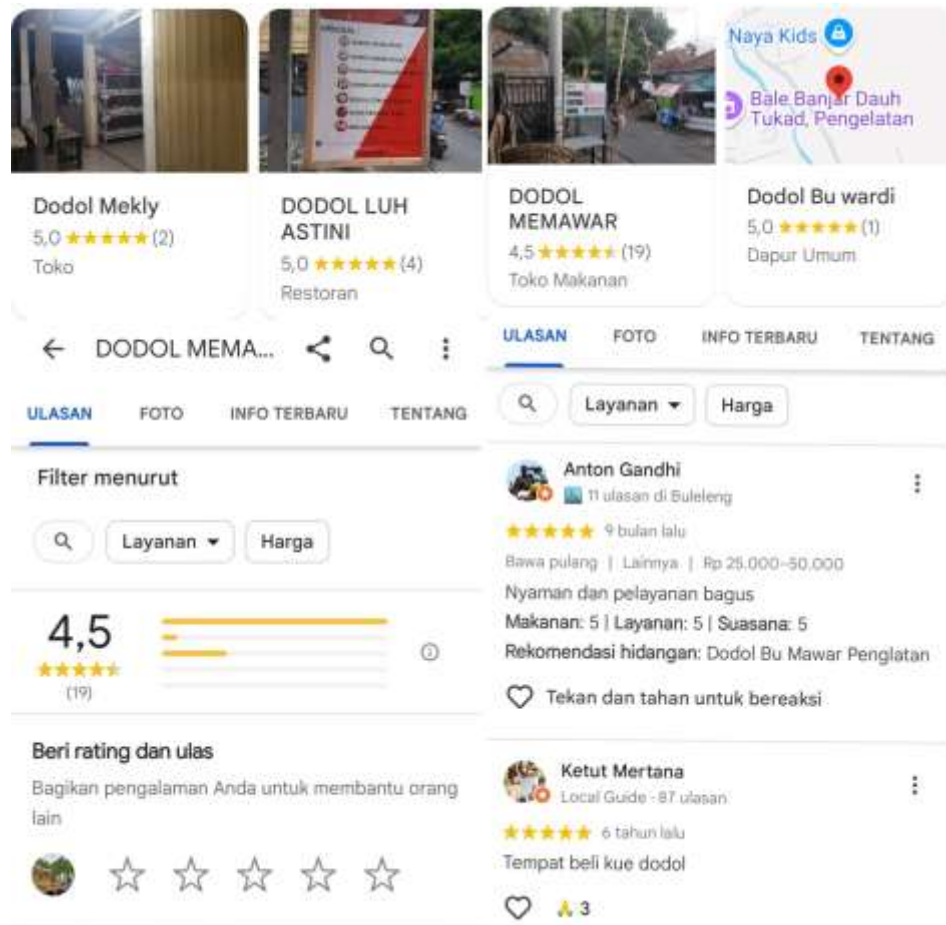


LAMPIRAN

Lampiran 01. Ulasan Konsumen



Sumber : Platform Google Maps



Lampiran 02. Surat Permohonan Penelitian



**KEMENTERIAN PENDIDIKAN TINGGI, SAINS,
DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI**

Jalan Udayana No. 11 Singaraja-Bali Telepon : (0362) 26830
Website : <http://www.fe.undiksha.ac.id/>

Nomor : 185/UN48.13.1/DL/2025 Singaraja, 3 Februari 2025
Lamp. : -
Hal : *Permohonan Observasi Awal/Wawancara/Data dan Penelitian*

Kepada Yth. Pemilik Toko Dodol Penglatan Me Mawar
di-
Tempat

Dengan Hormat,

Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha menerangkan bahwa mahasiswa/i tersebut dibawah ini :

Nama : Putu Satya Wadhi Putra
NIM. : 2117041052
Prodi. : S1 Manajemen
Kontak : 081353072931

Bermaksud mengadakan observasi awal/penelitian lapangan untuk menempuh atau menyusun tugas akhir, skripsi dan melengkapi tugas lainnya. Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon izin agar mahasiswa kami dapat diterima dan diberikan data di tempat yang Bapak/Ibu/Sdr. Pimpin.

