

Universitas
Esa Unggul

Univers
Esa

LAMPIRAN

Universitas
Esa Unggul

Univers
Esa

Lampiran 1

Penelitian Terdahulu

Table 1. Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul	Hasil
1	Ariefiantoro, T., Suryawardana, E., dan Niati, A. (2021).	<i>Effect of Service Quality , Product Quality , Customer Satisfaction as Mediating Variable and Purchasing Decision on Pempek Ny Kamto Majapahit Semarang Restaurant.</i>	Menyimpulkan bahwa kualitas pelayanan, Kualitas Produk, Loyalitas Konsumen berpengaruh <i>positif</i> dan signifikan terhadap keputusan pembelian.
2	Diana-Rose, F., Zariyawati, M. A., Norazlina, K., Annuar, M. N., dan Manisah, O. (2016)	<i>Consumers' purchasing decision towards food products of small and medium enterprises.</i>	Menyatakan bahwa konsumen hampir tidak menyadari keberadaan produk F&B UKM dan lebih memilih untuk membeli produk merek mapan di hypermarket. Menyarankan agar UKM lebih menonjol dalam memasarkan produknya.
3	Febrianti, R. A. M., Kurniawan, R., Samudra, A. D., dan Hendri, M. (2021).	<i>Determinants Of Product Purchasing Decisions On Batik In The City Of Tasikmalaya.</i>	Menyatakan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh parsial terhadap keputusan pembelian. Kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian dengan <i>koefisien determinasi</i> .
4	Gani, A., dan Hillebrandes Oroh, A. N. (2021).	<i>The Effect of Product Quality, Service Quality and Price on Customer Satisfaction at Loki Store.</i>	Menyatakan bahwa kualitas produk, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh <i>positif</i> signifikan terhadap kepuasan pelanggan toko Loki.
5	Hasanah, W. U., dan D E Murniati. (2021).	<i>The effects of product and service quality on repurchase decisions.</i>	Kualitas produk yang dijual di jogja <i>paradise food court</i> berada pada kategori sedang dengan presentasi 71%. Menyatakan terdapat pengaruh signifikan kualitas produk

No	Peneliti	Judul	Hasil
			<p>terhadap keputusan pembelian ulang pelanggan.</p> <p>Menyatakan terdapat pengaruh <i>positif</i> dan signifikan kualitas layanan terhadap keputusan pembelian ulang pelanggan.</p> <p>Menyatakan bahwa pengaruh signifikan terhadap kualitas produk dan layanan terhadap keputusan pembelian ulang pelanggan.</p>
6	Hisam, M. W., Sanyal, S., dan Ahmad, M. (2016)	<i>The impact of service quality on customer satisfaction: A study on selected retail stores in India</i>	Menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dalam ritel sangat bergantung pada kualitas pelayanan yang dirasakan yang ditawarkan oleh pengecer.
7	Ida, Z., dan Hidayati, I. N. (2020)	<i>Brand Image and Product Quality Against Purchase Decision: Sariayu hijab shampoo competitive environment.</i>	<p>Menyatakan bahwa 7 dari 8 hipotesis yang diuji memiliki hubungan <i>positif</i> yang signifikan.</p> <p>Menyatakan juga bahwa kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dinyatakan tidak signifikan.</p>
8	Kumara, D., Aulia, F., Sujudi, H., Hasani, Q., dan Rachmawati, M. (2021)	<i>The Influence Of Product Quality And Price On The Purchase Decision At Kedai Coffe " Abraham And Smith " Bandung Turkish Journal of Computer and Ma.</i>	Menyimpulkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan dalam pentahapan <i>doch</i> sehingga perusahaan harus dapat memperhatikan kedua variabel tersebut.
9	Lk, A. M. K., Arimbawa, I. G., dan Damayanti, E. (2019)	<i>The Influence Of Celebrity Endorser, Product Quality And Price On Purchase Decisions And Customer Satisfaction On Vivo Brand Smartphones In Surabaya.</i>	<p>Menyatakan bahwa variabel kualitas dan harga produk <i>celebrity endorse</i> berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.</p> <p>Menyatakan bahwa keputusan pembelian berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.</p>

No	Peneliti	Judul	Hasil
			Kesimpulan menunjukkan bahwa sponsor lebih mencari pelanggan yang menggunakan <i>smartphone</i> Vivo yang memiliki harga terjangkau atau diskon sehingga pelanggan melakukan pembelian ulang dan merasa puas.
10	Natasha, C., dan Subakti, A. G. (2021)	<i>The effect of pricing on purchase decisions in Kouloura coffee.</i>	Penetapan harga yang tinggi berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada <i>Kout Oura Coffee</i> .
11	Nilda, C., Erfiza, N. M., dan Yasqi, M. F. (2020)	<i>Consumers purchasing decisions on local and national retail bakery products based on price.</i>	Menyatakan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian roti kemasan.
12	Pranata, A., Yanuar, T., Syah, R., dan Anindita, R. (2020)	<i>Interpersonal Trust Impact on Moderate Customer Satisfaction by Product Quality and Brand Image.</i>	Menyimpulkan bahwa interpersonal yang tinggi akan meningkatkan kepuasan pelanggan tinggi.
13	Puspita, P., Sihab, M., dan Barata, F. A. (2022)	<i>The Effects of Service Quality , Price Internet , Facility Internet , HR Customer Care on Purchasing Decision with Brand Image as a Mediation Variable in Choosing Internet Products at PT Supra Primatama Nusantara (Biznet Networks) in Banyuwangi.</i>	Menyatakan bahwa kualitas layanan harga fasilitas <i>customer care</i> berpengaruh signifikan terhadap citra merek dan keputusan pembelian.
17	Subaebasni, S., Risnawaty, H., dan Arie Wicaksono, A. (2019)	<i>Effect of Brand Image, the Quality and Price on Customer Satisfaction and Implications for Customer Loyalty PT Strait Liner Express in Jakarta.</i>	Menyimpulkan bahwa secara parsial citra merek, kualitas pelayanan, dan harga berpengaruh signifikan terhadap kepuasan pelanggan.

No	Peneliti	Judul	Hasil
18	Sudaryanto, Suroso, I., Pansiri, J., Umama, T. L., & Hanim, A. (2021)	<i>Impact of culture, brand image and price on buying decisions: Evidence from East Java, Indonesia.</i>	<p>Menyatakan bahwa dimensi budaya Hofstede serta citra merek dan harga secara signifikan mempengaruhi keputusan pembelian konsumen pada toko ritel di Jawa Timur, Indonesia.</p> <p>Menyatakan bahwa harga menjadi pertimbangan utama dalam keputusan pembelian.</p>
19	Tarmidi, D., Mardhatillah, S., Masripah, F., Febriyanto, D., dan Pribadi, T. A. (2021).	<i>The Influence Of Product Innovation And Price On Customer Satisfaction In Halodoc Health Application Services During Covid-19 (Survey Of Halodoc A.</i>	<p>Menyatakan bahwa bahwa variabel Inovasi Produk (X1) dan Harga (X2) memiliki pengaruh yang signifikan secara bersama-sama terhadap variabel Kepuasan Pelanggan (Y).</p> <p>Menyimpulkan bahwa pengguna aplikasi <i>halodoc</i> di Bandung mempertimbangkan perspektif dalam menilai kepuasan dalam menggunakan suatu produk seperti Inovasi Produk dan Harga yang ditawarkan.</p>
20	Virima, M., Sandada, M., Ngoro, T. T., dan Chuchu, T. (2019)	<i>The impact of service quality drivers on customer satisfaction in internet provision services of Zimbabwe.</i>	<p>Menyatakan bahwa bahwa keandalan, daya tanggap, dan harga menunjukkan pengaruh yang signifikan secara statistik positif terhadap kepuasan pelanggan.</p> <p>Menyatakan bahwa empati, berwujud dan lokasi tercatat tidak memiliki dampak positif yang signifikan secara statistik terhadap kepuasan pelanggan.</p> <p>Menyimpulkan bahwa Implikasi utama bagi penyedia layanan internet di Zimbabwe adalah bahwa respon dan penawaran yang sensitif</p>

