54	2,51	2,49
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,52	2,45	2,40	2,35	2,31	2,26	2,23	2,18	2,12	2,08	2,08	1,99	1,96	1,92	1,90	1,87	1,85	1,84	8,10	5,85	4,94	4,43	4,10	3,87	3,71	3,56	3,45	3,37	3,30	3,23	3,13	3,05	2,94	2,86	2,77	2,69	2,63	2,56	2,53	2,47	2,44	2,42
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,28	2,25	2,20	2,15	2,09	2,05	2,00	1,96	1,93	1,89	1,87	1,84	1,82	1,81	8,02	5,78	4,87	4,37	4,04	3,81	3,65	3,51	3,40	3,31	3,24	3,17	3,07	2,99	2,88	2,80	2,72	2,63	2,58	2,51	2,47	2,42	2,38	2,36
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,47	2,40	2,35	2,30	2,26	2,23	2,18	2,13	2,07	2,03	1,98	1,93	1,91	1,87	1,84	1,81	1,80	1,78	7,94	5,72	4,82	4,31	3,99	3,76	3,59	3,45	3,35	3,26	3,18	3,12	3,02	2,94	2,83	2,75	2,67	2,58	2,53	2,46	2,42	2,37	2,33	2,31
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,45	2,38	2,32	2,28	2,24	2,20	2,14	2,10	2,04	2,00	1,96	1,91	1,88	1,84	1,82	1,79	1,77	1,76	7,88	5,66	4,76	4,26	3,94	3,71	3,54	3,41	3,30	3,21	3,14	3,07	2,97	2,89	2,78	2,70	2,62	2,53	2,48	2,41	2,37	2,32	2,28	2,26
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,43	2,36	2,30	2,26	2,22	2,18	2,13	2,09	2,02	1,98	1,94	1,89	1,86	1,82	1,80	1,76	1,74	1,73	7,82	5,61	4,72	4,22	3,90	3,67	3,50	3,36	3,25	3,17	3,09	3,03	2,93	2,85	2,74	2,66	2,58	2,49	2,44	2,36	2,33	2,27	2,23	2,21
25	4,24	3,38	2,99	2,76	2,60	2,49	2,41	2,34	2,28	2,24	2,20	2,16	2,11	2,06	2,00	1,96	1,92	1,87	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72	1,71	7,77	5,57	4,68	4,18	3,86	3,63	3,46	3,32	3,21	3,13	3,05	2,99	2,89	2,81	2,70	2,62	2,54	2,45	2,40	2,32	2,29	2,23	2,19	2,17

