

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS SEBLAK QUEEN PASINAN KECAMATAN BAURENO)**

**SKRIPSI**



**Oleh :**

**DIVA APRILIA**

**NIM. 21020039**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI  
SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI CENDEKIA  
BOJONEGORO  
TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK, KUALITAS  
PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (STUDI KASUS  
SEBLAK QUEEN PASINAN KECAMATAN BAURENO)**

**PROGRAM STUDI AKUNTANSI**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada**

**Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro**

**Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan**

**Dalam Menyelesaikan Program Strata Satu (S1)**

Oleh :

Diva Aprilia

NIM : 21020039

**SEKOLAH TINGGI ILMU EKONOMI CENDEKIA**

**BOJONEGORO**

**TAHUN 2025**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK,  
DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS SEBLAK QUEEN PASINAN KECAMATAN BAURENO)**

**SKRIPSI**

Diajukan guna memenuhi salah satu  
syarat guna mencapai gelar Sarjana Akuntansi  
pada Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia  
Bojonegoro

Oleh :

**DIVA APRILIA**

**NIM. 21020039**

Menyetujui :

Dosen Pembimbing I



Hermawan Budi Prasetyo, SE., MSA., Ak  
NUPTK. 9345762663130203

Dosen Pembimbing II



Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak  
NUPTK. 7837753654232242

**HALAMAN PENGESAHAN**

**Dipertahankan di Depan Panitia Penguji Skripsi  
Program Studi Akuntansi  
STIE Cendekia Bojonegoro**

Oleh :

Nama Mahasiswa : Diva Aprilia

NIM : 21020039

Disetujui dan di terima :

Hari, Taggal : Rabu, 06 Agustus 2025

Tempat : Ruang G

Dewan Penguji Skripsi

1. Ketua Penguji : Dra. Susilowati Rahayu, MM.

2. Sekretaris Penguji : Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak.

3. Anggota Penguji : Hasan Bisri SE., MSA.

Disahkan oleh :

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia Bojonegoro

  
Ketua  
Nurul Mazidah, S.E., MSA., Ak  
NLUPTK. 7837753654232242

**MOTTO**

*Sebenarnya tidak ada yang perlu di khawatirkan, Allah memang tidak menjanjikan hidupmu selalu mudah. Tapi dua kali Allah berjanji bahwa*

*“fa inna ma ‘al- ‘usri Yusra, inna ma ‘al- ‘usri Yusra”*

*“Karena Sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan, sesungguhnya sesudah kesulitan itu ada kemudahan”*

*(Q.S. Al-Insyirah : 5-6)*

**Persembahan :**

*Bismillahirrohmanirrohim*

*Skripsi ini saya persembahkan untuk :*

*Kedua orangtua saya tercinta Bapak Mundhopar dan Ibu Arni Fitria*

*Teman sekaligus sahabat seperjuangan saya Metha, Nia, Diana, Enjela, Yetti,  
Amel dan Sinta*

*Teman yang sudah kebersamai saya dari SMA yaitu Olga Reynova Aryanto*

*Almamaterku STIE Cendekia*

**ABSTRAK**

Aprilia Diva. 2025. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno)*. Skripsi. Akuntansi. STIE Cendekia Bojonegoro. Hermawan Budi Prasetyo, SE., MSA., AK selaku pembimbing satu dan Nurul Mazidah, SE., MSA., AK selaku pembimbing dua.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga Produk, Kualitas Pelayanan, Keputusan Pembelian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno. Latar belakang penelitian ini didasarkan pada pentingnya pemahaman faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, terutama ditengah persaingan usaha kuliner yang semakin kompetitif. Tiga variabel independen yang dikaji dalam penelitian ini adalah kualitas produk harga produk dan kualitas pelayanan dengan variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif. Data primer di peroleh melalui penyebaran kuesioner kepada 385 responden yang merupakan konsumen seblak queen pasinan. Teknik analisis data yang digunakan meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi ( $R^2$ ) dengan bantuan software spss.


Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai t-hitung  $19,750 > t\text{-tabel } 1,966$  dan signifikansi  $0,000$ . Variabel harga juga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t-hitung  $19,230 > t\text{-tabel } 1,966$  dan signifikansi  $0,000$ . Begitu pula kualitas pelayanan yang berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan t-hitung  $17,709 > t\text{-tabel } 1,966$  dan signifikansi  $0,000$ . Secara simultan, kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian dengan nilai F-hitung  $197,213 > F\text{-tabel } 2,63$  dan signifikansi  $0,000$ . Koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar  $0,605$  menunjukkan bahwa  $60,5\%$  variasi keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan, sedangkan sisanya sebesar  $39,5\%$  dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini. Temuan ini mengindikasikan bahwa peningkatan kualitas produk, penetapan harga yang tepat, dan pelayanan yang optimal akan secara signifikan meningkatkan keputusan pembelian konsumen di Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno.

**BIODATA SINGKAT PENULIS**

**Nama Lengkap** : Diva Aprilia  
**NIM** : 21020039  
**Tempat, Tanggal lahir** : Bojonegoro, 21 April 2003  
**Agama** : Islam  
**Pendidikan Sebelumnya** : SMA Negeri 1 Baureno  
**Nama Orangtua/ Wali** : Mundhopar  
**Alamat Rumah** : Ds. Nglumber RT.11 RW.05 Kec. Kepohbaru  
Kab. Bojonegoro  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno)

Bojonegoro, 28 Juli 2025

Penulis



Divia Aprilia

### SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Peneliti yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Diva Aprilia  
NIM : 21020039  
Tempat, Tanggal Lahir : Bojonegoro, 21 April 2003  
Program Studi : Akuntansi  
Institusi : Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Cendekia  
Bojonegoro

Dengan ini, peneliti menyatakan dengan penuh kejujuran bahwa skripsi peneliti yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno)”** adalah hasil karya asli dari penelitian yang peneliti lakukan sendiri.

Pernyataan ini peneliti buat dengan sebenar-benarnya. Apabila di kemudian hari terbukti bahwa skripsi ini mengandung unsur plagiasi, peneliti bersedia menerima segala konsekuensi yang ditetapkan, termasuk peninjauan kembali terhadap ijazah dan gelar Sarjana Akuntansi yang telah peneliti peroleh dari STIE Cendekia Bojonegoro.

