

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Uji Coba



**KUESIONER PENELITIAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN**

Kepada

Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Hal : Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi pada Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha dengan ini saya mengadakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening pada Produk SGM Yummi-Nutri di Clandys Bali.”

Maka dengan ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner ini. Atas 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, Maret 2025
Peneliti

I Gusti Lanang Prayura Putra
NIM 2329131028

A. Identitas Responden

(Beri tanda ✓ pada kotak jawaban)

1. Nama :
2. Usia : tahun
3. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silakan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju



**C. Draft Pernyataan
Kualitas Produk**

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Produk SGM Yummi-Nutri dapat membantu memenuhi kebutuhan nutrisi keluarga					
2	Produk SGM Yummi-Nutri memiliki keunggulan karena mengandung nutrisi lebih lengkap dibandingkan produk susu merek lain					
3	Produk SGM Yummi-Nutri memiliki keandalan pada tiap varian untuk menarik perhatian konsumen					
4	Produk SGM Yummi-Nutri memiliki komposisi nutrisi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen					
5	Produk SGM Yummi-Nutri memiliki daya tahan yang lama					
6	Produk SGM Yummi-Nutri memiliki kemasan yang mampu menarik perhatian konsumen					

Persepsi Harga

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Harga yang ditawarkan produk SGM Yummi-Nutri terjangkau oleh konsumen					
2	Harga yang ditetapkan produk SGM Yummi-Nutri sesuai dengan kualitas yang diberikan					
3	Harga yang ditawarkan produk SGM Yummi-Nutri memiliki daya saing dengan harga yang ditawarkan produk susu pesaing					

Brand Image

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Produk SGM Yummi-Nutri merupakan merek susu yang mudah diingat					
2	Merek susu SGM Yummi-Nutri mudah dikenal karena memiliki popularitas yang tinggi					
3	Produk SGM Yummi-Nutri memiliki reputasi yang baik sebagai pendukung nutrisi untuk keluarga					

Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya memutuskan membeli produk SGM Yummi-Nutri karena memiliki komposisi nutrisi yang lengkap dan seimbang untuk memenuhi kebutuhan nutrisi tubuh					
2	Saya terbiasa membeli Produk SGM Yummi-Nutri setiap persediaannya menjelang habis					
3	Saya merekomendasikan produk SGM Yummi-Nutri kepada teman-teman					
4	Saya melakukan pembelian kembali produk SGM Yummi-Nutri karena cocok dikonsumsi dan sesuai dengan kebutuhan nutrisi keluarga					



Lampiran 2. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen

1. Data Uji Instrumen

a. Kualitas Produk (X_1)

No. Responden	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	4	4	4	4	4	24
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	4	4	4	24
14	5	4	5	5	4	5	28
15	4	4	4	4	4	4	24
16	4	5	4	5	5	4	27
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	4	4	4	4	24
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	4	3	4	4	3	22
24	3	3	4	3	3	4	20
25	4	4	4	4	4	4	24
26	3	3	4	3	3	4	20
27	3	3	4	3	3	3	19
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24

b. Persepsi Harga (X₂)

No. Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
1	4	4	4	12
2	5	5	5	15
3	4	4	4	12
4	4	4	4	12
5	4	4	4	12
6	4	4	4	12
7	4	4	4	12
8	4	4	4	12
9	5	5	5	15
10	4	4	4	12
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12
13	4	4	4	12
14	5	5	5	15
15	4	4	4	12
16	5	5	5	15
17	4	4	4	12
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	4	4	4	12
21	4	4	4	12
22	3	3	4	10
23	4	3	3	10
24	4	3	3	10
25	3	4	4	11
26	3	4	3	10
27	4	3	3	10
28	4	4	3	11
29	4	4	4	12
30	3	4	4	11

c. *Brand Image (Y₁)*

No. Responden	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Total Y1
1	4	4	4	12
2	5	5	5	15
3	4	4	4	12
4	4	4	4	12
5	4	4	4	12
6	4	4	4	12
7	4	4	4	12
8	4	4	4	12
9	4	4	5	13
10	4	4	3	11
11	4	3	4	11
12	3	4	4	11
13	4	4	4	12
14	5	5	5	15
15	4	4	4	12
16	4	5	5	14
17	4	4	4	12
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	4	4	4	12
21	4	4	4	12
22	3	3	4	10
23	4	3	3	10
24	3	3	3	9
25	4	4	4	12
26	3	3	3	9
27	3	3	3	9
28	4	4	4	12
29	4	4	4	12
30	3	4	3	10

d. Keputusan Pembelian (Y₂)

No. Responden	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Total Y2
1	4	4	4	4	16
2	5	4	4	4	17
3	4	4	4	4	16
4	4	4	4	4	16
5	4	4	4	4	16
6	4	4	4	4	16
7	4	4	4	4	16
8	4	5	4	4	17
9	4	4	4	4	16
10	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	16
13	4	4	4	4	16
14	5	5	5	5	20
15	4	4	4	4	16
16	5	4	4	5	18
17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16
21	4	4	4	4	16
22	4	3	4	4	15
23	3	4	3	4	14
24	4	3	4	3	14
25	4	4	4	4	16
26	3	4	3	4	14
27	4	3	4	3	14
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	4	3	4	15