Demikian surat ini kami buat agar bisa digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatian dan kerjasamanya, kami sampaikan terima kasih.

a.n. Dekan,
Wakil Dekan I,



Ni Made Suci
NIP. 196810291993032001



Balai
Sertifikasi
Elektronik

Catatan :

- UU ITE No. 11 Tahun 2008 Pasal 5 ayat 1 "Informasi Elektronik dan/atau Dokumen Elektronik dan/atau hasil cetaknya merupakan alat bukti hukum yang sah"
- Dokumen ini tertanda ditandatangani secara elektronik menggunakan sertifikat elektronik yang diterbitkan BnE
- Surat ini dapat dibuktikan keabsahannya dengan menggunakan qr code yang telah tertera

Lampiran 03. Kuesioner Penelitian



KEMENTERIAN PENDIDIKAN, KEBUDAYAAN,
RISET DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

Jalan udayana No. 11, Singaraja, Telepon. (0362) 26830
E-mail : jurusanmanajemen.undiksha@gmail.com

Singaraja, 1 Februari 2025

Lampiran : 3 Lembar

Perihal : Pengisian Kuesioner

Kepada Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i Pelanggan Dodol Penglatan Me Mawar di Kota Singaraja.

Dengan Hormat,

Dengan rangka menyelesaikan studi di Undiksha pada Jurusan Manajemen, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Putu Satya Wadhi Putra

Program Studi : S1 Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Pendidikan Ganesha

Memohon kesediaan dari Bapak/Ibu, Saudara/i untuk sekiranya dapat berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini, berkaitan dengan penyusunan skripsi yang saya lakukan. Topik yang diangkat dalam penelitian ini yaitu Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Awareness* terhadap Keputusan Pembelian pada Dodol Penglatan Me Mawar di Kota Singaraja. Kesuksesan penelitian ini sangat bergantung dari pendapat Bapak/Ibu, Saudara/i. Oleh karena itu, mohon kesediaannya untuk mengisi/menjawab kuesioner ini dengan jujur. Atas kerja sama yang baik dan kesungguhan Bapak/Ibu, Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terimakasih.

Singaraja, 1 Februari 2025

Putu Satya Wadhi Putra
CP. 081353072931

- Apakah Anda berlangganan dengan produk dodol Penglatan Me Mawar ?

- IYA
- TIDAK

A. Identitas Responden

(Beri tanda pada kotak jawaban)

- 1 Nama :
- 2 Alamat :
- 3 Usia : Tahun
- 4 No Hp :
- 5 Jenis Kelamin • Laki-laki • Perempuan
- 8 Pekerjaan :

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silakan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda centang (v) pada pilihan jawaban yang tersedia. Jawaban yang tersedia berupa Skala *Likert* yaitu 1 - 5 yang memiliki arti sebagai berikut:

Kode	Jawaban Responden	Skor Positif
SS	Sangat Setuju	5
S	Setuju	4
CS	Cukup Setuju	3
TS	Tiddak Setuju	2
STS	Sangat Tidak Setuju	1

Pernyataan :

No	Pernyataan	Tanggapan				
	Kualitas Produk (X ₁)	SS	S	CS	TS	STS
1	Dodol Penglatan Me Mawar memiliki rasa yang enak dan konsisten yang dapat diandalkan.					
2	Kemasan dodol Penglatan Me Mawar menarik dan aman.					
3	Dodol Penglatan Me Mawar memiliki daya tahan yang baik.					
4	Rasa dan kualitas dodol Penglatan Me Mawar sesuai dengan apa yang diharapkan .					

Pernyataan :

No	Pernyataan	Tanggapan				
	Brand Awareness (X ₂)	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya merasa tertarik untuk mengenal lebih jauh tentang dodol Penglatan Me Mawar setelah mengetahuinya.					
2	Saya mengetahui keberadaan dodol Penglatan Me Mawar sebagai salah satu produk unggulan dalam makanan tradisional.					
3	Saya dapat mengingat dodol Penglatan Me Mawar sebagai salah satu merek dodol tradisional yang saya ketahui.					
4	Dodol Penglatan Me Mawar adalah merek pertama yang					

	muncul di pikiran saya ketika memikirkan produk dodol tradisional.					
--	--	--	--	--	--	--

Pernyataan :

No	Pernyataan	Tanggapan				
	Keputusan Pembelian (Y)	SS	S	CS	TS	STS
1	Saya cenderung membeli dodol Penglatan Me Mawar dibandingkan merek lain karena mutu dan kualitasnya yang memuaskan.					
2	Saya merasa puas dengan pembelian dodol Penglatan Me Mawar.					
3	Saya bersedia merekomendasikan dodol Penglatan Me Mawar kepada orang lain.					
4	Rasa dodol Penglatan Me Mawar sesuai dengan harapan saya sehingga saya akan melakukan pembelian ulang di kemudian hari.					