Bojonegoro, 28 Juli 2025



Diva Aprilia

## KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT atas segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno)”

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Akuntansi (S.Ak) di STIE Cendekia Bojonegoro. Selain itu, penulisan ini diharapkan dapat memberi manfaat, menambah ilmu pengetahuan, serta memperluas wawasan baik penulis sendiri maupun bagi para pembaca.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis tidak bekerja sendiri. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Ibu Nurul Mazidah, SE., MSA., Ak, selaku Ketua STIE Cendekia Bojonegoro sekaligus dosen pembimbing II, yang telah memberikan bimbingan dan masukan yang sangat membantu proses penyusunan skripsi ini.
2. Ibu Dina Alafi Hidayatin, SE., MA, selaku Ketua Program Studi Akuntansi STIE Cendekia Bojonegoro, atas bimbingan dan arahnya.
3. Bapak Hermawan Budi Prasetyo, SE., MSA., Ak, selaku Dosen Pembimbing I, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan arahan, saran, dan masukan berharga sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
4. Bapak/Ibu Dosen STIE Cendekia Bojonegoro, khususnya dari Program Studi Akuntansi, yang telah memberikan bekal ilmu dan bimbingan selama masa perkuliahan.
5. Kedua orang tua tercinta, Bapak Mundhopar dan Ibu Arni Fitria, atas segala doa, dukungan moral, serta kasih sayang yang tak terhingga selama masa studi dan penyusunan skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, dengan rendah hati, penulis membuka diri terhadap kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa mendatang.

Bojonegoro, 28 Juli 2025

Penulis




Divia Aprilia

**DAFTAR ISI**

COVER .....	i
HALAMAN JUDUL .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iii
HALAMAN PENGESAHAN .....	iv
MOTTO DAN PERSEMBAHAN .....	v
ABSTRAK .....	vi
BIODATA PENULIS .....	vii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL .....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB 1 PENDAHULUAN .....	1
A. Latar Belakang .....	1
B. Identifikasi dan Cakupan Masalah.....	6
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR .....	11
A. Kajian Teori dan Deskripsi Teori .....	11
B. Kajian Empiris .....	17
C. Kerangka Berfikir .....	22
D. Hipotesis .....	22
BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....	27
A. Metode dan Jenis Penelitian.....	27
B. Jenis dan Sumber Data .....	28
C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	28
D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data.....	31
E. Definisi Operasional .....	32
F. Metode dan Teknik Analisis Data .....	34
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	42
A. Gambaran Singkat Objek Penelitian.....	42
B. Hasil Penelitian dan Analisis Data .....	43

C. Pembahasan.....	73
BAB V PENUTUP .....	87
A. Kesimpulan.....	87
B. Saran .....	88
DAFTAR PUSTAKA .....	90
LAMPIRAN-LAMPIRAN .....	93



STIE CENDEKIA

**DAFTAR TABEL**

Tabel 1 Kajian Empiris.....	18
Tabel 2 Pengukuran Skala Likert.....	32
Tabel 3 Definisi Operasional.....	33
Tabel 4 Demografi Responden.....	43
Tabel 5 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Produk.....	45
Tabel 6 Distribusi Jawaban Responden Variabel Harga Produk.....	47
Tabel 7 Distribusi Jawaban Responden Variabel Kualitas Pelayanan.....	49
Tabel 8 Distribusi Jawaban Responden Variabel Keputusan Pembelian.....	52
Tabel 9 Hasil Uji Statistik Deskriptif.....	54
Tabel 10 Hasil Uji Validitas.....	57
Tabel 11 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk.....	59
Tabel 12 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga Produk.....	59
Tabel 13 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Pelayanan.....	59
Tabel 14 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....	60
Tabel 15 Hasil Uji Multikolinearitas.....	62
Tabel 16 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	63
Tabel 17 Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	64
Tabel 18 Hasil Uji T Variabel Kualitas Produk.....	67
Tabel 19 Hasil Uji T Variabel Harga Produk.....	68
Tabel 20 Hasil Uji T Variabel Kualitas Pelayanan.....	69
Tabel 21 Hasil Uji F Simultan.....	71
Tabel 22 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	73

**DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 Kerangka Berfikir .....22  
Gambar 2 Hasil Uji Normalitas P Plot .....60



## BAB 1

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang

Dalam era globalisasi yang semakin berkembang, dinamika pasar mengalami perubahan yang signifikan, terutama dalam konteks perilaku konsumen terhadap keputusan pembelian. Menurut data dari *United Nations Conference on Trade and Development (2023)* perdagangan global mengalami pertumbuhan sebesar 13% pada tahun 2022 dibandingkan tahun sebelumnya. Peningkatan ini didorong oleh inovasi produk, persaingan yang ketat, serta meningkatnya ekspektasi konsumen terhadap kualitas produk dan layanan. Konsumen modern semakin selektif dalam memilih produk yang mereka konsumsi, dengan mempertimbangkan berbagai faktor seperti kualitas, harga, dan layanan.

Dalam konteks Indonesia, perkembangan industri retail, baik offline maupun online, semakin pesat. Berdasarkan Rachman (2025) Dari catatan BPS, perdagangan tumbuh 5.19% (yoy) pada kuartal IV-2024, jika dibandingkan dengan periode sebelumnya pada kuartal IV-2023 sektor perdagangan hanya tumbuh 4,09%. Tren ini mengindikasikan bahwa konsumen Indonesia semakin memiliki daya beli yang lebih tinggi, namun tetap mempertimbangkan berbagai faktor sebelum melakukan pembelian. Faktor-faktor seperti kualitas produk, harga, dan layanan menjadi determinan utama dalam keputusan pembelian.

Berbagai studi akademik juga menguatkan bahwa kualitas produk, harga, dan layanan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan Anggraini et al., (2024) pada industri makanan dan minuman menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh parsial terhadap keputusan pembelian konsumen di Deli Bakery, yang menunjukkan bahwa semakin baik kualitas produk, semakin tinggi kemungkinan konsumen untuk membeli. Hal ini diperkuat oleh penelitian lain yang dilakukan Martani et al., (2022) di sektor ritel, yang menemukan bahwa kualitas pelayanan juga berpengaruh terhadap keputusan pembelian secara parsial.

Selain kualitas produk dan layanan, faktor harga juga menjadi elemen kunci dalam pengambilan keputusan pembelian. Studi yang dilakukan S. M. Manajemen, (2022) pada Agen Sosis Barokah menunjukkan bahwa harga memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen tidak hanya mencari produk dengan kualitas terbaik, tetapi juga mempertimbangkan nilai ekonomis dari produk yang mereka beli.