No	Peneliti	Judul	Hasil
			terhadap harga adalah kunci untuk memuaskan pelanggan.
21	Waluya, A. I., Iqbal, M. A., dan Indradewa, R. (2019)	<i>How product quality, brand image, and customer satisfaction affect the purchase decisions of Indonesian automotive customers.</i>	<p>Menyatakan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh terhadap kepuasan pelanggan.</p> <p>Menyatakan bahwa Kualitas produk dan citra merek memiliki pengaruh langsung terhadap proses keputusan pembelian.</p> <p>Menyatakan bahwa kualitas produk dan citra merek berpengaruh pada keputusan pembelian, yang dimediasi oleh kepuasan pelanggan, pelanggan otomotif Indonesia.</p>
22	Yunita, D., dan Ali, H. (2017)	<i>Model of Purchasing Decision (Renting) of Generator Set : Analysis of Product Quality , Price an Service at PT . Hartekprima Listrindo.</i>	Menyimpulkan bahwa kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial, harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial, pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial dan kualitas produk, harga dan pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara simultan pada PT. Hartekprima Listrindo.

Lampiran 2

Operasional Variabel

Table 2. Operasional Variabel

No	Original questioner	Translate/terjemahan	Operasionalisasi
1	Variabel Kualitas produk (Gani dan Hillebrandes Oroh, 2021; Pranata <i>et al.</i> , 2020)		
	<i>High quality and durable product.</i>	Produk berkualitas tinggi dan tahan lama	Semua <i>Sparepart</i> berkualitas dan pemakaian tahan lama .
	<i>More confident after using product.</i>	Lebih percaya diri setelah menggunakan produk	Semua produk <i>sparepart</i> mempunyai penjaminan kualitas.
	<i>The quality of the various products sold is appropriate.</i>	Kualitas berbagai produk yang dijual sesuai	Kualitas berbagai produk <i>sparepart</i> yang di jual telah sesuai dengan apa yang di bayangkan.
	<i>Product available in accordance with standardization.</i>	Produk yang tersedia sesuai dengan standarisasi	Produk yang tersedia memiliki standar produksi OEM (<i>Original Equipment Manufacturer</i>).
	<i>The product received is very in accordance with the provisions</i>	Produk yang di terima sudah sangat sesuai dengan ketentuan	Produk yang ada sudah mengikuti ketentuan khusus untuk berbagai jenis motor
	<i>Easy installation requires no further changes</i>	Pemasangan mudah tidak memerlukan perubahan lagi	Pemasangan Semua <i>sparepart</i> mudah tidak memerlukan perubahan lagi
	<i>It;s quality is higher compared to products that are not or difficult to repair.</i>	Kualitas nya lebih tinggi dibandingkan dengan produk yang tidak atau sulit diperbaiki.	Mudah di perbaiki ulang seperti <i>brake shoe, set drive chain, ring set.</i>

No	Original questioner	Translate/terjemahan	Operasionalisasi
	<i>If the product is damage/ defective, you can file a complaint without any problem.</i>	Jika produk rusak / cacat, anda dapat mengajukan keluhan tanpa masalah	Semua <i>Sparepart</i> bergaransi apabila terjadi kerusakan / cacat pada produk dari produksinya
2	Variabel Kualitas pelayanan (hisam <i>et al.</i> , 2016)		
2.1	Kualitas pelayanan pada dimensi <i>tangibility</i>		
	<i>Cleanliness and comfort of the space used</i>	Kebersihan dan kenyamanan ruang yang digunakan	Toko mempunyai kebersihan dan kenyamanan
	<i>Store features visually Interesting</i>	Fitur toko secara visual Menarik	Mempunyai alat lengkap & terbaru
	<i>Correct placement of items</i>	Penempatan barang yang tepat	Penempatan <i>sparepart</i> yang sesuai
	<i>visually appealing flyer or statement</i>	Pamflet atau pernyataan secara visual menarik	Adanya spanduk atau papan iklan pernyataan yang menarik secara visual
2.2	Kualitas pelayanan pada dimensi <i>reliability</i>		
	<i>When a shop promises to do something at a certain time, they do it</i>	Ketika toko berjanji untuk melakukan sesuatu pada waktu tertentu, mereka melakukannya	Waktu yang dijanjikan untuk penyelesaian layanan sesuai
	<i>When you have a problem, retail outlets show a genuine interest in solving it</i>	Ketika anda memiliki masalah, outlet ritel menunjukkan minat yang tulus untuk menyelesaikannya	Toko mengatasi masalah dan menyelesaikan permintaan pelanggan
	<i>Retail outlets make transactions right the first time</i>	Outlet ritel melakukan transaksi dengan benar pertama kali	Toko melakukan perdagangan dengan jujur
	<i>The retail outlet provides its services at the time it promises</i>	Outlet ritel menyediakan layanannya pada waktu yang dijanjikannya	Anda dapat dengan mudah mengatur jadwal janji

No	Original questioner	Translate/terjemahan	Operasionalisasi
	<i>Retail outlets insist on error-free transactions</i>	Outlet ritel bersikeras pada transaksi bebas kesalahan	Anda merasa aman dalam melakukan transaksi dan pembayaran dengan karyawan toko ini
2.3	Kualitas pelayanan pada dimensi <i>responsiveness</i>		
	<i>Employees at retail outlets tell you exactly</i>	Karyawan di outlet ritel memberi tahu anda dengan tepat	Kejelasan penjelasan dari mekanik
	<i>Employees at retail outlets tell you the problem to work on</i>	Karyawan di gerai ritel memberi tahu anda masalah yg akan dikerjakan	Staf layanan menanggapi semua pertanyaan pelanggan.
	<i>Employees at retail outlets are always willing to help you</i>	Karyawan di outlet ritel selalu bersedia membantu anda	Bantuan yang diberikan oleh penjaga atau staf lain saat masuk
	<i>Store employees respond to your request</i>	Karyawan toko menanggapi permintaan anda	Staf layanan segera melayani semua pelanggan
2.4	Kualitas pelayanan pada dimensi <i>assurance</i>		
	<i>Employee behavior in retail outlets</i> <i>Putting trust in you</i>	Perilaku karyawan di gerai ritel Menanamkan kepercayaan pada anda	Perilaku karyawan memberikan kepercayaan pada Anda
	<i>You feel safe in transacting with outlets</i>	Anda merasa aman dalam berurusan dengan outlet	Anda merasa aman dalam berurusan dengan tempat penjualan
	<i>Employees at retail outlets are consistently polite to you</i>	Karyawan di gerai ritel secara konsisten bersikap sopan kepada anda	Para karyawan toko melayani anda dengan sopan
	<i>Employees at retail outlets have the knowledge to answer your questions</i>	Karyawan di gerai ritel memiliki pengetahuan untuk menjawab pertanyaan anda	Menginformasikan pelanggan ketika kendaraan mereka sedang di layani

No	Original questioner	Translate/terjemahan	Operasionalisasi
2.5	Kualitas pelayanan pada dimensi <i>empathy</i>		
	<i>Retail outlets give you individual attention</i>	Outlet ritel memberi anda perhatian individu	Toko yang memberi Anda perhatian yang khusus
	<i>Retail outlets have convenient operating hours for all their customers</i>	Gerai ritel memiliki jam operasional yang nyaman untuk semua pelanggannya	memiliki jadwal jam layanan nyaman bagi para pelanggannya
	<i>Retail outlets have employees who provide you with personalized service</i>	Outlet ritel memiliki karyawan yang memberi anda layanan pribadi	Kesediaan mekanik untuk memberikan perhatian pribadi kepada anda
	<i>The shop has your best interests</i>	Toko memiliki minat terbaik anda	Memberikan pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa puas akan pelayanan yang telah diberikan.
	<i>Retail outlet employees understand your specific needs</i>	Karyawan outlet ritel memahami kebutuhan spesifik anda	Pembaruan terus-menerus dari mekanik tentang status kendaraan.
3	Variabel Harga (Kumara <i>et al.</i> , 2021; Lk <i>et al.</i> , 2019)		
	<i>The price of spare parts according to your wishes</i>	Harga <i>sparepart</i> sesuai dengan keinginan	Banyak <i>alternative sparepart</i> lain sehingga harga bervariasi
	<i>Cheaper price than competitors</i>	Harga lebih murah dari pesaing	Harga produk <i>sparepart</i> memiliki daya saing yang kuat di pasaran jika dibandingkan dengan produk <i>spareparts</i> sejenis yang dijual oleh toko lain dengan kualitas yang hampir sama.

