

**PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK PEPSODENT
(Studi Kasus Di Fakultas Ekonomi UISU)**

SKRIPSI

Diajukan Untuk dan Memenuhi Syarat Mengikuti Seminar Proposal
Di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara

DIAJUKAN OLEH :

NAMA MAHASISWA : EKA PRATIWI
NPM : 71170312059
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU (S1)
PROGRAM STUDI : EKONOMI MANAJEMEN
KONSENTRASI : PEMASARAN



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA
FAKULTAS EKONOMI**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : **EKA PRATIWI**
NPM : **71170312059**
Jurusan : **Ekonomi Manajemen**
Program Stud : **S1**
Judul Skripsi : **PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PRODUK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK
PEPSODENT (Studi Kasus Di Fakultas Ekonomi UISU)**

Medan, Oktober 2021

Disetujui Oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II

(Dr. H.Nur M. Ridha Tarigan, S.E., M.M) **(Nur Agus Fahmi, S.E.,M.CS)**

Ketua Program Studi Manajemen

(Dr. Supriadi, S.E., M.M., M.Si)

KATA PENGANTAR

Bismillahirrohmannirohim.

Dengan mengucapkan alhamdulillah robbil ‘alamin, penulis menghadirkan kebesaran Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, keselamatan, kesempatan dan kekuatan kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penelitian ini merupakan tugas akhir guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana ekonomi pada Universitas Islam Sumatera Utara (UISU) Medan. Adapun judul penelitian yang dilakukan penulis adalah: **”Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk Pepsodent (Studi Kasus Di Fakultas Ekonomi UISU)”**.

Selama melakukan penelitian dan penulisan skripsi ini, penulis banyak memperoleh bantuan moril dan materil dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang tulus kepada:

1. Bapak Dr. H. Yanhar Jamaluddin, MAP, selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
2. Ibu Dr Hj Safrida, SE.,MSi, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
3. Bapak Dr.Supriadi, S.E.,M.M.,M.Si selaku ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
4. Bapak Dr. H.Nur M. Ridha Tarigan, S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Bapak Nur Agus Fahmi, S.E.,M.CS, selaku Pembimbing II yang telah membimbing dan mengarahkan penulis dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen, serta pegawai di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara Medan.
7. Terima kasih yang tak terhingga saya ucapkan kepada Ayahanda dan Ibunda, selaku orang tua dari penulis yang telah memberikan dukungan, do'a, materi dan semangat yang tak pernah ada hentinya selama perkuliahan sampai pada penyelesaian studi penulis.
8. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada keluarga besar penulis yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu namanya, atas dukungan, do'a dan semangat yang telah diberikan.

Akhirnya penulis menyampaikan ucapan terima kasih atas jerih payah yang telah diberikan, semoga Allah SWT akan membalas kebaikan dan memberikan rahmat-Nya kepada kita semua, mudah-mudahan proposal skripsi ini bermanfaat bagi yang membacanya.

Medan, November 2021
Penulis,

Eka Pratiwi

| | |
|--|-----------|
| 2.1.2.4. Indikator Kualitas Produk..... | 29 |
| 2.1.3. Keputusan Pembelian..... | 30 |
| 2.1.3.1. Pengertian Keputusan Pembelian..... | 30 |
| 2.1.3.2. Faktor-Faktor Keputusan Pembelian..... | 33 |
| 2.1.3.3. Proses Keputusan Membeli | 35 |
| 2.1.3.4. Indikator Keputusan Membeli..... | 37 |
| 2.1.4. Hubungan Citra Merek Dengan Keputusan Pembelian Produk..... | 39 |
| 2.1.5. Hubungan Kualitas Produk Dengan Keputusan Pembelian Produk..... | 39 |
| 2.2. Penelitian Terdahulu..... | 40 |
| 2.3. Kerangka Konseptual | 45 |
| 2.4. Hipotesis | 47 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 48 |
| 3.1. Lokasi, Objek dan Waktu Penelitian | 48 |
| 3.2. Populasi dan Sampel | 46 |
| 3.3. Teknik Pengumpulan Data..... | 50 |
| 3.4. Definisi Operasional Variabel..... | 49 |
| 3.5. Teknik Analisis Data | 52 |
| BAB IV : GAMBARAN UMUM FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA..... | 56 |
| 4.1. Gambaran Umum Universitas Islam Sumatera Utara..... | 56 |
| 4.1.1. Sejarah Singkat..... | 56 |
| 4.1.2. Visi dan Misi Fakultas Ekonomi UISU..... | 57 |
| 4.1.3. Dekanat..... | 58 |
| 4.2. Gambaran Umum Produk Pepsodent..... | 58 |

