


## LAMPIRAN

### Lampiran 1 Surat Izin Untuk Mengadakan Penelitian

	<b>YAYASAN PERGURUAN 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA</b>	
	<b>UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA</b>	
	<b>FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS</b>	
	PROGRAM STUDI MANAJEMEN (S1) PROGRAM STUDI AKUNTANSI (S1) PROGRAM STUDI EKONOMI PEMBANGUNAN (S1) PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN (S2) PROGRAM STUDI DOKTOR ILMU EKONOMI (S3)	TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI TERAKREDITASI
	Kampus: Jl. Semolowari 45 Surabaya 60118, Telp. (031) 5931800 Ext 140, 141, E-mail: feb@untag-sby.ac.id.	

---

Nomor : 1339/K/FEB/IV/2022  
Lampiran : -  
Perihal : **Permohonan Ijin Untuk Mengadakan Penelitian**

Kepada : Yth. Bapak/Ibu Pimpinan PT. Inspirasi Bisnis Nusantara  
Jl. Bratang Gede No. 145-155 Ngagelrejo Kec. Wonokromo Surabaya


**Dengan hormat,**  
Sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada Program Strata 1, maka mahasiswa diwajibkan untuk menyusun dan mempertahankan skripsi sebagai hasil penerapan pelajaran teori serta praktek yang diperoleh berdasarkan penelitian. Sehubungan dengan hal tersebut, maka dengan ini kami mohon perkenan Bapak / Ibu untuk memberikan ijin kepada mahasiswa :

Nama : Rifka Alifia Safira  
N. P. M : 1211800115  
Fakultas / Program Studi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen  
Alamat : Jl. Kedung Rukem 4 No. 47  
Telp./Hp. 08125912100


Guna melakukan penelitian pada :  
PT. INSPIRASI BISNIS NUSANTARA  
untuk memperoleh data sesuai dengan Skripsi yang sedang disusunya dengan judul  
" Pengaruh Kualitas Produk Persepsi Harga dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman Haus Di Surabaya Selatan "



Demikian permohonan kami, atas perhatiannya kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 12 April 2022

  
Dr. Slamet Rivadi, MSi., Ak. CA  
NPP. 20220.93.0319

## Lampiran 2 Kartu Bimbingan


**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, E-mail: [info@untag-sby.ac.id](mailto:info@untag-sby.ac.id)

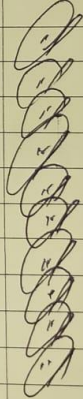



**SEMESTER**  
~~Gasal / Genap~~  
 2021, 2022

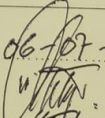
**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama Mahasiswa / NBI : RIKKA ULIA Satriya 1211800115  
 Nama Pembimbing : Drs. Ec Mataji, MM.  
 Judul Skripsi : PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PERIKLAMAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN HALUS! DISURABAYA

