

DAFTAR PUSTAKA

- Alma Bcuhari., 2016 **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa**. Bandung. Alfabeta
- Assauri, S. (2013). **Manajemen Pemasaran; Dasar, Konsep dan Strategi**. Jakarta : PT. Grafindo Persada
- Arumsari, 2012. **Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian**. Palembang: Politeknik Negeri Sriwijaya.
- Aaker, David Damien McLoughlin &. (2010). **Strategic Market Management**. Chiches: John Wiley & Sons.
- David W. Cravens, 1998. **Pemasaran Strategis**. Jakarta: Erlangga.
- Damien McLoughlin & Aaker, David. (2010). **Strategic Market Management**. Chiches: John Wiley & Sons.
- Djaslim dan Saladin Alma, Buchory. 2010. **Manajemen Pemasaran : Ringkasan Praktis, Teori, Aplikasi Dan Tanya Jawab**. Bandung : CV. Linda Karya.
- David W ,Cravens,. 1998. **Pemasaran Strategis**. Jakarta: Erlangga.
- Fest Irma, Nita Riski. 2016. “**Analisis Swot Dalam Perencanaan Strategi Pemasaran** Pada BMT Hasanah Jabung”. Universitas Muhammadiyah Ponorogo.
- Fayakun Citra Endang Setyowati (2018) **PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SEPATU CONVERSE** Volume 3, Nomor 1, Halaman 95 – 120 **JURNAL EKONOMI MANAJEMEN (JEM17)**

- Gitosudarmo, Indriyo 2008, **Manajemen Pemasaran**, edisi pertama, cetakan keempat, Penerbit : BPFE – Yogyakarta.
- Handoko, T.H.(2013).**Manajemen**. Yogyakarta:BPFE.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller, (2012): **Marketing Management** New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Kotler, Philip dan Keller, 2009. *Manajemen Pemasaran I*, edisi ketigabelas, Erlangga, Jakarta
- Kotler, Philips dan Kevin Lane Keller. *Manajemen Pemasaran*, (Edisi Kedua Belas), Cetakan Ketiga. Indeks. Terjemahan Anonimous. Jakarta.2009.
- Kotler, Philip and Kevin Lne Keller, 2016. *Marketing Management*, 15th Edition New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Suhartanto, D. (2014). *Metode Riset Pemasaran*. Bndung: Alfabeta. Swasta, Basu dan Irawan, 2010 *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberti, Yogyakarta.
- Sugiono.2017. *Metode Penelitian Pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif,dan R&D)*. Bandung:Alfabeta.
- Tjiptono,. 2014, **Pemasaran Jasa** – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy dan G. Chandra, 2012. *“Strategi Pemasaran”*. Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy Ph.D. 2015. *Strategi Pemasaran, Edisi empat*, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- <http://eprints.ums.ac.id/38946/8/Daftar%20Pustaka.pdf>.<http://eprints.polsri.ac.id/2445/7/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>.
<https://www.google.com/search?safe=strict&ei=m5GUXsexBMbarQGHv5KQDA&q=daftar+pustaka+menurut+gitosudarmo+2008&>.

<http://repository.unpas.ac.id/30464/4/DAFTAR%20PUSTAKA.pdf>.
http://repository.maranatha.edu/22343/9/1352104_References.pdf.

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Kuesioner ini digunakan sebagai bahan penyusun skripsi mengenai

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK
TANJUNGBUMI BANGKALAN**

Oleh: Ajib Abdul Aziz

NBI: 1211600034

MAHASISWA Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Jl. Semolowaru no.45 Surabaya, Telp. 031-5931800

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama:
2. Usia:
3. Jenis Kelamin:
4. Pendidikan Terakhir:.
5. Pekerjaan:

II. PETUNJUK PENGISIAN

Beritanda (✓) pada kolom yang disediakan sesuai dengan keadaan dan pendapat anda pada setiap pertanyaan yang tercantum.

III. KRITERIA BOBOT SKORPENILAIAN

Sangat Setuju	Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
SS	S	KS	TS	STS
5	4	3	2	1

DAFTAR PERTANYAAN

A. Variabel Kualitas Produk(KP)

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya produk batik tanjung bumi memberikan motif yang menarik ,disertai lukisan yang sangat bagus,berkesan lebih modis dan tidak ketinggalan jaman.					
2	Kualitas batik tanjungbumi sangat bagus dan memilik warna yang sangat cerah.					
3	Saya memilih batik tanjungbumi karena memilik kualitas kain yang halus dan tidak kasar.					