| | |
|--|-----------|
| BAB V : ANALISIS DAN EVALUASI | 61 |
| 5.1. Analisis Data | 61 |
| 5.1.1. Karakteristik Responden..... | 61 |
| 5.1.2. Hasil Angket Variabel Penelitian..... | 63 |
| 5.1.3. Uji Coba Instrumen..... | 69 |
| 5.1.4. Deskripsi Data Variabel..... | 73 |
| 5.1.5. Koefisien Regresi..... | 74 |
| 5.1.6. Pengujian Hipotesis..... | 75 |
| 5.2. Evaluasi..... | 82 |
| BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN | 87 |
| 6.1. Kesimpulan..... | 87 |
| 6.2. Saran..... | 88 |
| DAFTAR PUSTAKA..... | 89 |
| LAMPIRAN. | |

B. DAFTAR TABEL

| | | Halaman |
|------------|--|---------|
| Tabel 1.1 | : Hasil Kuesioner Pra Survey..... | 7 |
| Tabel 2.1 | : Penelitian Terdahulu..... | 40 |
| Tabel 3.1 | : Jadwal Penelitian..... | 47 |
| Tabel 3.2 | : Kriteria Populasi Berdasarkan Identitas Populasi Mahasiswa FE UISU Jurusan Manajemen Stambuk 2018..... | 48 |
| Tabel 3.3 | : Kerangka Sampel Berdasarkan Stambuk Mahasiswa FE UISU Jurusan Manajemen..... | 50 |
| Tabel 3.3 | : Definisi Operasional..... | 51 |
| Tabel 5.1 | : Deskripsi Jenis Kelamin | 61 |
| Tabel 5.2 | : Deskripsi Usia..... | 62 |
| Tabel 5.3 | : Karakteristik Responden Berdasarkan Uang Saku Perbulan.. | 62 |
| Tabel 5.4 | : Skor Angket Variabel Citra Merek (X_1)..... | 63 |
| Tabel 5.5 | : Skor Angket Variabel Kualitas Produk (X_2)..... | 65 |
| Tabel 5.6 | : Skor Angket Variabel Keputusan Pembelian..... | 67 |
| Tabel 5.7 | : Uji Validitas Item Kuesioner Citra Merek (X_1)..... | 70 |
| Tabel 5.8 | : Uji Validitas Item Kualitas Produk (X_2)..... | 71 |
| Tabel 5.9 | : Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)..... | 72 |
| Tabel 5.10 | : Pengujian Reliabilitas..... | 73 |
| Tabel 5.11 | : Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi..... | 73 |
| Tabel 5.12 | : Deskripsi Data Variabel Penelitian..... | 74 |
| Tabel 5.13 | : Koefisien Regresi..... | 74 |
| Tabel 5.14 | : Nilai VIF..... | 77 |

| | | |
|------------|-----------------------------------|----|
| Tabel 5.15 | : ANOVA ^b | 79 |
| Tabel 5.15 | : Coefficients ^a | 80 |
| Tabel 5.17 | : Model Summary..... | 81 |

DAFTAR GAMBAR

| | Halaman |
|-------------|--|
| Gambar 2.1. | : Pengaruh Citra Merek dengan Keputusan Pembelian... 42 |
| Gambar 2.2. | : Pengaruh Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian..... 43 |
| Gambar 2.3. | : Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk dengan Keputusan Pembelian..... 45 |
| Gambar 5.1. | : Grafik Plot..... 56 |
| Gambar 5.2. | : Scatter Plot..... 78 |

