



Lampiran 01. Kuesioner Penelitian Uji Coba

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Responden Peneliti

Di tempat

Dengan Hormat,

Berkenaan dengan pelaksanaan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Yeh Buleleng di Singaraja ”, maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu mengisi kuesioner yang saya berikan. Kuesioner ini dibuat untuk tujuan penelitian yang bersifat ilmiah dan semua jawaban yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya. Maka dari itu saya mohon Bapak/Ibu menjawab pertanyaan tersebut secara objektif dan benar. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan akan sangat membantu penelitian ini dan dapat digunakan apabila sudah terisi semua.

Akhir kata saya ucapkan terimakasih atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu dalam penelitian ini. Semoga selalu diberikan kesehatan dan kelancaran di setiap kegiatan yang dilakukan.

Hormat saya,

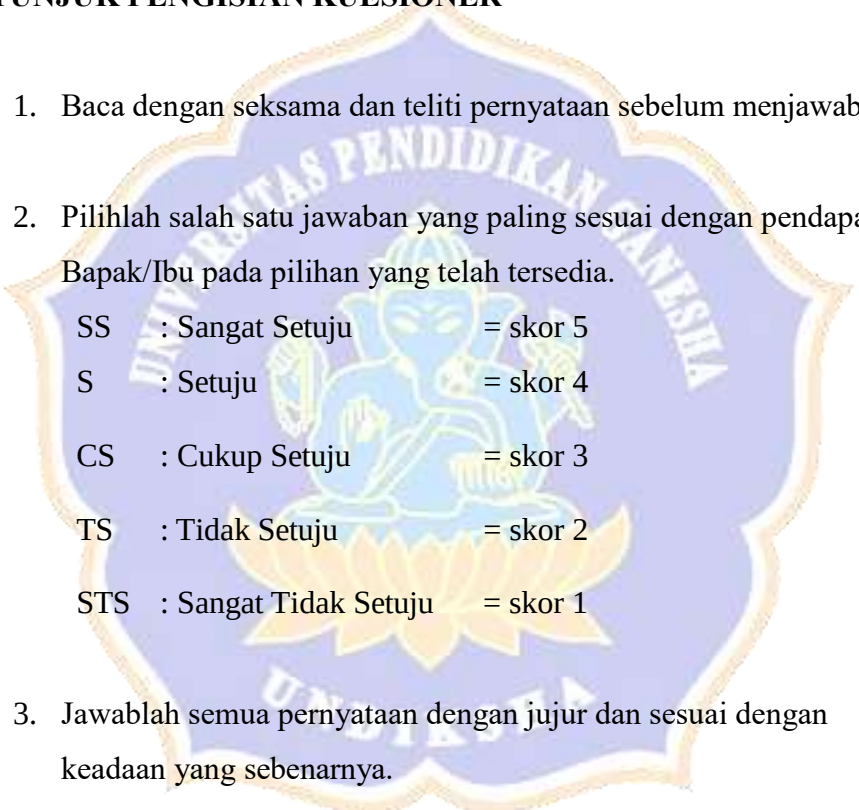
Ni Kadek Dwi Darmayani

2117011058

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Umur :
Jenis Kelamin :
Alamat :

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Baca dengan seksama dan teliti pernyataan sebelum menjawab.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu pada pilihan yang telah tersedia.


SS	: Sangat Setuju	= skor 5
S	: Setuju	= skor 4
CS	: Cukup Setuju	= skor 3
TS	: Tidak Setuju	= skor 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	= skor 1
3. Jawablah semua pernyataan dengan jujur dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

III. DAFTAR PERTANYAAN

Harga (X1)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Keterjangkauan Harga						
1	Harga yang ditawarkan oleh produk Air Mineral Yeh Buleleng cukup terjangkau.					
2	Saya membeli Air Mineral Yeh Buleleng karena harganya sesuai dengan kemampuan.					
Kesesuaian Harga dengan Kualitas						
3	Produk air mineral Yeh Buleleng memiliki harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas yang diberikan.					
4	Saya merasa puas dengan harga yang dibayarkan untuk produk air mineral Yeh Buleleng.					
Kesesuaian Harga dengan Manfaat						
5	Dibandingkan dengan merek lain, harga produk air mineral Yeh Buleleng sepadan dengan manfaat yang diberikan.					
Daya Saing Harga						
6	Saya lebih memilih membeli produk air mineral Yeh Buleleng dibandingkan dengan merek lain yang memiliki harga serupa					
7	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli produk air mineral Yeh Buleleng dengan merek air mineral lain					

	dilihat dari harganya					
--	-----------------------	--	--	--	--	--

Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Kinerja (<i>Performance</i>)						
8	Air Mineral Yeh Buleleng memiliki kejernihan yang baik.					
9	Tidak terdapat partikel asing atau kotoran dalam air mineral Yeh Buleleng					
Keragaman Produk (<i>Features</i>)						
10	Air mineral Yeh Buleleng memiliki varian ukuran dan pengemasan jenis produk.					
11	Saya merasa puas dengan kesegaran air mineral Yeh Buleleng dibandingkan dengan merek lain.					
Kesesuaian dengan Spesifikasi (<i>Cofermance to specification</i>)						
12	Saya merasa aman mengonsumsi air mineral Yeh Buleleng karena telah memiliki sertifikasi kesehatan,					
13	Saya percaya bahwa air mineral Yeh Buleleng menggunakan bahan baku yang aman.					
Keandalan (<i>Reability</i>)						
14	Kemasan air mineral Yeh buleleng tidak mudah bocor.					

15	Desain kemasan air mineral Yeh Buleleng menarik dan mudah untuk digunakan.					
Daya Tahan Produk (Durability)						
16	Air mineral Yeh Buleleng tetap segar meskipun disimpan dalam waktu yang lama.					
17	Tidak ada perubahan rasa atau bau pada air mineral Yeh Buleleng setelah dibuka.					

Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Pemilihan Produk						
18	Saya memilih produk air mineral Yeh Buleleng karena rasanya sesuai dengan kebutuhan .					
19	Saya memilih air mineral Yeh Buleleng karena memiliki keunggulan dibandingkan merek lain					
Pemilihan Merek						
20	Saya dengan mudah mengenali merek air mineral Yeh Buleleng					
21	Saya membeli air mineral Yeh Buleleng karena merupakan produk lokal.					
Pemilihan Penyalur						
22	Saya memilih air mineral Yeh Buleleng karena penyalur air mineral ini ini berlokasi dekat dengan tempat tinggal saya sehingga saya mengetahui detail					

	produk yang dijual.					
23	Produk air mineral Yeh Buleleng dapat ditemukan di minimarket atau toko kelontongan terdekat					
Waktu Pembelian						
24	Saya selalu membeli air mineral Yeh Buleleng ketika persediaan air mineral dirumah habis.					
25	Saya akan membeli kembali produk air mineral Yeh Buleleng.					
Jumlah Pembelian						
26	Saya membeli produk air mineral Yeh Buleleng dalam jumlah yang cukup untuk dikonsumsi oleh teman dan keluarga.					
27	Saya membeli air mineral Yeh Buleleng tergantung pada situasi dan kondisi.					

Lampiran 02. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Data Responden

Responden uji validitas dan reliabilitas dilakukan dilakukan pada masyarakat atau konsumen yang mengkonsumsi air mineral Yeh Buleleng diluar sampel penelitian yang digunakan. Uji ini dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada Masyarakat di Seririt, Kabupaten Buleleng Bali dengan jumlah responden 30 orang. Daftar nama Masyarakat di kecamatan seririt yang menjadi responden pada uji validitas dan reabilitas ini yaitu:

No	Nama	Umur	Jenis Kelamin	Alamat
1	Made Rusmini	33 Tahun	Perempuan	Seririt
2	Ni Kadek Suniarti	28 Tahun	Perempuan	Desa Mayong
3	Ria Wahyuni	28 Tahun	Perempuan	Desa Temukus
4	Widianita	29 Tahun	Perempuan	Desa Mayong
5	Putu Arya Dirgayusa	27 Tahun	Laki-Laki	Seririt
6	Kadek Mei Listiani	32 Tahun	Perempuan	Jalan Pahlawan,Seririt
7	Sima Fajrul	24 Tahun	Perempuan	Desa Sulanyah
8	Komang Puspitasari	26 Tahun	Perempuan	Seririt
9	Putu Galuh Candra	27 Tahun	Laki-Laki	Banjar Asem
10	Ni Nyoman Supartini	32 Tahun	Perempuan	Seririt
11	Ni Nyoman Tarni	45 Tahun	Perempuan	Desa Dencarik
12	Ni Nyoman Karmiati	42 Tahun	Perempuan	Desa Dencarik
13	Komang Putra	29 Tahun	Laki-laki	Jalan Diponogoro, Seririt
14	Ketut Tri Putrini	42 Tahun	Perempuan	Jalan Gajah Mada, Seririt
15	Made Margiani	38 Tahun	Perempuan	Perum Dencarik Garden Blok A.12
16	Ketut Berata	45 Tahun	Laki-Laki	Desa Joanyar
17	Sutisna	32 Tahun	Laki-laki	Desa Gunung Sari,Seririt

18	I Made Puja	57 Tahun	Laki-laki	Desa Gunung Sari, Seririt
19	Ni Wayan Sukarni	53 Tahun	Perempuan	Desa Banyupoh
20	Sutiawan	48 Tahun	Laki-laki	Desa Kaliasem
21	Made Ariani	51 Tahun	Perempuan	Jalan Wisnu,Gang Ganesha, Seririt
22	Ketut Meri Yuliani	32 Tahun	Perempuan	Desa Bestala
23	Gede Suliarta	41 Tahun	Laki-laki	Seririt
24	Putu Erna Tari	38 Tahun	Perempuan	Desa Dencarik
25	Desak Pt Yuki Andryani	42 Tahun	Perempuan	Desa Munduk Bestala
26	Dewa Gede Suadnyana Putra	45 Tahun	Laki-laki	Desa Munduk Bestala
27	Pande Made Santi	22 Tahun	Perempuan	Desa Mayong
28	Yunita	26 Tahun	Perempuan	seririt
29	Pande Putu Wisnu	30 Tahun	Laki-laki	Desa Temukus
30	Made Awan	43 Tahun	Laki-laki	Desa Dencarik

2. Data Uji Instrumen

a. Harga (X1)

No	X1							Total X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	
1	5	4	4	3	4	4	5	29
2	5	4	4	4	4	4	4	29
3	4	4	4	4	4	4	5	29
4	4	4	4	5	4	4	4	29
5	4	3	4	3	4	3	3	24
6	5	4	4	5	4	4	3	29
7	4	4	1	4	4	4	5	26
8	4	4	4	3	4	4	3	26
9	4	4	4	4	1	3	3	23

10	4	5	4	5	4	4	3	29
11	4	4	3	4	3	3	4	25
12	4	4	5	4	3	4	4	28
13	4	4	4	4	3	3	3	25
14	4	4	5	4	4	3	4	28
15	4	4	4	5	4	3	3	27
16	4	4	4	5	4	4	4	29
17	4	5	4	5	4	4	4	30
18	4	4	4	4	4	3	4	27
19	5	4	4	4	4	3	3	27
20	4	4	4	5	3	4	5	29
21	4	5	4	4	3	4	5	29
22	4	3	4	4	4	4	5	28
23	4	4	5	3	4	4	2	26
24	4	4	3	4	3	3	5	26
25	5	5	4	4	4	4	4	30
26	4	2	3	4	3	3	5	24
27	4	3	4	4	2	4	3	24
28	4	3	2	4	3	3	4	23
29	3	4	2	2	4	2	2	19
30	5	5	5	5	4	5	4	33

b. Kualitas Produk (X2)

No	X2										Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2
1	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	45
2	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	44
5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	42

6	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	42
7	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	43
8	4	5	3	2	4	5	4	4	4	3	38
9	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	41
10	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	41
11	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	44
12	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
13	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
14	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	41
15	4	4	3	4	5	5	4	4	5	3	41
16	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
17	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	45
18	4	4	4	3	5	5	5	4	5	4	43
19	4	5	4	4	4	5	2	4	4	4	40
20	3	4	4	3	5	4	4	5	4	5	41
21	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	43
22	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	46
23	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	44
24	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	36
25	4	5	4	4	5	4	2	4	5	4	41
26	3	4	2	4	5	4	5	5	3	4	39
27	5	5	5	3	5	5	4	5	4	5	46
28	4	2	4	3	4	2	2	4	2	3	30
29	3	4	4	4	4	4	4	3	5	3	38
30	4	3	5	4	3	4	3	4	4	4	38

c. Keputusan Pembelian (Y)