4	Batik tanjungbumi akan terlihat mewah jika di gunakan pada acara-acarapenting.					
5	Menurut saya batik tanjungbumi sebagai sebuah produk batik yang memilik dua unsur yakni klasik dan modern.					
6	Produk Batik tanjungbumi memiliki ciri khas tersendiri dalam desainproduknya					
7	Kualitas Hasil produk Batik tanjungbumi cocok dengan saya.					

B. Variabel PersepsiHarga.

NO	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Menurut saya harga yang di tawarkan batik tanjuungbumi cukup kompetitif di banding produk lainnya.					
2	Menurut saya harga yang ditawarkan Batik tanjung bumi sesuai dengan kualitas produknya.					
3	Menurut saya harga produk yang ditawarkan Batik Tanjungbumi bisa dijangkausaya					

4	Saya merasa harga produk batik tanjungbumi mampu bersaing dengan harga di pasaran.					
5	Harga yang ditawarkan di Lbatik tanjungbumi sesuai dengan produk yang ditawarkan.					
6	Harga Batik Tanjungbumi memenuhi harapansaya					
7	Harga Batik Tanjungbumi sesuai dengan Kinerjanya					

C. Variabel Keputusan Pembelian.

NO	Pernyataan.	SS	S	SKS	TS	STS
1	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian Batik Tanjungbumi karena terdapat berbagai macam pilihan motif Batik yang tersedia.					
2	Saya juga dapat di berikan pilihan untuk membayar secara tunai maupun non tunai.					
3	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian Batik di Tanjungbumi karena produknya bagus.					
4	Saya merasa puas dengan pembelian Batik di Tanjungbumi.					
5	Saya membeli produk batik tanjungbumi bisa dengan motif yang sama.					

6	Saya memutuskan melakukan pembelian Batik Batik tanjungbumi karena menyediakan berbagai macam metode pembayaran yang mudah.					
7	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian pada T Tanjunngbumi karena produknya bagus					

LAMPIRAN 2

DATA VALIDITAS DAN RELIABILITAS

NO	X1							X2							Y							
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	
1	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	2	3	3	3	2	3	5	4	5	5
4	4	3	4	4	2	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
5	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
6	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
7	4	4	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5
9	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4
11	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	4	4	5	5	4	5	4	3	3	3	3	5	5	5	3	5	3	3	4	3	3
13	5	5	5	2	2	2	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
14	4	3	3	2	2	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
19	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
24	5	4	4	5	3	4	5	5	3	3	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5
25	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
26	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
27	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
28	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5

29	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4
30	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5

LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

1. Uji Validitas Kualitas produk(X1)

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTX 1
X1.1	Pearson Correlation	1	.446*	.291	.216	.143	.247	.217	.446*
	Sig. (2-tailed)		.014	.118	.251	.450	.187	.249	.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.446*	1	.650**	.284	.337	.465**	.209	.642**
	Sig. (2-tailed)	.014		.000	.129	.069	.010	.269	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.291	.650**	1	.387*	.119	.392*	.196	.570**
	Sig. (2-tailed)	.118	.000		.035	.530	.032	.300	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.216	.284	.387*	1	.596**	.750**	.666**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.251	.129	.035		.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.143	.337	.119	.596**	1	.766**	.492**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.450	.069	.530	.001		.000	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.247	.465**	.392*	.750**	.766**	1	.545**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.187	.010	.032	.000	.000		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.217	.209	.196	.666**	.492**	.545**	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.249	.269	.300	.000	.006	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTX 1	Pearson Correlation	.446*	.642**	.570**	.831**	.763**	.885**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