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (2017). *Manajemen Ekuitas Merek*. Jakarta: Mitra Utama.
- Abdullah, Thamrin dan Tantri Francis. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Arianty, N., Khodri, P. L., Christiani, I., & Jasin, H. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Medan: Perdana Publishing.
- Arikunto, Suharsimi, (2012), *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Assauri, S. (2014). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Astuti, Rini & Hastina Febriaty. (2017), “*Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Di Pasar Modern: Studi Kasus Pada Indomaret Di Kecamatan Medan Denai Kota Medan*”, Jurnal Riset Sains Manajemen, Volume 1 Nomor 1.
- Durianto, Darmadi. (2014). *Brand Equity Ten Strategi Memimpin Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Farrel dan Hartline. (2011). *Marketing Managemen Strageties, Fifth Edition*. International Edition : South- Western, Cengage Learning.
- Hapsari, Ajeng, P (2017) “*Celebrity Endorser, Typical-Person Endorser Iklan Televisi dan Brand Image Produk (Studi Kasus Pada Pond's Age Miracle)*.” Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran Bandung.
- Humdiana. (2015). “*Analisis Elemen-Elemen Ekuitas Merek Produk Rokok Merek Djarum Black*.” Jurnal Ekonomi Perusahaan, Vol.12, No.1 Maret 2015.
- Kotler, Philip dan Amstrong. (2012). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Indeks.
- Kotler, Philip. (2015). *Manajamen Pemasaran*, Jilid 1 dan 2. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane (2013), *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Lupiyoadi, Rambat. (2013). *Manajemen Pemasaran Jasa Berbasis Kompetensi*. Jakarta: Salemba Empat.

- Nawawi, Hadari. (2011). *Metode Penelitian Deskriptif*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Rangkuti, Freddy. (2012). *The Power Of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Kasus dengan SPSS*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sangadji, Etta Mamang. (2017). *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta : Andi.
- Schiffman, L., & Kanuk, L. L. 2008. *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen)* Edisi Ketujuh. Jakarta: Indeks.
- Stanton, William J. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta : Erlangga.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Sumarwan, Ujang. (2013). *Riset Pemasaran dan Konsumen Seri 3*. Bogor: PT Penerbit IPB Press
- Sunyoto, D. (2012). *Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: CAPS.
- Supranto. J. (2017). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Jakarta : Mitra Wacana Media.
- Sutisna. (2013). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Swastha, Basu dan Irawan. (2015). *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty.
- Tjiptono, Fandy, (2018). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- Zulfajri, M., Makmur., & Hidayat. (2017). "Analisis Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Pelita Ponsel Pasir Pengaraian". *Jurnal Mahasiswa Fakultas Ekonomi*.

I. Identitas Responden

Sebelum menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini, mohon Saudara mengisi data berikut terlebih dahulu. (Jawaban yang saudara berikan akan diperlakukan secara rahasia). Lingkari untuk jawaban pilihan saudara.

- a. Jenis Kelamin :
 - 1) Laki-laki
 - 2) Perempuan
- b. Berapa usia anda saat ini ?
 - a) 18 - 22 tahun
 - b) 22 – 27 tahun
 - c) 27 – 32 tahun
 - d) > 32 tahun
- c. Apa pendidikan terakhir saudara ?
 - 1) < Rp.500.000.
 - 2) Rp.500.000-Rp.1.000.000
 - 3) > Rp 1.000.000

II. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Responden dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia. Hanya satu jawaban saja yang dimungkinkan untuk setiap pertanyaan. Pada masing-masing pertanyaan terdapat lima alternative jawaban yang mengacu pada teknik skala Likert, yaitu:

| | |
|---------------------------|-----|
| Sangat Setuju (SS) | = 5 |
| Setuju (S) | = 4 |
| Kurang Setuju (KS) | = 3 |
| Tidak Setuju (TS) | = 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | = 1 |

Data responden dan semua informasi yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya, oleh sebab itu dimohon untuk mengisi kuesioner dengan sebenarnya dan seobjektif mungkin.