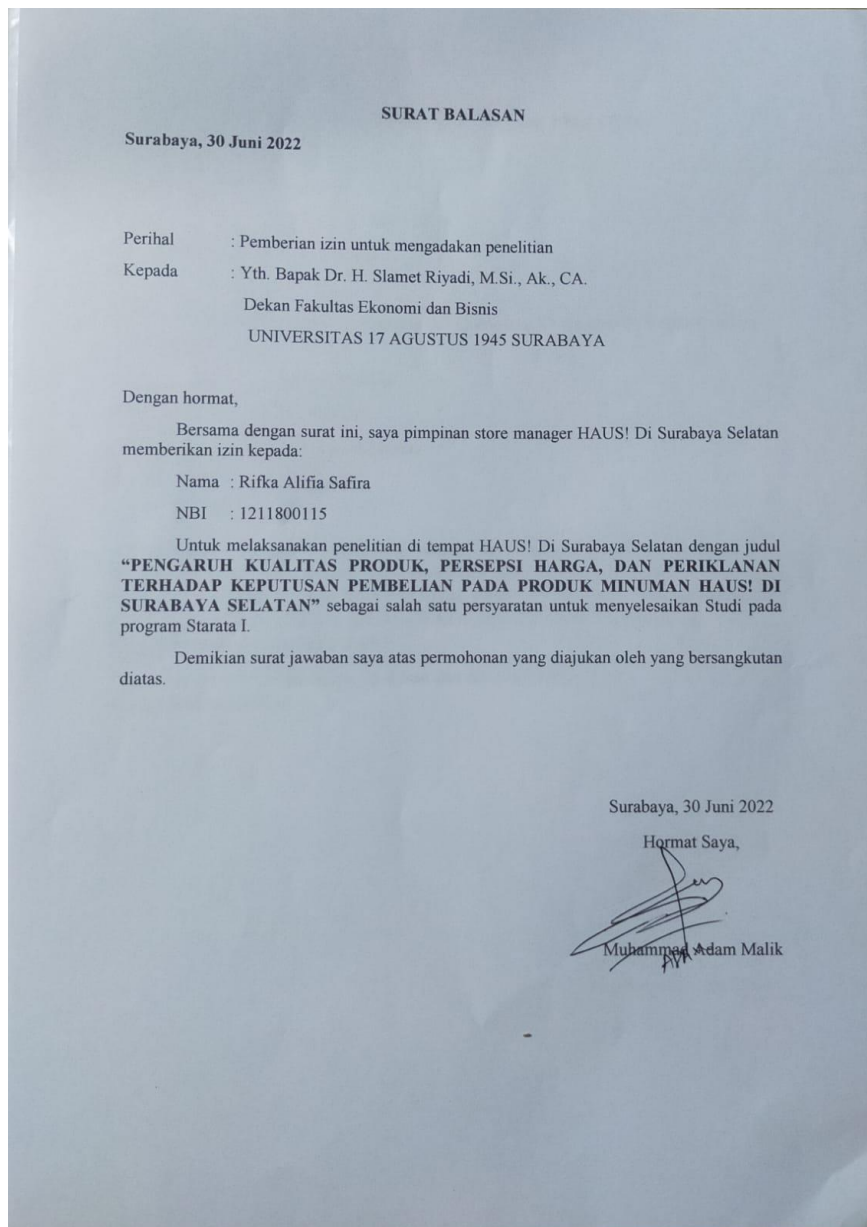
Mulai Program Skripsi : Semester 8 Thn. Ak. 2018 Selesai Bimbingan Tanggal.....

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1.	21-03-2022	proposal	Revisi	
2.	04-04-2022	proposal	Revisi	
3.	11-04-2022	proposal	Ace	
4.	30-04-2022	I, II, III	Revisi	
5.	15-05-2022	I, II, III	Ace	
6.	25-06-2022	IV	Revisi	
7.	30-06-2022	IV	Revisi	
8.	02-07-2022	IV	Ace	
9.	05-07-2022	V	Ace	
10.	06-07-2022	Abstraksi	Ace	

Perpanjangan I \_\_\_\_\_  
 Semester \_\_\_\_\_  
 Th. Ak. \_\_\_\_\_  
 Paraf Kajur \_\_\_\_\_

Surabaya, 06 Juli - 2022  
  
Drs. Ec Mataji, MM  
 (Nama dan tanda tangan Pembimbing)

### Lampiran 3 Surat Balasan



**Lampiran 4 Surat Telah Melaksanakan****SURAT KETERANGAN TELAH SELESAI PENELITIAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Muhammad Adam Malik  
Jabatan : Store Manager

Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa dari Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang beridentitas:

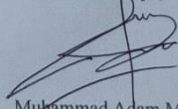
Nama : Rifka Alifia Safira  
NBI : 1211800115  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Program Studi : Manajemen

Telah selesai melakukan penelitian di HAUS! Jl. Bratang Gede No. 145-155, Kec. Wonokromo, Kota Surabaya untuk memperoleh data dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN HAUS! DI SURABAYA SELATAN”**

Demikian surat keterangan ini dibuat dan diberikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan seperlunya.

Surabaya, 06 Juli 2022

Hormat Saya,



Muhammad Adam Malik

### Lampiran 5 Kuisisioner

Responden yang terhormat,

Sehubungan dengan penelitian yang akan saya lakukan penyusunan skripsi maka dari itu saya,

Nama : Rifka Alifia Safira

NBI : 1211800115

Fakultas / Prodi : Ekonomi dan Bisnis / Manajemen

Universitas : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Bermaksud untuk melakukan penelitian ini dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Minuman HAUS! Di Surabaya Selatan”** Peneliti mengucapkan terima kasih banyak atas kesediaan Saudara / i yang telah berpartisipasi dalam pengisian kuisisioner ini.