Menurut penelitian Fitri Widhiastutik & Ari Kuntardina (2022) dengan semakin banyaknya pilihan produk, konsumen remaja menjadi lebih selektif, terutama mempertimbangkan kualitas produk demi menghindari risiko kesehatan kulit, serta faktor harga karena sebagian besar belum memiliki penghasilan sendiri. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kualitas produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian lipstik pada

mahasiswi STIE Cendekia Bojonegoro, dengan kontribusi pengaruh sebesar 32% dan sisanya 68% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti

Lebih lanjut, penelitian dari Martani et al., (2022) terhadap Gokana Ramen & Teppan Cibinong City Mall menunjukkan bahwa citra merek tidak selalu memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Ini menunjukkan bahwa dalam beberapa kasus, konsumen lebih mengutamakan faktor intrinsik seperti kualitas dan harga dibandingkan dengan faktor ekstensif seperti merek. Dalam industri fashion, penelitian dari Novitasari & AC, (2023) mengenai Nilna Mukena Ngunut Tulungagung menunjukkan bahwa kualitas produk tidak selalu memberikan pengaruh terhadap kepuasan konsumen. Namun, kualitas pelayanan ditemukan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini sejalan dengan temuan pada penelitian lain yang menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki dampak besar terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan Veni Erniawanti et al., (2023) terhadap toko Vivi Jilbab di Sungai Kambang Jambi, ditemukan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian konsumen, sementara kualitas pelayanan tidak memiliki dampak yang signifikan. Studi ini memberikan wawasan bahwa meskipun harga menjadi faktor utama, kualitas layanan tetap menjadi pertimbangan yang harus diperhatikan oleh pelaku bisnis.

Kesimpulan dari berbagai studi yang telah dilakukan menunjukkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Fachruddin Arrazi & Adji, (2024) pada Toko Tua Bandung menemukan bahwa meskipun kualitas produk memiliki efek positif terhadap keputusan pembelian, faktor harga dan kualitas pelayanan lebih dominan dalam memengaruhi keputusan konsumen. Hal ini mengindikasikan bahwa strategi bisnis yang berfokus pada harga dan layanan dapat memberikan dampak yang lebih besar terhadap perilaku konsumen dibandingkan dengan hanya meningkatkan kualitas produk. Dalam konteks industri makanan dan minuman, penelitian yang dilakukan oleh Sandra & Prawoto, (2024) terhadap Kopi Konnichiwa menemukan bahwa ketiga faktor tersebut memiliki tingkat kepentingan sebesar 80,4% dalam keputusan pembelian konsumen. Ini menggaris bawahi pentingnya pendekatan holistik dalam strategi pemasaran, di mana perusahaan tidak hanya berfokus pada satu aspek tetapi juga mempertimbangkan berbagai faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian secara keseluruhan.

Dari berbagai penelitian yang telah disebutkan, dapat disimpulkan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas layanan memiliki peran yang berbeda-beda tergantung pada jenis industri dan perilaku konsumen yang menjadi target pasar. Oleh karena itu, setiap pelaku usaha harus mampu memahami faktor-faktor yang paling mempengaruhi keputusan pembelian pelanggan mereka guna meningkatkan daya saing di pasar. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis

lebih lanjut bagaimana ketiga faktor ini mempengaruhi keputusan pembelian dalam konteks bisnis yang sedang diteliti.

Dengan memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian, pelaku bisnis dapat merancang strategi pemasaran yang lebih efektif. Hal ini akan membantu dalam meningkatkan loyalitas pelanggan, memperkuat posisi merek, serta meningkatkan daya saing di pasar yang semakin kompetitif. Oleh karena itu, penelitian ini akan memberikan kontribusi yang berharga bagi pemilik usaha dalam mengembangkan strategi bisnis yang lebih berorientasi pada kebutuhan dan preferensi konsumen. Seblak Queen Pasinan merupakan salah satu usaha kuliner yang berkembang di Kecamatan Baureno. Seblak sebagai makanan khas Jawa Barat telah mengalami peningkatan popularitas di berbagai daerah, termasuk di wilayah Bojonegoro. Dengan semakin banyaknya pelaku usaha seblak yang bermunculan, persaingan dalam industri ini semakin ketat. Oleh karena itu, pemahaman mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen menjadi sangat penting bagi keberlanjutan bisnis.

Kualitas produk menjadi aspek utama yang menentukan kepuasan dan keputusan pembelian konsumen. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki rasa yang khas, tekstur yang sesuai, serta bahan yang berkualitas. Seblak Queen Pasinan berusaha menjaga kualitas dengan menggunakan bahan-bahan segar dan bumbu khas yang memberikan cita rasa autentik. Hal ini sejalan dengan berbagai penelitian yang menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Selain kualitas produk, harga juga menjadi pertimbangan utama bagi konsumen dalam memilih seblak yang mereka beli. Harga yang terlalu tinggi dapat membuat konsumen beralih ke kompetitor, sementara harga yang terlalu rendah dapat menimbulkan persepsi negatif terhadap kualitas produk. Oleh karena itu, strategi penetapan harga yang tepat sangat penting bagi keberhasilan bisnis ini. Kualitas pelayanan juga memainkan peran penting dalam menarik dan mempertahankan pelanggan. Pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif terhadap kebutuhan pelanggan dapat meningkatkan kepuasan serta loyalitas pelanggan. Seblak Queen Pasinan menerapkan strategi pelayanan yang baik untuk memastikan bahwa setiap pelanggan mendapatkan pengalaman yang memuaskan saat membeli produk mereka.

Dengan memahami pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian di Seblak Queen Pasinan, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan bagi pemilik usaha dalam merancang strategi bisnis yang lebih efektif guna meningkatkan daya saing di industri makanan.

## **B. Identifikasi dan Cakupan Masalah**

### **1. Identifikasi Masalah**

- a. Kualitas produk berperan penting dalam keputusan pembelian, meliputi bahan, rasa, dan daya tahan. Perlu diteliti sejauh mana faktor ini memengaruhi konsumen Seblak Queen Pasinan.
- b. Harga menjadi pertimbangan utama konsumen. Harga terlalu tinggi mendorong konsumen mencari alternatif, sementara harga terlalu rendah

dapat menurunkan persepsi kualitas. Penting memahami persepsi harga terhadap keputusan pembelian.