2. Hasil Uji Validitas

a. Kualitas Produk (X₁)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Total X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.741**	.360	.898**	.741**	.571**	.914**
	Sig. (2-tailed)		.000	.051	.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.741**	1	.000	.898**	1.000**	.276	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000		1.000	.000	.000	.140	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.360	.000	1	.317	.000	.821**	.463**
	Sig. (2-tailed)	.051	1.000		.088	1.000	.000	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.898**	.898**	.317	1	.898**	.512**	.967**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.088		.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.741**	1.000**	.000	.898**	1	.276	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	1.000	.000		.140	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.571**	.276	.821**	.512**	.276	1	.680**
	Sig. (2-tailed)	.001	.140	.000	.004	.140		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total X1	Pearson Correlation	.914**	.859**	.463**	.967**	.859**	.680**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

b. Persepsi Harga (X₂)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.625**	.590**	.829**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.625**	1	.826**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.590**	.826**	1	.912**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30
Total X2	Pearson Correlation	.829**	.921**	.912**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

c. *Brand Image* (Y₁)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Total_Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	.695**	.668**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.695**	1	.734**	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.668**	.734**	1	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
Total_Y1	Pearson Correlation	.872**	.906**	.903**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

d. *Keputusan Pembelian* (Y₂)

Correlations

		Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Total_Y2
Y2.1	Pearson Correlation	1	.208	.700**	.449*	.786**
	Sig. (2-tailed)		.270	.000	.013	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2.2	Pearson Correlation	.208	1	.213	.673**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.270		.258	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2.3	Pearson Correlation	.700**	.213	1	.254	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.258		.175	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2.4	Pearson Correlation	.449*	.673**	.254	1	.792**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.175		.000
	N	30	30	30	30	30
Total_Y2	Pearson Correlation	.786**	.706**	.714**	.792**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

3. Hasil Uji Reliabilitas

a. Kualitas Produk (X_1)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.892	6

b. Persepsi Harga (X_2)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.865	3

c. Brand Image (Y_1)

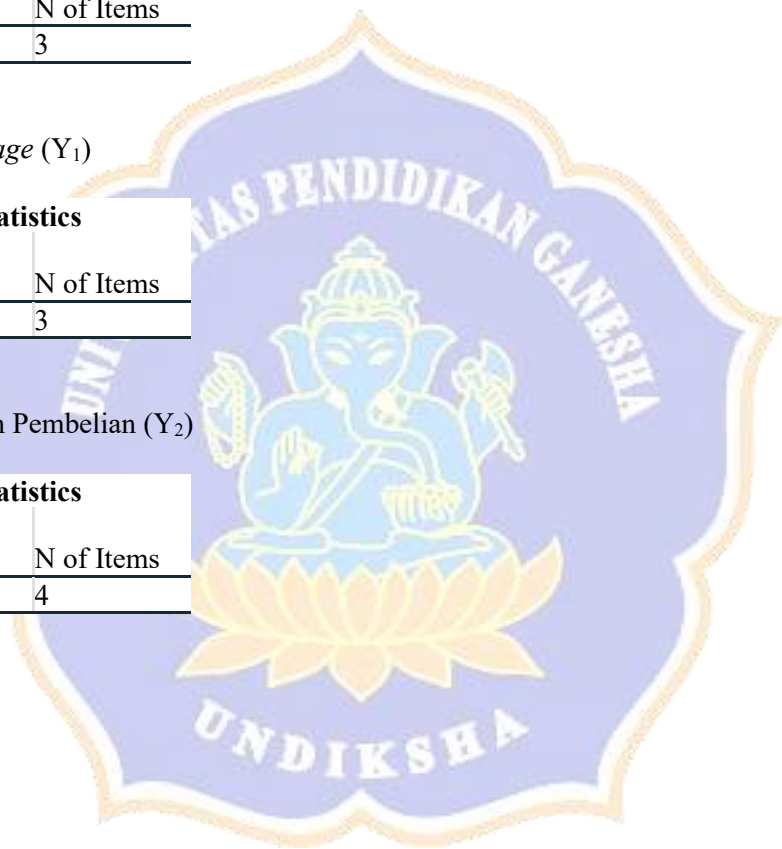
Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.873	3

d. Keputusan Pembelian (Y_2)

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.738	4



4. Rekapitulasi Uji Coba Instrumen

a. Uji Validitas Butir

Hasil uji validitas instrumen kuesioner kualitas produk disajikan pada tabel berikut.

Tabel Hasil Uji Validitas Butir Kuesioner Kualitas Produk

Variabel	No. Item	Rxy	<i>p-value</i>	<i>alpha</i> (α)	Keterangan
Kualitas produk (X1)	X1.1	0,914	0,000	0,05	Valid
	X1.2	0,859	0,000	0,05	Valid
	X1.3	0,463	0,010	0,05	Valid
	X1.4	0,967	0,000	0,05	Valid
	X1.5	0,859	0,000	0,05	Valid
	X1.6	0,680	0,000	0,05	Valid

Berdasarkan tabel di atas dapat ditunjukkan bahwa pada seluruh butir kuesioner kualitas produk memiliki nilai $p\text{-value} < \alpha = 0,05$, sehingga seluruh butir kuesioner kualitas produk dinyatakan valid. Hasil uji validitas instrumen kuesioner persepsi harga disajikan pada tabel berikut.