Surabaya, 9 April 2022

Peneliti

Rifka Alifia Safira

#### A. Profil Responden

Berilah tanda (✓) untuk setiap jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan diri anda

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan
3. Usia :  < 16 Tahun  16-25 Tahun  
 26-30 Tahun  > 30 Tahun
4. Pekerjaan :  Pelajar Sekolah  Mahasiswa  
 Pekerja  PNS  
 Lainnya

## 5. Penghasilan per Bulan :

- |                       |                          |
|-----------------------|--------------------------|
| 1. < 500.000          | <input type="checkbox"/> |
| 2. 500.000 –1.000.000 | <input type="checkbox"/> |
| 3. > 1.000.000        | <input type="checkbox"/> |
| 4. Lainnya            | <input type="checkbox"/> |

## B. Petunjuk Kuisioner

1. Sebelum mengisis kuisioner ini, mohon Bapak/Ibu/saudara/I membaca setiap butir pertanyaan yang cermat
2. Saudara tinggal beri tanda *Check List* (✓) pada kolom yang sesuai dengan pilihan
3. Untuk butir Pertanyaan hanya diperbolehkan salah satu jawaban saja
4. Semua pertanyaan mohon dijawab tanpa ada satupun yang terlewat

## C. Keterangan Jawaban:

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. CS : Cukup Setuju
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

### 1. KUALITAS PRODUK (X1)

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
<b>Performance (kinerja)</b>						
1.	Rasa minuman yang disajikan HAUS! tidak pernah mengecewakan					
<b>Reliabilitas (keandalan)</b>						
2.	Kemasan cup HAUS! kokoh dan tidak mudah bocor					
<b>Feature (fitur)</b>						
3.	Minuman HAUS! cocok dikonsumsi remaja hingga dewasa					
<b>Durability (Daya Tahan)</b>						
4.	Kualitas produk minuman HAUS! sesuai dengan daya tahan yang diberikan					
<b>Konsisten</b>						
5.	HAUS! menggunakan bahan dengan mutu terbaik demi konsistensi citrarasa					
<b>Desain</b>						
6.	Kemasan minuman HAUS! sangat menarik					

### 2. PERSEPSI HARGA (X2)

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
<b>Keterjangkauan Harga</b>						
1.	Harganya yang terjangkau sesuai keinginan yang dibeli					
<b>Kesesuaian Harga Dengan Produk</b>						
2.	Harga yang sesuai dengan kualitas produk menyajikan topping beraneka ragam					
<b>Kesesuaian Harga Dengan Manfaat</b>						
3.	Harga yang tertera telah sebanding dengan ukuran cup yang kita pilih ( <i>small</i> ,					

	<i>medium, large)</i>					
<b>Daya Saing Harga</b>						
4.	Harga yang di tawarkan minuman HAUS! mampu bersaing dengan pesaing lainnya					

### 3. PERIKLANAN (X3)

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
<b>Dapat Menimbulkan Perhatian</b>						
1.	Menurut saya iklan pada produk minuman HAUS! sangat terkesan.					
<b>Menarik</b>						
2.	Menurut saya iklan pada produk minuman HAUS! sangat menarik perhatian.					
<b>Dapat Menimbulkan Keinginan</b>						
3.	Pesan yang disampaikan dalam iklan pada produk minuman HAUS! mampu membangkitkan keinginan saya untuk mengetahui lebih dalam mengenai minuman HAUS!					
<b>Menghasilkan Suatu Tindakan</b>						
4.	Membeli produk merek minuman HAUS! yang diiklankan di Media Sosial					



#### 4. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	PERNYATAAN	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	CS	S	SS
<b>Kemantapan Pada Sebuah Produk</b>						
1.	Saya melakukan pembelian produk minuman HAUS! karena sudah tahu rasa varian yang ditawarkan					
<b>Kebiasaan Dalam Membeli Produk</b>						
2.	Saya membeli pada produk minuman HAUS! karena varian yang menarik perhatian					
<b>Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain</b>						
3.	Saya mencari informasi tentang produk minuman HAUS! dari iklan, media sosial, serta dari penyalurnya					
<b>Melakukan Pembelian Ulang</b>						
4.	Saya membeli ulang produk minuman HAUS! atas kenyamanan yang dirasakan oleh konsumen					

## Lampiran 6 Tabulasi

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

39	4	4	3	3	4	3
40	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4
42	5	4	4	5	4	3
43	4	5	4	5	4	4
44	5	5	4	4	5	3
45	5	5	5	5	5	4