- c. Pelayanan seperti keramahan, kecepatan, dan ketepatan penyajian memengaruhi kepuasan serta minat beli. Perlu diidentifikasi pengaruhnya terhadap keputusan pembelian.
- d. Persaingan bisnis seblak semakin ketat, sehingga strategi yang efektif diperlukan untuk menarik dan mempertahankan pelanggan.

## 2. Cakupan Masalah

Cakupan masalah dalam penelitian ini meliputi pembahasan mengenai pengaruh kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian pada Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sejauh mana ketiga variabel bebas tersebut memengaruhi keputusan pembelian konsumen, baik secara parsial maupun simultan. Ruang lingkup penelitian dibatasi pada konsumen Seblak Queen Pasinan yang telah melakukan pembelian, sehingga hasil penelitian diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih terfokus dan relevan terhadap kondisi yang sebenarnya.

## C. Rumusan Masalah

1. Apakah kualitas produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno?
2. Apakah harga produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno?

3. Apakah kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen di Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno?
4. Apakah kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian?

#### **D. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### 1. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno.
2. Untuk mengetahui pengaruh harga produk terhadap keputusan pembelian konsumen di Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno.
3. Untuk mengetahui pengaruh kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno.
4. Untuk mengetahui secara simultan pengaruh kualitas produk, harga produk dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno.

##### 2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini memiliki manfaat yang dapat dikategorikan ke dalam dua aspek utama, yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis.

###### 1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi akademis yang signifikan dalam bidang ilmu pemasaran, khususnya dalam memahami faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian konsumen. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi mahasiswa

dan peneliti dalam melakukan kajian lebih lanjut terkait kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan dalam sektor industri makanan dan minuman. Selain itu, penelitian ini juga dapat memperkaya literatur ilmiah terkait perilaku konsumen dalam menentukan pilihan produk. Dengan adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan dasar yang kuat bagi penelitian-penelitian selanjutnya yang ingin mengembangkan model pengaruh kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian dalam berbagai konteks industri lainnya

## 2. Manfaat Praktis

Bagi pelaku usaha, terutama pemilik Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno, hasil penelitian ini dapat digunakan sebagai dasar dalam merumuskan strategi bisnis yang lebih efektif. Dengan memahami bagaimana kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan mempengaruhi keputusan pembelian, pemilik usaha dapat mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki untuk meningkatkan daya saing di pasar. Pemilik usaha dapat menggunakan hasil penelitian ini untuk meningkatkan kualitas produk dengan memastikan penggunaan bahan berkualitas tinggi dan menciptakan rasa yang khas serta inovasi produk yang menarik bagi pelanggan. Selain itu, strategi penetapan harga yang lebih kompetitif dapat dilakukan berdasarkan pemahaman terhadap preferensi harga konsumen, sehingga dapat meningkatkan minat beli tanpa mengorbankan keuntungan. Kualitas pelayanan juga menjadi aspek penting yang dapat ditingkatkan berdasarkan hasil

penelitian ini. Pelayanan yang ramah, cepat, dan responsif akan membantu meningkatkan kepuasan pelanggan dan menciptakan loyalitas yang lebih tinggi terhadap produk Seblak Queen Pasinan. Dengan demikian, penelitian ini dapat memberikan manfaat nyata bagi keberlanjutan bisnis dan pertumbuhan usaha di industri makanan dan minuman

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA BERFIKIR

#### A. Kajian Teori dan Deskripsi Teori

##### 1. Kajian Teori

###### a. Teori Perilaku Konsumen (*Consumer Behavior Theory*)

Menurut Schiffman & Kanuk (2000) perilaku konsumen merujuk pada tindakan konsumen dalam hal pencarian, pembelian, penggunaan, penilaian, serta pembuangan suatu produk atau jasa yang mereka harapkan dapat memenuhi kebutuhan mereka. Dalam pandangan Kotler & Keller (2009) perilaku konsumen merupakan cabang ilmu yang mempelajari bagaimana individu, kelompok, atau organisasi memilih, membeli, menggunakan, dan mengevaluasi produk, jasa, atau pengalaman untuk memenuhi kebutuhan hidup mereka. Dengan demikian, perilaku konsumen dapat dimaknai sebagai serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh seseorang maupun kelompok dalam rangka memenuhi kebutuhan mereka melalui konsumsi.

Kotler & Armstrong (2008) membagi perilaku konsumen ke dalam tiga kategori, yakni konsumen internal, konsumen perantara, dan konsumen eksternal. Konsumen internal adalah mereka yang terlibat langsung dalam proses produksi atau distribusi dalam organisasi, seperti karyawan atau operator sistem. Konsumen perantara bertindak sebagai penghubung antara produsen atau pengguna akhir, seperti distributor

atau pengecer. Sementara itu, konsumen eksternal merupakan pihak yang langsung menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan, dan menjadi target utama dalam pengambilan keputusan pembelian.

Dari ketiga kategori tersebut, masing-masing memiliki peran tersendiri. Konsumen internal bertanggung jawab atas kelancaran proses sistem produksi dan distribusi. Konsumen perantara memiliki fungsi sebagai penghubung yang memastikan barang sampai ke konsumen akhir dengan tepat. Sedangkan konsumen eksternal adalah penentu akhir dalam keputusan pembelian karena mereka adalah pengguna langsung dari produk atau jasa tersebut. Menurut Kotler & Keller (2016) ada beberapa faktor utama yang mempengaruhi perilaku pembelian konsumen, yakni faktor budaya, sosial, dan pribadi. Faktor budaya mencakup nilai-nilai dasar yang dianut oleh individu dan kelompok, serta subkultur seperti etnis, agama, dan lokasi geografis. Faktor sosial berkaitan dengan kelompok referensi, keluarga, peran, dan status dalam masyarakat, yang semuanya turut membentuk persepsi serta perilaku individu dalam membeli produk tertentu.

Faktor pribadi terdiri dari karakteristik unik setiap individu, seperti usia, tahap hidup, pekerjaan, kondisi keuangan, kepribadian, dan gaya hidup. Faktor-faktor ini akan mempengaruhi pola konsumsi dan preferensi produk. Gaya hidup, contohnya menggambarkan bagaimana seseorang mengalokasikan waktu dan uangnya, yang akan berdampak

langsung pada keputusan pembelian. Dengan demikian, ketiga faktor tersebut secara sinergis membentuk keputusan pembelian konsumen.