2. Uji Validitas Persepsi Harga(X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.478**	.515**	.362*	.362*	.275	.293	.662**
	Sig. (2-tailed)		.008	.004	.049	.049	.141	.117	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.478**	1	.964**	.499**	.499**	.468**	.467**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.008		.000	.005	.005	.009	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.515**	.964**	1	.518**	.518**	.483**	.482**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.003	.003	.007	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.362*	.499**	.518**	1	1.000**	-.074	-.079	.614**
	Sig. (2-tailed)	.049	.005	.003		.000	.697	.679	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.362*	.499**	.518**	1.000**	1	-.074	-.079	.614**
	Sig. (2-tailed)	.049	.005	.003	.000		.697	.679	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.275	.468**	.483**	-.074	-.074	1	.989**	.620**
	Sig. (2-tailed)	.141	.009	.007	.697	.697		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.293	.467**	.482**	-.079	-.079	.989**	1	.621**
	Sig. (2-tailed)	.117	.009	.007	.679	.679	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOT X2	Pearson Correlation	.662**	.905**	.924**	.614**	.614**	.620**	.621**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

N	30	30	30	30	30	30	30	30
---	----	----	----	----	----	----	----	----

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

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

3. Uji Validitas Keputusan Pembelian(Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	TOTY
Y1	Pearson Correlation	1	.482**	.989**	.467**	-.079	.293	-.079	.621**
	Sig. (2-tailed)		.007	.000	.009	.679	.117	.679	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.482**	1	.483**	.964**	.518**	.515**	.518**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.007		.007	.000	.003	.004	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.989**	.483**	1	.468**	-.074	.275	-.074	.620**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.009	.697	.141	.697	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.467**	.964**	.468**	1	.499**	.478**	.499**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.009		.005	.008	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	-.079	.518**	-.074	.499**	1	.362*	1.000**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.679	.003	.697	.005		.049	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.293	.515**	.275	.478**	.362*	1	.362*	.662**
	Sig. (2-tailed)	.117	.004	.141	.008	.049		.049	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	-.079	.518**	-.074	.499**	1.000**	.362*	1	.614**
	Sig. (2-tailed)	.679	.003	.697	.005	.000	.049		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOT Y	Pearson Correlation	.621**	.924**	.620**	.905**	.614**	.662**	.614**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

N	30	30	30	30	30	30	30	30
---	----	----	----	----	----	----	----	----

1. Uji Reliabilitas Kualitas Produk(X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	7

2. Uji Reliabilitas Persepsi Harga(X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	7

3. Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian(Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	7

LAMPIRAN 4

DATA JAWABAN RESPONDEN

NO	X1							TOT	X2							TOT	Y							TOT
	1	2	3	4	5	6	7	X1	1	2	3	4	5	6	7	X2	1	2	3	4	5	6	7	Y
1	4	3	2	4	5	3	3	24	3	3	2	3	4	3	4	22	2	4	4	3	3	3	3	22
2	4	3	4	4	3	4	4	26	4	4	3	2	2	3	3	21	3	3	4	3	5	3	4	25
3	4	3	3	4	4	3	2	23	2	3	3	4	4	3	4	23	3	3	3	3	4	4	4	24
4	4	3	3	4	4	2	3	23	4	4	2	4	3	3	3	23	3	3	3	2	3	4	4	22
5	3	3	3	2	3	4	3	21	3	3	2	4	3	4	2	21	2	4	4	2	3	3	3	21
6	3	5	3	4	3	1	3	22	3	2	3	2	3	3	5	21	2	3	4	3	3	3	3	21
7	4	3	4	4	3	5	3	26	3	4	4	5	3	4	3	26	3	3	4	3	5	3	4	25
8	3	4	4	3	5	4	3	26	5	3	3	5	5	4	4	29	3	4	4	3	4	4	5	27
9	4	4	3	4	4	5	5	29	3	3	5	3	4	5	3	26	3	5	4	5	4	4	4	29
10	4	4	4	3	3	3	4	25	2	4	3	3	4	4	4	24	3	3	4	5	3	3	4	25
11	2	3	3	5	5	3	4	25	3	4	4	3	4	3	3	24	3	3	3	4	4	4	4	25
12	4	3	3	4	4	3	2	23	2	5	2	2	4	3	3	21	4	4	3	3	2	2	3	21
13	4	4	5	4	4	3	2	26	2	4	3	5	1	4	4	23	3	3	3	3	4	4	3	23
14	2	3	3	3	3	2	5	21	2	4	4	3	3	4	3	23	2	3	4	3	4	3	3	22
15	3	3	4	3	3	4	3	23	3	3	4	4	3	3	3	23	2	4	4	3	3	3	3	22
16	4	4	4	5	5	3	5	30	3	5	4	5	4	4	4	29	3	5	5	5	4	4	3	29
17	2	3	4	3	4	4	2	22	3	3	4	4	3	2	3	22	3	2	3	4	2	3	4	21
18	2	5	4	4	4	5	2	26	3	4	3	3	3	4	3	23	3	3	3	5	3	4	3	24
19	3	3	4	3	3	3	5	24	4	4	3	4	4	3	4	26	4	4	2	4	3	3	3	23
20	4	4	3	4	4	3	5	27	2	2	4	3	3	4	5	23	4	4	3	4	4	4	5	28
21	4	3	3	3	3	3	4	23	4	4	3	4	4	2	4	25	2	4	3	3	4	4	5	25
22	4	3	1	4	5	4	5	26	5	5	4	3	3	4	3	27	5	4	4	5	3	3	3	27
23	4	3	4	4	4	4	5	28	4	5	4	5	3	4	3	28	3	3	4	4	3	4	5	26
24	2	2	3	4	3	4	5	23	3	4	4	3	4	4	4	26	3	3	5	3	3	3	4	24
25	4	3	5	4	3	2	2	23	3	4	3	3	3	3	3	22	4	3	3	4	3	3	4	24

