

# LAMPIRAN – LAMPIRAN



**Lampiran 01. Merek Produk Kopi Khas Pupuan yang Paling Diminati  
Konsumen di Kecamatan Pupuan**

No	Merek Produk Kopi Khas Pupuan	Persentase
1.	Kopi Cahaya Bali	20 %
2.	Kopi UD.Cipta Lestari	60 %
3	Kopi Bali Mutiara	10 %
4	Kopi Leak Munduktemu	10 %

Sumber: Pra Survey Peneliti (2023)



**Lampiran 02. Penjualan Produk Kopi Bali Mutiara di Gerai Batungsel Periode Bulan Juli s/d Bulan September Tahun 2023**

No	Bulan	Produk Terjual
1	Juli	525 Kg
2	Agustus	450 Kg
3	September	375 Kg

Sumber: *Owner* Kopi Bali Mutiara



**Lampiran 03. Kuesioner Penelitian****KUESIONER PENELITIAN  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**

Kepada

Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i Pelanggan Kopi Bali Mutiara

Hal: Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha pada Jurusan Manajemen, dengan ini saya mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Bali Mutiara Di Kecamatan Pupuan”**. Maka dengan ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/I untuk berkenan mengisi kuesioner ini. Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu, Saudara/i yang turut berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Singaraja, 30 November 2023

Peneliti

Dsk Md Yuliana Dewi

## 1. Data Responden

(Beri tanda ✓ pada kotak jawaban)

- a. Nama
- b. Jenis kelamin
- c. Usia
- d. Apakah pernah membeli produk Kopi Bali Mutiara di Kecamatan Pupuan?

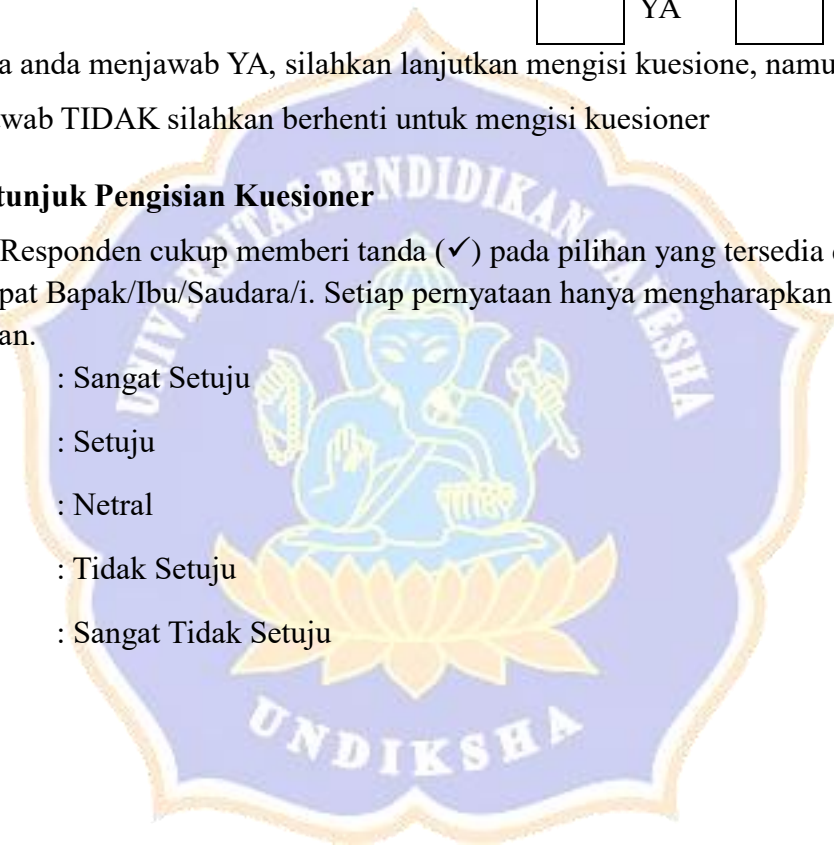
YA  TIDAK

Jika anda menjawab YA, silahkan lanjutkan mengisi kuesione, namun jika menjawab TIDAK silahkan berhenti untuk mengisi kuesioner

## 2. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Responden cukup memberi tanda (✓) pada pilihan yang tersedia dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i. Setiap pernyataan hanya mengharapkan satu jawaban.