Peter & Olson (2010) mengklasifikasikan perilaku konsumen ke dalam dua jenis, yaitu rasional dan irrasional. Konsumen rasional cenderung membeli produk berdasarkan kebutuhan dan manfaat yang ditawarkan, serta memperhatikan kualitas dan harga yang sesuai. Sementara itu, konsumen irasional lebih mudah terpengaruh oleh iklan, tren merek populer, dan dorongan emosional yang tidak selalu didasari oleh kebutuhan nyata.

b. Teori Motivasi dan Kebutuhan Konsumen

Menurut Wells & Prensky (1996) motivasi adalah proses internal yang menggerakkan seseorang untuk bertindak dalam rangka mencapai kepuasan atas kebutuhannya. Schiffman & Kanuk (1997) juga menambahkan bahwa motivasi merupakan kekuatan dari dalam diri seseorang yang timbul akibat tekanan dari kebutuhan yang belum terpenuhi. Dengan demikian, motivasi memegang peranan penting sebagai pendorong perilaku dalam proses pengambilan keputusan pembelian.

Menurut Siagian (1995:139) menjelaskan bahwa kebutuhan adalah kondisi internal yang menciptakan dorongan bagi individu untuk mencapai suatu hasil. Kebutuhan ini dapat dibedakan menjadi dua kategori utama, yaitu kebutuhan utilitarian dan kebutuhan hedonik. Kebutuhan utilitarian berkaitan dengan fungsi praktis dari suatu produk,

sementara kebutuhan hedonik bersifat emosional dan berkaitan dengan kesenangan, status sosial, atau perasaan yang menyenangkan.

c. Teori Permintaan dan Penawaran

Sukirno (2016:68) menyatakan bahwa hukum permintaan menjelaskan bahwa semakin rendah harga suatu barang, maka permintaan terhadap barang tersebut cenderung meningkat, dan sebaliknya. Dalam hal ini, harga merupakan faktor dominan yang memengaruhi tingkat permintaan. Selain itu, permintaan juga dipengaruhi oleh keberadaan barang substitusi, barang pelengkap, dan barang netral. Dalam konteks penelitian ini, jika harga seblak meningkat, maka pembeli kemungkinan akan mencari alternatif lain seperti membeli pada tempat lain.

d. *Theory Of Planned Behavior* (TPB)

Menurut Ajzen (1991) *Theory of Planned Behavior* merupakan pengembangan dari *Theory of Reasoned Action*. Teori ini menyatakan bahwa perilaku manusia tidak hanya dipengaruhi oleh niat, melainkan juga oleh persepsi individu terhadap kemudahan atau kesulitan dalam melakukan suatu tindakan. TPB menjelaskan bahwa perilaku konsumen dipengaruhi oleh empat elemen utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif (tekanan sosial), persepsi kontrol perilaku, dan niat untuk bertindak. Dalam konteks pembelian, teori ini sangat bermanfaat untuk memahami kecenderungan konsumen dalam membuat keputusan pembelian berdasarkan evaluasi internal maupun eksternal

## 2. Deskripsi Teori

### a. Kualitas Produk

Kualitas produk merupakan salah satu dimensi penting dalam strategi pemasaran dan menjadi indikator utama bagi konsumen dalam mengevaluasi suatu produk. Produk yang berkualitas akan menciptakan kepuasan, membentuk loyalitas, dan meningkatkan kemungkinan pembelian ulang. Menurut Garvin (1987), terdapat delapan dimensi yang dapat digunakan untuk menilai kualitas suatu produk, yakni *performance*, *features*, *reliability*, *conformance*, *durability*, *serviceability*, *aesthetics*, serta *perceived quality*. Dalam konteks kuliner seperti Seblak Queen Pasinan, dimensi yang paling dominan adalah rasa, kesegaran bahan, serta konsistensi rasa dari waktu ke waktu, yang berkaitan erat dengan persepsi kualitas. Zeithaml (1988) menambahkan bahwa kualitas produk merupakan persepsi konsumen terhadap keseluruhan keunggulan suatu produk dibandingkan dengan biaya yang dikeluarkan untuk mendapatkannya.

### b. Harga Produk

Harga merupakan variabel penting dalam strategi pemasaran karena memiliki pengaruh langsung terhadap persepsi nilai dan keputusan pembelian konsumen. Kotler & Armstrong (2014) menyatakan bahwa harga adalah sejumlah uang yang dibebankan atas suatu produk atau jasa. Dalam perkembangannya, teori tentang harga telah meluas tidak hanya pada aspek ekonomi, tetapi juga aspek psikologis. Roggeveen et al.,

(2021) memperkenalkan konsep *perceived price fairness*, yaitu persepsi konsumen mengenai keadilan dan kelayakan harga yang ditawarkan, yang sangat dipengaruhi oleh pembandingan sosial, referensi harga di pasar, serta ekspektasi pribadi. Konsumen akan menilai harga sebagai wajar apabila manfaat yang mereka terima dianggap sepadan atau melebihi harga yang dibayarkan.

c. Kualitas Pelayanan

Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai sejauh mana layanan yang diberikan mampu memenuhi atau melebihi ekspektasi pelanggan. Parasuraman et al., (1988) mengembangkan model *SERVQUAL* sebagai instrumen utama untuk mengukur kualitas pelayanan berdasarkan lima dimensi. Model ini tetap relevan hingga saat ini, tetapi pendekatan terbaru dari Vargo & Lusch (2014) melalui *Service-Dominant Logic* menawarkan perspektif baru bahwa pelayanan tidak hanya sekadar proses satu arah, tetapi merupakan bentuk kolaborasi dan ko-kreasi nilai antara penyedia layanan dan konsumen. Dalam bisnis seperti Seblak Queen Pasinan, pelayanan yang cepat, ramah, serta perhatian terhadap kebutuhan konsumen menjadi faktor penting yang mendukung pembentukan pengalaman konsumen yang positif dan mendorong keputusan pembelian.

d. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian merupakan bagian akhir dari proses perilaku konsumen yang kompleks. Kotler & Keller (2016) menyatakan bahwa

keputusan pembelian terjadi setelah melalui lima tahap. Salah satu teori modern yang menjelaskan faktor-faktor tersebut adalah *Theory of Planned Behavior* (TPB) yang diperbarui oleh Ajzen (2020). Dalam teori ini, keputusan seseorang untuk bertindak sangat dipengaruhi oleh sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan persepsi kontrol atas perilaku. Dalam konteks Seblak Queen Pasinan, keputusan pembelian konsumen akan sangat dipengaruhi oleh pengalaman sebelumnya terhadap kualitas produk, harga yang ditawarkan, serta pelayanan yang mereka terima.