Kualitas Produk (X1)						
No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
46	5	5	5	5	5	4
47	5	5	4	4	3	4
48	5	5	5	4	4	3
49	5	4	5	5	5	5
50	5	5	3	5	5	5
51	4	4	4	4	4	4
52	5	5	5	5	5	5
53	4	4	5	4	4	4
54	3	4	4	4	3	4
55	5	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	4	3
57	4	4	4	4	4	3
58	5	5	5	5	5	5
59	4	4	4	4	4	5
60	3	3	4	4	4	4
61	5	5	5	5	4	4
62	4	4	4	4	4	5
63	5	4	5	5	4	4
64	5	4	4	5	4	4
65	4	5	5	5	4	4
66	4	5	4	4	4	3
67	4	5	5	4	4	3
68	5	4	5	4	4	4
69	4	4	4	4	4	5
70	4	4	4	4	4	4
71	4	4	3	4	4	5
72	5	5	5	5	5	5
73	4	4	4	4	4	4
74	4	5	5	5	5	5
75	5	5	4	5	5	5
76	5	5	4	5	5	4
77	4	4	5	4	4	3

78	4	4	5	5	5	4
79	5	4	5	5	5	5
80	5	4	5	5	5	3
81	4	5	3	3	5	3
82	5	5	5	5	5	4
83	4	4	5	4	5	3
84	4	3	3	4	4	4
85	4	4	4	4	4	3
86	4	4	4	4	5	3
87	4	4	5	4	4	4
88	5	4	5	4	4	2
89	5	5	5	4	5	2
90	4	4	3	3	3	4

Persepsi Harga (X2)				
No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
1	5	5	5	5
2	5	5	5	5
3	5	5	5	5
4	5	5	5	5
5	5	5	5	5
6	5	5	5	5
7	5	5	5	5
8	5	5	5	5
9	5	5	5	5
10	5	5	5	5
11	5	5	5	5
12	5	5	5	5
13	5	5	5	5
14	5	5	5	5
15	5	5	5	5
16	5	5	5	5
17	5	5	5	5
18	5	5	5	5
19	5	5	5	5
20	5	5	5	5
21	5	5	5	5
22	4	5	3	5
23	5	5	4	4
24	4	5	4	5
25	5	5	5	5
26	5	4	4	5

27	5	5	4	4
28	5	5	5	5
29	3	3	3	3
30	4	4	4	4
31	5	5	5	5
32	5	5	5	5
33	5	5	5	5
34	5	5	5	5
35	4	4	4	4
36	4	4	3	4
37	5	5	5	5
38	4	4	4	4
39	4	4	4	4
40	4	5	4	5
41	4	4	4	4
42	5	5	3	4
43	5	5	5	5
44	4	4	4	4
45	5	5	3	5

Persepsi Harga (X2)				
No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
46	4	4	4	4
47	4	4	4	4
48	4	5	5	5
49	1	1	1	1
50	4	4	4	4
51	4	4	4	4
52	4	4	4	4
53	2	3	4	3
54	4	4	4	4
55	3	3	4	4
56	4	4	4	4
57	5	5	4	4
58	4	3	4	4
59	5	5	5	5
60	5	5	5	5
61	5	4	5	4
62	4	5	4	5
63	5	3	4	5
64	3	4	5	3
65	4	5	3	4

66	4	3	5	3
67	4	3	5	4
68	4	4	5	3
69	4	5	3	5
70	5	4	3	5
71	4	3	5	4
72	3	5	4	5
73	4	3	5	4
74	4	3	5	4
75	5	5	4	5
76	5	5	5	5
77	5	5	5	5
78	5	5	5	5
79	5	5	5	5
80	5	5	5	5
81	5	5	5	5
82	5	5	5	5
83	5	5	5	5
84	3	4	5	4
85	5	5	5	5
86	5	5	5	5
87	5	5	5	5
88	5	5	5	5
89	5	5	5	5
90	5	5	5	5

Periklanan (X3)				
No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
1	5	4	4	3
2	3	3	4	3
3	5	5	5	4
4	5	4	4	4
5	5	4	4	3
6	5	5	5	5
7	4	4	4	3
8	5	2	2	3
9	5	5	5	5
10	4	4	4	3
11	5	3	4	4
12	4	4	4	4
13	5	5	5	5
14	5	5	5	5

15	3	2	3	3
16	5	5	5	5
17	4	3	4	4
18	4	4	4	4
19	4	4	4	4
20	5	5	5	4
21	4	4	4	4
22	4	4	4	4
23	4	4	4	4
24	5	5	5	5
25	5	3	5	3
26	5	5	5	5
27	5	4	5	4
28	5	5	5	5
29	5	5	5	3
30	4	4	4	4
31	5	5	5	4
32	5	5	5	4
33	4	4	4	5
34	5	4	5	5
35	5	5	4	4
36	5	4	5	5
37	4	5	5	4
38	5	5	4	4
39	4	4	3	4
40	5	4	4	4
41	4	4	3	3
42	5	4	4	4
43	4	4	4	4
44	4	5	5	4
45	4	5	5	5