Lanjutan Distribusi F

$V_2 = dk$ penvebut	$V_1 = dk$ pembilang																	∞						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30		40	50	75	100	200	500
26	4,22	3,37	2,89	2,74	2,59	2,47	2,39	2,32	2,27	2,22	2,18	2,15	2,10	2,05	1,99	1,95	1,90	1,85	1,82	1,78	1,76	1,72	1,70	1,69
	7,72	5,53	4,64	4,14	3,82	3,59	3,42	3,29	3,17	3,09	3,02	2,96	2,86	2,77	2,66	2,58	2,50	2,41	2,36	2,28	2,25	2,19	2,15	2,13
27	4,21	3,35	2,96	2,73	2,57	2,46	2,37	2,30	2,25	2,20	2,16	2,13	2,08	2,03	1,97	1,93	1,88	1,84	1,80	1,76	1,74	1,71	1,68	1,67
	7,68	5,49	4,60	4,11	3,79	3,56	3,39	3,26	3,14	3,06	2,98	2,93	2,83	2,74	2,63	2,55	2,47	2,38	2,33	2,25	2,21	2,16	2,12	2,10
28	4,20	3,34	2,95	2,71	2,56	2,44	2,36	2,29	2,24	2,19	2,15	2,12	2,06	2,02	1,96	1,91	1,87	1,81	1,78	1,75	1,72	1,69	1,67	1,65
	7,64	5,45	4,57	4,07	3,75	3,53	3,36	3,23	3,11	3,03	2,95	2,90	2,80	2,71	2,60	2,52	2,44	2,35	2,30	2,22	2,18	2,13	2,09	2,06
29	4,18	3,33	2,93	2,70	2,54	2,43	2,35	2,28	2,22	2,18	2,14	2,10	2,05	2,00	1,94	1,90	1,85	1,80	1,77	1,73	1,71	1,68	1,65	1,64
	7,60	5,52	4,54	4,04	3,73	3,50	3,33	3,20	3,08	3,00	2,92	2,87	2,77	2,68	2,57	2,49	2,41	2,32	2,27	2,19	2,15	2,10	2,06	2,03
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,34	2,27	2,21	2,16	2,12	2,09	2,04	1,99	1,93	1,89	1,84	1,79	1,76	1,72	1,69	1,66	1,64	1,62
	7,56	5,39	4,51	4,02	3,70	3,47	3,30	3,17	3,06	2,98	2,90	2,84	2,74	2,65	2,55	2,47	2,38	2,29	2,24	2,16	2,13	2,07	2,03	2,01
32	4,15	3,30	2,90	2,67	2,51	2,40	2,32	2,25	2,19	2,14	2,10	2,07	2,02	1,97	1,91	1,86	1,82	1,76	1,74	1,69	1,67	1,64	1,61	1,59
	7,50	5,34	4,46	3,97	3,65	3,42	3,25	3,12	3,01	2,94	2,86	2,80	2,70	2,62	2,51	2,42	2,34	2,25	2,20	2,12	2,08	2,02	1,98	1,96
34	4,13	3,28	2,88	2,65	2,49	2,38	2,30	2,23	2,17	2,12	2,08	2,05	2,00	1,95	1,89	1,84	1,80	1,74	1,71	1,67	1,63	1,61	1,59	1,57
	7,44	5,29	4,42	3,93	3,61	3,38	3,21	3,08	2,97	2,89	2,82	2,76	2,66	2,58	2,47	2,38	2,30	2,21	2,15	2,08	2,04	1,98	1,94	1,91
36	4,11	3,26	2,80	2,63	2,48	2,36	2,28	2,21	2,15	2,10	2,06	2,03	1,89	1,93	1,87	1,82	1,78	1,72	1,69	1,65	1,62	1,59	1,56	1,55
	7,39	5,25	4,38	3,89	3,58	3,35	3,18	3,04	2,94	2,86	2,78	2,72	2,62	2,54	2,43	2,35	2,26	2,17	2,12	2,04	2,00	1,94	1,90	1,87
38	4,10	3,25	2,85	2,62	2,46	2,35	2,26	2,19	2,14	2,09	2,05	2,02	1,96	1,92	1,85	1,80	1,76	1,71	1,67	1,63	1,60	1,57	1,54	1,53
	7,35	5,21	4,34	3,86	3,54	3,32	3,15	3,02	2,91	2,82	2,75	2,69	2,59	2,51	2,40	2,32	2,22	2,14	2,08	2,00	1,97	1,90	1,85	1,84
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,07	2,04	2,00	1,95	1,90	1,84	1,79	1,74	1,69	1,66	1,61	1,59	1,55	1,53	1,51
	7,31	5,18	4,31	3,83	3,51	3,29	3,12	2,99	2,88	2,80	2,73	2,66	2,56	2,49	2,37	2,29	2,20	2,11	2,05	1,97	1,94	1,88	1,84	1,81
42	4,07	3,22	2,83	2,59	2,44	2,32	2,24	2,17	2,11	2,06	2,02	1,99	1,94	1,89	1,82	1,78	1,73	1,68	1,64	1,60	1,57	1,54	1,51	1,49
	7,27	5,15	4,29	3,80	3,49	3,26	3,10	2,96	2,86	2,77	2,70	2,64	2,54	2,46	2,35	2,26	2,17	2,08	2,02	1,94	1,91	1,85	1,80	1,78
44	4,06	3,21	2,82	2,58	2,43	2,31	2,23	2,16	2,10	2,05	2,01	1,98	1,92	1,86	1,81	1,76	1,72	1,66	1,63	1,58	1,56	1,52	1,50	1,48
	7,24	5,12	4,26	3,78	3,46	3,24	3,07	2,94	2,84	2,75	2,68	2,62	2,52	2,44	2,32	2,24	2,15	2,06	2,00	1,92	1,88	1,82	1,78	1,75
46	4,05	3,20	2,81	2,57	2,42	2,30	2,22	2,14	2,09	2,04	2,00	1,97	1,91	1,87	1,80	1,75	1,71	1,65	1,62	1,57	1,54	1,51	1,48	1,46
	7,21	5,10	4,24	3,76	3,44	3,22	3,05	2,92	2,82	2,73	2,66	2,60	2,50	2,42	2,30	2,22	2,13	2,04	1,98	1,90	1,86	1,80	1,76	1,72
48	4,04	3,19	2,80	2,56	2,41	2,30	2,21	2,14	2,08	2,03	1,99	1,96	1,90	1,86	1,79	1,74	1,70	1,64	1,61	1,56	1,53	1,50	1,47	1,45
	7,19	5,08	4,22	3,74	3,42	3,20	3,04	2,90	2,80	2,71	2,64	2,58	2,48	2,40	2,28	2,20	2,11	2,02	1,96	1,88	1,84	1,78	1,73	1,70
50	4,03	3,18	2,79	2,56	2,10	2,29	2,20	2,13	2,07	2,02	1,98	1,95	1,90	1,85	1,78	1,74	1,69	1,63	1,60	1,55	1,52	1,48	1,46	1,44
	7,17	5,06	4,20	3,72	3,44	3,18	3,02	2,88	2,78	2,70	2,62	2,56	2,16	2,39	2,26	2,18	2,10	2,00	1,91	1,86	1,82	1,76	1,71	1,68