NO	X1							TOT	X2							TOT	Y							TOT
	1	2	3	4	5	6	7	X1	1	2	3	4	5	6	7	X2	1	2	3	4	5	6	7	Y
26	3	4	3	5	5	3	2	25	3	3	4	4	5	4	4	27	3	3	4	5	3	3	4	25
27	4	3	4	4	4	3	2	24	2	5	1	4	4	3	4	23	2	3	4	3	4	3	3	22
28	4	3	4	3	3	3	4	24	3	4	3	4	3	4	2	23	4	4	2	4	3	3	3	23
29	3	4	2	4	4	3	2	22	4	3	2	4	4	4	3	24	2	4	4	5	2	3	3	23
30	2	3	4	4	4	3	3	23	4	4	2	2	3	3	3	21	2	4	5	2	2	3	3	21
31	3	2	4	4	4	4	2	23	3	4	3	2	3	3	4	22	2	3	3	4	3	3	4	22
32	4	4	4	3	4	2	3	24	3	3	4	3	3	3	4	23	2	3	4	3	3	3	4	22
33	3	5	3	4	4	3	4	26	5	4	4	4	4	5	3	29	3	4	5	4	4	4	2	26
34	3	3	2	5	4	2	3	22	2	4	3	3	4	4	3	23	2	3	3	4	3	3	3	21
35	3	4	3	3	3	4	3	23	4	4	4	4	4	3	3	26	3	3	3	4	3	4	4	24
36	4	4	3	3	3	3	3	23	2	5	4	2	2	3	3	21	2	3	4	4	3	3	3	22
37	4	3	4	4	5	3	3	26	3	3	3	4	2	3	4	22	4	4	4	4	3	4	3	26
38	4	4	4	4	5	5	5	31	4	4	5	4	4	5	3	29	5	3	4	5	4	4	5	30
39	4	4	3	3	2	4	5	25	4	3	3	4	4	4	3	25	2	4	4	5	2	3	3	23
40	5	5	2	2	3	4	2	23	5	4	3	2	3	4	3	24	2	3	4	4	3	3	3	22
41	2	3	4	3	3	4	4	23	3	3	4	3	3	4	3	23	3	4	5	4	2	3	3	24
42	3	3	3	2	3	4	4	22	3	2	2	3	4	5	3	22	2	3	4	4	2	2	4	21
43	4	4	4	3	4	5	2	26	5	3	3	4	3	3	4	25	2	4	4	3	3	4	4	24
44	4	2	5	3	3	4	4	25	5	4	3	4	3	4	3	26	1	4	4	5	2	3	3	22
45	3	4	5	3	4	3	2	24	3	5	3	5	4	3	3	26	3	4	3	4	3	3	4	24
46	2	3	4	4	4	5	5	27	3	3	4	3	2	2	4	21	2	5	4	4	3	3	5	26
47	4	5	3	4	3	4	4	27	3	4	3	4	4	3	3	24	2	3	3	4	4	3	3	22
48	4	4	4	3	3	2	3	23	3	2	4	4	1	3	4	21	2	3	4	5	4	3	3	24
49	3	3	3	5	4	3	2	23	5	4	3	3	3	3	2	23	3	3	3	4	3	4	4	24
50	4	3	4	4	2	4	3	24	3	4	2	4	3	4	3	23	2	3	4	4	3	3	3	22