Tabel Hasil Uji Validitas Butir Kuesioner Persepsi Harga

Variabel	No. Item	Rxy	<i>p-value</i>	<i>alpha</i> (α)	Keterangan
Persepsi harga (X2)	X2.1	0,829	0,000	0,05	Valid
	X2.2	0,921	0,000	0,05	Valid
	X2.3	0,912	0,000	0,05	Valid

Berdasarkan tabel di atas dapat ditunjukkan bahwa pada seluruh butir kuesioner persepsi harga memiliki nilai $p\text{-value} < \alpha = 0,05$, sehingga seluruh butir kuesioner persepsi harga dinyatakan valid. Hasil uji validitas instrumen kuesioner *brand image* disajikan pada tabel berikut.

Tabel Hasil Uji Validitas Butir Kuesioner *Brand Image*

Variabel	No. Item	Rxy	<i>p-value</i>	<i>alpha</i> (α)	Keterangan
<i>Brand image</i> (Y1)	Y _{1.1}	0,872	0,000	0,05	Valid
	Y _{1.2}	0,906	0,000	0,05	Valid
	Y _{1.3}	0,903	0,000	0,05	Valid

Berdasarkan tabel di atas dapat ditunjukkan bahwa pada seluruh butir kuesioner *brand image* memiliki nilai $p\text{-value} < \alpha = 0,05$, sehingga seluruh butir

kuesioner *brand image* dinyatakan valid. Hasil uji validitas instrumen kuesioner keputusan pembelian disajikan pada tabel berikut.

Tabel Hasil Uji Validitas Butir Kuesioner Keputusan Pembelian

Variabel	No. Item	Rxy	<i>p-value</i>	<i>alpha</i> (α)	Keterangan
Keputusan pembelian (Y_2)	Y _{2.1}	0,786	0,000	0,05	Valid
	Y _{2.2}	0,706	0,000	0,05	Valid
	Y _{2.3}	0,714	0,000	0,05	Valid
	Y _{2.4}	0,792	0,000	0,05	Valid

Berdasarkan tabel di atas dapat ditunjukkan bahwa pada seluruh butir kuesioner keputusan pembelian memiliki nilai $p\text{-value} < \alpha = 0,05$, sehingga seluruh butir kuesioner keputusan pembelian dinyatakan valid.

b. Uji Reliabilitas Instrumen

Hasil uji reliabilitas disajikan pada tabel berikut.

Tabel Hasil Uji Reliabilitas Instrumen

Variabel	Koefisien <i>Cronbach's Alpha</i>	Standar <i>Alpha</i>	Keterangan
Kualitas produk	0,892	0,60	Reliabel
Persepsi harga	0,865	0,60	Reliabel
<i>Brand image</i>	0,873	0,60	Reliabel
Keputusan pembelian	0,738	0,60	Reliabel

Berdasarkan tabel di atas dapat diungkapkan bahwa instrumen kualitas produk, persepsi harga, *brand image* dan keputusan pembelian secara keseluruhan reliabel, hal ini ditunjukkan dengan nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,60$.

Lampiran 3. Kuesioner Penelitian



KUESIONER PENELITIAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
PASCASARJANA
PROGRAM STUDI MAGISTER MANAJEMEN

Kepada

Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Hal : Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi pada Program Studi Magister Manajemen, Pascasarjana, Universitas Pendidikan Ganesha dengan ini saya mengadakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian dengan *Brand Image* Sebagai Variabel Intervening pada Produk SGM Yummi-Nutri di Clandys Bali.”

Maka dengan ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner ini. Atas 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, April 2025
Peneliti

I Gusti Lanang Prayura Putra
NIM 2329131028

A. Identitas Responden

(Beri tanda ✓ pada kotak jawaban)

1. Nama :
2. Usia : tahun
3. Jenis Kelamin : ☐ Laki-laki ☐ Perempuan

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silakan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju



C. Draft Pernyataan

Kualitas Produk

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Produk SGM Yummi-Nutri dapat membantu memenuhi kebutuhan nutrisi keluarga					
2	Produk SGM Yummi-Nutri memiliki keunggulan karena mengandung nutrisi lebih lengkap dibandingkan produk susu merek lain					
3	Produk SGM Yummi-Nutri memiliki keandalan pada tiap varian untuk menarik perhatian konsumen					
4	Produk SGM Yummi-Nutri memiliki komposisi nutrisi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen					
5	Produk SGM Yummi-Nutri memiliki daya tahan yang lama					
6	Produk SGM Yummi-Nutri memiliki kemasan yang mampu menarik perhatian konsumen					

Persepsi Harga

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Harga yang ditawarkan produk SGM Yummi-Nutri terjangkau oleh konsumen					
2	Harga yang ditetapkan produk SGM Yummi-Nutri sesuai dengan kualitas yang diberikan					
3	Harga yang ditawarkan produk SGM Yummi-Nutri memiliki daya saing dengan harga yang ditawarkan produk susu pesaing					