Periklanan (X3)				
No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
46	5	5	5	5
47	5	4	5	4
48	4	5	5	4
49	4	5	5	5
50	4	5	5	5
51	4	5	4	4
52	4	5	5	4
53	5	4	5	4

54	4	4	4	4
55	4	4	4	5
56	4	3	4	4
57	4	3	4	4
58	4	2	4	3
59	4	4	4	4
60	3	3	5	3
61	4	3	4	4
62	3	3	4	4
63	4	3	4	4
64	3	3	4	3
65	3	4	3	4
66	4	4	4	4
67	4	4	4	4
68	3	4	3	4
69	4	4	4	4
70	4	5	4	4
71	4	4	4	4
72	5	3	5	5
73	4	3	4	4
74	5	4	4	4
75	5	4	4	4
76	4	4	4	4
77	5	4	5	5
78	5	4	4	5
79	5	5	5	5
80	5	5	5	5
81	4	4	4	4
82	5	5	5	5
83	5	4	4	4
84	4	3	5	4
85	3	4	5	5
86	4	4	3	3
87	5	4	4	3
88	4	4	4	3
89	3	3	3	4
90	4	3	3	4



Keputusan Pembelian (Y)				
No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
1	5	5	5	5
2	5	5	5	5
3	5	5	5	5
4	5	5	5	5
5	3	5	5	2
6	5	5	5	5
7	3	4	4	4
8	4	4	2	3
9	5	5	5	5
10	4	4	4	5
11	3	3	3	5
12	5	5	5	5
13	5	5	5	5
14	4	4	4	5
15	3	3	3	5
16	5	5	5	5
17	3	4	3	5
18	4	4	4	4
19	4	4	4	4
20	5	5	5	5
21	3	3	3	5
22	4	3	3	5
23	5	5	5	5
24	5	5	5	5
25	5	5	5	5
26	4	5	5	4
27	5	5	5	4
28	5	5	5	4
29	4	4	3	3
30	4	3	4	5
31	5	5	5	5
32	4	5	5	5
33	5	4	4	4
34	5	5	5	4
35	5	5	4	4
36	5	4	5	3
37	5	4	5	5
38	4	5	5	2
39	4	3	4	4
40	3	4	5	4

41	3	4	4	4
42	4	3	3	4
43	4	4	4	4
44	4	5	5	4
45	5	5	5	3

Keputusan Pembelian (Y)				
No.	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4
46	5	5	5	4
47	4	5	5	4
48	5	5	5	4
49	5	5	5	5
50	5	5	5	5
51	4	4	4	4
52	4	5	5	4
53	4	5	4	5
54	4	4	4	5
55	5	5	5	4
56	4	4	4	4
57	4	4	4	4
58	3	4	4	4
59	4	4	4	5
60	5	4	3	5
61	4	4	4	5
62	4	4	4	5
63	4	4	4	4
64	4	4	4	4
65	3	4	4	4
66	4	4	4	4
67	4	4	4	5
68	3	4	4	4
69	4	4	4	4
70	3	4	4	3
71	4	4	4	4
72	5	5	5	3
73	4	4	4	4
74	5	5	5	3
75	5	5	5	3
76	5	5	5	5
77	4	4	4	5
78	5	5	5	5
79	5	5	5	5

80	5	5	5	5
81	4	4	4	4
82	5	5	5	4
83	5	5	5	5
84	3	4	4	3
85	5	5	5	5
86	5	5	5	5
87	5	4	5	4
88	4	5	4	5
89	4	4	3	5
90	3	4	4	4

## Lampiran 7 Data Di Olah

### MEAN

#### Descriptive Statistics

	N	Mean
X1.1	90	4.3222
X1.2	90	4.3556
X1.3	90	4.3556
X1.4	90	4.3889
X1.5	90	4.3000
X1.6	90	3.9444
Valid N (listwise)	90	

#### Descriptive Statistics

	N	Mean
X2.1	90	4.5000
X2.2	90	4.5111
X2.3	90	4.4889
X2.4	90	4.5444
Valid N (listwise)	90	