No	Y										Total Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	
1	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	43

2	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	42
3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	45
5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	44
7	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
8	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	41
9	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	42
10	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	41
11	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	38
12	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	37
13	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	41
14	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	43
15	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	40
16	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	41
17	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	44
18	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	47
19	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	39
20	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	39
21	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	39
22	5	4	3	4	3	4	4	4	5	3	39
23	2	3	5	2	4	4	3	4	4	3	34
24	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	39
25	3	4	2	4	5	4	4	4	4	3	37
26	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	40
27	5	4	4	5	5	3	4	3	5	4	42
28	4	3	2	4	3	2	4	4	4	4	34
29	5	3	4	4	3	3	4	2	4	4	36
30	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	39

3. Hasil Uji Validitas

a. Harga (X1)

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.242	.337	.270	.223	.481**	.150	.613**
	Sig. (2-tailed)		.197	.068	.150	.237	.007	.428	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.242	1	.279	.284	.253	.382*	-.066	.570**
	Sig. (2-tailed)	.197		.135	.129	.178	.037	.729	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.337	.279	1	.231	.075	.413*	-.170	.555**
	Sig. (2-tailed)	.068	.135		.219	.694	.023	.368	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.270	.284	.231	1	-.009	.435*	.272	.632**
	Sig. (2-tailed)	.150	.129	.219		.964	.016	.145	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.223	.253	.075	-.009	1	.213	-.009	.422*
	Sig. (2-tailed)	.237	.178	.694	.964		.257	.964	.020
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.481**	.382*	.413*	.435*	.213	1	.304	.792**
	Sig. (2-tailed)	.007	.037	.023	.016	.257		.103	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.150	-.066	-.170	.272	-.009	.304	1	.418*
	Sig. (2-tailed)	.428	.729	.368	.145	.964	.103		.022
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.613**	.570**	.555**	.632**	.422*	.792**	.418*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.000	.020	.000	.022	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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



b. Kualitas Produk (X2)

		Correlations										
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.253	.469**	.127	.054	.172	.006	.116	.083	.129	.448*
	Sig. (2-tailed)		.178	.009	.504	.778	.364	.975	.543	.661	.498	.013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.253	1	.077	.121	.268	.613**	.170	.070	.287	.310	.651**
	Sig. (2-tailed)	.178		.885	.524	.152	.000	.369	.715	.124	.095	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.469**	.077	1	.094	-.257	-.051	.008	-.017	.111	.410*	.378*
	Sig. (2-tailed)	.009	.885		.622	.170	.788	.967	.929	.561	.024	.040
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.127	.121	.094	1	.026	-.044	.121	.140	.265	.163	.400*
	Sig. (2-tailed)	.504	.524	.622		.893	.818	.524	.460	.156	.390	.028
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.054	.268	-.257	.026	1	.251	.165	.255	.144	.222	.398*
	Sig. (2-tailed)	.778	.152	.170	.893		.181	.364	.174	.448	.239	.029
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.172	.613**	-.051	-.044	.251	1	.311	.085	.461*	.153	.616**
	Sig. (2-tailed)	.364	.000	.788	.818	.181		.094	.656	.010	.419	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.006	.170	.008	.121	.165	.311	1	.176	.197	.216	.514**
	Sig. (2-tailed)	.975	.369	.967	.524	.384	.084		.351	.298	.252	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.116	.070	-.017	.140	.255	.085	.176	1	-.121	.453*	.386*
	Sig. (2-tailed)	.543	.715	.929	.460	.174	.656	.351		.525	.012	.035
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.083	.287	.111	.265	.144	.461*	.197	-.121	1	.103	.546**
	Sig. (2-tailed)	.661	.124	.561	.156	.448	.010	.298	.525		.590	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.129	.310	.410*	.163	.222	.153	.216	.453*	.103	1	.618**
	Sig. (2-tailed)	.498	.095	.024	.390	.239	.419	.252	.012	.590		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.448*	.651**	.378*	.400*	.398*	.616**	.514**	.386*	.546**	.618**	1
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.040	.028	.029	.000	.004	.035	.002	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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



c. Keputusan Pembelian

		Correlations										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	TOTAL_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.093	-.072	.304	-.020	-.127	.332	-.060	.269	.255	.408 [*]
	Sig. (2-tailed)		.626	.706	.103	.918	.504	.073	.752	.151	.174	.025
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.093	1	.073	.308	.262	.480 ^{**}	.274	.199	.153	.129	.648 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.626		.702	.097	.161	.007	.143	.292	.420	.496	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	-.072	.073	1	.140	.146	.218	.000	.000	.000	.362 [*]	.416 [*]
	Sig. (2-tailed)	.706	.702		.462	.442	.246	1.000	1.000	1.000	.049	.022
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.304	.308	.140	1	-.024	-.119	.202	-.147	.159	.268	.455 [*]
	Sig. (2-tailed)	.103	.097	.462		.901	.533	.285	.440	.401	.156	.012
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	-.020	.262	.146	-.024	1	.262	-.063	.184	.146	.333	.489 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.918	.161	.442	.901		.161	.740	.332	.441	.073	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	-.127	.480 ^{**}	.218	-.119	.262	1	.063	.352	.053	.037	.495 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.504	.007	.246	.533	.161		.740	.057	.780	.846	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.332	.274	.000	.202	-.063	.063	1	.184	.057	.170	.430 [*]
	Sig. (2-tailed)	.073	.143	1.000	.285	.740	.740		.330	.767	.368	.018
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	-.060	.199	.000	-.147	.184	.352	.184	1	.041	.029	.382 [*]
	Sig. (2-tailed)	.752	.292	1.000	.440	.332	.057	.330		.829	.881	.037
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y9	Pearson Correlation	.269	.153	.000	.159	.146	.053	.057	.041	1	.199	.405 [*]
	Sig. (2-tailed)	.151	.420	1.000	.401	.441	.780	.767	.829		.293	.026
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y10	Pearson Correlation	.255	.129	.362 [*]	.266	.333	.037	.170	.029	.199	1	.572 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.174	.496	.049	.156	.073	.846	.368	.881	.293		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.408 [*]	.648 ^{**}	.416 [*]	.455 [*]	.488 ^{**}	.495 ^{**}	.430 [*]	.382 [*]	.405 [*]	.572 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.025	.000	.022	.012	.006	.005	.018	.037	.026	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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