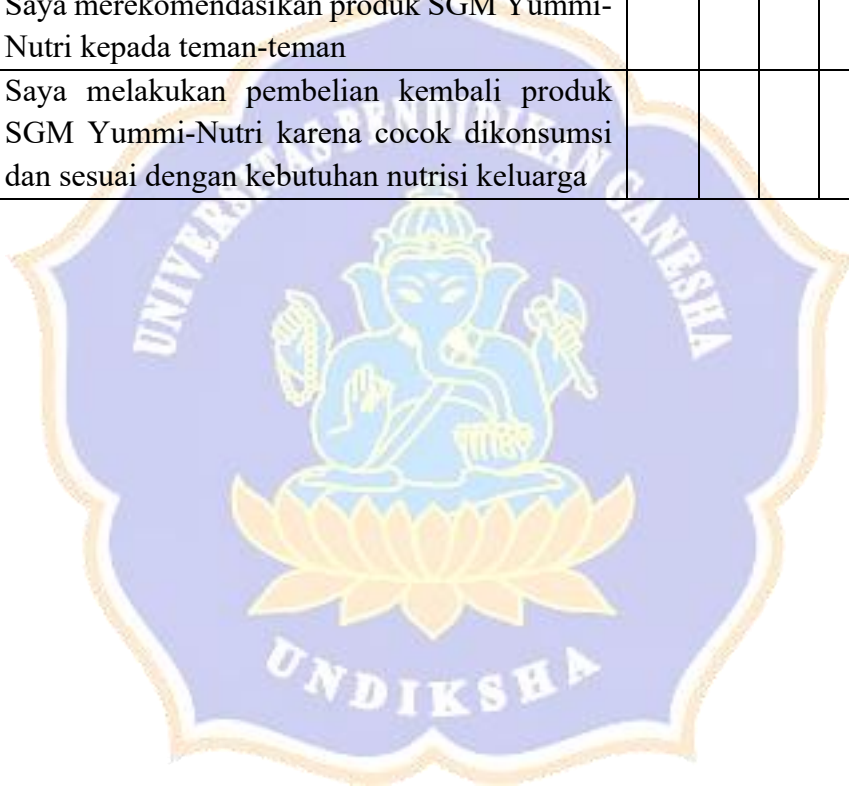
Brand Image

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Produk SGM Yummi-Nutri merupakan merek susu yang mudah diingat					
2	Merek susu SGM Yummi-Nutri mudah dikenal karena memiliki popularitas yang tinggi					

3	Produk SGM Yummi-Nutri memiliki reputasi yang baik sebagai pendukung nutrisi untuk keluarga					
---	---	--	--	--	--	--

Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya memutuskan membeli produk SGM Yummi-Nutri karena memiliki komposisi nutrisi yang lengkap dan seimbang untuk memenuhi kebutuhan nutrisi tubuh					
2	Saya terbiasa membeli Produk SGM Yummi-Nutri setiap persediaannya menjelang habis					
3	Saya merekomendasikan produk SGM Yummi-Nutri kepada teman-teman					
4	Saya melakukan pembelian kembali produk SGM Yummi-Nutri karena cocok dikonsumsi dan sesuai dengan kebutuhan nutrisi keluarga					



Lampiran 4. Tabulasi Data Penelitian

1. Variabel Kualitas Produk (X₁)

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

41	4	4	4	4	4	4	24
42	5	5	5	4	5	4	28
43	4	4	4	3	4	3	22
44	4	4	5	4	4	4	25
45	4	4	4	3	4	3	22
46	5	4	5	4	5	4	27
47	4	4	4	3	4	3	22
48	4	3	3	4	3	4	21
49	4	3	3	4	3	4	21
50	5	5	4	5	4	5	28
51	4	4	4	5	4	4	25
52	4	4	4	5	4	5	26
53	5	4	5	4	5	5	28
54	4	3	3	4	3	4	21
55	4	3	3	4	3	4	21
56	5	5	5	4	5	4	28
57	4	5	4	5	4	4	26
58	4	4	4	4	5	4	25
59	4	4	4	3	4	3	22
60	5	5	4	5	4	5	28
61	4	4	3	4	3	4	22
62	5	5	5	5	5	5	30
63	4	3	3	4	3	4	21
64	4	4	3	4	3	4	22
65	4	3	4	4	3	4	22
66	5	5	5	5	5	5	30
67	5	4	5	5	5	5	29
68	4	3	3	4	4	4	22
69	4	4	3	4	3	4	22
70	4	3	4	4	3	4	22
71	5	5	5	5	5	5	30
72	4	3	3	4	3	4	21
73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	5	4	5	4	5	28
75	4	3	3	4	3	4	21
76	4	5	5	5	4	5	28
77	4	3	3	4	3	4	21
78	5	5	5	5	5	5	30
79	3	4	4	3	4	3	21
80	4	3	3	4	3	4	21
81	4	3	3	4	3	4	21
82	4	4	5	4	5	4	26
83	4	4	4	4	4	5	25
84	3	4	4	3	4	3	21
85	4	4	4	4	4	4	24
86	4	3	3	4	3	4	21