No	Original questioner	Translate/terjemahan	Operasionalisasi
	<i>The price offered is in accordance with the quality of the product</i>	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk	Harga produk <i>sparepart</i> sesuai dengan jaminan & keamanan
	<i>Customer evaluation of price and benefits compared to similar products</i>	Evaluasi pelanggan tentang harga dan manfaatnya dibandingkan dengan produk serupa	Anda merasa sesuai dengan harga dan manfaat yang didapatkan
4	Variabel Keputusan pembelian (Nilda <i>et al.</i> , 2020; Sudaryanto <i>et al.</i> , 2021)		
4.1	Keputusan pembelian pada dimensi <i>Involvement</i>		
	<i>Consumer buying involvement when buying products in store</i>	Keterlibatan pembelian konsumen saat membeli produk di toko	Anda merasa bahwa produk <i>sparepart</i> menguntungkan anda
	<i>Consumers make purchases</i>	Konsumen melakukan pembelian	Karena anda membutuhkan <i>sparepart</i> motor
4.2	Keputusan pembelian pada dimensi <i>Interests</i>		
	<i>Consumers decide to buy because of product quality</i>	Konsumen memutuskan untuk membeli karena kualitas produk	Membeli kembali produk <i>sparepart</i> berkualitas
	<i>Convenience of service in the choice of purchase</i>	Kenyamanan layanan dalam pilihan pembelian	Kenyamanan pelayanan menjadi pilihan pembelian <i>sparepart</i>
	<i>Consumer's desire to buy because the price is affordable</i>	Keinginan konsumen untuk membeli karena harga terjangkau	Keinginan membeli <i>sparepart</i> karena harga sesuai Daya beli Konsumen
4.3	Keputusan pembelian pada dimensi <i>Recommendations From Others</i>		
	<i>Consumers buy a product because of the recommendations of others</i>	Konsumen membeli suatu produk karena rekomendasi orang lain	Anda memberikan rekomendasi kepada orang lain dalam pembelian produk <i>sparepart</i>
	<i>After viewing the product advertisement, the right</i>	Setelah melihat iklan produk, keputusan	Anda membeli produk <i>sparepart</i> karena melihatnya

No	Original questioner	Translate/terjemahan	Operasionalisasi
	<i>buying decision will be made</i>	pembelian yang tepat akan dibuat	iklan produk pada spanduk

Lampiran 3

Kuesioner

Assalamualaikum wr. wb.

Salam Sejahtera untuk kita semua

Responden yang Terhormat.

Perkenalkan saya Ridho Prasetya Rifanda, mahasiswa Manajemen Bisnis dari Universitas Esa Unggul. Saya ini saya sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir saya. Bapak/Ibu/Saudara bersedia membantu mengisi kuesioner di bawah ini. Oleh karena itu mengisi kuesioner secara lengkap dan sesuai dengan keadaan, akan sangat mempengaruhi hasil survei, jadi kami sangat menghargai jika Anda dapat mengisi kuesioner dan berpartisipasi sesuai dengan situasi yang sebenarnya.

Semua data termasuk identitas anda dan jawaban atas kuesioner ini adalah data rahasia dan hanya akan digunakan untuk tujuan ilmiah atau penelitian tidak ada jawaban yang benar atau salah saat menjawab survei ini. Oleh karena itu, saya sangat menghargai jika Anda dapat mengisi setiap pertanyaan dalam kuesioner ini dengan jujur dan benar.

Terima kasih atas perhatian dan waktunya.

Hormat Saya,

Ridho prasetya rifanda

Demografi Responden

Nama :

Nomor Telepon :

1. Jenis kelamin anda?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Apakah anda memperbaiki dan membeli sparepart di berkah motor?
 - a. Pria
 - b. Wanita

3. Apakah anda memiliki kendaraan bermotor roda 2?
 - a. Ya
 - b. Tidak
4. Apakah anda sering melakukan perbaikan/perawatan kendaraan bermotor roda 2 anda?
 - a. Ya
 - b. Tidak
5. Apakah anda merasa aman dan nyaman apabila kendaraan bermotor roda 2 anda sudah melakukan perbaikan/perawatan?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Petunjuk Pengisian

Saya memohon kesertaannya untuk masukkan salah satu nomor yang dapat Anda pilih dari skala 1 hingga 5 untuk memberikan jawaban atas pertanyaan Anda. Skala angka menunjukkan seberapa dekat jawaban Anda dengan pilihan yang sudah tersedia sebagai berikut :

1. Sangat tidak setuju (STS)
2. Tidak setuju (TS)
3. Netral (N)
4. Setuju (S)
5. Sangat setuju (SS)

Table 3. Kuesioner Penelitian

No	Operasionalisasi	STS	TS	N	S	SS
1	Semua <i>Sparepart</i> berkualitas dan pemakaian tahan lama .					
2	Semua produk <i>sparepart</i> mempunyai penjaminan kualitas.					
3	Kualitas berbagai produk <i>sparepart</i> yang di jual telah sesuai dengan apa yang di bayangkan.					

No	Operasionalisasi	STS	TS	N	S	SS
4	Produk yang tersedia memiliki standar produksi OEM (<i>Original Equipment Manufacturer</i>).					
5	Produk yang ada sudah mengikuti ketentuan khusus untuk berbagai jenis motor					
6	Pemasangan Semua <i>sparepart</i> mudah tidak memerlukan perubahan lagi					
7	Mudah di perbaiki ulang seperti <i>brake shoe, set drive chain, ring set</i> .					
8	Semua <i>Sparepart</i> bergaransi apabila terjadi kerusakan / cacat pada produk dari produksinya					
9	Toko mempunyai kebersihan dan kenyamanan					
10	Mempunyai alat lengkap & terbaru					
11	Penempatan <i>sparepart</i> yang sesuai					
12	Adanya spanduk atau papan iklan pernyataan yang menarik secara visual					
13	Waktu yang dijanjikan untuk penyelesaian layanan sesuai					
14	Toko mengatasi masalah dan menyelesaikan permintaan pelanggan					
15	Toko melakukan perdagangan dengan jujur					
16	Anda dapat dengan mudah mengatur jadwal janji					
17	Anda merasa aman dalam melakukan transaksi dan pembayaran dengan karyawan toko ini					
18	Kejelasan penjelasan dari mekanik					
19	Staf layanan menanggapi semua pertanyaan pelanggan.					
20	Bantuan yang diberikan oleh penjaga atau staf lain saat masuk					
21	Staf layanan segera melayani semua pelanggan					
22	Perilaku karyawan memberikan kepercayaan pada Anda					
23	Anda merasa aman dalam berurusan dengan tempat penjualan					
24	Para karyawan toko melayani anda dengan sopan					