4. Hasil Uji Reliabilitas

a. Harga (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.611	7

b. Kualitas Produk (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.658	10

c. Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.601	10

5. Rekapitulasi Uji Instrumen

a. Uji Validitas Instrumen Penelitian

Rekapitulasi hasil uji validitas instrument penelitian, yaitu sebagai berikut:

Variabel	Item Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel} (0,05)	keterangan
Harga (X1)	X1.1	0,613	0,361	Valid
	X1.2	0,570	0,361	Valid
	X1.3	0,555	0,361	Valid
	X1.4	0,632	0,361	Valid
	X1.5	0,422	0,361	Valid
	X1.6	0,792	0,361	Valid
	X1.7	0,418	0,361	Valid
Kualitas	X2.1	0,448	0,361	Valid

Produk (X2)	X2.2	0,651	0,361	Valid
	X2.3	0,378	0,361	Valid
	X2.4	0,400	0,361	Valid
	X2.5	0,398	0,361	Valid
	X2.6	0,616	0,361	Valid
	X2.7	0,514	0,361	Valid
	X2.8	0,386	0,361	Valid
	X2.9	0,546	0,361	Valid
	X2.10	0,618	0,361	Valid
Keputusan Pembelian	Y.1	0,408	0,361	Valid
	Y.2	0,648	0,361	Valid
	Y.3	0,416	0,361	Valid
	Y.4	0,455	0,361	Valid
	Y.5	0,488	0,361	Valid
	Y.6	0,495	0,361	Valid
	Y.7	0,430	0,361	Valid
	Y.8	0,382	0,361	Valid
	Y.9	0,405	0,361	Valid
	Y.10	0,572	0,361	Valid

Kriteria penilaian valid yaitu, apabila r_{hitung} lebih besar daripada nilai r_{tabel} . Pada uji validitas ini menggunakan r_{tabel} 0,361 sebagai pengukur bahwa pernyataan yang diajukan valid atau tidak. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa pada variabel harga (X1), kualitas Produk (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki r_{hitung} lebih besar daripada r_{tabel} (0,361). Jadi dapat disimpulkan bahwa pernyataan terkait dengan harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Keputusan Pembelian Y dinyatakan Valid.

b. Uji Reliabilitas Instrumen Penelitian

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i> (α)	<i>Standar Alpha</i>	Keterangan
Harga (X1)	0,611	0,60	Reliabel
Kualitas Produk (X2)	0,658	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelian (Y)	0,601	0,60	Reliabel

Variabel dikatakan reliabel apabila *cronbach's alpha* lebih besar daripada *standard alpha*. Pada uji reliabilitas ini *standard alpha* yang digunakan, yaitu 0,60. Hasil dari uji reliabilitas ini menunjukkan bahwa pada variabel Harga (X1), Kualitas Produk (X2), dan Keputusan Pembelian (Y) memiliki *cronbach's* lebih besar dari *standard alpha* (0,60). Jadi, dapat disimpulkan bahwa pernyataan terkait Harga (X1), Kualitas Produk (X2) dan Keputusan Pembelian (Y) dinyatakan reliabel.



Lampiran 03. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Responden Peneliti

Di tempat

Dengan Hormat,

Berkenaan dengan pelaksanaan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Yeh Buleleng di Singaraja ”, maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu mengisi kuesioner yang saya berikan. Kuesioner ini dibuat untuk tujuan penelitian yang bersifat ilmiah dan semua jawaban yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya. Maka dari itu saya mohon Bapak/Ibu menjawab pertanyaan tersebut secara objektif dan benar. Jawaban yang Bapak/Ibu berikan akan sangat membantu penelitian ini dan dapat digunakan apabila sudah terisi semua.

Akhir kata saya ucapkan terimakasih atas bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu dalam penelitian ini. Semoga selalu diberikan kesehatan dan kelancaran di setiap kegiatan yang dilakukan.

Hormat saya,

Ni Kadek Dwi Darmayani

2117011058

I. IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Umur :
Jenis Kelamin :
Alamat :

II. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Baca dengan seksama dan teliti pernyataan sebelum menjawab.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu pada pilihan yang telah tersedia.
SS : Sangat Setuju = skor 5
S : Setuju = skor 4
CS : Cukup Setuju = skor 3
TS : Tidak Setuju = skor 2
STS : Sangat Tidak Setuju = skor 1
3. Jawablah semua pernyataan dengan jujur dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

III. DAFTAR PERTANYAAN

Harga (X1)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Keterjangkauan Harga						
1	Harga yang ditawarkan oleh produk Air Mineral Yeh Buleleng cukup terjangkau.					
2	Saya membeli Air Mineral Yeh Buleleng karena harganya sesuai dengan kemampuan.					
Kesesuaian Harga dengan Kualitas						
3	Produk air mineral Yeh Buleleng memiliki harga yang terjangkau sesuai dengan kualitas yang diberikan.					
4	Saya merasa puas dengan harga yang dibayarkan untuk produk air mineral Yeh Buleleng.					
Kesesuaian Harga dengan Manfaat						
5	Dibandingkan dengan merek lain, harga produk air mineral Yeh Buleleng sepadan dengan manfaat yang diberikan.					
Daya Saing Harga						
6	Saya lebih memilih membeli produk air mineral Yeh Buleleng dibandingkan dengan merek lain yang memiliki harga serupa					
7	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli produk air mineral Yeh Buleleng dengan merek air mineral lain					

	dilihat dari harganya					
--	-----------------------	--	--	--	--	--

Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Kinerja (Performance)						
8	Air Mineral Yeh Buleleng memiliki kejernihan yang baik.					
9	Tidak terdapat partikel asing atau kotoran dalam air mineral Yeh Buleleng					
Keragaman Produk (Features)						
10	Air mineral Yeh Buleleng memiliki varian ukuran dan pengemasan jenis produk.					
11	Saya merasa puas dengan kesegaran air mineral Yeh Buleleng dibandingkan dengan merek lain.					
Kesesuaian dengan Spesifikasi (Cofermance to specification)						
12	Saya merasa aman mengonsumsi air mineral Yeh Buleleng karena telah memiliki sertifikasi kesehatan,					
13	Saya percaya bahwa air mineral Yeh Buleleng menggunakan bahan baku yang aman.					
Keandalan (Reability)						
14	Kemasan air mineral Yeh buleleng tidak mudah bocor.					
15	Desain kemasan air mineral Yeh					

	Buleleng menarik dan mudah untuk digunakan.					
Daya Tahan Produk (<i>Durability</i>)						
16	Air mineral Yeh Buleleng tetap segar meskipun disimpan dalam waktu yang lama.					
17	Tidak ada perubahan rasa atau bau pada air mineral Yeh Buleleng setelah dibuka.					

Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
		5	4	3	2	1
Pemilihan Produk						
18	Saya memilih produk air mineral Yeh Buleleng karena rasanya sesuai dengan kebutuhan .					
19	Saya memilih air mineral Yeh Buleleng karena memiliki keunggulan dibandingkan merek lain					
Pemilihan Merek						
20	Saya dengan mudah mengenali merek air mineral Yeh Buleleng					
21	Saya membeli air mineral Yeh Buleleng karena merupakan produk lokal.					
Pemilihan Penyalur						
22	Saya memilih air mineral Yeh Buleleng karena penyalur air mineral ini ini berlokasi dekat dengan tempat tinggal saya sehingga saya mengetahui detail produk yang dijual.					

23	Produk air mineral Yeh Buleleng dapat ditemukan di minimarket atau toko kelontongan terdekat					
Waktu Pembelian						
24	Saya selalu membeli air mineral Yeh Buleleng ketika persediaan air mineral dirumah habis.					
25	Saya akan membeli kembali produk air mineral Yeh Buleleng.					
Jumlah Pembelian						
26	Saya membeli produk air mineral Yeh Buleleng dalam jumlah yang cukup untuk dikonsumsi oleh teman dan keluarga.					
27	Saya membeli air mineral Yeh Buleleng tergantung pada situasi dan kondisi.					

Lampiran 04. Tabulasi Data Analisis Regresi Berganda

1. Variabel Harga (X_1)

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	Total X1
1	4	5	4	4	5	4	4	30
2	4	4	4	5	4	4	4	29
3	5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	3	4	3	26
5	5	5	5	5	4	5	5	34
6	5	5	5	5	5	4	5	34
7	3	2	3	4	5	4	5	26
8	3	4	4	4	4	3	4	26
9	5	4	4	4	4	4	5	30
10	3	4	4	4	4	4	3	26
11	4	3	4	3	4	4	4	26
12	5	5	5	5	5	5	4	34
13	4	5	5	4	5	5	4	32
14	4	4	5	4	5	4	4	30
15	4	4	4	4	4	4	4	28
16	4	3	4	3	4	4	4	26
17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	5	5	4	5	4	4	5	32
19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	5	5	5	5	5	5	5	35
21	4	5	5	5	5	5	5	34
22	4	4	4	5	4	4	5	30
23	5	5	4	5	5	4	4	32
24	5	5	5	5	5	5	5	35
25	4	5	4	5	5	4	5	32
26	5	5	5	5	5	5	5	35
27	5	5	5	5	4	5	5	34

28	5	4	5	5	4	5	5	33
29	5	5	4	5	4	5	5	33
30	5	5	3	5	5	4	5	32
31	4	4	4	5	5	4	5	31
32	4	5	4	5	4	4	4	30
33	3	4	4	4	4	4	3	26
34	4	4	4	4	4	4	4	28
35	4	4	5	4	4	5	4	30
36	5	4	4	4	4	4	5	30
37	3	4	4	4	3	4	3	25
38	5	5	5	5	5	5	5	35
39	4	3	3	4	4	3	4	25
40	4	4	4	4	4	4	4	28
41	3	4	4	4	4	4	3	26
42	5	5	5	4	4	5	5	33
43	4	4	4	4	4	4	4	28
44	3	3	4	3	4	3	3	23
45	5	3	4	5	4	2	3	26
46	3	4	4	4	4	4	3	26
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	5	5	5	5	5	5	5	35
49	5	5	5	5	4	4	5	33
50	3	4	4	3	4	4	3	25
51	5	5	5	5	4	5	4	33
52	5	5	5	5	5	5	5	35
53	2	2	3	4	5	5	4	25
54	5	5	5	5	5	5	5	35
55	4	5	3	5	5	4	5	31
56	5	5	5	5	5	5	5	35
57	3	4	4	4	4	4	3	26
58	4	4	4	4	4	4	4	28

59	3	4	4	4	4	4	3	26
60	5	5	5	5	5	5	5	35
61	4	4	5	5	4	5	5	32
62	4	4	3	4	3	3	4	25
63	4	2	5	4	5	3	2	25
64	4	4	4	4	4	4	4	28
65	5	5	4	5	5	4	5	33
66	4	4	4	4	4	4	4	28
67	4	4	3	4	3	3	4	25
68	5	4	3	5	5	4	5	31
69	3	4	4	4	4	4	3	26
70	5	4	4	4	4	4	5	30
71	4	4	3	4	3	3	4	25
72	4	4	5	4	5	5	4	31
73	4	4	3	4	3	3	4	25
74	5	5	5	5	5	5	5	35
75	4	4	3	4	3	3	4	25
76	4	4	4	4	4	4	4	28
77	5	5	4	5	5	4	5	33
78	5	5	4	5	5	4	5	33
79	4	4	4	4	4	4	4	28
80	4	4	3	4	3	3	4	25
81	4	4	4	4	4	4	4	28
82	4	4	4	5	4	5	4	30
83	4	4	3	4	3	3	4	25
84	4	3	4	3	4	4	4	26
85	4	5	4	5	5	4	4	31
86	4	3	4	3	4	4	4	26
87	4	4	4	4	4	4	4	28
88	3	4	4	4	4	4	3	26
89	4	4	3	4	3	3	4	25

90	5	5	4	5	5	4	5	33
91	2	2	5	4	3	5	4	25
92	5	4	4	4	4	4	5	30
93	3	4	3	3	3	3	4	23
94	4	5	5	5	5	5	4	33
95	4	5	5	5	5	5	4	33
96	4	4	3	4	3	3	4	25
97	4	4	4	5	4	4	4	29
98	4	4	3	4	3	3	4	25
99	4	4	3	4	3	3	4	25
100	4	4	3	4	4	3	4	26
101	3	4	4	4	4	4	3	26
102	3	3	3	3	4	3	3	22
103	4	4	4	4	4	4	4	28
104	3	4	4	4	4	4	3	26
105	4	4	4	4	4	4	4	28
106	3	4	4	4	4	4	3	26
107	5	5	4	5	5	4	5	33
108	4	5	4	5	4	4	4	30
109	4	4	3	4	3	3	4	25
110	4	4	4	4	5	4	4	29
111	4	4	4	4	4	4	4	28
112	4	4	3	4	3	3	4	25
113	3	4	4	4	4	4	3	26
114	3	4	4	4	4	4	3	26
115	5	5	4	5	5	4	5	33
116	4	4	3	4	3	3	4	25
117	4	4	3	4	3	3	4	25
118	3	4	4	4	4	4	3	26
119	3	4	4	4	4	4	3	26
120	4	4	4	4	3	4	4	27