- SS : Sangat Setuju  
S : Setuju  
N : Netral  
TS : Tidak Setuju  
STS : Sangat Tidak Setuju



## Daftar Pertanyaan

### A. Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	Keputusan Pembelian	5	4	3	2	1
Kemantapan Pada Sebuah Produk						
1	Saya membeli produk Kopi Bali Mutiara karena memiliki kualitas rasa yang bagus					
Kebiasaan Dalam Membeli Produk						
2	Saya selalu melakukan pembelian ulang produk Kopi Bali Mutiara karena menjadi salah satu kopi asli yang ada di Kecamatan Pupuan					
Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain						
3	Merasa puas membeli produk kopi Bali Mutiara sehingga merekomendasikan kepada orang lain					
Melakukan Pembelian Ulang						
4	Saya puas membeli produk Kopi Bali Mutiara sehingga selalu melakukan pembelian ulang dikemudian hari					

### B. Kualitas Produk

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	Kualitas Produk	5	4	3	2	1
Kinerja ( <i>performance</i> )						
1	Cita rasa kopi robusta dari produk Kopi Bali Mutiara tidak perlu diragukan lagi karena sudah pasti sangat berkualitas					
Keistimewaan tambahan ( <i>features</i> )						
2	Desain kemasan yang digunakan Kopi Bali Mutiara sangat rapi dan menarik					
Keandalan ( <i>reliability</i> )						
3	Penggunaan Kopi Bali Mutiara sangat mudah, baik untuk dikonsumsi atau sebagai bahan lainnya					
Kesesuaian dengan spesifikasi ( <i>conformance to specifications</i> )						
4	Informasi yang disajikan dalam kemasan Kopi Bali Mutiara sesuai dengan keadaan produknya					

Daya tahan (durability)						
5	Produk Kopi Bali Mutiara Mudah disimpan dan memiliki keawetan yang cukup lama					
Estetika (asthetic)						
6	Produk Kopi Bali Mutiara memiliki berbagai jenis ukuran kemasan sesuai dengan kebutuhan konsumen					

## C. Promosi

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	Promosi	5	4	3	2	1
Jangkauan Promosi						
1	Saya dapat menjangkau Produk Kopi Bali Mutiara dari berbagai jenis sosial media dan toko online lainnya.					
Kualitas Promosi						
2	Informasi yang diberikan jelas, menarik dan sesuai kenyataan sehingga berminat membeli produk Kopi Bali Mutiara					
Kuantitas promosi						
3	Review dari pengguna atau pembeli Kopi Bali Mutiara cukup banyak dan memberikan respon positif					
Waktu Promosi						
4	Waktu promosi yang dilakukan Kopi Bali Mutiara untuk menjual produk kopi sudah tepat sesuai harapan dan target					
Ketepatan Sasaran Promosi						
5	Promosi yang dilakukan UMKM ini mampu meyakinkan konsumen untuk membeli produk Kopi Bali Mutiara					



**Lampiran 04. Hasil Data Likert Pernyataan Responden Sampel Kecil**

No	Kualitas Produk						Promosi					Keputusan Pembelian			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
1.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2.	3	4	4	3	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5
3.	3	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5
4.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5.	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6.	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
7.	2	3	2	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4
8.	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
9.	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5
10.	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
11.	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12.	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
13.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
14.	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
15.	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4
16.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
17.	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
18.	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
19.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
20.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
21.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22.	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
23.	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24.	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
25.	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
27.	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	4	4	3
28.	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
30.	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4



**Lampiran 05. Hasil Data Likert Pernyataan Responden Sampel besar**

No	Kualitas Produk						Promosi					Keputusan Pembelian			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
1.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2.	3	4	4	3	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5
3.	3	3	4	3	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	5
4.	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5.	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
6.	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
7.	2	3	2	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4
8.	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5
9.	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5
10.	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4
11.	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
12.	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4
13.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
14.	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
15.	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4
16.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4
17.	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
18.	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
19.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
20.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
21.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22.	4	4	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
23.	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24.	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4
25.	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
27.	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	4	4	3
28.	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
30.	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
31.	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
32.	3	3	4	3	3	2	4	3	3	4	3	3	4	4	3
33.	4	2	4	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	4	3
34.	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
35.	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4
36.	4	2	5	4	2	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4
37.	4	3	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3
38.	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3
39.	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3
40.	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
41.	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3