## **B. Kajian Empiris**

Terdapat beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan variabel yang akan diteliti yang dapat membantu untuk memperjelas Gambaran kerangka berpikir penelitian diantaranya sebagai berikut :

**Tabel 1**  
**Kajian Empiris**

<b>No.</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>	<b>Persamaan dan Perbedaan</b>
1.	(Winata, 2024)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk PF di CV. Putera Fajar Medan	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu penelitian asosiatif.	Secara Parsial variabel kualitas produk, harga dan kualitas pelayanan berpengaruh terhadap keputusan pembelian kerupuk PF di CV. Putera Fajar Medan, itu dikarenakan para konsumen yang akan membeli juga memperhatikan nilai atau harga barang yang akan dipilih untuk dibeli.	Persamaan : Menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Perbedaan : Perbedaan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya ada di bagian objek penelitiannya.
2.	(E. Manajemen, 2022)	Peran Brand Image Dalam Memediasi Hubungan Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Dengan Keputusan Pembelian	Penelitian ini termasuk jenis penelitian dengan menggunakan metode asosiatif	Hal ini berarti semakin tinggi kualitas produk dan semakin baik kualitas pelayanan yang diberikan, maka brand image meningkat dan akan meningkatkan keinginan pelanggan untuk melakukan pembelian	Persamaan : Menggunakan jenis penelitian kuantitatif. Perbedaan : Penelitian terdahulu menggunakan variabel peran brand image dalam memediasi hubungan kualitas produk dan kualitas pelayanan dengan Keputusan pembelian sedangkan penelitian sekarang kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian

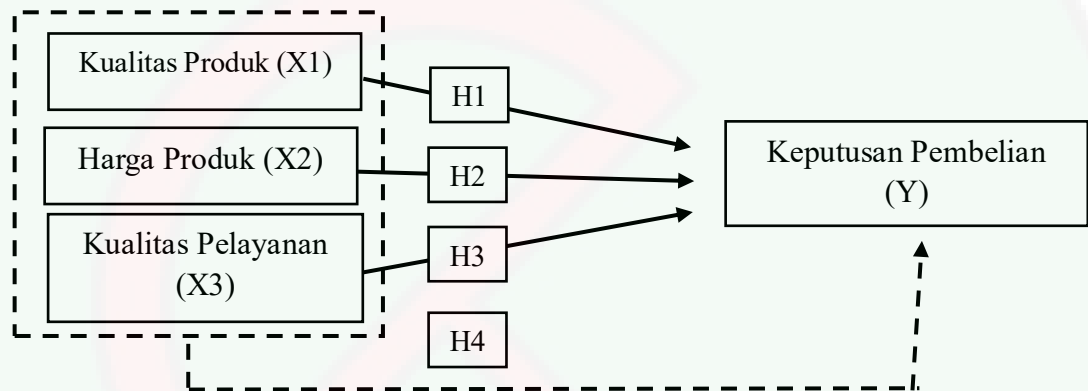
No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
3.	(Ana Odelia Gultom & Eka Purnama Sari, 2023)	Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada PT. SJKM Titipapan)	Metode penelitian kuantitatif	Dari penelitian ini dapat dijelaskan bahwa: Harga Produk berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, sedangkan Kualitas produk dan kualitas pelayanan tidak terdapat pengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian	Persamaan : Menggunakan jenis penelitian kuantitatif Perbedaan : Penelitian terdahulu menggunakan variabel Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian
4.	(S. M. Manajemen, 2022)	Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Word Of Mouth (Wom), Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Frozen Food Pada Agen Sosis Barokah Di Desa Panji Lor Situbondo	Penelitian kuantitatif menggunakan data primer dan data sekunder.	1. Kualitas Produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 2. Harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 3. Word Of Mouth (WOM) secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 4. Kualitas Pelayanan secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. 5. Kualitas produk, harga, word of mouth (WOM), dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.	Persamaan : Menggunakan jenis penelitian kuantitatif Perbedaan : Penelitian terdahulu Kualitas Produk, Harga, Word Of Mouth (Wom), Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Frozen Food Pada Agen Sosis Barokah Di Desa Panji Lor Situbondo sedangkan penelitian sekarang menggunakan variabel kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
5.	(Martani et al., 2022)	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Gokana Ramen & Teppan	Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif.	Berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan pengujian dalam penelitian ini, maka dapat diambil beberapa kesimpulan antara lain: 1. Kualitas Produk berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Gokana Ramen & Teppan Cibinong City Mall. 2. Citra Merek tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Gokana Ramen & Teppan Cibinong City Mall. 3. Harga berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Gokana Ramen & Teppan Cibinong City Mall. 4. Kualitas Pelayanan berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian Gokana Ramen & Teppan Cibinong City Mall. 5. Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian Gokana Ramen & Teppan Cibinong City Mall.	<p>Persamaan :</p> <p>Menggunakan jenis penelitian kuantitatif</p> <p>Perbedaan :</p> <p>Penelitian terdahulu menggunakan variabel Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Gokana Ramen &amp; Teppan. sekarang menggunakan variabel kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian</p>

No.	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Metode Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan dan Perbedaan
6.	(Baihaky et al., 2022)	Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang	Metode penelitian kuantitatif	Diketahui kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Dikarenakan dengan kualitas produk yang baik maka keinginan dan kebutuhan konsumen terhadap suatu produk akan terpenuhi. Sedangkan kualitas pelayanan tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dikarenakan dengan pelayanan Tokkebi Snacks saat ini responden dominan menyatakan setuju dnegan pernyataan yang sudah diberikan.	Persamaan : Menggunakan jenis penelitian kuantitatif Perbedaan : Penelitian terdahulu meggunakan variabel Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Tokkebi Snacks Malang sedangkan sekarang menggunakan variabel kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian.
7.	(Fuadi et al., 2022)	Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada PT. Telkom Metro	Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif	Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut : <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian IndiHome pada PT. Telkom Metro.</li> <li>2. Kualitas pelayanan tidak berpengaruh dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian IndiHome PT. Telkom Metro</li> <li>3. Persepsi harga berpengaruh negatif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian IndiHome pada PT. Telkom Metro.</li> </ol>	Persamaan : Menggunakan jenis penelitian kuantitatif Perbedaan : Penelitian terdahulu meggunakan variabel Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada PT. Telkom Metro sedangkan sekarang menggunakan variabel kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan terhadap Keputusan pembelian.