121	4	4	3	4	3	3	4	25
122	4	4	3	4	3	3	4	25
123	3	3	3	4	3	3	3	22
124	4	4	3	3	3	3	4	24
125	4	4	4	4	4	4	4	28
126	5	5	5	4	4	5	5	33
127	4	3	3	4	3	4	3	24
128	3	4	4	3	3	3	4	24
129	4	4	4	4	4	4	4	28
130	4	4	4	4	4	4	4	28
131	4	4	4	4	4	4	4	28
132	4	5	4	4	4	4	4	29
133	3	4	4	3	3	3	4	24
134	4	4	4	4	4	4	4	28
135	4	4	4	4	4	4	4	28
136	4	3	3	3	3	4	3	23
137	4	5	3	4	2	2	3	23
138	5	4	4	5	5	5	4	32
139	4	3	5	4	2	2	3	23
140	4	5	3	2	2	4	3	23

2. Variabel Kualitas Produk (X₂)

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	Total X2
1	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	46
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
6	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46
7	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	34
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
13	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
19	4	5	5	5	3	4	5	5	5	3	44
20	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
22	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46
23	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	46
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
25	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	44
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44

90	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
91	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36
92	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
93	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32
94	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
95	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
96	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
97	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	46
98	3	3	4	3	5	3	3	4	3	5	36
99	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
100	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
101	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36
102	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	36
103	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36
104	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
105	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
106	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
107	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
108	5	4	3	3	3	5	4	3	3	3	36
109	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
110	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
111	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	34
112	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
113	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	34
114	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	33
115	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
116	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	36
117	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	33
118	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
119	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
120	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36

[illegible]

3. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

[illegible]

59	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	34
60	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
61	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
62	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
63	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
67	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
69	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
70	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
71	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
74	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
75	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
76	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
77	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
78	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
79	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
80	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
82	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
83	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	38
84	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	35
85	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44
86	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	35
87	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	35
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38

90	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	43
91	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	34
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	34
94	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	43
95	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
97	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	47
98	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	34
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
100	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	38
101	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	38
102	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
104	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
105	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
106	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
107	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	47
108	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
109	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
111	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
112	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	37
113	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	33
114	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	33
115	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
116	3	4	3	4	3	3	3	4	3	3	33
117	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
118	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
119	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
120	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	35

121	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
122	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
123	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
124	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
126	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
127	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
128	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	35
129	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
130	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
132	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	38
133	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	37
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
136	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
137	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
139	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	35
140	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	36

Lampiran 05. Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	140	22	35	28.50	3.627
X2	140	30	50	40.49	5.261
Y	140	33	49	40.00	3.951
Valid N (listwise)	140				

Lampiran 06. Hasil Persepsi Responden

Harga

X1.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 (Tidak Setuju)	2	1,4	1,4	1,4
	3 (Cukup Setuju)	25	17,9	17,9	19,3
	4 (Setuju)	76	54,3	54,3	73,6
	5 (Sangat Setuju)	37	26,4	26,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X1.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 (Tidak Setuju)	4	2,9	2,9	2,9
	3 (Cukup Setuju)	12	8,6	8,6	11,4
	4 (Setuju)	82	58,6	58,6	70,0
	5 (Sangat Setuju)	42	30,0	30,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

--

X1.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	32	22,9	22,9	22,9
	4 (Setuju)	77	55,0	55,0	77,9
	5 (Sangat Setuju)	31	22,1	22,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X1.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 (Tidak Setuju)	1	0,7	0,7	0,7
	3 (Cukup Setuju)	12	8,6	8,6	9,3
	4 (Setuju)	82	58,6	58,6	67,9
	5 (Sangat Setuju)	45	32,1	32,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X1.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 (Tidak Setuju)	3	2,1	2,1	2,1
	3 (Cukup Setuju)	28	20,0	20,0	22,1
	4 (Setuju)	71	50,7	50,7	72,9
	5 (Sangat Setuju)	38	27,1	27,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X1.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 (Tidak Setuju)	3	2,1	2,1	2,1

	3 (Cukup Setuju)	28	20,0	20,0	22,1
	4 (Setuju)	79	56,4	56,4	78,6
	5 (Sangat Setuju)	30	21,4	21,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X1.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 (Tidak Setuju)	1	0,7	0,7	0,7
	3 (Cukup Setuju)	27	19,3	19,3	20,0
	4 (Setuju)	73	52,1	52,1	72,1
	5 (Sangat Setuju)	39	27,9	27,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Kualitas Produk

X2.1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	29	20,7	20,7	20,7
	4 (Setuju)	79	56,4	56,4	77,1
	5 (Sangat Setuju)	32	22,9	22,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X2.2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	28	20,0	20,0	20,0
	4 (Setuju)	73	52,1	52,1	72,1
	5 (Sangat Setuju)	39	27,9	27,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X2.3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 (Tidak Setuju)	1	0,7	0,7	0,7
	3 (Cukup Setuju)	32	22,9	22,9	23,6
	4 (Setuju)	72	51,4	51,4	75,0
	5 (Sangat Setuju)	35	25,0	25,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X2.4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 (Tidak Setuju)	1	0,7	0,7	0,7
	3 (Cukup Setuju)	18	12,9	12,9	13,6
	4 (Setuju)	82	58,6	58,6	72,1
	5 (Sangat Setuju)	39	27,9	27,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X2.5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	33	23,6	23,6	23,6
	4 (Setuju)	78	55,7	55,7	79,3
	5 (Sangat Setuju)	29	20,7	20,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X2.6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	3 (Cukup Setuju)	30	21,4	21,4	21,4
	4 (Setuju)	80	57,1	57,1	78,6
	5 (Sangat Setuju)	30	21,4	21,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X2.7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	27	19,3	19,3	19,3
	4 (Setuju)	72	51,4	51,4	70,7
	5 (Sangat Setuju)	41	29,3	29,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X2.8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 (Tidak Setuju)	1	0,7	0,7	0,7
	3 (Cukup Setuju)	31	22,1	22,1	22,9
	4 (Setuju)	71	50,7	50,7	73,6
	5 (Sangat Setuju)	37	26,4	26,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