87	4	3	4	4	4	3	22
88	4	3	3	4	4	4	22
89	4	5	5	5	5	4	28
90	5	4	4	4	4	4	25
91	5	4	4	5	5	5	28
92	5	5	5	5	4	4	28
93	4	4	3	4	3	4	22
94	4	5	4	5	4	4	26
95	4	3	3	4	3	4	21
96	4	3	4	4	3	4	22
97	3	4	4	3	4	3	21
98	3	4	3	3	3	3	19
99	5	4	4	5	4	4	26
100	4	3	3	4	4	4	22
101	3	4	4	3	4	3	21
102	5	4	5	5	5	5	29
103	3	4	4	3	4	3	21
104	4	4	3	4	3	4	22
105	4	4	4	4	4	3	23
106	4	3	4	3	4	3	21
107	4	3	4	4	3	4	22
108	5	5	5	4	5	4	28
109	4	4	4	4	4	4	24
110	5	4	5	5	5	5	29
111	5	4	4	4	5	4	26
112	4	3	4	3	4	3	21
113	4	4	4	4	4	4	24
114	4	5	4	4	4	4	25
115	4	3	3	4	4	4	22
116	4	4	4	4	4	4	24
117	4	4	3	4	3	4	22
118	5	4	5	5	5	5	29
119	4	3	4	4	3	4	22
120	5	5	5	5	5	5	30
121	4	4	5	4	4	4	25
122	4	3	3	4	3	4	21
123	5	5	5	5	5	5	30
124	5	4	5	5	5	5	29
125	4	5	4	4	4	5	26
126	5	5	5	4	5	4	28
127	4	3	3	4	3	4	21
128	3	3	4	3	3	3	19
129	4	4	4	4	4	4	24
130	5	5	5	4	4	4	27
131	4	3	3	4	4	4	22
132	5	4	5	4	4	4	26

133	5	5	5	4	5	5	29
134	5	5	5	5	4	5	29
135	4	4	4	4	4	4	24
136	4	4	4	4	4	4	24
137	3	4	4	3	4	3	21
138	5	5	5	5	5	5	30
139	4	4	4	4	4	4	24
140	4	4	4	4	4	4	24
141	4	3	3	4	3	4	21
142	4	4	3	4	3	4	22
143	4	3	3	4	3	4	21
144	3	4	4	3	4	3	21
145	5	4	5	5	4	5	28
146	4	4	4	4	4	4	24
147	4	3	3	4	3	4	21
148	4	3	4	4	3	4	22
149	4	4	4	4	4	4	24
150	4	4	4	4	4	4	24
151	3	4	4	3	4	4	22
152	4	3	3	4	3	4	21
153	3	4	4	3	3	3	20
154	3	3	3	3	3	3	18
155	4	5	5	5	5	4	28
156	5	5	5	5	5	4	29
157	4	4	4	4	4	4	24
158	3	3	3	3	3	3	18
159	4	4	4	4	4	4	24
160	4	4	4	4	4	4	24

Skor	Indikator 1	Indikator 2	Indikator 3	Indikator 4	Indikator 5	Indikator 6
1	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0
3	13	42	39	25	42	26
4	95	71	75	87	77	91
5	52	47	46	48	41	43
Total	160	160	160	160	160	160
Rata-rata	4.24	4.03	4.04	4.14	3.99	4.11

Indikator	Skor					Rata-rata	Persentase
	1	2	3	4	5		
Indikator 1	0	0	8.13	59.38	32.50	4.24	84.88
Indikator 2	0	0	26.25	44.38	29.38	4.03	80.63
Indikator 3	0	0	24.38	46.88	28.75	4.04	80.88
Indikator 4	0	0	15.63	54.38	30.00	4.14	82.88
Indikator 5	0	0	26.25	48.13	25.63	3.99	79.88

Indikator 6	0	0	16.25	56.88	26.88	4.11	82.13
Rata-rata Skor	0	0	19.48	51.67	28.85	4.09	81.88

2. Variabel Persepsi Harga (X₂)

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

42	4	4	4	12
43	4	3	4	11
44	4	4	4	12
45	3	4	4	11
46	4	4	4	12
47	3	4	3	10
48	4	3	3	10
49	3	3	4	10
50	4	4	4	12
51	4	4	4	12
52	4	4	4	12
53	4	4	4	12
54	3	4	3	10
55	3	3	4	10
56	4	4	4	12
57	4	4	4	12
58	4	4	4	12
59	4	3	3	10
60	4	4	4	12
61	4	4	3	11
62	5	5	5	15
63	3	3	4	10
64	4	3	4	11
65	4	3	3	10
66	5	4	5	14
67	5	5	4	14
68	4	3	4	11
69	4	3	4	11
70	3	4	4	11
71	5	5	5	15
72	3	4	3	10
73	4	5	5	14
74	4	4	4	12
75	3	3	4	10
76	5	4	5	14
77	3	3	4	10
78	5	5	5	15
79	3	4	3	10
80	3	4	3	10
81	3	3	3	9
82	4	4	4	12
83	4	4	4	12
84	4	3	3	10
85	4	4	4	12
86	3	4	3	10
87	3	4	4	11