Lanjutan Distribusi F

$v_2 = dk$ penyebut	$v_1 = dk$ pembilang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	∞
55	4,02	3,17	2,78	2,51	3,38	2,27	2,18	2,11	2,05	2,00	1,97	1,93	1,88	1,83	1,76	1,72	1,67	1,61	1,58	1,52	1,50	1,46	1,43	1,41
	7,12	5,01	4,16	3,68	3,37	3,15	2,98	2,85	2,75	2,66	2,59	2,53	2,43	2,35	2,23	2,15	2,00	1,96	1,90	1,82	1,78	1,71	1,66	1,64
60	4,00	3,15	2,76	2,52	2,37	2,25	2,17	2,10	2,01	1,99	1,95	1,92	1,86	1,81	1,75	1,70	1,65	1,59	1,56	1,50	1,48	1,44	1,41	1,39
	7,08	4,98	4,13	3,63	3,31	3,12	2,95	2,82	2,72	2,63	2,56	2,50	2,40	2,32	2,20	2,12	2,03	1,93	1,87	1,79	1,71	1,68	1,63	1,60
65	3,99	3,14	2,75	2,51	2,36	2,21	2,15	2,08	2,02	1,98	1,94	1,90	1,85	1,80	1,73	1,68	1,63	1,57	1,51	1,49	1,46	1,42	1,39	1,37
	7,01	4,95	4,10	3,62	3,31	3,09	2,93	2,79	2,70	2,61	2,51	2,47	2,37	2,30	2,18	2,09	2,00	1,90	1,81	1,76	1,71	1,61	1,60	1,56
70	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,32	2,11	2,07	2,01	1,97	1,93	1,89	1,81	1,79	1,72	1,67	1,62	1,56	1,53	1,47	1,45	1,40	1,37	1,35
	7,01	4,92	4,08	3,60	3,29	3,07	2,91	2,77	2,67	2,59	2,51	2,45	2,35	2,28	2,15	2,07	1,98	1,88	1,82	1,74	1,69	1,63	1,56	1,53
80	3,96	3,11	2,72	2,18	2,33	2,21	2,12	2,05	1,99	1,95	1,91	1,88	1,82	1,77	1,70	1,65	1,60	1,51	1,51	1,45	1,42	1,38	1,35	1,32
	6,96	4,86	4,04	3,58	3,25	3,01	2,87	2,71	2,61	2,55	2,18	2,11	2,32	2,21	2,11	2,03	1,94	1,84	1,78	1,70	1,65	1,57	1,52	1,49
100	3,91	3,09	2,70	2,46	2,30	2,19	2,10	2,03	1,97	1,92	1,88	1,85	1,79	1,75	1,68	1,63	1,57	1,51	1,18	1,12	1,39	1,34	1,30	1,28
	6,90	4,82	3,98	3,51	3,20	2,99	2,82	2,69	2,59	2,51	2,13	2,36	2,26	2,19	2,06	1,98	1,89	1,79	1,73	1,64	1,59	1,51	1,46	1,43
125	3,92	3,07	2,68	2,44	2,29	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90	1,86	1,83	1,77	1,72	1,65	1,60	1,55	1,49	1,45	1,39	1,36	1,31	1,27	1,25
	6,81	4,78	3,94	3,17	3,17	2,95	2,79	2,65	2,56	2,17	2,40	2,33	2,23	2,15	2,03	1,94	1,85	1,75	1,68	1,59	1,54	1,46	1,40	1,37
150	3,91	3,06	2,67	2,43	2,27	2,16	2,07	2,00	1,94	1,89	1,85	1,82	1,76	1,71	1,64	1,59	1,51	1,47	1,44	1,37	1,34	1,29	1,25	1,22
	6,81	4,75	3,91	3,14	3,13	2,92	2,76	2,62	2,53	2,44	2,37	2,30	2,20	2,12	2,00	1,91	1,83	1,72	1,66	1,56	1,51	1,43	1,37	1,33
200	3,86	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80	1,74	1,69	1,62	1,57	1,52	1,45	1,42	1,35	1,32	1,26	1,22	1,19
	6,79	4,74	3,88	3,41	3,11	2,90	2,73	2,60	2,50	2,41	2,34	2,28	2,17	2,09	1,97	1,88	1,79	1,69	1,62	1,53	1,48	1,39	1,33	1,28
400	3,86	3,02	2,62	2,39	2,23	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,78	1,72	1,67	1,60	1,54	1,49	1,42	1,38	1,32	1,28	1,22	1,16	1,13
	6,70	4,66	3,83	3,36	3,06	2,85	2,69	2,55	2,46	2,37	2,29	2,23	2,12	2,04	1,92	1,84	1,74	1,64	1,57	1,47	1,42	1,32	1,24	1,19
1000	3,85	3,00	2,61	2,38	2,22	2,10	2,02	1,95	1,89	1,84	1,80	1,76	1,70	1,65	1,58	1,53	1,47	1,41	1,36	1,30	1,26	1,19	1,13	1,08
	6,68	1,62	3,80	3,34	3,04	2,82	2,66	2,53	2,13	2,34	2,26	2,20	2,09	2,01	1,89	1,81	1,71	1,61	1,54	1,44	1,38	1,28	1,19	1,11
∞	3,84	2,99	2,60	2,37	2,21	2,09	2,01	1,94	1,88	1,83	1,79	1,75	1,69	1,64	1,57	1,52	1,46	1,40	1,35	1,28	1,24	1,17	1,11	1,00
	6,64	4,60	3,78	3,32	3,02	2,80	2,64	2,51	2,41	2,32	2,24	2,18	2,07	1,99	1,87	1,79	1,69	1,59	1,52	1,41	1,36	1,25	1,15	1,00