No	Kualitas Produk						Promosi					Keputusan Pembelian			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
42.	4	3	4	4	3	4	4	3	2	4	2	3	4	4	3
43.	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
44.	4	4	4	4	2	4	3	3	2	3	2	3	4	4	3
45.	2	4	4	2	2	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4
46.	2	3	4	4	4	3	3	3	2	3	2	3	4	3	2
47.	4	4	5	4	3	4	3	2	2	3	2	3	3	3	3
48.	3	3	4	3	3	4	3	2	3	3	3	3	4	3	2
49.	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3
50.	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3
51.	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
52.	3	3	5	3	3	3	3	3	2	3	2	3	4	4	3
53.	3	3	4	3	3	3	4	2	2	4	2	3	3	3	3
54.	3	3	4	3	3	3	4	2	2	4	2	2	4	3	3
55.	4	3	4	4	3	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3
56.	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3
57.	4	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4
58.	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	4
59.	4	4	4	4	3	3	4	3	2	4	2	4	3	4	3
60.	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3
61.	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	4	3	3
62.	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3
63.	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4
64.	4	4	4	4	2	4	4	3	2	4	2	4	2	4	4
65.	3	2	3	3	4	4	4	2	2	4	2	4	2	4	4
66.	3	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3
67.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
69.	4	4	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4
70.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
71.	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
72.	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5
73.	5	3	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
74.	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
75.	3	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76.	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
77.	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	3
78.	4	4	5	5	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3
79.	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80.	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4
81.	4	3	4	4	2	2	3	3	3	3	3	4	4	4	3
82.	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
83.	4	4	4	4	2	2	4	3	3	4	3	2	3	4	2
84.	5	5	5	5	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4



No	Kualitas Produk						Promosi					Keputusan Pembelian			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4
128.	4	4	5	5	5	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4
129.	3	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
130.	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
131.	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
132.	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3
133.	2	3	5	4	2	2	4	4	4	4	4	3	4	4	4
134.	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
135.	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
136.	3	5	5	5	5	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4
137.	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4
138.	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
139.	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3
140.	4	4	4	5	5	5	4	4	3	4	3	2	4	4	2
141.	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3
142.	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	4	3
143.	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3
144.	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4
145.	2	3	5	5	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3
146.	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4
147.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
148.	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
149.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
150.	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4



## Lampiran 06. Deskripsi Data Responden

### Frequencies

		Statistics	
		Usia	Jenis Kelamin
N	Valid	150	150
	Missing	0	0

### Frequency Table

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	20-30 Tahun	38	25.3	25.3	25.3
	30-40 Tahun	46	30.7	30.7	56.0
	40-50 Tahun	47	31.3	31.3	87.3
	>50 Tahun	19	12.7	12.7	100.0
Total		150	100.0	100.0	

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki - laki	77	51.3	51.3	51.3
	Perempuan	73	48.7	48.7	100.0
Total		150	100.0	100.0	

**Lampiran 07. Hasil *Output* Perhitungan SPSS for windows Versi 25.0 Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>), Promosi (X<sub>2</sub>) dan Keputusan Pembelian (Y) Uji Validitas dan Reliabilitas**

**Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk Sampel Kecil**

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.523**	.719**	.745**	.428*	.695**	.856**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.018	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.523**	1	.528**	.443*	.477**	.707**	.742**
	Sig. (2-tailed)	.003		.003	.014	.008	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.719**	.528**	1	.720**	.499**	.601**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.005	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.745**	.443*	.720**	1	.523**	.585**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.014	.000		.003	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.428*	.477**	.499**	.523**	1	.426*	.697**
	Sig. (2-tailed)	.018	.008	.005	.003		.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.695**	.707**	.601**	.585**	.426*	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.019		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.856**	.742**	.859**	.846**	.697**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

## Reliability

**Scale: ALL VARIABLES**

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.889	6





## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Promosi Sampel Kecil

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.422*	.556**	.729**	.556**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.020	.001	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.422*	1	.546**	.546**	.546**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.020		.002	.002	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.556**	.546**	1	.556**	1.000**	.911**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002		.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.729**	.546**	.556**	1	.556**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.001		.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.556**	.546**	1.000**	.556**	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2	Pearson Correlation	.767**	.735**	.911**	.795**	.911**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