88	4	4	3	11
89	4	4	4	12
90	4	4	4	12
91	4	4	4	12
92	4	4	4	12
93	4	3	4	11
94	4	4	4	12
95	3	4	3	10
96	4	3	4	11
97	4	3	3	10
98	4	4	4	12
99	4	4	4	12
100	3	3	4	10
101	4	3	3	10
102	5	4	4	13
103	3	3	4	10
104	3	4	4	11
105	4	3	3	10
106	3	4	3	10
107	4	3	4	11
108	4	4	4	12
109	4	4	4	12
110	5	5	4	14
111	4	4	4	12
112	3	3	3	9
113	4	4	4	12
114	4	4	4	12
115	4	4	3	11
116	4	3	4	11
117	4	4	4	12
118	4	5	4	13
119	3	4	4	11
120	5	5	5	15
121	3	4	4	11
122	3	3	4	10
123	5	5	5	15
124	5	5	4	14
125	4	5	5	14
126	4	4	4	12
127	3	3	4	10
128	3	4	3	10
129	4	4	3	11
130	4	4	4	12
131	4	4	3	11
132	4	4	4	12
133	5	4	5	14

134	5	4	4	13
135	3	4	4	11
136	4	4	4	12
137	3	4	3	10
138	5	5	5	15
139	4	4	3	11
140	4	4	3	11
141	4	3	3	10
142	4	4	4	12
143	3	4	3	10
144	3	4	3	10
145	4	5	4	13
146	4	3	4	11
147	3	3	3	9
148	4	3	3	10
149	3	4	4	11
150	4	4	4	12
151	4	3	4	11
152	3	3	3	9
153	3	3	4	10
154	4	4	4	12
155	4	4	4	12
156	4	4	4	12
157	4	4	4	12
158	4	4	4	12
159	4	4	4	12
160	4	4	3	11

Skor	Indikator 1	Indikator 2	Indikator 3
1	0	0	0
2	0	0	0
3	41	42	39
4	93	94	98
5	26	24	23
Total	160	160	160
Rata-rata	3.91	3.89	3.90

Indikator	Skor					Rata-rata	Persentase
	1	2	3	4	5		
Indikator 1	0	0	25.63	58.13	16.25	3.91	78.13
Indikator 2	0	0	26.25	58.75	15.00	3.89	77.75
Indikator 3	0	0	24.38	61.25	14.38	3.90	78.00
Rata-rata Skor	0	0	25.42	59.38	15.21	3.90	77.96

3. Variabel *Brand Image* (Y₁)

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

42	4	3	4	11
43	3	4	3	10
44	4	4	4	12
45	4	3	4	11
46	4	4	4	12
47	4	4	4	12
48	4	4	4	12
49	3	4	4	11
50	4	4	4	12
51	4	3	4	11
52	5	4	5	14
53	5	4	5	14
54	4	3	3	10
55	4	4	4	12
56	4	3	4	11
57	5	4	5	14
58	4	4	4	12
59	3	3	4	10
60	3	4	4	11
61	4	4	3	11
62	5	4	4	13
63	4	4	4	12
64	4	4	4	12
65	4	3	4	11
66	5	5	4	14
67	5	5	5	15
68	4	3	4	11
69	4	4	4	12
70	4	4	4	12
71	4	5	4	13
72	3	4	3	10
73	5	4	5	14
74	4	4	5	13
75	3	3	3	9
76	5	5	5	15
77	3	3	4	10
78	5	4	4	13
79	4	3	3	10
80	3	3	4	10
81	4	3	3	10
82	4	3	4	11
83	3	4	4	11
84	3	4	3	10
85	3	3	4	10
86	3	3	4	10
87	3	4	4	11

88	3	4	3	10
89	4	4	4	12
90	4	4	3	11
91	4	4	4	12
92	4	3	4	11
93	4	3	4	11
94	4	4	4	12
95	3	4	3	10
96	3	4	4	11
97	4	3	4	11
98	4	3	3	10
99	5	5	5	15
100	4	4	4	12
101	4	4	3	11
102	4	4	4	12
103	4	3	4	11
104	4	4	4	12
105	3	4	3	10
106	3	4	3	10
107	3	4	4	11
108	3	4	4	11
109	4	3	3	10
110	5	5	4	14
111	4	4	4	12
112	4	4	3	11
113	4	4	3	11
114	4	4	4	12
115	4	4	4	12
116	4	4	4	12
117	3	4	4	11
118	4	4	4	12
119	4	4	4	12
120	4	5	5	14
121	4	4	4	12
122	3	3	4	10
123	5	4	5	14
124	4	4	4	12
125	5	4	5	14
126	4	4	4	12
127	4	4	3	11
128	3	3	3	9
129	4	4	4	12
130	4	4	4	12
131	4	3	3	10
132	4	4	4	12
133	5	5	4	14