No	Operasionalisasi	STS	TS	N	S	SS
25	Menginformasikan pelanggan ketika kendaraan mereka sedang di layani					
26	Toko yang memberi Anda perhatian yang khusus					
27	memiliki jadwal jam layanan nyaman bagi para pelanggannya					
28	Kesediaan mekanik untuk memberikan perhatian pribadi kepada anda					
29	Memberikan pelayanan yang baik sehingga konsumen merasa puas akan pelayanan yang telah diberikan.					
30	Pembaruan terus-menerus dari mekanik tentang status kendaraan.					
31	Banyak <i>alternative sparepart</i> lain sehingga harga bervariasi					
32	Harga produk <i>sparepart</i> memiliki daya saing yang kuat di pasaran jika dibandingkan dengan produk <i>spareparts</i> sejenis yang dijual oleh toko lain dengan kualitas yang hampir sama.					
33	Harga produk <i>sparepart</i> sesuai dengan jaminan & keamanan					
34	Anda merasa sesuai dengan harga dan manfaat yang didapatkan					
35	Anda merasa bahwa produk <i>sparepart</i> menguntungkan anda					
36	Karena anda membutuhkan <i>sparepart</i> motor					
37	Membeli kembali produk <i>sparepart</i> berkualitas					
38	Kenyamanan pelayanan menjadi pilihan pembelian <i>sparepart</i>					
39	Keinginan membeli <i>sparepart</i> karena harga sesuai Daya beli Konsumen					
40	Anda memberikan rekomendasi kepada orang lain dalam pembelian produk <i>sparepart</i>					
41	Anda membeli produk <i>sparepart</i> karena melihatnya iklan produk pada spanduk					

Lampiran 4

Data Responden Penelitian

A. Input Data Penelitian

No. Responden	Kualitas Produk						Pelayanan						
	KPR 1	KPR 2	KPR 3	KPR 4	KPR 5	TOTAL KPR	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7
1	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	4	5
2	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	5	5
3	5	5	5	4	4	23	4	4	4	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4	23	4	5	5	5	5	5	4
5	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	5	4
6	5	4	5	5	5	24	4	5	3	5	5	5	5
7	4	4	5	5	4	22	5	4	4	5	5	5	5
8	5	5	5	4	5	24	5	4	5	4	4	4	5
9	5	5	5	5	5	25	5	5	3	5	5	5	5
10	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5
11	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5
12	5	4	5	5	4	23	4	4	4	5	5	5	5
13	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	4	4
14	5	4	5	5	5	24	5	5	4	5	5	5	4
15	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	5	4
16	5	5	5	5	5	25	3	3	3	5	5	5	5
17	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	4	5
18	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	4	5
19	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	4	5	5
20	5	5	5	5	5	25	3	3	3	5	5	5	4
21	5	5	4	5	5	24	4	4	4	5	5	5	5
22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5
23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5
24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5

25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5
26	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5
27	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	5	5
28	4	5	3	5	5	22	5	5	5	5	5	5	5
29	5	5	5	5	4	24	5	4	3	5	5	4	5
30	5	5	4	4	5	23	4	5	5	5	5	5	5
31	5	4	5	5	5	24	5	5	4	5	5	4	5
32	5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	4	4	5
33	4	5	5	5	5	24	4	4	5	5	5	5	5
34	3	5	5	3	5	21	4	5	5	5	5	3	4
35	5	5	5	5	5	25	5	5	2	5	5	5	4
36	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5
37	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	4	5	5
38	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	4	5
39	5	4	5	4	5	23	5	4	5	4	5	5	5
40	5	4	5	5	4	23	4	5	5	5	5	5	5
41	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	5	4
42	5	5	5	5	3	23	5	5	5	4	5	5	5
43	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	5	5
44	5	5	4	4	5	23	5	4	5	4	5	4	4
45	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	4	24	4	5	5	4	5	4	5
47	5	4	5	4	4	22	5	5	4	5	4	5	5
48	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	5	4	4
50	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	5	4
51	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	4	5	4
52	5	4	5	5	4	23	5	4	5	4	5	5	4
53	5	4	4	5	4	22	5	5	4	5	4	5	5
54	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	4	5	5

55	5	5	4	4	4	22	5	5	3	5	5	3	5
56	4	5	4	5	5	23	4	5	4	4	5	4	5
57	4	5	5	4	5	23	5	4	5	5	5	5	5
58	5	4	5	5	5	24	5	5	4	5	5	5	4
59	4	5	5	4	4	22	5	4	4	4	4	5	4
60	5	5	4	5	5	24	5	4	5	4	5	4	5
61	5	4	4	5	5	23	4	5	5	5	5	5	5
62	5	4	5	5	4	23	4	5	5	4	5	3	5
63	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	4	5
64	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	5	5
65	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	5	3
66	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	5	4	4
67	3	5	5	4	4	21	5	4	3	4	4	3	5
68	5	4	5	5	4	23	4	4	5	5	5	5	5
69	4	5	5	5	4	23	5	4	4	5	5	5	4
70	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	5	5
71	5	4	5	5	5	24	5	5	4	3	5	4	5
72	5	4	5	4	4	22	4	5	5	4	5	5	4
73	5	4	5	5	4	23	4	5	5	4	5	5	5
74	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	4	5	5
75	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	4	5	4
76	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	5	5
77	5	4	5	5	4	23	5	5	4	5	5	5	5
78	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	5	4
79	5	4	5	4	4	22	4	4	5	5	4	4	5
80	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	5	5
81	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	5	5	4
82	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	4	5	4
83	5	4	4	5	4	22	5	4	5	4	5	4	5
84	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	4	4	4

85	5	5	4	5	5	24	5	5	4	5	5	5	3
86	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	5	5
87	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	5	5
88	3	5	5	5	3	21	4	5	5	5	5	5	4
89	5	4	5	4	5	23	5	5	4	5	5	4	5
90	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	5	5
91	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	4	5	5
92	5	5	5	5	5	25	4	3	5	5	4	5	5
93	5	4	5	5	5	24	4	5	5	4	4	5	5
94	5	3	5	5	4	22	5	5	5	5	5	5	5
95	5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	5	5	4
96	5	4	5	5	4	23	5	4	5	4	5	3	5
97	5	4	5	5	4	23	5	5	5	4	5	5	5
98	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	4
99	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	4	3
100	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5
101	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	5	5
102	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5
103	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5
104	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	4
105	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	5	5	5
106	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5
107	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5
108	5	4	5	5	4	23	5	5	5	4	4	5	5
109	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	4	5	5
110	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	5	4
111	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	4	4	4
112	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	3	5
113	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	4	4
114	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5

115	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	5	4	3
116	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	4	5
117	5	4	5	4	5	23	5	5	5	4	5	5	5
118	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	5	5	5
119	5	5	5	5	3	23	5	5	5	5	4	5	5
120	5	5	5	4	4	23	4	3	5	5	4	5	5
121	5	5	5	5	4	24	5	5	2	5	3	5	5
122	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	5	5
123	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	5	4
124	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	5	4
125	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	5	2
126	5	5	5	5	5	25	5	5	3	5	5	5	5
127	5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	5	5	5
128	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5
129	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	5	5	5
130	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	4	5	5
131	5	4	4	5	4	22	5	5	5	5	5	5	5
132	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	5	5
133	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	5	4
134	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5
135	5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	5	5	5
136	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5
137	5	4	5	4	4	22	4	5	5	4	5	5	4
138	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	4	5	4
139	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	5	5
140	5	4	5	5	5	24	4	5	5	4	4	5	5
141	5	5	4	5	5	24	5	4	4	4	5	5	5
142	5	5	5	4	5	24	5	5	4	5	5	5	5
143	5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	5	4	3
144	5	5	4	5	5	24	4	4	4	5	5	5	4