## Reliability

**Scale: ALL VARIABLES**

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	5

### Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian Sampel Kecil

#### Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.500**	.615**	.605**	.823**
	Sig. (2-tailed)		.005	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.500**	1	.587**	.574**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.005		.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.615**	.587**	1	.866**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	.605**	.574**	.866**	1	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.823**	.776**	.896**	.893**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	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	4

## Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk Sampel Besar

### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.505**	.419**	.536**	.255**	.432**	.713**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.002	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.2	Pearson Correlation	.505**	1	.416**	.533**	.412**	.442**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.3	Pearson Correlation	.419**	.416**	1	.633**	.257**	.309**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.002	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.4	Pearson Correlation	.536**	.533**	.633**	1	.325**	.321**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.5	Pearson Correlation	.255**	.412**	.257**	.325**	1	.670**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.002	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1.6	Pearson Correlation	.432**	.442**	.309**	.321**	.670**	1	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
X1	Pearson Correlation	.713**	.764**	.657**	.743**	.708**	.755**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150

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

## Reliability

Scale: ALL VARIABLES

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	150	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	6



## Hasil Uji Validitas dan Reiliabilitas Variabel Promosi Sampel Besar

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X.2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.594**	.584**	.958**	.584**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X2.2	Pearson Correlation	.594**	1	.761**	.610**	.761**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X2.3	Pearson Correlation	.584**	.761**	1	.584**	1.000**	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X2.4	Pearson Correlation	.958**	.610**	.584**	1	.584**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
X.2.5	Pearson Correlation	.584**	.761**	1.000**	.584**	1	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150
X2	Pearson Correlation	.802**	.865**	.935**	.806**	.935**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150

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

### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	150	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.914	5

## Hasil Uji Validitas dan Reiliabilitas Variabel Keputusan Pembelian Sampel Besar

### Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.532**	.568**	.754**	.882**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
Y.2	Pearson Correlation	.532**	1	.466**	.530**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150
Y.3	Pearson Correlation	.568**	.466**	1	.627**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150
Y.4	Pearson Correlation	.754**	.530**	.627**	1	.885**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150
Y	Pearson Correlation	.882**	.768**	.770**	.885**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150

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

### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	150	100.0

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

#### Reliability Statistics

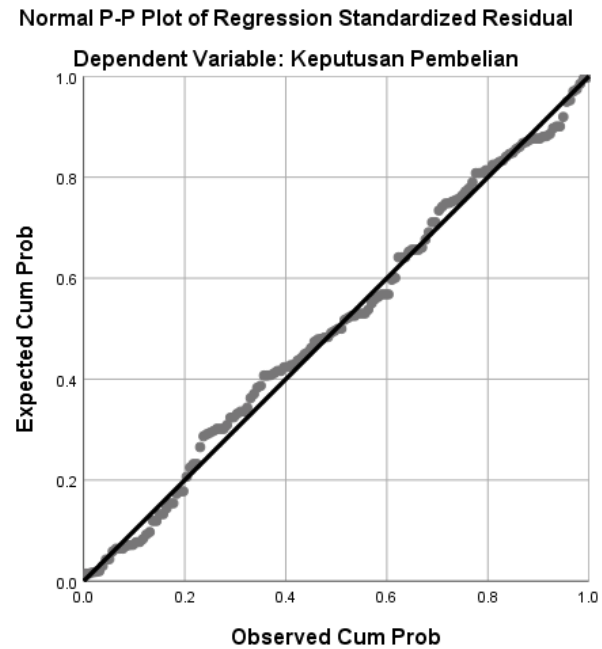
Cronbach's Alpha	N of Items
.841	4

## Lampiran 08. Hasil *Output* Perhitungan SPSS for *Windows* Versi 25.0 Uji Asumsi

### Klasik

#### 1. Uji Normalitas

##### c. Grafik Histogram P-Plot



#### 2. Uji Multikolinieritas

##### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Kualitas Produk <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.