134	4	4	4	12
135	3	3	4	10
136	4	4	4	12
137	4	3	3	10
138	4	5	4	13
139	3	4	3	10
140	4	4	4	12
141	4	4	3	11
142	4	3	4	11
143	3	4	4	11
144	3	3	4	10
145	5	4	5	14
146	4	4	4	12
147	4	3	4	11
148	4	4	3	11
149	3	3	3	9
150	3	3	3	9
151	3	3	3	9
152	3	3	3	9
153	3	3	3	9
154	3	3	3	9
155	3	3	3	9
156	4	4	4	12
157	4	4	4	12
158	3	3	3	9
159	3	2	3	8
160	4	4	3	11

Skor	Indikator 1	Indikator 2	Indikator 3
1	0	0	0
2	0	1	1
3	42	43	40
4	88	91	92
5	30	25	27
Total	160	160	160
Rata-rata	3.93	3.88	3.91

Indikator	Skor					Rata-rata	Persentase
	1	2	3	4	5		
Indikator 1	0	0	26.25	55.00	18.75	3.93	78.50
Indikator 2	0	1	26.88	56.88	15.63	3.88	77.50
Indikator 3	0	1	25.00	57.50	16.88	3.91	78.13
Rata-rata Skor	0	0	26.04	56.46	17.08	3.90	78.04

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y₂)

No. Responden	Y2.1	Y2.2	Y2.3	Y2.4	Total Y2
1	5	4	4	4	17
2	4	5	4	4	17
3	5	5	5	4	19
4	5	5	5	5	20
5	5	4	4	4	17
6	4	3	4	4	15
7	4	4	3	4	15
8	5	4	4	4	17
9	4	5	4	4	17
10	4	4	4	4	16
11	4	5	5	4	18
12	4	4	4	4	16
13	4	4	3	4	15
14	4	4	4	4	16
15	4	3	4	4	15
16	5	5	4	5	19
17	5	5	5	5	20
18	4	4	5	5	18
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	3	15
21	4	4	4	4	16
22	4	3	4	3	14
23	4	5	5	4	18
24	4	4	4	4	16
25	5	4	5	5	19
26	4	4	5	5	18
27	5	5	5	4	19
28	5	4	5	4	18
29	4	4	4	4	16
30	3	4	3	4	14
31	4	5	5	5	19
32	5	4	4	4	17
33	4	4	4	4	16
34	4	4	3	3	14
35	5	4	4	4	17
36	4	4	4	4	16
37	4	3	4	3	14
38	4	4	4	4	16
39	3	4	3	4	14
40	4	4	4	4	16
41	4	3	3	4	14

42	4	4	4	4	16
43	4	3	3	4	14
44	4	4	3	4	15
45	4	3	4	4	15
46	4	4	4	4	16
47	3	4	3	4	14
48	4	3	4	4	15
49	3	4	4	3	14
50	5	4	4	4	17
51	4	4	4	4	16
52	4	5	4	4	17
53	4	3	4	4	15
54	4	3	3	4	14
55	4	4	3	4	15
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	3	15
58	4	3	4	3	14
59	4	3	4	4	15
60	5	4	4	4	17
61	4	4	3	4	15
62	5	4	4	4	17
63	3	4	4	4	15
64	4	4	4	4	16
65	3	4	3	4	14
66	5	5	4	4	18
67	4	5	5	5	19
68	4	5	4	4	17
69	4	3	4	4	15
70	4	4	3	4	15
71	4	4	4	4	16
72	3	4	4	3	14
73	5	4	5	5	19
74	4	4	4	4	16
75	4	4	3	3	14
76	5	5	5	4	19
77	4	4	4	4	16
78	4	4	4	4	16
79	4	3	3	4	14
80	4	4	4	4	16
81	3	3	4	4	14
82	4	4	3	3	14
83	4	4	3	4	15
84	4	4	4	4	16
85	4	4	4	4	16
86	4	3	4	3	14
87	4	4	4	3	15

88	4	3	4	3	14
89	4	4	5	4	17
90	3	4	4	4	15
91	4	4	4	5	17
92	4	4	3	4	15
93	4	4	4	3	15
94	4	4	4	4	16
95	3	4	3	4	14
96	4	4	3	3	14
97	4	3	4	3	14
98	3	4	3	4	14
99	4	4	3	4	15
100	4	4	4	4	16
101	4	3	3	4	14
102	4	4	4	4	16
103	4	3	3	4	14
104	4	4	4	4	16
105	3	3	3	3	12
106	3	4	3	4	14
107	4	4	3	3	14
108	4	4	3	4	15
109	4	4	4	4	16
110	5	4	5	5	19
111	5	5	4	4	18
112	3	4	4	3	14
113	4	4	4	4	16
114	3	4	3	4	14
115	5	4	4	4	17
116	4	3	4	4	15
117	4	4	3	3	14
118	4	5	4	4	17
119	4	4	4	4	16
120	5	4	5	4	18
121	4	5	5	4	18
122	3	4	4	3	14
123	5	4	5	4	18
124	4	4	5	4	17
125	5	5	5	4	19
126	5	5	4	4	18
127	3	4	3	4	14
128	3	3	3	3	12
129	4	5	4	4	17
130	4	4	4	4	16
131	4	4	4	4	16
132	4	4	4	4	16
133	4	5	5	5	19