#### Descriptive Statistics

	N	Mean
X3.1	90	4.3333
X3.2	90	4.0667
X3.3	90	4.2889
X3.4	90	4.0778
Valid N (listwise)	90	

#### Descriptive Statistics

	N	Mean
Y.1	90	4.3000
Y.2	90	4.4111
Y.3	90	4.3778
Y.4	90	4.3333
Valid N (listwise)	90	

### VALIDITAS

		Kualitas Produk
X1.1	Pearson Correlation	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
X1.2	Pearson Correlation	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
X1.3	Pearson Correlation	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
X1.4	Pearson Correlation	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
X1.5	Pearson Correlation	.832**

	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
X1.6	Pearson Correlation	.531**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90

		Persepsi Harga
X2.1	Pearson Correlation	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
X2.2	Pearson Correlation	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
X2.3	Pearson Correlation	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
X2.4	Pearson Correlation	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90

### VALIDITAS

		Periklanan
X3.1	Pearson Correlation	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
X3.2	Pearson Correlation	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
X3.3	Pearson Correlation	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
X3.4	Pearson Correlation	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90

		Keputusan Pembelian
Y.1	Pearson Correlation	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
Y.2	Pearson Correlation	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
Y.3	Pearson Correlation	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90
Y.4	Pearson Correlation	.453**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	90

### REABILITAS

#### KUALITAS PRODUK (X1)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	6

#### PERSEPSI HARGA (X2)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.880	4

#### PERIKLANAN (X3)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	4

#### KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.706	4

### UJI NORMALITAS

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.37279027
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.038
Test Statistic		.064

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	
d. This is a lower bound of the true significance.	

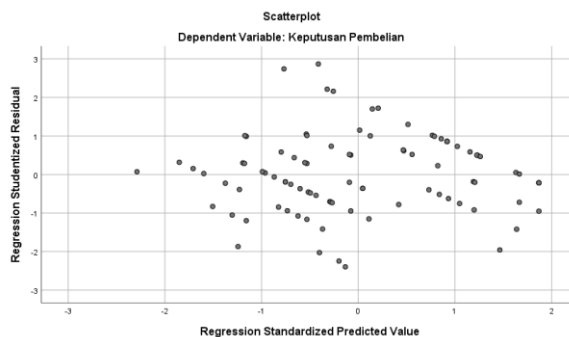
### UJI MULTIKOLINERITAS

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

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Kualitas Produk	.816	1.226
	Persepsi Harga	.994	1.006
	Periklanan	.820	1.219

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### UJI HETEROKEDASTISITAS



### ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.141	1.800		.078	.938
	Kualitas Produk	.311	.051	.480	6.039	.000
	Persepsi Harga	.177	.058	.221	3.063	.003
	Periklanan	.365	.077	.378	4.768	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**UJI KOEFISIEN DETERMINASI (R<sup>2</sup>)**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.746 <sup>a</sup>	.556	.541	1.39653
a. Predictors: (Constant), Periklanan, Persepsi Harga, Kualitas Produk				
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian				

**UJI T**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.141	1.800		.078	.938
	Kualitas Produk	.311	.051	.480	6.039	.000
	Persepsi Harga	.177	.058	.221	3.063	.003
	Periklanan	.365	.077	.378	4.768	.000
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						

**UJI F**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	210.230	3	70.077	35.931	.000 <sup>b</sup>
	Residual	167.725	86	1.950		
	Total	377.956	89			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Periklanan, Persepsi Harga, Kualitas Produk						



## Lampiran 8 Hasil Turnitin

### PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN PERIKLANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK MINUMAN HAUS! DI SURABAYA SELATAN

#### ORIGINALITY REPORT

<b>18%</b>	<b>19%</b>	<b>15%</b>	<b>20%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

#### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>core.ac.uk</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>repository.unisba.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Hialeah Gardens Senior High School</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>4</b>	<b>docplayer.info</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>5</b>	<b>jurnalmahasiswa.stiesia.ac.id</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>6</b>	<b>Submitted to Forum Perpustakaan Perguruan Tinggi Indonesia Jawa Timur</b> Student Paper	<b>2%</b>
<b>7</b>	<b>text-id.123dok.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>repository.unair.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>

---

9	<a href="http://konsultasiskripsi.com">konsultasiskripsi.com</a> Internet Source	1%
10	<a href="http://khamidmahmud27.blogspot.com">khamidmahmud27.blogspot.com</a> Internet Source	1%

---

---

Exclude quotes  On  
Exclude bibliography  On

Exclude matches  < 21 words