145	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	4	5
146	5	5	5	5	4	24	5	4	5	4	5	4	5
147	5	4	4	4	4	21	4	5	5	4	4	5	4
148	4	5	4	5	5	23	4	5	4	5	5	4	3
149	5	4	5	5	5	24	5	5	5	4	5	4	4
150	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	5	5	5
151	5	4	5	3	5	22	5	5	4	5	5	5	4
152	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	5	5	4
153	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	5	5
154	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	4	5	5
155	5	5	5	5	5	25	5	3	5	5	5	3	5
156	5	4	5	5	4	23	5	5	5	5	5	5	5
157	5	5	4	5	5	24	5	5	4	5	4	4	4
158	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	5	5
159	5	4	5	5	4	23	4	4	5	5	3	3	5
160	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	5	5
161	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	5	4
162	5	5	4	5	5	24	4	4	5	5	5	5	4
163	5	5	5	5	5	25	5	5	5	3	5	5	5
164	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	3	5	4
165	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	4	5
166	5	5	4	4	4	22	5	4	4	4	4	5	5
167	5	5	4	5	4	23	4	5	5	5	5	5	4
168	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	5	5
169	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	5	4
170	5	4	5	5	5	24	3	5	5	4	4	4	5

No. Res p	Pelayanan												TOTAL P
	P 8	P 9	P1 0	P1 1	P1 2	P1 3	P1 4	P1 5	P1 6	P1 7	P1 8	P1 9	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	93
2	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	87
3	5	4	5	3	3	3	3	5	5	5	5	5	83
4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	87
5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	92
6	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	86
7	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	88
8	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	89
9	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	92
10	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	93
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	94
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	91
13	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	85
14	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	93
16	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	87
17	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	89
18	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	3	3	82
19	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	93
20	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	83
21	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	89
22	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	93
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	94
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
26	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	94
27	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	89

28	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	92
29	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	84
30	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	91
31	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	86
32	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	91
33	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	4	5	89
34	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	89
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	91
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	91
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94
38	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	92
39	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	90
40	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	90
41	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	90
42	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	92
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	93
44	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	80
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	94
46	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	90
47	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	90
48	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	91
49	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	90
50	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	87
51	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	89
52	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	89
53	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	91
54	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	5	4	89
55	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	86
56	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	88
57	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	91

58	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	91
59	3	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	84
60	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	89
61	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	91
62	5	5	4	5	5	3	5	5	5	4	5	4	86
63	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	90
64	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	92
65	5	4	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	88
66	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	79
67	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	86
68	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	89
69	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	87
70	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	91
71	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	87
72	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	89
73	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	91
74	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	91
75	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	86
76	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94
77	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	92
78	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	91
79	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	83
80	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	92
81	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	91
82	4	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	87
83	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	90
84	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	87
85	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	88
86	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	93
87	5	5	4	3	5	5	5	2	5	5	5	5	88

88	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	88
89	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	90
90	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	92
91	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	88
92	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	88
93	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	88
94	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	92
95	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	4	90
96	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	89
97	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	92
98	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	91
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	90
100	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94
101	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	95
102	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	94
103	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	93
104	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	92
105	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	93
106	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	94
107	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	94
108	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	87
109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94
110	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	93
111	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	89
112	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	91
113	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	86
114	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	93
115	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	88
116	5	5	5	5	4	4	5	5	3	5	3	5	88
117	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	92

118	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	92
119	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	93
120	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	89
121	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	87
122	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	94
123	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	91
124	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	89
125	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	90
126	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	92
127	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	93
128	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94
129	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	89
130	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	90
131	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	94
132	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	92
133	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	86
134	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	94
135	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	92
136	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	94
137	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	89
138	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	86
139	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	3	5	89
140	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	90
141	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	84
142	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	90
143	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	87
144	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	2	83
145	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	89
146	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	83
147	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	87

148	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	88
149	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	87
150	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	88
151	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	89
152	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	90
153	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	89
154	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	84
155	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	87
156	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	90
157	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	88
158	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	93
159	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	85
160	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	94
161	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	91
162	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	86
163	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	91
164	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	86
165	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	92
166	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	5	88
167	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	89
168	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	91
169	5	5	5	4	4	4	3	5	5	3	5	5	87
170	5	5	5	4	4	3	5	5	3	5	5	5	84

No. Res p	Harga					Keputusan Pembelian						
	H 1	H 2	H 3	H 4	TOTAL H	KP M1	KP M2	KP M3	KP M4	KP M5	KP M6	TOTAL KPM
1	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	4	28
2	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
3	4	4	5	5	18	4	5	4	5	5	5	28
4	3	3	3	3	12	5	4	5	5	5	2	26
5	4	4	4	4	16	3	5	5	5	5	3	26
6	5	5	5	5	20	4	5	5	4	5	4	27
7	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
8	5	5	5	5	20	5	4	5	5	4	3	26
9	5	5	5	3	18	5	5	5	5	4	5	29
10	5	5	5	4	19	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
12	4	4	4	4	16	5	5	5	5	5	5	30
13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29
17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
18	3	3	3	3	12	5	5	5	5	5	4	29
19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	29
21	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	4	28
22	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
23	5	4	5	4	18	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	4	4	16	5	5	5	5	4	4	28
25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
26	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	29
27	4	5	5	5	19	5	5	5	5	4	5	29

28	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29
29	4	4	5	4	17	4	4	5	5	4	3	25
30	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	4	28
31	5	4	5	5	19	4	5	4	5	3	5	26
32	5	4	5	5	19	4	5	5	5	4	5	28
33	5	5	4	5	19	5	5	5	5	4	4	28
34	5	5	5	5	20	4	5	5	5	4	5	28
35	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	4	5	19	3	5	5	5	5	4	27
37	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	4	29
38	4	5	4	5	18	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	4	4	18	4	5	4	4	5	3	25
40	5	4	5	5	19	4	5	5	4	5	5	28
41	5	5	5	5	20	5	4	4	4	5	5	27
42	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	29
43	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	4	28
44	4	5	4	5	18	4	4	5	5	5	4	27
45	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	5	29
47	3	5	5	5	18	4	5	5	4	5	5	28
48	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29
49	5	5	5	4	19	5	5	5	4	5	5	29
50	4	5	5	4	18	5	5	5	5	5	4	29
51	5	4	5	3	17	5	5	5	5	5	5	30
52	5	4	5	5	19	4	4	5	5	5	5	28
53	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	5	29
54	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	29
55	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	4	28
56	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	4	28
57	4	5	4	5	18	5	5	5	5	5	5	30

58	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	4	19	5	5	4	5	5	4	28
60	5	5	4	5	19	4	5	5	5	5	5	29
61	5	5	4	3	17	5	5	5	5	5	4	29
62	5	5	5	5	20	5	4	5	5	4	5	28
63	5	5	5	5	20	5	4	5	4	5	5	28
64	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	5	29
65	5	5	5	5	20	4	5	5	5	4	5	28
66	4	5	4	5	18	4	5	5	5	5	4	28
67	5	5	4	4	18	3	5	5	4	5	5	27
68	5	5	5	5	20	5	4	5	4	5	5	28
69	4	5	4	5	18	5	4	5	5	5	4	28
70	4	5	5	5	19	4	5	5	4	5	5	28
71	4	5	4	5	18	5	4	5	4	5	4	27
72	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	2	26
73	5	4	5	4	18	5	5	4	5	5	4	28
74	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
75	5	4	4	5	18	5	5	5	5	5	3	28
76	4	5	5	5	19	5	4	5	5	5	5	29
77	5	5	5	4	19	5	5	4	5	5	5	29
78	5	4	4	4	17	5	4	5	5	5	4	28
79	4	5	5	4	18	5	5	4	5	5	5	29
80	5	4	5	5	19	5	4	4	5	5	4	27
81	5	5	4	5	19	4	5	5	5	4	4	27
82	5	4	5	5	19	5	4	5	5	5	5	29
83	5	4	5	5	19	5	5	4	5	5	5	29
84	4	4	5	5	18	5	5	5	5	5	5	30
85	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	29
86	5	5	5	5	20	4	4	5	5	5	5	28
87	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	5	29