NO	X1							TOT	X2							TOT	Y							TOT
	1	2	3	4	5	6	7	X1	1	2	3	4	5	6	7	X2	1	2	3	4	5	6	7	Y
51	3	4	3	4	3	3	3	23	3	4	2	4	3	3	3	22	2	4	3	4	3	2	3	21
52	4	5	5	3	4	3	5	29	4	4	5	5	4	4	3	29	2	3	4	5	5	2	4	25
53	3	5	4	5	5	5	5	32	5	4	4	4	4	4	5	30	4	4	5	5	5	5	5	33
54	4	3	4	3	3	4	2	23	3	3	3	3	4	3	2	21	2	3	4	3	4	4	2	22
55	3	3	3	4	3	2	4	22	3	3	3	4	4	3	3	23	3	2	4	5	4	4	3	25
56	4	4	4	4	4	2	2	24	3	3	3	3	4	4	3	23	3	4	3	4	2	4	4	24
57	3	2	4	3	4	4	3	23	4	2	4	4	4	2	3	23	2	3	4	4	3	2	3	21
58	3	5	4	4	5	5	4	30	3	4	3	5	5	5	5	30	4	4	5	5	4	4	4	30
59	3	3	4	3	3	4	2	22	3	4	5	4	2	3	3	24	3	4	4	5	3	3	3	25
60	5	4	3	3	2	4	3	24	4	4	3	3	4	5	2	25	2	4	4	4	3	4	3	24
61	4	3	2	4	4	4	2	23	4	3	4	4	4	3	3	25	2	3	5	5	2	3	4	24
62	3	2	4	4	3	3	3	22	4	4	1	3	3	2	4	21	2	3	3	4	3	3	4	22
63	5	5	4	4	1	3	4	26	3	3	4	5	4	5	4	28	2	4	4	4	4	3	4	25
64	2	3	2	4	4	3	3	21	2	4	4	5	3	3	4	25	2	4	3	4	3	2	3	21
65	5	5	2	2	3	4	1	22	2	3	3	4	3	3	3	21	3	4	3	4	2	4	4	24
66	3	3	4	4	2	4	3	23	3	4	1	5	2	4	3	22	2	4	3	3	3	2	4	21
67	3	5	4	5	4	5	4	30	5	5	4	4	3	4	4	29	4	5	5	3	5	4	3	29
68	2	3	4	4	3	4	5	25	4	4	3	2	2	3	3	21	5	4	3	3	4	4	3	26
69	4	5	4	5	4	4	3	29	4	3	3	5	5	5	4	29	4	4	4	3	4	5	5	29
70	4	5	4	4	4	5	3	29	3	4	3	4	5	3	4	26	5	4	4	3	4	5	3	28
71	3	4	5	3	4	5	4	28	3	4	3	5	3	5	5	28	4	4	3	4	4	5	3	27
72	4	3	3	3	5	4	4	26	4	4	4	2	5	3	2	24	4	5	3	4	3	4	4	27
73	2	5	5	5	5	4	5	31	4	4	4	4	4	4	4	28	5	4	4	4	5	5	3	30
74	4	3	2	2	4	4	4	23	3	3	4	4	3	4	3	24	4	5	5	4	4	1	2	25
75	4	4	4	4	5	4	5	30	4	4	4	5	5	4	4	30	4	4	5	5	5	4	4	31