Lampiran 04. Tabulasi Data Responden

a. Tabulasi Data Sampel Kecil

No	Kualitas Produk (X_1)					<i>Brand Awareness</i> (X_2)					Keputusan Pembelian (Y)				
	$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	$X_{1.4}$	$TX_{1.1}$	$X_{2.1}$	$X_{2.2}$	$X_{2.3}$	$X_{2.4}$	$TX_{2.1}$	$Y_{1.1}$	$Y_{1.2}$	$Y_{1.3}$	$Y_{1.4}$	TY
1	2	4	4	3	13	5	4	1	4	14	3	4	5	5	17
2	4	5	3	4	16	5	5	4	4	18	4	5	5	5	19
3	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	4	5	4	5	18	5	3	4	3	15	3	4	4	3	14
6	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
7	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
9	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
10	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
11	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	4	5	5	5	19
12	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
13	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
14	4	5	4	4	17	4	5	4	5	18	5	4	4	5	18
15	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	4	5	5	5	19
16	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
19	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
21	2	3	3	3	11	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12

No	Kualitas Produk (X ₁)					Brand Awareness (X ₂)					Keputusan Pembelian (Y)				
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	TX ₁	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	TX ₂	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	TY
22	4	4	4	5	17	4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	3	20
24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	3	20
25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
26	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	4	20
27	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	5	5	5	3	19
28	5	5	4	4	18	4	5	5	5	19	5	5	5	3	20
29	5	5	5	5	19	5	4	4	4	17	4	4	5	3	16
30	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	4	5	4	4	17

b. Tabulasi Data Sampel Besar

No	Kualitas Produk (X ₁)					Brand Awareness (X ₂)					Keputusan Pembelian (Y)				
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	TX ₁	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	TX ₂	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	TY
1	4	4	4	4	14	3	3	3	4	13	4	4	4	4	16
2	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
3	5	4	4	5	18	4	4	3	4	15	4	5	5	5	19
4	4	4	4	5	17	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16
5	3	4	4	4	15	4	4	3	2	13	4	3	4	4	15
6	3	3	3	3	12	2	3	3	2	10	4	3	3	3	12
7	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
8	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17

No	Kualitas Produk (X ₁)					Brand Awareness (X ₂)					Keputusan Pembelian (Y)				
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	TX ₁	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	TX ₂	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	TY
9	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
10	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
11	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16	5	4	5	5	19
12	3	3	5	4	15	5	4	5	4	18	4	4	5	5	18
13	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
14	5	5	4	4	18	4	4	5	4	17	4	5	4	5	18
15	5	5	4	5	19	5	4	5	3	19	5	4	5	5	19
16	3	2	2	2	13	4	4	3	4	15	5	4	5	4	18
17	5	4	5	4	19	5	4	4	5	18	4	5	5	5	19
18	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
19	3	3	4	5	15	2	2	3	3	10	4	4	3	3	14
20	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16	5	5	4	5	19
21	4	4	4	3	15	2	3	3	3	11	4	3	4	3	14
22	4	5	5	5	19	4	4	4	5	17	5	5	5	4	19
23	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
25	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
26	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
27	4	4	4	4	16	4	3	3	3	13	5	4	5	4	18
28	4	5	5	5	19	5	4	4	5	18	5	5	5	4	19
29	2	2	2	3	13	4	3	3	3	13	3	4	4	4	15
30	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18	4	4	4	5	17