Sumber : Elementary Statistics, Hoel, P.G., John Wiley & Sons, Inc., New York, 1960
 Izin Khusus pada penulis

DAFTAR NAMA RESPONDEN UJI COBA

NO.	NAMA	Tempat Tinggal
1.	Turono	RT 008
2.	Tri Ruri Wulandari	RT 008
3.	Syahrul Santika	RT 008
4.	Arief Dwiyanto	RT 008
5.	Dina Anggraini	RT 008
6.	Fresly Reyneer	RT 008
7.	Anisa Khoirani	RT 008
8.	Suranto	RT 008
9.	Neneng	RT 008
10.	Iwan	RT 008
11.	Ferry Wibowo	RT 008
12.	Naufal	RT 008
13.	Muhammad Arifin	RT 008
14.	Putri Asmaralda	RT 008
15.	Lubis Nurdin	RT 008
16.	Edah Zubaedah	RT 008
17.	Fitrah	RT 008
18.	Ayu Safitri	RT 008
19.	Fachri Fahrizal	RT 008
20.	Sandi	RT 008
21.	Edi Nasrudin	RT 008
22.	Retno Wati	RT 008
23.	Sarah Maudina	RT 008
24.	Abdul Halim	RT 008
25.	Arkhan	RT 008
26.	Usep	RT 008
27.	Rasino	RT 008
28.	Watijo	RT 008
29.	Heru Sugandi	RT 008
30.	Egi Destriana	RT 008

DAFTAR NAMA RESPONDEN UJI FINAL

No	NAMA	Tempat Tinggal
1	Supartini	RT 006
2	Burhan	RT 006
3	Siti Nur Khotijah	RT 006
4	Haris Hidayat	RT 006
5	Ponidin Hadi Santoso	RT 006
6	Sulis Wuryani	RT 006
7	Ridho Adi Sulisty	RT 006
8	Atik Setyaningsih	RT 006
9	Istikomah	RT 006
10	Yusrizal	RT 006
11	Suradi	RT 006
12	Tuniyem isyanianty	RT 006
13	Nanda Yogi Tamimi	RT 006
14	Agung Siswanto	RT 006
15	Sisca Afriyanti	RT 006
16	Maman	RT 006
17	Joko suhendar	RT 006
18	Susanti	RT 006
19	Rusih	RT 006
20	Hairul Anwar	RT 006
21	Sanurdi	RT 006
22	Herlinayati	RT 006
23	Narso	RT 006
24	Nur Aisyah	RT 006
25	Rita Sahara	RT 006
26	Murtina	RT 006
27	Komalasari	RT 006
28	Asep Sunaryo	RT 006
29	Denis Ridho Aldina	RT 006
30	Tri Yayuk Astuti	RT 006
31	Heriiyanto	RT 006
32	Hermanto	RT 006
33	Tri Cahyo	RT 006
34	Ai Mak Rifah	RT 006
35	Purwadi	RT 006
36	Hari Hartono	RT 006
37	Rohendra	RT 006
38	Mika	RT 006