88	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	5	29
89	4	5	5	5	19	5	4	5	5	5	5	29
90	5	5	4	5	19	5	5	5	5	4	5	29
91	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30
92	4	5	5	5	19	5	5	5	5	4	5	29
93	5	5	4	5	19	5	5	4	5	5	5	29
94	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30
95	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	4	29
96	5	4	5	5	19	5	5	4	5	5	5	29
97	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
98	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	29
99	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
100	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	5	29
101	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
102	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
103	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	30
104	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30
105	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	29
106	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30
107	4	3	5	5	17	5	5	5	5	5	5	30
108	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30
109	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30
110	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
111	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29
112	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	30
113	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
114	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	5	29
115	4	5	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30
116	5	5	4	5	19	5	5	5	4	3	5	27
117	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	30

118	5	5	5	5	20	5	5	5	3	5	5	28
119	5	5	5	5	20	4	5	3	5	5	5	27
120	5	4	3	5	17	5	3	5	5	5	5	28
121	5	3	5	5	18	5	3	5	5	5	5	28
122	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	29
123	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29
124	5	4	5	5	19	5	4	5	4	5	5	28
125	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	29
126	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	5	29
127	4	5	5	5	19	5	3	5	5	5	5	28
128	5	5	4	5	19	5	5	5	5	4	5	29
129	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
130	5	5	4	4	18	5	5	5	5	5	5	30
131	5	5	4	3	17	4	3	5	5	5	5	27
132	4	4	5	5	18	5	5	5	5	4	5	29
133	4	5	4	5	18	4	5	4	4	5	5	27
134	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	5	30
135	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
136	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	4	28
137	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	5	30
138	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	4	29
139	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	3	28
140	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	4	29
141	5	5	5	5	20	4	5	5	5	5	5	29
142	4	5	4	5	18	4	4	5	5	5	5	28
143	4	4	4	4	16	5	5	4	5	5	5	29
144	5	3	5	5	18	5	5	5	4	5	5	29
145	4	4	5	5	18	4	5	4	5	5	4	27
146	4	4	5	5	18	5	5	4	5	5	5	29
147	4	4	4	5	17	5	5	5	5	4	5	29

148	5	3	5	4	17	5	5	4	5	5	5	29
149	5	5	5	4	19	5	5	5	4	5	5	29
150	5	5	5	4	19	5	4	5	5	5	5	29
151	4	3	3	5	15	5	4	5	5	5	5	29
152	4	5	5	5	19	5	4	4	5	5	5	28
153	4	5	5	5	19	4	4	5	5	5	5	28
154	5	3	5	5	18	5	4	3	5	5	5	27
155	5	5	5	5	20	3	5	5	5	5	5	28
156	4	5	5	4	18	5	5	4	5	4	4	27
157	5	5	4	4	18	5	4	5	5	5	5	29
158	5	5	4	4	18	5	4	5	4	4	5	27
159	4	5	4	4	17	5	5	5	4	4	4	27
160	5	5	4	4	18	5	5	5	4	4	5	28
161	5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	5	30
162	5	5	5	5	20	5	5	4	4	4	5	27
163	4	4	5	5	18	5	5	4	5	5	5	29
164	4	3	3	5	15	5	5	5	5	5	4	29
165	5	5	5	5	20	5	4	5	5	5	4	28
166	5	5	4	3	17	5	5	4	5	4	5	28
167	5	4	4	4	17	4	4	5	5	5	4	27
168	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	5	29
169	5	5	5	3	18	5	5	5	4	5	5	29
170	5	4	5	5	19	5	5	5	5	5	4	29

Lampiran 5

Analisis Statistik Hasil Penelitian

A. Output Analisa Validitas dan Rehabilitas dengan SPSS 26

FACTOR

```

/VARIABLES KPR1 KPR2 KPR4 KPR5 KPR6
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS KPR1 KPR2 KPR4 KPR5 KPR6
/PRINT INITIAL CORRELATION SIG DET KMO INV REPR AIC EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION.

```

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.810
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	73.176
	df	10
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		KPR1	KPR2	KPR4	KPR5	KPR6
Anti-image Covariance	KPR1	.331	-.150	-.190	-.079	-.059
	KPR2	-.150	.491	-.032	.050	-.128
	KPR4	-.190	-.032	.544	-.029	-.006
	KPR5	-.079	.050	-.029	.421	-.211
	KPR6	-.059	-.128	-.006	-.211	.343
Anti-image Correlation	KPR1	.807 ^a	-.372	-.447	-.211	-.175
	KPR2	-.372	.837 ^a	-.063	.109	-.312
	KPR4	-.447	-.063	.847 ^a	-.060	-.013
	KPR5	-.211	.109	-.060	.786 ^a	-.556
	KPR6	-.175	-.312	-.013	-.556	.787 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
KPR1	1.000	.791
KPR2	1.000	.624
KPR4	1.000	.565
KPR5	1.000	.645
KPR6	1.000	.746

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
KPR1	.889
KPR2	.790
KPR4	.752
KPR5	.803
KPR6	.864

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES P1 P2 P3
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS P1 P2 P3
/PRINT INITIAL CORRELATION SIG DET KMO INV REPR AIC EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION.
    
```

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.712
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	29.896
	df	3
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		P1	P2	P3
Anti-image Covariance	P1	.483	-.228	-.227
	P2	-.228	.557	-.144
	P3	-.227	-.144	.558
Anti-image Correlation	P1	.677 ^a	-.439	-.437
	P2	-.439	.733 ^a	-.258
	P3	-.437	-.258	.734 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

	Communalities	
	Initial	Extraction
P1	1.000	.780
P2	1.000	.719
P3	1.000	.719

Extraction Method: Principal Component Analysis.

	Component 1
P1	.883
P2	.848
P3	.848

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES P6 P7 P9
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS P6 P7 P9
/PRINT INITIAL CORRELATION SIG DET KMO INV REPR AIC EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION.
    
```

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.705
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	23.740
	df	3
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		P6	P7	P9
Anti-image Covariance	P6	.589	-.200	-.243
	P7	-.200	.633	-.200
	P9	-.243	-.200	.589
Anti-image Correlation	P6	.694 ^a	-.329	-.412
	P7	-.329	.729 ^a	-.329
	P9	-.412	-.329	.694 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities		
	Initial	Extraction
P6	1.000	.715
P7	1.000	.678
P9	1.000	.715

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix ^a	
	Component 1
P6	.846
P7	.823
P9	.846

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES P10 P11 P12 P13
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS P10 P11 P12 P13
/PRINT INITIAL CORRELATION SIG DET KMO INV REPR AIC EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
    
```

/METHOD=CORRELATION.

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.611
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	39.603
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		P10	P11	P12	P13
Anti-image Covariance	P10	.566	.084	-.139	-.303
	P11	.084	.462	-.297	-.187
	P12	-.139	-.297	.511	.047
	P13	-.303	-.187	.047	.492
Anti-image Correlation	P10	.603 ^a	.164	-.258	-.574
	P11	.164	.594 ^a	-.611	-.392
	P12	-.258	-.611	.626 ^a	.093
	P13	-.574	-.392	.093	.621 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
P10	1.000	.537
P11	1.000	.649
P12	1.000	.613
P13	1.000	.655

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
P10	.733
P11	.805
P12	.783
P13	.809

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES P14 P15 P16 P17
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS P14 P15 P16 P17
/PRINT INITIAL CORRELATION SIG DET KMO INV REPR AIC EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION.
    
```