No	Kualitas Produk (X ₁)					Brand Awareness (X ₂)					Keputusan Pembelian (Y)				
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	TX ₁	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	TX ₂	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	TY
31	2	3	3	3	13	3	2	2	3	10	3	3	3	3	12
32	5	4	4	4	19	5	4	5	5	19	5	5	4	5	19
33	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	4	4	3	4	15
34	3	4	5	5	17	3	3	3	3	12	5	4	4	4	17
35	4	3	3	3	13	4	4	3	4	15	4	4	4	4	16
36	3	3	3	3	14	3	3	3	4	13	4	3	3	3	13
37	2	3	3	3	11	3	2	3	2	10	3	3	3	3	12
38	4	4	4	4	16	5	4	4	4	16	4	4	4	4	16
39	4	4	4	4	16	5	4	4	4	15	4	4	4	4	16
40	5	4	4	4	17	3	3	3	4	13	4	4	3	3	14
41	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
42	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	5	5	4	18
43	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
44	5	5	4	4	18	4	5	5	5	19	5	4	5	5	19
45	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19	5	4	5	5	19
46	5	5	5	4	19	5	4	4	4	17	4	5	4	4	17
47	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	5	4	5	4	19
48	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
49	5	5	5	4	19	4	4	3	3	14	5	5	5	4	19
50	5	4	4	4	17	4	3	3	4	14	5	4	4	4	17
51	4	4	4	4	16	3	3	3	3	13	4	4	4	4	16
52	4	4	3	3	14	3	3	3	2	11	4	3	4	4	15

No	Kualitas Produk (X ₁)					Brand Awareness (X ₂)					Keputusan Pembelian (Y)				
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	TX ₁	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	TX ₂	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	TY
53	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
54	4	4	3	3	14	2	3	2	3	10	3	4	4	3	14
55	5	5	4	5	19	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17
56	5	4	4	4	17	2	3	3	3	11	3	4	4	3	14
57	3	3	4	4	14	4	3	4	3	14	4	4	4	5	17
58	4	4	3	3	14	4	4	5	4	17	3	4	4	3	14
59	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	3	3	14
60	4	4	5	4	17	3	3	3	3	12	4	4	3	4	15
61	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15
62	3	3	3	4	13	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
63	4	3	3	3	13	2	3	2	3	10	3	3	4	3	13
64	4	4	5	5	18	3	3	3	3	14	4	3	4	4	15
65	2	2	2	2	8	4	4	4	3	15	3	3	3	3	12
66	3	3	3	3	12	3	2	3	2	10	3	2	3	3	11
67	4	3	3	3	13	5	4	4	4	17	4	4	5	4	17
68	5	5	5	5	20	5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
69	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
70	4	4	5	5	18	4	3	3	4	14	5	4	5	4	18
71	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
72	5	5	4	4	18	5	4	5	4	19	5	5	5	4	19
73	4	4	4	4	16	3	4	3	4	14	4	4	4	4	16
74	5	4	4	4	17	3	4	3	4	14	4	4	3	3	14

No	Kualitas Produk (X ₁)					Brand Awareness (X ₂)					Keputusan Pembelian (Y)				
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	TX ₁	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	TX ₂	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	TY
75	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
76	4	5	4	4	17	5	4	5	4	19	4	5	5	4	18
77	3	3	4	4	14	2	2	2	2	8	3	4	3	3	13
78	4	4	4	4	16	2	3	2	3	10	4	3	3	3	13
79	4	4	4	4	16	3	3	3	3	12	4	4	4	4	16
80	2	3	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
81	3	3	3	3	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
82	5	4	4	4	17	3	4	3	4	14	5	5	4	4	18
83	4	4	3	2	13	5	4	4	4	15	4	3	4	4	15
84	4	4	4	4	16	3	3	4	3	13	3	4	4	4	15
85	5	5	5	5	20	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
86	4	4	4	4	16	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16
87	3	4	3	3	13	2	3	2	3	10	4	3	4	3	14
88	5	5	5	5	20	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20
89	4	5	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
90	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	4	4	5	5	18
91	3	2	5	5	15	4	3	3	4	14	4	4	4	4	16
92	3	3	3	3	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
93	2	3	5	5	15	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
94	5	5	5	5	20	4	4	3	4	15	5	5	5	5	20
95	4	4	5	5	19	3	4	4	4	15	4	4	5	4	17
96	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19