X2.9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 (Tidak Setuju)	1	0,7	0,7	0,7
	3 (Cukup Setuju)	17	12,1	12,1	12,9
	4 (Setuju)	81	57,9	57,9	70,7
	5 (Sangat Setuju)	41	29,3	29,3	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

--

X2.10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	32	22,9	22,9	22,9
	4 (Setuju)	77	55,0	55,0	77,9
	5 (Sangat Setuju)	31	22,1	22,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Keputusan Pembelian

Y1					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	15	10,7	10,7	10,7
	4 (Setuju)	93	66,4	66,4	77,1
	5 (Sangat Setuju)	32	22,9	22,9	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Y2					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	25	17,9	17,9	17,9
	4 (Setuju)	101	72,1	72,1	90,0
	5 (Sangat Setuju)	14	10,0	10,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Y3					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	11	7,9	7,9	7,9
	4 (Setuju)	98	70,0	70,0	77,9
	5 (Sangat Setuju)	31	22,1	22,1	100,0

	Total	140	100,0	100,0	

Y4					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	24	17,1	17,1	17,1
	4 (Setuju)	102	72,9	72,9	90,0
	5 (Sangat Setuju)	14	10,0	10,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Y5					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	28	20,0	20,0	20,0
	4 (Setuju)	105	75,0	75,0	95,0
	5 (Sangat Setuju)	7	5,0	5,0	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Y6					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	20	14,3	14,3	14,3
	4 (Setuju)	91	65,0	65,0	79,3
	5 (Sangat Setuju)	29	20,7	20,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Y7					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	19	13,6	13,6	13,6

	4 (Setuju)	99	70,7	70,7	84,3
	5 (Sangat Setuju)	22	15,7	15,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Y8					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	28	20,0	20,0	20,0
	4 (Setuju)	96	68,6	68,6	88,6
	5 (Sangat Setuju)	16	11,4	11,4	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Y9					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	14	10,0	10,0	10,0
	4 (Setuju)	97	69,3	69,3	79,3
	5 (Sangat Setuju)	29	20,7	20,7	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Y10					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 (Cukup Setuju)	27	19,3	19,3	19,3
	4 (Setuju)	96	68,6	68,6	87,9
	5 (Sangat Setuju)	17	12,1	12,1	100,0
	Total	140	100,0	100,0	

Data Persepsi Responden

1. Harga (X1)

a. Keterjangkauan harga

$$\text{Mean} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 3) + (3 \times 18,5) + (4 \times 79) + (5 \times 39,5)}{140} = 4,107$$

$$\text{Skor Persepsi} = \frac{4,107}{5} \times 100 = 82,14\%$$

b. Kesesuaian Harga dengan Kualitas

$$\text{Mean} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 1) + (3 \times 22) + (4 \times 79,5) + (5 \times 38)}{140} = 4,114$$

$$\text{Skor Persepsi} = \frac{4,114}{5} \times 100 = 82,28\%$$

c. Kesesuaian Harga dengan Manfaat

$$\text{Mean} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 3) + (3 \times 28) + (4 \times 71) + (5 \times 38)}{140} = 4,028$$

$$\text{Skor Persepsi} = \frac{4,028}{5} \times 100 = 80,58\%$$

d. Daya Saing Harga

$$\text{Mean} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 2) + (3 \times 41,5) + (4 \times 7) + (5 \times 34,5)}{140} = 2,35$$

$$\text{Skor Persepsi} = \frac{2,35}{5} \times 100 = 47\%$$

Rata-rata skor jawaban

$$\text{Skor 1} = \frac{0+0+0+0}{4} = 0$$

$$\text{Skor 2} = \frac{3+1+3+2}{4} = 2,25$$

$$\text{Skor 3} = \frac{18,5+22+28+41,5}{4} = 27,5$$

$$\text{Skor 4} = \frac{79+79,5+71+7}{4} = 59,125$$

$$\text{Skor 5} = \frac{39,5+38+38+34,5}{4} = 37,5$$

$$\text{Rerata Skor Persepsi} = \frac{82,14+82,28+80,58+47}{4} = 73\%$$

2. Kalitas Produk (X2)

a. Kinerja (Performance)

$$\text{Mean} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 28,5) + (4 \times 76) + (5 \times 35,5)}{140} = 4,050$$

$$\text{Skor Persepsi} = \frac{4,050}{5} \times 100 = 81\%$$

b. Keragaman Produk (Features)

$$\text{Mean} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 1) + (3 \times 25) + (4 \times 77) + (5 \times 37)}{140} = 4,071$$

$$\text{Skor Persepsi} = \frac{4,071}{5} \times 100 = 81,43\%$$

c. Kesesuaian dengan Spesifikasi (Conformance to specification)

$$\text{Mean} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 31,5) + (4 \times 79) + (5 \times 29,5)}{140} = 3,985$$

$$\text{Skor Persepsi} = \frac{3,985}{5} \times 100 = 79,71\%$$

d. Keadalan (Reability)

$$\text{Mean} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0,5) + (3 \times 29) + (4 \times 71,5) + (5 \times 39)}{140} = 4,064$$

$$\text{Skor Persepsi} = \frac{4,064}{5} \times 100 = 81,29\%$$

e. Daya Tahan Produk (Durability)

$$\text{Mean} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0,5) + (3 \times 24,5) + (4 \times 79) + (5 \times 36)}{140} = 4,075$$

$$\text{Skor Persepsi} = \frac{4,075}{5} \times 100 = 81,5\%$$

Rata-rata skor jawaban

$$\text{Skor 1} = \frac{0+0+0+0+0}{5} = 0$$

$$\text{Skor 2} = \frac{0+1+0+0,5+0,5}{5} = 0,4$$

$$\text{Skor 3} = \frac{28,5+25+31,5+29+24,5}{5} = 27,7$$

$$\text{Skor 4} = \frac{76+77+79+71,5+79}{5} = 65,6$$

$$\text{Skor 5} = \frac{35,5+37+29,5+39+36}{5} = 35,4$$

$$\text{Rata-rata skor persepsi} = \frac{81+81,43+79,71+81,29+81,5}{5} = 80,98\%$$