**Coefficients<sup>a</sup>**

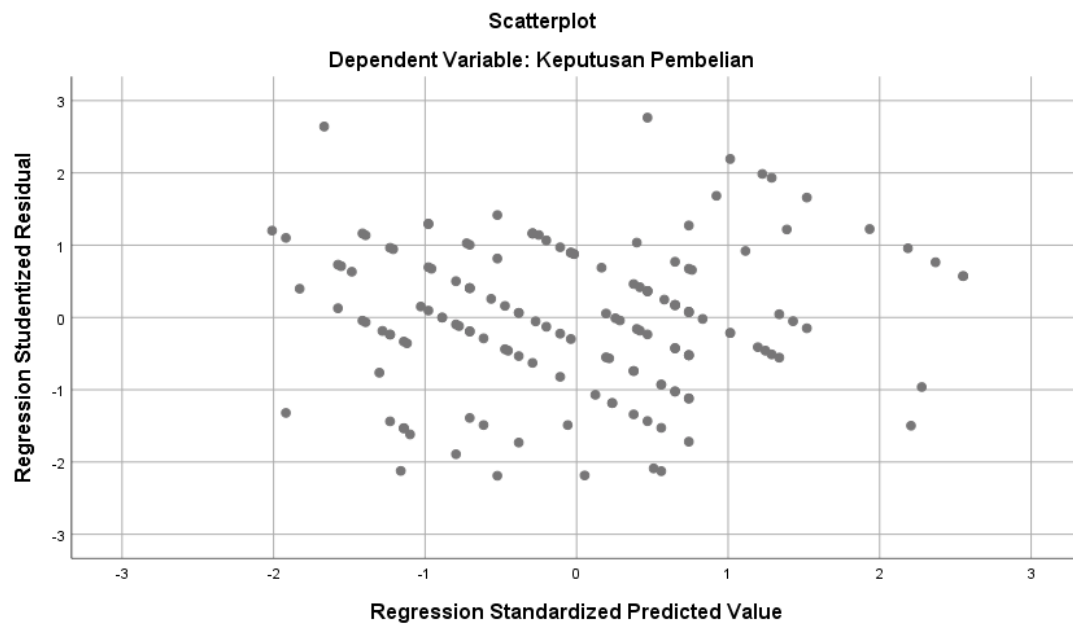
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.100	1.040		2.981	.003		
	Kualitas Produk	.161	.052	.205	3.108	.002	.741	1.349
	Promosi	.446	.049	.601	9.123	.000	.741	1.349

**Collinearity Diagnostics<sup>a</sup>**

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Kualitas Produk	Promosi
1	1	2.974	1.000	.00	.00	.00
	2	.017	13.145	.32	.04	.89
	3	.009	18.247	.67	.96	.11

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### 3. Uji Heteroskedastisitas



**Lampiran 09. Hasil *Output* Perhitungan SPSS for Windows Versi 25.0  
Analisis Regresi Linear Berganda**

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables		Method
		Entered	Removed	
1	Promosi, Kualitas Produk <sup>b</sup>	.		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.726 <sup>a</sup>	.528	.521	1.681

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	463.677	2	231.839	82.090	.000 <sup>b</sup>
	Residual	415.156	147	2.824		
	Total	878.833	149			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Produk

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		Part
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	
1	(Constant)	3.100	1.040		2.981	.003			

Kualitas Produk Promosi	.161	.052	.205	3.108	.002	.510	.248	.176
	.446	.049	.601	9.123	.000	.705	.601	.517

### Residuals Statistics<sup>a</sup>

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	11.02	19.07	14.57	1.764	150
Std. Predicted Value	-2.010	2.551	.000	1.000	150
Standard Error of Predicted Value	.140	.525	.227	.069	150
Adjusted Predicted Value	10.94	19.01	14.56	1.760	150
Residual	-3.660	4.609	.000	1.669	150
Std. Residual	-2.178	2.742	.000	.993	150
Stud. Residual	-2.190	2.764	.001	1.004	150
Deleted Residual	-3.716	4.682	.003	1.706	150
Stud. Deleted Residual	-2.219	2.829	.001	1.011	150
Mahal. Distance	.039	13.547	1.987	2.032	150
Cook's Distance	.000	.070	.007	.013	150
Centered Leverage Value	.000	.091	.013	.014	150