No	Kualitas Produk (X ₁)					Brand Awareness (X ₂)					Keputusan Pembelian (Y)				
	X _{1.1}	X _{1.2}	X _{1.3}	X _{1.4}	TX ₁	X _{2.1}	X _{2.2}	X _{2.3}	X _{2.4}	TX ₂	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	TY
97	4	5	5	5	19	5	4	4	4	17	5	5	5	4	19
98	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
99	3	3	3	3	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
100	5	4	4	4	17	4	4	3	4	15	5	4	4	4	17
101	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12	4	4	3	4	15
102	4	3	4	4	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
103	3	4	4	4	15	5	5	5	4	19	5	4	4	4	17
104	4	3	4	4	15	3	3	3	3	12	3	3	3	3	14
105	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
106	4	4	4	4	16	3	3	3	3	14	4	4	4	4	16
107	4	4	5	5	18	3	3	3	3	14	4	5	5	4	18
108	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	5	5	4	4	20
109	5	5	5	5	20	4	4	5	4	17	5	5	5	5	20
110	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	5	5	5	19
111	3	3	3	3	14	3	3	3	3	12	5	5	4	4	18
112	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
113	2	3	3	3	13	3	4	4	3	14	3	4	3	3	13
114	3	3	3	3	14	4	4	4	4	14	4	4	4	5	17
115	3	4	4	4	15	3	3	4	3	13	4	5	4	4	17
116	4	4	4	3	15	5	4	4	5	18	4	5	4	4	17
117	3	3	3	3	14	3	3	3	4	13	4	4	3	3	14
118	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19

No	Kualitas Produk (X_1)					Brand Awareness (X_2)					Keputusan Pembelian (Y)				
	$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	$X_{1.4}$	$TX_{1.1}$	$X_{2.1}$	$X_{2.2}$	$X_{2.3}$	$X_{2.4}$	$TX_{2.2}$	$Y_{1.1}$	$Y_{1.2}$	$Y_{1.3}$	$Y_{1.4}$	TY
119	4	4	3	4	15	4	4	4	3	14	4	4	4	5	17
120	4	3	4	4	17	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19



Lampiran 05. Hasil Uji Validitas

Uji Validitas Data Variabel Kualitas Produk

		Correlations				
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Kualitas Produk
X1_1	Pearson Correlation	1	.833**	.815**	.909**	.954**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1_2	Pearson Correlation	.833**	1	.754**	.842**	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1_3	Pearson Correlation	.815**	.754**	1	.855**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1_4	Pearson Correlation	.909**	.842**	.855**	1	.963**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.954**	.912**	.908**	.963**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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



Uji Validitas Data Variabel *Brand Awareness*

		Correlations				
		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	Brand Awareness
X2_1	Pearson Correlation	1	.688**	.532**	.667**	.798**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2_2	Pearson Correlation	.688**	1	.726**	.975**	.949**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2_3	Pearson Correlation	.532**	.726**	1	.742**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2_4	Pearson Correlation	.667**	.975**	.742**	1	.948**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Brand Awareness	Pearson Correlation	.798**	.949**	.861**	.948**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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



Uji Validitas Data Variabel Keputusan Pembelian

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Keputusan Pembelian
Y1	Pearson Correlation	1	.841**	.772**	.793**	.912**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.841**	1	.915**	.853**	.962**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.772**	.915**	1	.832**	.937**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.793**	.853**	.832**	1	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.912**	.962**	.937**	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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



Lampiran 06. Hasil Uji Reliabilitas

Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	4

Brand Awareness

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	4

Keputusan Pembelian

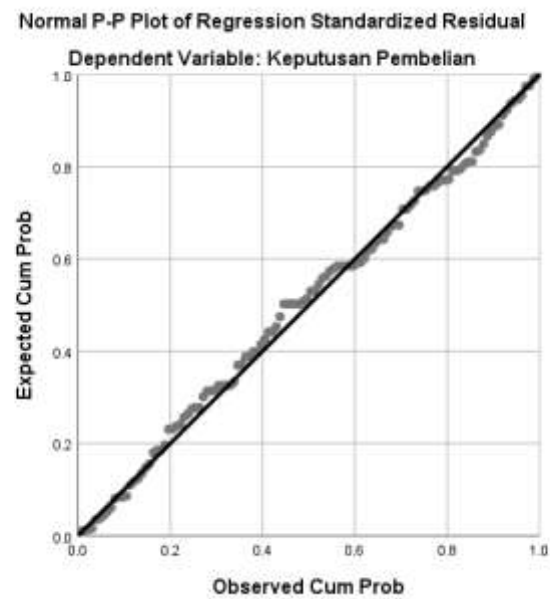
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.951	4