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.786
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	45.448
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		P14	P15	P16	P17
Anti-image Covariance	P14	.550	-.118	-.186	-.029
	P15	-.118	.616	-.120	-.088
	P16	-.186	-.120	.372	-.214
	P17	-.029	-.088	-.214	.504
Anti-image Correlation	P14	.814 ^a	-.202	-.411	-.054
	P15	-.202	.869 ^a	-.250	-.157
	P16	-.411	-.250	.722 ^a	-.495
	P17	-.054	-.157	-.495	.783 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

	Communalities	
	Initial	Extraction
P14	1.000	.647
P15	1.000	.606
P16	1.000	.800
P17	1.000	.671

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
P14	.804
P15	.779
P16	.895
P17	.819

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.
a. 1 components
extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES P18 P19 P20 P21 P22
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS P18 P19 P20 P21 P22
/PRINT INITIAL CORRELATION SIG DET KMO INV REPR AIC EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION.

```

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.830
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	61.560
	df	10
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		P18	P19	P20	P21	P22
Anti-image Covariance	P18	.398	-.170	-.078	-.055	-.180
	P19	-.170	.566	-.150	-.065	.040
	P20	-.078	-.150	.557	-.122	-.040
	P21	-.055	-.065	-.122	.479	-.178
	P22	-.180	.040	-.040	-.178	.447
Anti-image Correlation	P18	.809 ^a	-.359	-.166	-.126	-.427
	P19	-.359	.829 ^a	-.267	-.126	.079
	P20	-.166	-.267	.880 ^a	-.235	-.080
	P21	-.126	-.126	-.235	.850 ^a	-.385
	P22	-.427	.079	-.080	-.385	.792 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

	Communalities	
	Initial	Extraction
P18	1.000	.743
P19	1.000	.563
P20	1.000	.614
P21	1.000	.675
P22	1.000	.656

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
P18	.862
P19	.750
P20	.783
P21	.821
P22	.810

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES H1 H2 H3 H4
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS H1 H2 H3 H4
/PRINT INITIAL CORRELATION SIG DET KMO INV REPR AIC EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION.

```

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test		
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.766
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	193.208
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		H1	H2	H3	H4
Anti-image Covariance	H1	.027	-.026	-.025	.025
	H2	-.026	.048	.007	-.039
	H3	-.025	.007	.046	-.045
	H4	.025	-.039	-.045	.237
Anti-image Correlation	H1	.690 ^a	-.726	-.723	.313
	H2	-.726	.788 ^a	.143	-.369
	H3	-.723	.143	.778 ^a	-.434
	H4	.313	-.369	-.434	.833 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

	Communalities	
	Initial	Extraction
H1	1.000	.959
H2	1.000	.956
H3	1.000	.961
H4	1.000	.827

Extraction Method: Principal Component Analysis.

	Component Matrix ^a	
	Component 1	
H1	.979	
H2	.978	
H3	.980	
H4	.910	

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

FACTOR

```

/VARIABLES KPM2 KPM3 KPM4 KPM5 KPM6 KPM7
/MISSING LISTWISE
/ANALYSIS KPM2 KPM3 KPM4 KPM5 KPM6 KPM7
/PRINT INITIAL CORRELATION SIG DET KMO INV REPR AIC EXTRACTION
/CRITERIA MINEIGEN(1) ITERATE(25)
/EXTRACTION PC
/ROTATION NOROTATE
/METHOD=CORRELATION.
    
```

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.707
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	80.645
	df	15
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		KPM2	KPM3	KPM4	KPM5	KPM6	KPM7
Anti-image Covariance	KPM2	.509	.083	-.184	-.182	-.023	-.174
	KPM3	.083	.219	-.131	-.089	-.166	-.195
	KPM4	-.184	-.131	.507	-.068	.009	.148
	KPM5	-.182	-.089	-.068	.458	-.048	.038
	KPM6	-.023	-.166	.009	-.048	.518	.086
	KPM7	-.174	-.195	.148	.038	.086	.376
Anti-image Correlation	KPM2	.694 ^a	.248	-.363	-.376	-.045	-.398
	KPM3	.248	.649 ^a	-.395	-.281	-.493	-.680
	KPM4	-.363	-.395	.730 ^a	-.141	.017	.340
	KPM5	-.376	-.281	-.141	.852 ^a	-.098	.091
	KPM6	-.045	-.493	.017	-.098	.793 ^a	.195
	KPM7	-.398	-.680	.340	.091	.195	.591 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

	Communalities	
	Initial	Extraction
KPM2	1.000	.516
KPM3	1.000	.781
KPM4	1.000	.524
KPM5	1.000	.664
KPM6	1.000	.517
KPM7	1.000	.506

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component 1
KPM2	.718
KPM3	.884
KPM4	.724
KPM5	.815
KPM6	.719
KPM7	.712

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

RELIABILITY

/VARIABLES=KPR1 KPR2 KPR4 KPR5 KPR6
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	5

RELIABILITY

/VARIABLES=P1 P2 P3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.819	3

RELIABILITY

/VARIABLES=P6 P7 P9
 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL=ALPHA.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	3

RELIABILITY

/VARIABLES=P10 P11 P12 P13
 /SCALE('ALL VARIABLES') ALL
 /MODEL=ALPHA.

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	4

RELIABILITY

```
/VARIABLES=P14 P15 P16 P17
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.839	4

RELIABILITY

```
/VARIABLES=P18 P19 P20 P21 P22
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	5

RELIABILITY

```

/VARIABLES=H1 H2 H3 H4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
    
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.972	4

RELIABILITY

```

/VARIABLES=KPM2 KPM3 KPM4 KPM5 KPM6 KPM7
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
    
```

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.825	6

B. Output Uji Asumsi Klasik dan Regresi Linier Berganda SPSS 26

REGRESSION

```

/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
/MISSING LISTWISE
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA COLLIN TOL
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
/NOORIGIN
/DEPENDENT Y
/METHOD=ENTER X1 X2 X3
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)
/RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)
/SAVE RESID.
    