3. Keputusan Pembelian (Y)

a. Pemilihan Produk

$$\text{Mean} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 20) + (4 \times 97) + (5 \times 23)}{140} = 4,021$$

$$\text{Skor Persepsi} = \frac{4,021}{5} \times 100 = 80,42\%$$

b. Pemilihan merek

$$\text{Mean} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 17,5) + (4 \times 100) + (5 \times 22,5)}{140} = 4,036$$

$$\text{Skor persepsi} = \frac{4,036}{5} \times 100 = 80,71\%$$

c. Pemilihan penyalur

$$\text{Mean} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 24) + (4 \times 98) + (5 \times 18)}{140} = 3,957$$

$$\text{Skor Persepsi} = \frac{3,957}{5} \times 100 = 79,14\%$$

d. Waktu pembelian

$$\text{Mean} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 3,5) + (4 \times 97,5) + (5 \times 19)}{140} = 3,539$$

$$\text{Skor Persepsi} = \frac{3,539}{5} \times 100 = 70,78\%$$

e. Jumlah pembelian

$$\text{Mean} = \frac{(1 \times 0) + (2 \times 0) + (3 \times 20,5) + (4 \times 96,5) + (5 \times 23)}{140} = 4,017$$

$$\text{Skor Persepsi} = \frac{4,017}{5} \times 100 = 80,34\%$$

Rata-rata skor jawaban

$$\text{Skor 1} = \frac{0+0+0+0+0}{5} = 0$$

$$\text{Skor 2} = \frac{0+0+0+0+0}{5} = 0$$

$$\text{Skor 3} = \frac{20+17,25+24+3,5+20,5}{5} = 17,1$$

$$\text{Skor 4} = \frac{97+100+98+97,5+96,5}{5} = 97,8$$

$$\text{Skor 5} = \frac{23+22,5+18+19+23}{5} = 21,1$$

$$\text{Rata-rata skor persepsi} = \frac{80,42+80,71+79,14+70,78+80,34}{5} = 78,27\%$$

Lampiran 07. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.34634047
Most Extreme Differences	Absolute	.067
	Positive	.067
	Negative	-.041
Test Statistic		.067

Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^{c,d}
------------------------	---------------------

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* sebesar 0,200 lebih besar dari 0,05 untuk statistik *Kolmogorov-Smirnov Z*. Berdasarkan kriteria uji normalitas, data terdistribusi normal jika nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* lebih besar dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa sebaran data berdistribusi normal.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

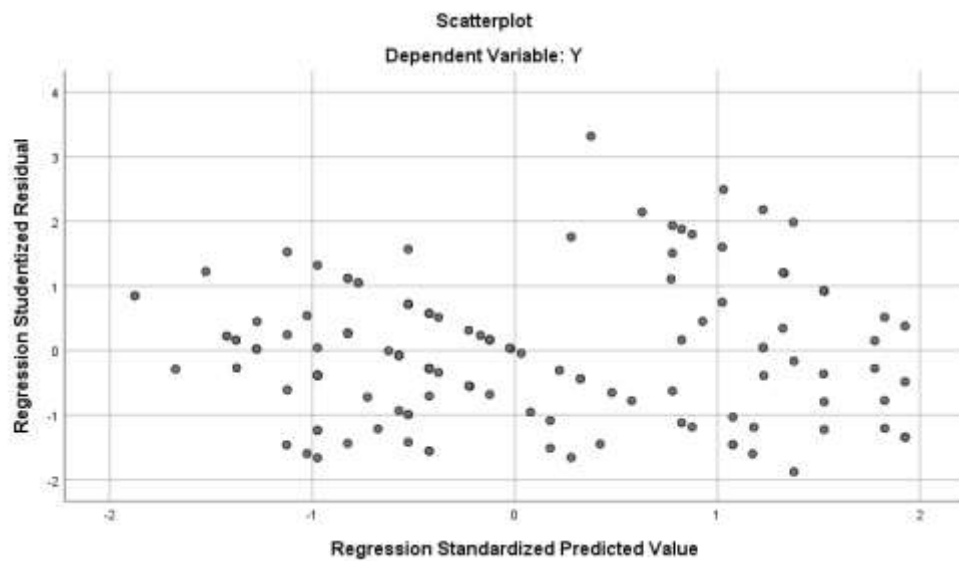
Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	.444	2.251
	X2	.444	2.251

a. Dependent Variable: Y

Nilai VIF dari masing-masing variabel bebas lebih kecil dari 10 dan nilai *tolerance* lebih dari 0,10. Nilai korelasi di antara variabel bebas dapat dikatakan mempunyai korelasi yang lemah. Jadi, dapat disimpulkan bahwa di antara variabel bebas tidak ada korelasi atau tidak terjadi multikolinearitas pada model regresi linier.

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Pada gambar ditunjukkan bahwa penyebaran titik-titik yang ditimbulkan terbentuk secara acak, tidak membentuk sebuah pola tertentu serta arah penyebarannya berada di atas maupun di bawah angka 0 pada sumbu Y. Dengan demikian tidak terjadi gejala heteroskedastisitas pada regresi ini.



Lampiran 08. Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 ^a	.647	.642	2.363

a. Predictors: (Constant), X2, X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1404.761	2	702.381	125.747	.000 ^b
	Residual	765.239	137	5.586		
	Total	2170.000	139			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	13.533	1.681		8.049	.000
	X1	.475	.083	.436	5.723	.000
	X2	.320	.057	.426	5.591	.000

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 09. Dokumentasi

Dokumentasi penyebaran kuesioner melalui *Whatsapp*

RIWAYAT HIDUP



Ni Kadek Dwi Darmayani lahir Br. Dinas Pendem, Desa Muncan Selat Karangasem 02 Mei 2002. Penulis lahir dari pasangan suami istri I Nengah Darmayasa dan Ibu Ni Wayan Sudiarini. Penulis memiliki hobi bernyanyi. Penulis pendidikan dasar di SD Negeri 5 Muncan dan lulus SMP Negeri 1 Selat lulus pada tahun 2017. Pada tahun 2021, penulis lulus dari SMA N 1 Selat. Penulis melanjutkan pendidikan pada jenjang perguruan tinggi di Universitas Pendidikan Ganesha. Penulis telah menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Air Mineral Yeh Buleleng di Singaraja”