39	Marina	RT 006
40	Mayang	RT 006
41	Shefiya	RT 006
42	Adhella Khusnul Khotimah	RT 006
43	Rani Anggraini	RT 006
44	Dian Akbar Permana	RT 006
45	Dimas Pambudi	RT 006
46	Muhammad Rafli	RT 006
47	Ayu Safitri	RT 006
48	Farhan	RT 006
49	Bramantara	RT 006
50	Muhammad Fauzan Ali	RT 006
51	Winarto	RT 006
52	Faturi	RT 006
53	Eli	RT 006
54	Nur Puji Astuti	RT 006
55	Ratna Wahyuningsih	RT 006
56	Muhammad Rafli	RT 006
57	Intan Nuraini	RT 006
58	Yusuf Ramadhan	RT 006
59	Gayeng Kuwero	RT 006
60	Setya Pratama Lestari	RT 006
61	Nur Wahid	RT 006
62	Siti khomariyah	RT 006
63	Ilham	RT 006
64	Setyawan	RT 006
65	Ahmad Fauzan	RT 006
66	Asih Ambarwati	RT 007
67	Rendi Ardianto	RT 007
68	Tati Sulastri	RT 007
69	Karyono	RT 007
70	Yanuar Pribadi	RT 007
71	Heti Pasribu	RT 007
72	Kartini	RT 007
73	Rusmini	RT 007
74	Abdul Rizal	RT 007
75	Ganang Fauzan	RT 007
76	Sri Mulyani	RT 007
77	Wismoyo	RT 007

78	Watini	RT 007
79	Dewi Lestari	RT 007
80	Rusmina Silalhi	RT 007
81	Slamet	RT 007
82	Dinda	RT 007
83	Maman	RT 007
84	Adi Santoso	RT 007
85	Hariyanto	RT 007
86	Yuliani	RT 007
87	Bariyah	RT 007
88	Risma Faujiah	RT 007
89	Supandi	RT 007
90	Gayeng Kuwero	RT 007
91	Ajeng	RT 007
92	Ahmad Fauzi	RT 007
93	Linda Lestari	RT 007
94	Muryono	RT 007
95	Endang	RT 007
96	Sinta Amardika	RT 007
97	Bambang	RT 007
98	Hariyadi	RT 007
99	Usman	RT 007
100	Hariyanto	RT 007
101	Yuliani	RT 007
102	Eksis Nurmin	RT 007
103	Muhammad Daffa	RT 007
104	Bejo Selamat	RT 007
105	Arsad	RT 007
106	Diana Wardaningsih	RT 007

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Riska Adi Sulistyani, lahir di Pacitan, 01 Agustus 1995 yang merupakan anak kedua dari dua bersaudara dari pasangan Bapak Ponidin Hadi Santoso dan Ibu Sulis Wuryani. Peneliti mulai menempuh pendidikan di TK Islam Salafiyah pada tahun 2000-2001 dan melanjutkan sekolah di SDN Jatinegara 15 Pagi pada tahun 2001-2007. Setelah itu menempuh pendidikan di SMP Yaspia Jakarta pada tahun 2007-2010 dan melanjutkan sekolah di SMAN 107 Jakarta pada tahun 2010-2013. Hingga menjalani pendidikan di Universitas Negeri Jakarta pada Fakultas Ekonomi Program Studi Pendidikan Tata Niaga sejak tahun 2013. Peneliti memiliki pengalaman berorganisasi, yaitu menjadi anggota Osis SMP Yaspia pada tahun 2008-2009 dan menjadi anggota Paskibra SMP Yaspia Jakarta pada tahun 2007-2009. Kemudian menjadi anggota Paskibra di SMAN 107 Jakarta. Pada masa perkuliahan peneliti pernah melaksanakan Kerja Kuliah Nyata (KKN) di Desa Gunung Sari pada periode Januari-Februari 2016. Selanjutnya, melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) di PT. Tirta Investama Jakarta pada bagian *Inventory Control* pada Juni-Juli 2016 dan Praktik Keterampilan Mengajar di SMKN 46 Jakarta pada bulan Juli-Desember 2016.