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



**Lampiran 10. Hasil *Output* Frekuensi Pernyataan Kuesioner Masing – masing Indikator Variabel.**

➤ **Frekuensi Variabel Kualitas Produk**

**Kinerja (performance)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	7.3	7.3	7.3
	Netral	42	28.0	28.0	35.3
	Setuju	89	59.3	59.3	94.7
	Sangat Setuju	8	5.3	5.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**Keistimewaan tambahan (features)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	12	8.0	8.0	8.0
	Netral	69	46.0	46.0	54.0
	Setuju	58	38.7	38.7	92.7
	Sangat Setuju	11	7.3	7.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**Keandalan (reliability)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Netral	7	4.7	4.7	5.3
	Setuju	96	64.0	64.0	69.3
	Sangat Setuju	46	30.7	30.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**Kesesuaian dengan spesifikasi (conformance to specifications)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
	Netral	28	18.7	18.7	19.3
	Setuju	90	60.0	60.0	79.3
	Sangat Setuju	31	20.7	20.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**Daya tahan (durability)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	15	10.0	10.0	10.0
	Netral	63	42.0	42.0	52.0
	Setuju	53	35.3	35.3	87.3
	Sangat Setuju	19	12.7	12.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**Estetika (asthetic)**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	15	10.0	10.0	10.0
	Netral	59	39.3	39.3	49.3
	Setuju	67	44.7	44.7	94.0
	Sangat Setuju	9	6.0	6.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

➤ **Frekuensi Variabel Promosi**

**Jangkauan Promosi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	37	24.7	24.7	24.7
	Setuju	99	66.0	66.0	90.7
	Sangat Setuju	14	9.3	9.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**Kualitas Promosi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	18	12.0	12.0	12.0
	Netral	60	40.0	40.0	52.0
	Setuju	64	42.7	42.7	94.7
	Sangat Setuju	8	5.3	5.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**Kuantitas promosi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	36	24.0	24.0	24.0
	Netral	45	30.0	30.0	54.0
	Setuju	59	39.3	39.3	93.3
	Sangat Setuju	10	6.7	6.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**Waktu Promosi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	37	24.7	24.7	24.7
	Setuju	99	66.0	66.0	90.7
	Sangat Setuju	14	9.3	9.3	100.0

Total	150	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

### Ketepatan Sasaran Promosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	36	24.0	24.0	24.0
	Netral	45	30.0	30.0	54.0
	Setuju	59	39.3	39.3	93.3
	Sangat Setuju	10	6.7	6.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

### ➤ Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian

#### Kemantapan Pada Sebuah Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	23	15.3	15.3	15.3
	Netral	54	36.0	36.0	51.3
	Setuju	60	40.0	40.0	91.3
	Sangat Setuju	13	8.7	8.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

#### Kebiasaan Dalam Membeli Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	7.3	7.3	7.3
	Netral	22	14.7	14.7	22.0
	Setuju	96	64.0	64.0	86.0
	Sangat Setuju	21	14.0	14.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	



### Memberikan Rekomendasi Kepada Orang Lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	38	25.3	25.3	25.3
	Setuju	99	66.0	66.0	91.3
	Sangat Setuju	13	8.7	8.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

### Melakukan Pembelian Ulang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	8.7	8.7	8.7
	Netral	65	43.3	43.3	52.0
	Setuju	61	40.7	40.7	92.7
	Sangat Setuju	11	7.3	7.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	



## Lampiran 11. Riwayat Hidup

### RIWAYAT HIDUP



Dsk Md Yuliana Dewi lahir di Tabanan pada tanggal 4 April 2001. Penulis lahir dari pasangan suami istri Dewa Putu Juniada dan Desak Putu Piliiani. Penulis berkebangsaan Indonesia dan Beragama Hindu. Penulis beralamat di Banjar Dinas Tangis, Desa Pajahan, Kecamatan Pupuan, Kabupaten Tabanan, Provinsi Bali. penulis menyelesaikan Pendidikan Dasar di SD Negeri 2 Pajahan dan lulus tahun 2014. Kemudian penulis melanjutkan di SMP Negeri 1 Pupuan dan lulus tahun 2017. Pada tahun 2020 penulis lulus dari SMA Negeri 1 Pupuan dan melanjutkan ke Universitas Pendidikan Ganesha Jurusan Manajemen. Pada semester akhir 2024 penulis telah menyelesaikan skripsi berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Produk Kopi Bali Mutiara di Kecamatan Pupuan”.