```

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pembelian (Y)	28.6647	1.13546	170
Kualitas Produk (X1)	23.8059	1.00471	170
Pelayanan (X2)	89.6235	3.16780	170
Harga (X3)	18.8765	1.35962	170

Correlations

Keputusan Pembelian (Y)	Kualitas Produk (X1)	Pelayanan (X2)	Harga (X3)

Pearson Correlation	Keputusan Pembelian (Y)	1.000	.202	.267	.230
	Kualitas Produk (X1)	.202	1.000	.146	.130
	Pelayanan (X2)	.267	.146	1.000	.264
	Harga (X3)	.230	.130	.264	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian (Y)	.	.004	.000	.001
	Kualitas Produk (X1)	.004	.	.029	.046
	Pelayanan (X2)	.000	.029	.	.000
	Harga (X3)	.001	.046	.000	.
N	Keputusan Pembelian (Y)	170	170	170	170
	Kualitas Produk (X1)	170	170	170	170
	Pelayanan (X2)	170	170	170	170
	Harga (X3)	170	170	170	170

Model	Variables Entered/Removed ^a		
	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga (X3), Kualitas Produk (X1), Pelayanan (X2) ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.348 ^a	.121	.105		1.07405	1.744

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.393	3	8.798	7.626	.000 ^b
	Residual	191.495	166	1.154		
	Total	217.888	169			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

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

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	15.562	2.880		5.403	.000		
	Kualitas Produk (X1)	.172	.084	.152	2.056	.041	.970	1.031
	Pelayanan (X2)	.073	.027	.204	2.685	.008	.918	1.090
	Harga (X3)	.131	.063	.156	2.062	.041	.922	1.085

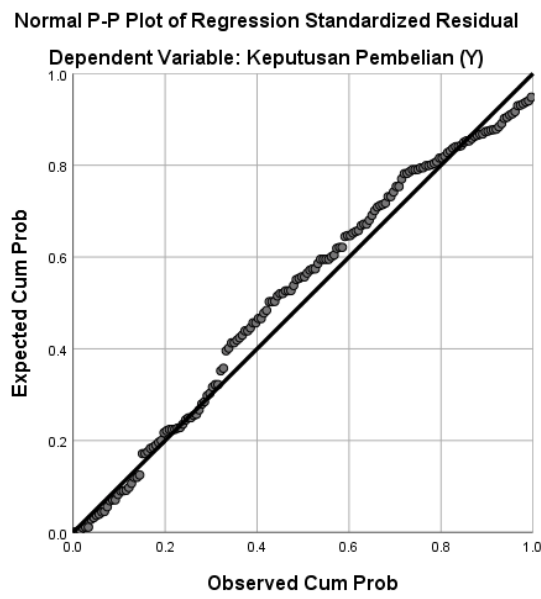
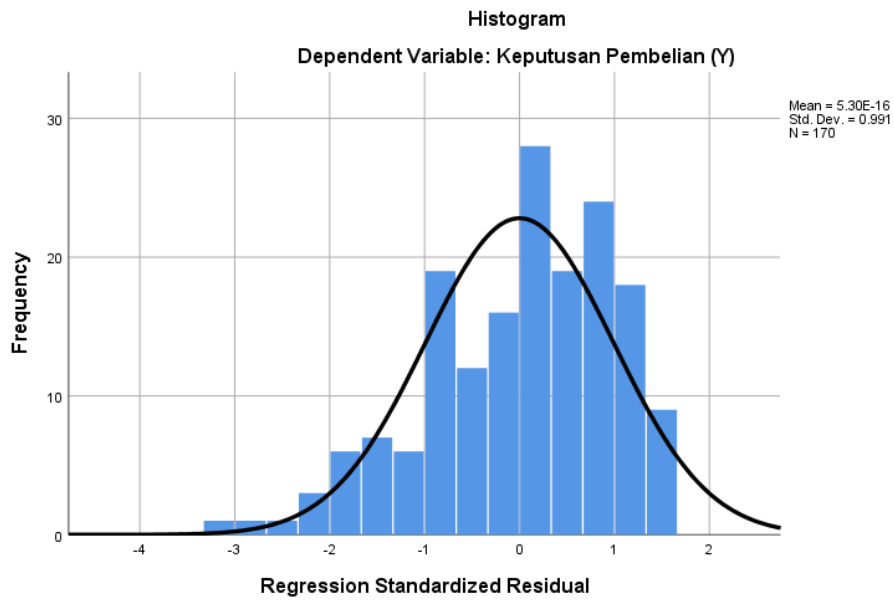
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

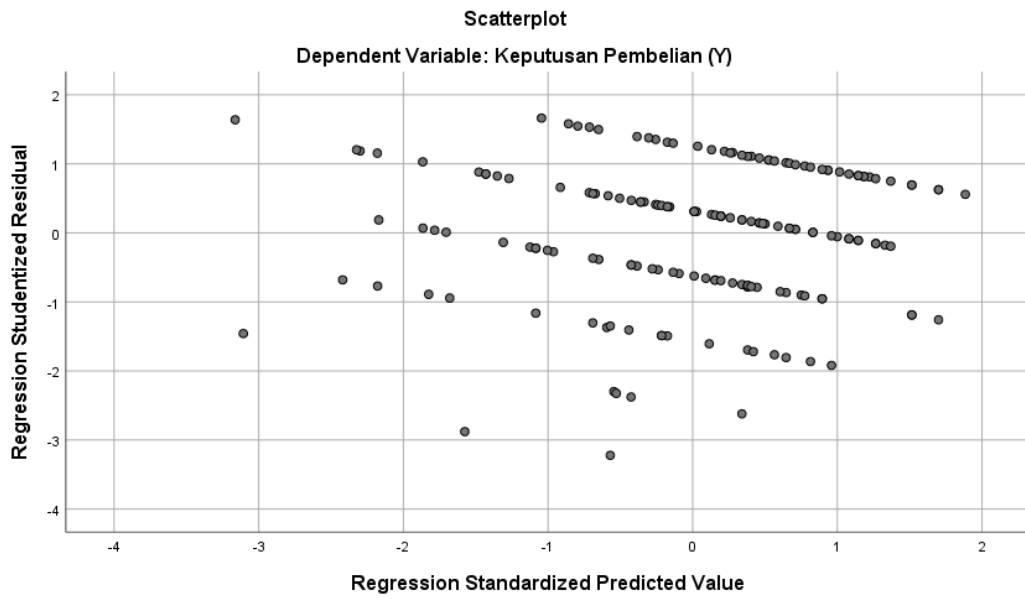
Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimensi	Eigenvalue	Condition Index		Variance Proportions		
					(Constant)	Kualitas Produk (X1)	Pelayanan (X2)
1	1	3.995	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.004	33.115	.02	.07	.01	.96
	3	.001	55.735	.03	.72	.36	.04
	4	.001	85.812	.96	.21	.63	.00

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Charts





NPAR TESTS
/K-S(NORMAL)=RES_1
/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		170
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.06447585
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.052
	Negative	-.079
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.011 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

NPAR TESTS

```
/RUNS(MEDIAN)=RES_1  
/MISSING ANALYSIS.
```

NPar Tests**Runs Test**

	Unstandardized Residual
Test Value ^a	.15325
Cases < Test Value	84
Cases >= Test Value	86
Total Cases	170
Number of Runs	74
Z	-1.845
Asymp. Sig. (2-tailed)	.065

a. Median

Lampiran 6

Hasil Cek Turnitin

Ridho Prasetya R (20180101352)

ORIGINALITY REPORT

11 %	10 %	5 %	5 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	jurnal.umt.ac.id Internet Source	2 %
2	Submitted to Universitas Pelita Harapan Student Paper	2 %
3	123dok.com Internet Source	1 %
4	repository.stei.ac.id Internet Source	1 %
5	Submitted to IAIN Purwokerto Student Paper	1 %
6	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	1 %
7	ecampus.iainbatusangkar.ac.id Internet Source	1 %
8	garuda.kemdikbud.go.id Internet Source	1 %
9	Kristian Suhartadi Widi Nugraha, Bachtiar Maliki. "Peran Sensitivitas Harga dalam	<1 %

Memoderasi Minat Pembelian", Widya Cipta:
Jurnal Sekretari dan Manajemen, 2021

Publication

10	core.ac.uk Internet Source	<1 %
11	digilibadmin.unismuh.ac.id Internet Source	<1 %
12	id.scribd.com Internet Source	<1 %
13	jurnalmahasiswa.unesa.ac.id Internet Source	<1 %
14	Dwi Indah Utami, Nurul Hidayah. "PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK, DAN BRAND AMBASSADOR TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SCARLETT", Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2022 Publication	<1 %

Exclude quotes Off

Exclude matches Off

Exclude bibliography Off

Lampiran 7

Sekilas Biodata Penulis



Ridho Prasetya Rifanda lahir pada 27 Desember 1999 di Tangerang. Penulis menempuh pendidikan di SDN Bunder 2 pada jenjang sekolah dasar kemudian berlanjut di SMPN 8 Kota Tangerang untuk jenjang menengah pertama, dan SKMN 4 Kota Tangerang untuk jenjang menengah kejuruan dengan jurusan Design Engineering. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan ke jenjang yang lebih tinggi yaitu sarjana pada Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Esa Unggul. Selain itu penulis juga telah menyelesaikan tugas akhirnya untuk menyelesaikan program studi sarjana.

Dengan judul “PENGARUH KUALITAS PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA ATAS KEPUTUSAN PEMBELIAN *SPAREPART* DI BERKAH MOTOR TANGERANG”.

Dengan mengucap puji dan syukur kepada Allah SWT, diharapkan tugas akhir yang berupa tulisan ini dapat memberikan beragam manfaat untuk berbagai pihak dan memberikan kontribusi *positif* secara khusus pada bidang keilmuan manajemen maupun bidang keilmuan lainnya.