### C. Kerangka Berfikir

Pada penelitian ini, terdapat 4 variabel yang sudah ditentukan yaitu 3 variabel independent dan satu variabel dependent. Variabel independent terdiri dari Kualitas Produk (X1), Harga Produk (X2) dan Kualitas Pelayanan (X3) sedangkan variabel dependent terdiri dari Keputusan Pembelian (Y). Model penelitian dalam penulisan ini adalah sebagai berikut.



**Gambar 1**  
**Kerangka Berfikir**

### D. Hipotesis

Hipotesis dalam penelitian merupakan pernyataan sementara yang diajukan sebagai jawaban atas pertanyaan penelitian, yang kebenarannya perlu diuji melalui data empiris. Hipotesis berperan penting dalam memberikan arah dan fokus pada proses penelitian ilmiah. Menurut Junaedi & Wahab (2023) hipotesis adalah proposisi atau anggapan yang mungkin benar dan sering digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan atau pemecahan persoalan, serta dasar penelitian lebih lanjut. Mereka menekankan bahwa hipotesis harus diuji terlebih

dahulu dengan menggunakan data hasil observasi sebelum digunakan sebagai dasar pembuatan keputusan.

#### 1. Pengaruh Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas produk merupakan elemen penting yang memengaruhi keputusan konsumen dalam membeli suatu produk. Kualitas produk dapat mencakup cita rasa, tampilan, tekstur, dan daya tahan produk. Konsumen cenderung memilih produk yang memiliki kualitas tinggi karena dianggap mampu memberikan kepuasan yang lebih baik. Penelitian yang dilakukan oleh Winata (2024) menunjukkan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk kerupuk PF. Penelitian lainnya oleh Baihaky et al., (2022) pada Tokkebi Snacks juga mengungkapkan bahwa kualitas produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian karena dapat memenuhi keinginan dan kebutuhan konsumen. Selain itu, penelitian oleh Martani et al., (2022) terhadap Gokana Ramen & Teppan juga menyatakan bahwa kualitas produk memiliki pengaruh parsial yang signifikan terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, semakin tinggi kualitas produk yang ditawarkan, maka akan semakin tinggi pula kecenderungan konsumen untuk melakukan pembelian.

H1: Kualitas Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

H0 : Kualitas Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

#### 2. Pengaruh Harga Produk terhadap Keputusan Pembelian

Harga adalah pertimbangan utama bagi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Harga yang terjangkau dan sesuai dengan kualitas

produk dapat meningkatkan minat beli konsumen. Konsumen akan menilai harga berdasarkan persepsi nilai yang mereka terima dari produk yang dibeli. Penelitian oleh Gultom & Sari (2023) menunjukkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha. Sementara itu, penelitian S. M. Manajemen (2022) pada produk frozen food, yang mengungkapkan bahwa harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Penelitian Martani et al. (2022) juga menyimpulkan bahwa harga merupakan variabel yang memiliki pengaruh parsial terhadap keputusan pembelian produk kuliner. Oleh karena itu, semakin sesuai dan kompetitif harga yang ditawarkan, maka semakin besar kemungkinan konsumen memutuskan untuk membeli produk tersebut.

H2: Harga Produk berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

H0 : Harga Produk tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

### 3. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

Kualitas pelayanan menjadi faktor penting yang turut memengaruhi pengalaman konsumen dalam melakukan pembelian. Pelayanan yang baik seperti keramahan, kecepatan, dan ketepatan pelayanan dapat menciptakan kepuasan serta mendorong keputusan pembelian. Penelitian yang dilakukan oleh Winata (2024) menunjukkan bahwa kualitas pelayanan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hasil serupa diperoleh dalam studi oleh Martani et al. (2022) yang menyatakan bahwa pelayanan memiliki pengaruh parsial terhadap keputusan pembelian. Sementara, menurut S. M. Manajemen (2022:31), kualitas pelayanan juga memberikan pengaruh

signifikan terhadap pembelian frozen food di Situbondo. Dari beberapa penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi kualitas pelayanan yang diberikan, maka akan semakin meningkatkan keputusan pembelian konsumen.

H3: Kualitas Pelayanan berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.


H0 : Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh terhadap Keputusan Pembelian.

4. Pengaruh Kualitas Produk, Harga produk, dan Kualitas Pelayanan secara Simultan terhadap Keputusan Pembelian.

Ketiga variabel yaitu kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan tidak dapat dipisahkan dalam mempengaruhi keputusan pembelian. Konsumen cenderung mempertimbangkan semua aspek tersebut secara bersama-sama dalam menilai suatu produk. Kombinasi kualitas produk yang baik, harga yang terjangkau, dan pelayanan yang memuaskan akan memberikan nilai lebih bagi konsumen. Penelitian oleh S. M. Manajemen (2022) menyatakan bahwa kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian frozen food. Hal ini juga diperkuat oleh hasil penelitian Martani et al. (2022) serta Winata (2024) yang mengungkapkan bahwa ketiga variabel tersebut secara bersama-sama berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dengan demikian, ketiga faktor tersebut secara simultan dapat membentuk persepsi positif konsumen terhadap produk dan meningkatkan niat pembelian.

H4 : Kualitas Produk, Harga Produk, dan Kualitas Pelayanan berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.

H0 : Kualitas Produk, Harga Produk, dan Kualitas Pelayanan tidak berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian.



STIE CENDEKIA

## BAB III

### METODOLOGI PENELITIAN

#### A. Metode dan Jenis Penelitian

Menurut Sugiyono (2022) metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian asosiatif, Pendekatan kuantitatif asosiatif dipilih dalam penelitian ini karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin mengetahui pengaruh antara variabel kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif karena sesuai dengan tujuan untuk mengetahui pengaruh antara kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengukur hubungan antar variabel secara objektif dan sistematis.