Daftar Pertanyaan

Variabel Citra Merek (X_i)

| NO | Pertanyaan | SS | S | N | TS | STS |
|----|--|----|---|---|----|-----|
| 1 | Citra Merek yang digunakan <i>pepsodent</i> mudah diingat | | | | | |
| 2 | Citra Merek yang disampaikan oleh produk <i>pepsodent</i> bersifat positif | | | | | |
| 3 | Citra Merek produk <i>pepsodent</i> sudah dikenal dikalangan mahasiswa | | | | | |
| 4 | Citra Merek produk <i>pepsodent</i> termasuk kategori best seller | | | | | |
| 5 | Citra Merek produk <i>pepsodent</i> mencerminkan kualitas produk yang handal | | | | | |
| 6 | Citra Merek produk Iphone menguasai pangsa pasar yang luas | | | | | |
| 7 | Citra Merek produk <i>pepsodent</i> menggambarkan budaya tertentu | | | | | |
| 8 | Merek <i>pepsodent</i> memiliki citra baik yang melekat pada konsumen. | | | | | |
| 9 | Produk <i>pepsoden</i> mudah dikenali dari kemasan atau desainnya. | | | | | |
| 10 | Citra Merek produk <i>pepsodent</i> lebih unggul dibandingkan dengan produk lain | | | | | |

Daftar Pertanyaan

Variabel Kualitas Produk (X₂)

| NO | Pertanyaan | SS | S | N | TS | STS |
|----|---|----|---|---|----|-----|
| 1 | Pasta gigi <i>pepsodent</i> merupakan pasta gigi yang nyaman pada saat digunakan | | | | | |
| 2 | Pasta gigi <i>pepsodent</i> memiliki kualitas standar kesehatan dokter Indonesia. | | | | | |
| 3 | Pasta gigi <i>pepsodent</i> kemasanya kuat sehingga produknya tidak mudah rusak. | | | | | |
| 4 | Pasta gigi <i>pepsodent</i> memiliki reputasi kuat, berkualitas dan nyaman. | | | | | |
| 5 | Pasta gigi <i>pepsodent</i> memiliki kualitas produk yang bermutu bagus | | | | | |
| 6 | Kualitas yang diberikan pasta gigi <i>pepsodent</i> sesuai dengan harapan saya | | | | | |
| 7 | Pasta gigi <i>pepsodent</i> mudah dalam penggunaannya. | | | | | |
| 8 | Pasta gigi <i>pepsodent</i> memiliki desain yang bagus sehingga disukai masyarakat. | | | | | |
| 9 | Memilih produk <i>pepsodent</i> karena menarik perhatian dikalangan mahasiswa | | | | | |
| 10 | Pasta gigi <i>pepsodent</i> adalah produk yang sesuai dengan yang diharapkan konsumen/mahasiswa . | | | | | |

Daftar Pertanyaan

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

| NO | Pertanyaan | SS | S | N | TS | STS |
|----|---|----|---|---|----|-----|
| 1 | Mebutuhkan pasta gigi <i>pepsodent</i> untuk menjaga kebersihan dan kesehatan gigi | | | | | |
| 2 | Sebelum menggunakan <i>pepsodent</i> saya mencari informasi dari keluarga, teman, tetangga | | | | | |
| 3 | Membeli pasta gigi <i>pepsodent</i> karena produknya yang berkualitas | | | | | |
| 4 | Membeli pasta gigi <i>pepsodent</i> karena merek yang terkenal | | | | | |
| 5 | Membeli pasta gigi <i>pepsodent</i> karena tempat penjualan yang cukup banyak | | | | | |
| 6 | Membeli pasta gigi <i>pepsodent</i> karena memiliki kuantitas/volume isi yang sesuai dengan keinginan pelanggan | | | | | |
| 7 | Merasa puas menggunakan pasta gigi <i>pepsodent</i> | | | | | |
| 8 | Produk pasta gigi <i>pepsodent</i> banyak digunakan dikalangan mahasiswa | | | | | |
| 9 | Membeli kembali pasta gigi <i>pepsodent</i> jika membutuhkannya | | | | | |
| 10 | Menceritakan keunggulan dari pasta gigi <i>pepsodent</i> kepada orang lain | | | | | |

| | | | | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 18 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 3 | 34 |
| 19 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 20 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 36 |
| 21 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 34 |
| 22 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 23 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 2 | 2 | 24 |
| 23 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 25 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 26 | 3 | 3 | 5 | 5 | 3 | 2 | 3 | 4 | 3 | 3 | 34 |
| 27 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 31 |
| 28 | 3 | 3 | 2 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 29 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 30 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 30 |