134	5	4	4	4	17
135	4	4	3	3	14
136	4	4	4	4	16
137	3	4	4	3	14
138	4	5	4	4	17
139	3	4	3	4	14
140	4	4	3	4	15
141	3	4	4	4	15
142	4	4	3	3	14
143	3	4	3	3	13
144	3	4	3	3	13
145	5	5	5	4	19
146	5	4	4	5	18
147	4	4	4	4	16
148	4	4	4	4	16
149	3	4	3	3	13
150	3	4	3	3	13
151	3	3	3	3	12
152	3	3	3	3	12
153	3	3	3	2	11
154	3	3	2	2	10
155	4	4	4	4	16
156	4	4	4	4	16
157	4	4	5	4	17
158	3	3	3	2	11
159	4	4	3	4	15
160	4	4	4	4	16

Skor	Indikator 1	Indikator 2	Indikator 3	Indikator 4
1	0	0	0	0
2	0	0	1	3
3	30	28	46	31
4	102	108	89	113
5	28	24	24	13
Total	160	160	160	160
Rata-rata	3.99	3.98	3.85	3.85

Indikator	Skor					Rata-rata	Persentase
	1	2	3	4	5		
Indikator 1	0	0	18.75	63.75	15.00	3.99	79.75
Indikator 2	0	0	17.50	67.50	15.00	3.98	79.50
Indikator 3	0	1	28.75	55.63	15.00	3.85	77.00
Indikator 4	0	2	19.38	70.63	8.13	3.85	77.00
Rata-rata Skor	0	0.63	21.09	64.38	13.91	3.92	78.31

Lampiran 5. Hasil Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	160	18	30	24.56	3.364
X2	160	9	15	11.69	1.586
Y1	160	8	15	11.71	1.673
Y2	160	10	20	15.66	1.856
Valid N (listwise)	160				



Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.16116827
Most Extreme Differences	Absolute	.069
	Positive	.050
	Negative	-.069
Test Statistic		.069
Asymp. Sig. (2-tailed)		.063 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.30863998
Most Extreme Differences	Absolute	.066
	Positive	.066
	Negative	-.048
Test Statistic		.066
Asymp. Sig. (2-tailed)		.087 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		160
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.23715155
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.066
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.057 ^c

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

2. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	.297	3.372
	X2	.297	3.372

a. Dependent Variable: Y1

Coefficients^a

		Collinearity Statistics	
Model		Tolerance	VIF
1	X1	.297	3.372
	X2	.297	3.372

a. Dependent Variable: Y2

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.681	.438		1.553	.123
	X1	.036	.031	.171	1.174	.242
	X2	-.057	.066	-.126	-.862	.390

a. Dependent Variable: ABS_1

Coefficients^a

		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
Model		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.104	.489		2.258	.025
	X1	-.064	.035	-.267	-1.844	.067
	X2	.128	.073	.252	1.741	.084

a. Dependent Variable: ABS_2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
1	(Constant)	1.324	.412		3.214	.002
	Y1	-.028	.035	-.064	-.812	.418

a. Dependent Variable: ABS_3



Lampiran 7. Hasil Analisis Jalur

Hasil Analisis Jalur I

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.620	.616	1.151

a. Predictors: (Constant), Y1, X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	339.810	2	169.905	128.267	.000 ^b
	Residual	207.965	157	1.325		
	Total	547.775	159			

a. Dependent Variable: Y2

b. Predictors: (Constant), Y1, X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients B	Std. Error	Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Correlations Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	4.375	.716		6.109	.000			
	X1	.194	.038	.352	5.169	.000	.699	.381	.254
	Y1	.557	.076	.502	7.365	.000	.745	.507	.362

a. Dependent Variable: Y2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.692 ^a	.479	.476	1.212

a. Predictors: (Constant), X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	213.242	1	213.242	145.256	.000 ^b
	Residual	231.951	158	1.468		
	Total	445.194	159			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X1

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	3.251	.708		4.591	.000			
X1	.344	.029	.692	12.052	.000	.692	.692	.692

a. Dependent Variable: Y1

Hasil Analisis Jalur II**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.769 ^a	.591	.586	1.194

a. Predictors: (Constant), Y1, X2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	323.991	2	161.995	113.651	.000 ^b
	Residual	223.784	157	1.425		
	Total	547.775	159			

a. Dependent Variable: Y2

b. Predictors: (Constant), Y1, X2

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	4.746	.748		6.348	.000			
X2	.305	.082	.261	3.706	.000	.650	.284	.189
Y1	.628	.078	.566	8.045	.000	.745	.540	.410

a. Dependent Variable: Y2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.689 ^a	.474	.471	1.217

a. Predictors: (Constant), X2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	211.133	1	211.133	142.523	.000 ^b
	Residual	234.060	158	1.481		
	Total	445.194	159			

a. Dependent Variable: Y1

b. Predictors: (Constant), X2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	3.210	.718		4.471	.000			
	X2	.727	.061	.689	11.938	.000	.689	.689	.689

a. Dependent Variable: Y1