Lampiran 07. Hasil Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas



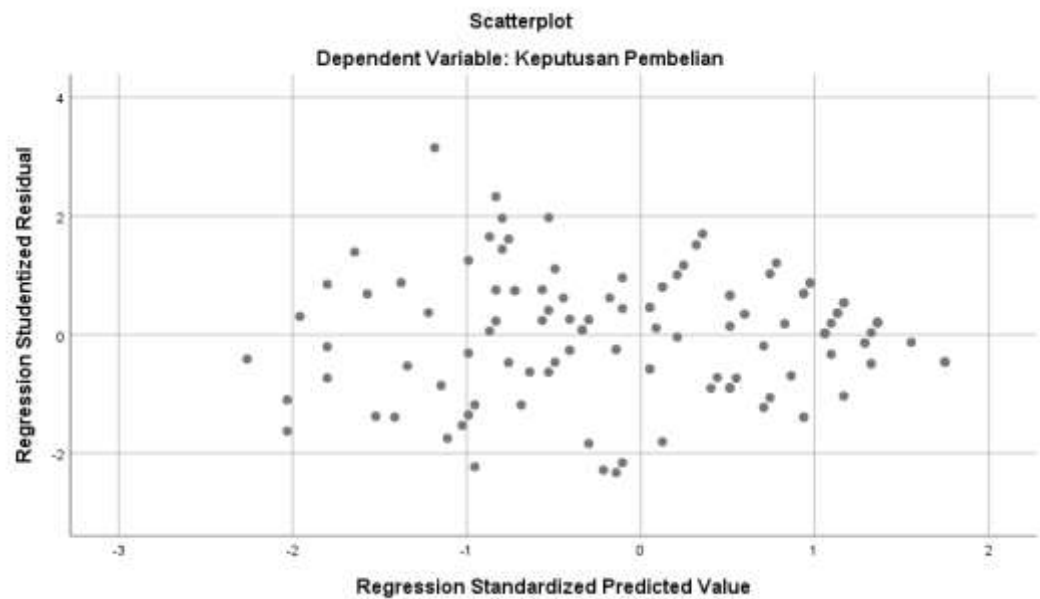
b. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.501	.728		4.807	.000		
	Kualitas Produk	.450	.050	.492	9.057	.000	.718	1.392
	Brand Awareness	.389	.042	.499	9.185	.000	.718	1.392

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

c. Heteroskedasitisitas



d. Uji Regresi Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.501	.728		4.807	.000		
	Kualitas Produk	.450	.050	.492	9.057	.000	.718	1.392
	Brand Awareness	.389	.042	.499	9.185	.000	.718	1.392

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

e. Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.867 ^a	.752	.748	1.154

a. Predictors: (Constant), Brand Awareness, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

f. Uji F (Pengaruh Simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	472.127	2	236.064	177.353	.000 ^b
	Residual	155.732	117	1.331		
	Total	627.859	119			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand Awareness, Kualitas Produk

g. Uji t (Pengaruh Parsial)**Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.501	.728		4.807	.000		
	Kualitas Produk	.450	.050	.492	9.057	.000	.718	1.392
	Brand Awareness	.389	.042	.499	9.185	.000	.718	1.392

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

h. Uji Kolmogorov-Smirnov**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.14397063
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.046
	Negative	-.061
Test Statistic		.061
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.

Lampiran 08. Dokumentasi

Observasi awal

Meminta Data Produksi, C.P. Pelanggan / *Reseller* Tetap

Lampiran 09. Riwayat Hidup

RIWAYAT HIDUP



Putu Satya Wadhi Putra merupakan salah satu mahasiswa Program Studi S1 Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha. Penulis lahir di Singaraja pada tanggal 19 Agustus 2002. Penulis lahir sebagai anak pertama dari pasangan Bapak Nyoman Sumiadajana dan Ibu Made Purnaningsih. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Penulis dari Singaraja, Kecamatan Buleleng, Kabupaten Buleleng. Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar pada tahun 2015 di SD Negeri 1 Banyuning, kemudian pada tahun 2018 penulis menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP) di SMP Negeri 6 Singaraja. Pada Tahun 2021 penulis berhasil menyelesaikan pendidikan jenjang Sekolah Menengah Atas (SMA) di SMA Negeri 4 Singaraja dengan jurusan IPS. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi yakni Universitas Pendidikan Ganesha dengan Program Studi S1 Manajemen. Pada tahun 2025 penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan *Brand Awareness* Terhadap Keputusan Pembelian Dodol Penglatan Me Mawar”