Reliability

Citra Merek (X₁)

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 | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .827 | .836 | 10 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|--------|------|----------------|----|
| item1 | 2.87 | .346 | 30 |
| item2 | 2.83 | .531 | 30 |
| item3 | 2.80 | .407 | 30 |
| item4 | 2.93 | .583 | 30 |
| item5 | 2.93 | .521 | 30 |
| item6 | 3.00 | .695 | 30 |
| item7 | 2.80 | .484 | 30 |
| item8 | 2.87 | .346 | 30 |
| item9 | 2.73 | .521 | 30 |
| item10 | 2.87 | .346 | 30 |

Inter-Item Correlation Matrix

| | item1 | item2 | item3 | item4 | item5 | item6 | item7 | item8 | item9 | item10 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| item1 | 1.000 | .626 | .294 | .125 | .523 | .144 | .247 | .135 | .179 | .135 |
| item2 | .626 | 1.000 | .639 | .074 | .457 | .000 | .403 | .063 | .333 | -.125 |
| item3 | .294 | .639 | 1.000 | .378 | .260 | .244 | .665 | .294 | .553 | .049 |
| item4 | .125 | .074 | .378 | 1.000 | .098 | .425 | .440 | .638 | .393 | .467 |
| item5 | .523 | .457 | .260 | .098 | 1.000 | .476 | .219 | .140 | .186 | .140 |
| item6 | .144 | .000 | .244 | .425 | .476 | 1.000 | .512 | .431 | .476 | .431 |
| item7 | .247 | .403 | .665 | .440 | .219 | .512 | 1.000 | .247 | .875 | .247 |
| item8 | .135 | .063 | .294 | .638 | .140 | .431 | .247 | 1.000 | .370 | .712 |
| item9 | .179 | .333 | .553 | .393 | .186 | .476 | .875 | .370 | 1.000 | .562 |
| item10 | .135 | -.125 | .049 | .467 | .140 | .431 | .247 | .712 | .562 | 1.000 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| item1 | 25.77 | 8.461 | .414 | .650 | .821 |
| item2 | 25.80 | 7.959 | .392 | .800 | .825 |
| item3 | 25.83 | 7.868 | .604 | .678 | .805 |
| item4 | 25.70 | 7.459 | .507 | .571 | .813 |
| item5 | 25.70 | 7.872 | .434 | .572 | .820 |
| item6 | 25.63 | 6.930 | .547 | .640 | .813 |
| item7 | 25.83 | 7.316 | .711 | .936 | .791 |

| | | | | | |
|--------|-------|-------|------|------|------|
| item8 | 25.77 | 8.254 | .523 | .741 | .813 |
| item9 | 25.90 | 7.197 | .696 | .952 | .791 |
| item10 | 25.77 | 8.392 | .450 | .904 | .819 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 28.63 | 9.413 | 3.068 | 10 |

Kualitas Produk (X₂)

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 | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .915 | .917 | 10 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|--------|------|----------------|----|
| item1 | 2.93 | .254 | 30 |
| item2 | 2.90 | .305 | 30 |
| item3 | 2.97 | .183 | 30 |
| item4 | 2.90 | .305 | 30 |
| item5 | 2.93 | .254 | 30 |
| item6 | 2.90 | .305 | 30 |
| item7 | 2.93 | .254 | 30 |
| item8 | 2.90 | .305 | 30 |
| item9 | 2.80 | .407 | 30 |
| item10 | 2.87 | .346 | 30 |