NO	X1							TOT	X2							TOT	Y							TOT
	1	2	3	4	5	6	7		X1	1	2	3	4	5	6		7	X2	1	2	3	4	5	
76	4	3	5	4	3	4	3	26	3	3	3	3	4	3	3	22	3	4	3	4	4	5	3	26
77	4	3	4	4	4	3	4	26	4	4	4	5	3	4	4	28	3	4	3	4	4	5	4	27
78	4	4	3	4	5	4	4	28	3	3	4	3	3	4	3	23	2	3	3	4	5	4	3	24
79	4	4	4	4	3	3	3	25	1	4	3	4	3	3	4	22	2	4	3	5	4	3	4	25
80	2	5	2	4	3	4	3	23	2	2	3	3	4	3	4	21	4	3	4	4	3	3	3	24
81	4	4	3	3	3	3	4	24	3	5	3	3	3	4	4	25	2	3	4	5	5	2	2	23
82	3	4	3	3	5	3	2	23	4	3	3	4	3	3	2	22	3	3	3	4	4	2	2	21
83	4	5	5	5	4	4	3	30	4	4	4	5	3	5	3	28	4	4	3	4	5	4	5	29
84	3	5	4	4	5	4	5	30	4	5	5	5	3	4	5	31	5	5	4	4	3	5	4	30
85	2	4	5	4	4	5	4	28	3	4	4	5	4	5	5	30	5	3	4	4	4	4	4	28
86	2	4	5	3	3	4	4	25	2	5	3	3	4	4	4	25	4	2	3	4	2	5	4	24
87	4	4	4	4	4	4	3	27	3	5	3	3	3	4	3	24	3	3	3	4	4	4	4	25
88	2	3	3	4	3	4	4	23	4	4	3	3	4	4	4	26	3	4	3	4	3	4	4	25
89	4	3	4	2	5	3	5	26	3	5	5	3	5	4	4	29	5	4	5	3	5	4	5	31
90	5	4	4	4	4	4	4	29	4	4	3	3	3	5	3	25	4	4	4	4	4	5	4	29
91	3	3	4	4	2	3	2	21	2	3	4	3	4	5	4	25	3	4	3	4	4	4	3	25
92	3	3	4	4	5	3	4	26	4	4	2	4	5	4	4	27	2	2	3	4	4	5	5	25
93	2	3	4	4	5	5	5	28	4	4	5	4	5	5	3	30	5	5	3	4	4	4	4	29
94	3	3	3	3	3	4	2	21	2	2	3	2	4	3	4	20	3	3	2	4	3	4	4	23
95	2	3	4	4	4	4	5	26	4	3	4	4	4	4	3	26	4	3	2	4	4	3	3	23
96	4	4	4	4	5	4	4	29	4	5	3	4	4	4	3	27	5	4	5	4	5	4	5	32
97	3	4	5	4	5	5	4	30	5	5	2	2	4	5	4	27	5	4	4	4	4	4	4	29
98	4	4	5	4	5	5	5	32	4	4	5	5	4	4	3	29	4	5	5	5	5	3	4	31
99	5	5	5	4	4	4	3	30	4	4	5	4	5	5	3	30	5	5	4	5	5	4	4	32
100	3	4	3	5	4	5	5	29	4	3	4	5	3	4	3	26	4	4	4	4	4	4	4	28

LAMPIRAN 5

ANALISIS STATISTIK DESKRIPTIF BERDASARKAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

1. Usia

		USIA			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20.00	8	8.0	8.0	8.0
	21.00	3	3.0	3.0	11.0
	22.00	5	5.0	5.0	16.0
	24.00	4	4.0	4.0	20.0
	25.00	10	10.0	10.0	30.0
	26.00	3	3.0	3.0	33.0
	27.00	13	13.0	13.0	46.0
	28.00	1	1.0	1.0	47.0
	29.00	6	6.0	6.0	53.0
	30.00	3	3.0	3.0	56.0
	32.00	3	3.0	3.0	59.0
	34.00	7	7.0	7.0	66.0
	35.00	6	6.0	6.0	72.0
	36.00	6	6.0	6.0	78.0
	37.00	4	4.0	4.0	82.0
	38.00	4	4.0	4.0	86.0
	39.00	11	11.0	11.0	97.0
	40.00	3	3.0	3.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

2.