Inter-Item Correlation Matrix

| | item1 | item2 | item3 | item4 | item5 | item6 | item7 | item8 | item9 | item10 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| item1 | 1.000 | .802 | -.050 | .802 | .464 | -.089 | -.071 | -.089 | .535 | .681 |
| item2 | .802 | 1.000 | .557 | 1.000 | .802 | .259 | .356 | .259 | .667 | .850 |
| item3 | -.050 | .557 | 1.000 | .557 | .695 | .557 | .695 | .557 | .371 | .473 |
| item4 | .802 | 1.000 | .557 | 1.000 | .802 | .259 | .356 | .259 | .667 | .850 |
| item5 | .464 | .802 | .695 | .802 | 1.000 | .356 | .464 | .356 | .535 | .681 |
| item6 | -.089 | .259 | .557 | .259 | .356 | 1.000 | .802 | .630 | .389 | .523 |
| item7 | -.071 | .356 | .695 | .356 | .464 | .802 | 1.000 | .802 | .535 | .681 |
| item8 | -.089 | .259 | .557 | .259 | .356 | .630 | .802 | 1.000 | .667 | .523 |
| item9 | .535 | .667 | .371 | .667 | .535 | .389 | .535 | .667 | 1.000 | .784 |
| item10 | .681 | .850 | .473 | .850 | .681 | .523 | .681 | .523 | .784 | 1.000 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| item1 | 26.10 | 4.438 | .465 | . | .917 |
| item2 | 26.13 | 3.913 | .823 | . | .898 |
| item3 | 26.07 | 4.478 | .631 | . | .911 |
| item4 | 26.13 | 3.913 | .823 | . | .898 |
| item5 | 26.10 | 4.162 | .746 | . | .903 |

| | | | | |
|--------|-------|-------|------|------|
| item6 | 26.13 | 4.257 | .515 | .916 |
| item7 | 26.10 | 4.231 | .674 | .907 |
| item8 | 26.13 | 4.189 | .574 | .913 |
| item9 | 26.23 | 3.633 | .774 | .903 |
| item10 | 26.17 | 3.661 | .921 | .890 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 29.03 | 4.999 | 2.236 | 10 |

Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

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

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 | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .849 | .897 | 10 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|--------|------|----------------|----|
| item1 | 3.03 | .320 | 30 |
| item2 | 3.07 | .450 | 30 |
| item3 | 3.13 | .681 | 30 |
| item4 | 3.13 | .434 | 30 |
| item5 | 3.07 | .254 | 30 |
| item6 | 3.13 | .629 | 30 |
| item7 | 3.13 | .571 | 30 |
| item8 | 3.27 | .640 | 30 |
| item9 | 3.00 | .263 | 30 |
| item10 | 3.03 | .320 | 30 |

Inter-Item Correlation Matrix

| | item1 | item2 | item3 | item4 | item5 | item6 | item7 | item8 | item9 | item10 |
|--------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| item1 | 1.000 | .943 | .295 | .464 | .822 | .663 | .352 | .124 | .821 | 1.000 |
| item2 | .943 | 1.000 | .420 | .483 | .866 | .577 | .367 | .176 | .876 | .943 |
| item3 | .295 | .420 | 1.000 | .637 | .346 | -.043 | .484 | .548 | .385 | .295 |
| item4 | .464 | .483 | .637 | 1.000 | .543 | .059 | .065 | .240 | .302 | .464 |
| item5 | .822 | .866 | .346 | .543 | 1.000 | .591 | .174 | .099 | .518 | .822 |
| item6 | .663 | .577 | -.043 | .059 | .591 | 1.000 | .141 | .251 | .418 | .663 |
| item7 | .352 | .367 | .484 | .065 | .174 | .141 | 1.000 | .749 | .460 | .352 |
| item8 | .124 | .176 | .548 | .240 | .099 | .251 | .749 | 1.000 | .205 | .124 |
| item9 | .821 | .876 | .385 | .302 | .518 | .418 | .460 | .205 | 1.000 | .821 |
| item10 | 1.000 | .943 | .295 | .464 | .822 | .663 | .352 | .124 | .821 | 1.000 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Squared Multiple Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|--------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| item1 | 27.97 | 8.309 | .787 | . | .824 |
| item2 | 27.93 | 7.651 | .808 | . | .813 |
| item3 | 27.87 | 7.430 | .530 | . | .843 |
| item4 | 27.87 | 8.464 | .479 | . | .841 |
| item5 | 27.93 | 8.754 | .695 | . | .835 |
| item6 | 27.87 | 7.982 | .418 | . | .853 |
| item7 | 27.87 | 7.844 | .529 | . | .838 |
| item8 | 27.73 | 7.789 | .466 | . | .848 |
| item9 | 28.00 | 8.690 | .713 | . | .833 |
| item10 | 27.97 | 8.309 | .787 | . | .824 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 31.00 | 9.862 | 3.140 | 10 |