3. JenisKelamin

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	45	45.0	45.0	45.0
	P	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

4. Pendidikan

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	L	45	45.0	45.0	45.0
	P	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

5. Pekerjaan

PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Dosen	4	4.0	4.0	4.0
	Guru	36	36.0	36.0	40.0
	Karyawan	7	7.0	7.0	47.0
	Nelayan	9	9.0	9.0	56.0

Pedagang	18	18.0	18.0	74.0
Petani	7	7.0	7.0	81.0
Wiraswas	19	19.0	19.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 6

UJI ASUMSI KLASIK

1. UjiNormalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized Residual

N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.59988650
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.061
Test Statistic		.067
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

2. UjiMultikolinearitas

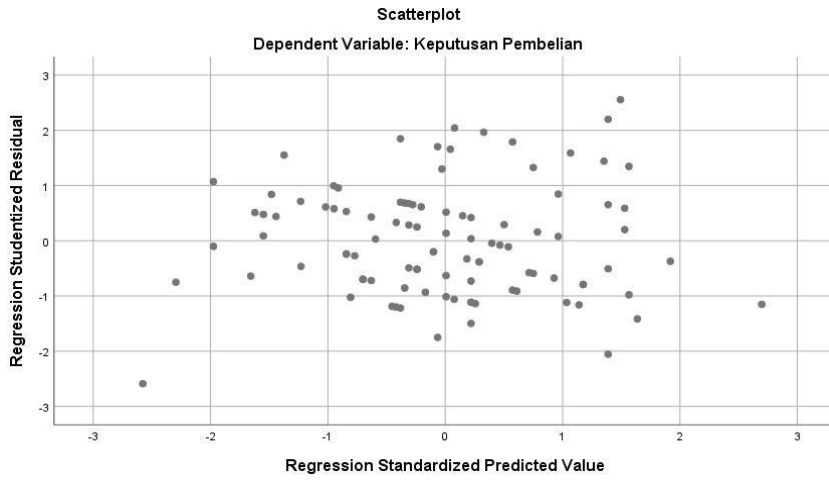
Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	12.341	2.512		4.912	.000		
Kualitas Produk	.213	.100	.215	2.131	.036	.832	1.202

Persepsi Harga	.256	.091	.284	2.811	.006	.832	1.202
----------------	------	------	------	-------	------	------	-------

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Uji Heterokedastisitas (Glejser)



LAMPIRAN 7

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

1. Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.364	1.464		.249	.804
Kualitas Produk	.680	.079	.639	8.646	.000
Persepsi Harga	.299	.078	.282	3.812	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Uji Parsial (Uji-T)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	.364	1.464		.249	.804
Kualitas Produk	.680	.079	.639	8.646	.000
Persepsi Harga	.299	.078	.282	3.812	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R Square*)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.866 ^a	.750	.744	1.547

a. Predictors: (Constant), Persepsi Harga, KualitasProduk



**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp (031) 5925289, 081216781170 E-mail: feb@untag-sby.ac.id

13 SEP 2019

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI



**SEMESTER
Gasal / Genap**

Nama Mahasiswa: NBI

Nama Pembimbing

Judul Skripsi

**PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK di
TANJUNGP BOMI BANGALAM.**

Ajib abdul Aziz (181160084)

Dra. Ec. Endang Setiawati, M.Si

PENGARUH KUALITAS PRODUK

Mulai Program Skripsi : Semester Thn. Ak. 2015...Selesai Bimbingan Tanggal.....

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1.	25/9 - 2019		Judul ACC & Skripsi hrs jelas diurutkan yg di Revisi	[Signature]
2.	11/3 - 2020		Hrs baca proposal yg menjadi Revisi	[Signature]
3.	17/3 - 2020		Pengajuan proposal	[Signature]
4.	24/3 - 2020		Revisi proposal	[Signature]
5.	14/4 - 2020		Proposal ACC	[Signature]
6.	15-5-2020		Pengajuan bab 4	[Signature]
7.	22-5-2020		Pengajuan bab 5	[Signature]
8.	29-5-2020		Revisi bab 4, 5	[Signature]
9.	5-6-2020		Bab 4,5 acc	[Signature]
10.	12-6-2020		Skripsi siap diujikan	[Signature]

Perpanjangan I
Semester
Th. Ak.
Paraf Kujur

[Handwritten signature] 3/3 20

Surabaya, 14 - 4 - 2020

[Handwritten signature]
Dra. Ec. Endang Setiawati, M.Si
(Nama dan tanda tangan Pembimbing)