Data dikumpulkan dalam bentuk angka melalui kuesioner, sehingga bisa dianalisis secara statistik. Judul penelitian menunjukkan adanya hubungan sebab-akibat, maka pendekatan asosiatif dipilih. Kuantitatif juga membantu peneliti menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Dengan pendekatan ini, pengaruh masing-masing variabel dapat diketahui secara parsial dan simultan. Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda untuk mengetahui pengaruh antar variabel. Hasilnya dapat memberikan gambaran nyata tentang faktor-faktor yang memengaruhi keputusan pembelian. Selain itu, pendekatan ini dianggap efisien dalam hal waktu dan biaya. Karena

respondennya adalah konsumen Seblak Queen, hasilnya bisa merepresentasikan kondisi nyata di lapangan. Pendekatan ini juga memudahkan penyajian data dalam bentuk angka dan grafik. Oleh karena itu, pendekatan kuantitatif asosiatif dinilai paling sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini.

## **B. Jenis dan Sumber Data**

### **1. Jenis Data**

Dalam penelitian ini, jenis data yang digunakan adalah data kuantitatif, yaitu data yang berbentuk angka atau diukur secara numerik. Data ini diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner kepada responden yang merupakan konsumen Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno. Data kuantitatif digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel bebas (kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan) terhadap variabel terikat (keputusan pembelian).

### **2. Sumber Data**

Sumber data dalam penelitian ini yaitu data primer. Data primer diperoleh secara langsung dari responden melalui penyebaran kuesioner kepada konsumen Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno. Kuesioner tersebut dirancang untuk mengukur persepsi konsumen terhadap kualitas produk, harga produk, kualitas pelayanan, serta keputusan pembelian.

## **C. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling**

### **1. Populasi**

Sebagaimana yang telah diungkapkan oleh Sugiyono “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai

kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (2022:80)”

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen atau pembeli Seblak Queen yang pernah melakukan pembelian, baik secara langsung maupun tidak langsung, di lokasi usaha yang berada di Pasinan, Kecamatan Baureno. Populasi ini mencakup semua kalangan baik remaja maupun orang dewasa yang menjadi pelanggan produk tersebut. Karena Seblak Queen merupakan usaha kuliner yang bersifat umum dan terbuka untuk masyarakat luas, maka jumlah populasinya bersifat tidak tetap dan dapat berubah-ubah setiap harinya tergantung pada tingkat kunjungan dan permintaan konsumen.

## 2. Sampel

Sebagaimana yang telah dungkapkan Sugiyono berikut “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu (Sugiyono, 2022:81)”. Karena jumlah populasi tidak diketahui penentuan jumlah sampel dihitung dengan rumus Lemeshow. Berikut rumus yang digunakan :

$$n = z^2 p (1-p) / d^2$$

Keterangan :

n = Jumlah Sampel

z = Nilai standart = 1.96

p = Maksimal estimasi = 50% = 0.5

$$d = \text{sampling error} = 5\% = 0,05$$

Maka diperoleh perhitungan sampel :

$$n = z^2 p (1-p) / d^2$$

$$n = 1,96^2 \times 0,5 (1-0,5) / 0,05^2$$

$$n = 3,8416 \times 0,25 / 0,0025$$

$$n = 0,9604 / 0,0025 = 384,16 \text{ dibulatkan menjadi } 385$$

Jadi sampel yang akan di gunakan dalam penelitian ini adalah sebanyak 385 orang

### 3. Teknik Sampling

Menurut Sugiyono (2022:82) Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling pada dasarnya di kelompokkan menjadi dua, yaitu Probability Sampling dan Nonprobability Sampling. Menurut Sugiyono (2022:82), Pengertian Probability Sampling adalah : “Probability sampling adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, simple random sampling, proportionate stratified random sampling, disproportionate stratified random, sampling area (cluster) sampling (sampling menurut daerah).”

Menurut Sugiyono (2022:84), Pengertian Nonprobability Sampling adalah: “Nonprobability Sampling adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur anggota

populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampel ini meliputi, sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, snowball”. Dalam penelitian ini, sampel akan dikumpulkan menggunakan pendekatan probability sampling dengan menggunakan teknik simple random sampling. Sugiyono mengatakan “Dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu (2022)”.

#### **D. Metode dan Teknik Pengumpulan Data**

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif, yaitu metode yang digunakan untuk mengumpulkan data dalam bentuk angka-angka yang kemudian dianalisis secara statistik. Metode ini dipilih karena sesuai dengan tujuan penelitian yang ingin menguji pengaruh variabel kualitas produk, harga produk, dan kualitas pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di Seblak Queen Pasinan, Kecamatan Baureno.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengumpulan data yaitu Kuesioner (Angket). Menurut Sugiyono (2022:142), Kuesioner merupakan Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Teknik utama yang digunakan dalam pengumpulan data adalah kuesioner (angket). Kuesioner ini dibagikan kepada konsumen yang pernah melakukan pembelian di Seblak Queen. Pertanyaan dalam kuesioner disusun berdasarkan indikator dari masing-masing variabel penelitian. Kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan

tertutup menggunakan skala Likert lima poin, yang memberikan lima pilihan jawaban kepada responden, yaitu :

**Tabel 2**  
**Pengukuran Skala Likert**

Keterangan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2022)

#### **E. Definisi Operasional**

Menurut Sugiyono (2022:39) definisi operasional variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari objek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini dilakukan menggunakan dua variabel yaitu variabel independent dan variabel dependen. Untuk variabel independent yaitu kualitas produk, harga, dan kualitas pelayanan, sedangkan untuk variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

**Tabel 3**  
**Definisi Operasional**

No	Variabel	Definisi Konsep	Indikator	Skala
1	Kualitas Produk	<i>Kualitas produk adalah kemampuan suatu produk untuk melaksanakan fungsinya, meliputi daya tahan, keandalan, ketepatan, kemudahan pengoperasian, dan perbaikan, serta atribut lainnya. Kotler &amp; Armstrong (2016:272)</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kinerja</li> <li>2. Keandalan</li> <li>3. Kesesuaian dengan spesifikasi</li> <li>4. Daya tahan</li> <li>5. Cita rasa</li> </ol>	Likert 1-5
2	Harga	<i>Menurut Kotler &amp; Keller (2016:67), harga adalah sejumlah uang yang dibebankan untuk suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai-nilai yang ditukar konsumen untuk manfaat memiliki atau menggunakan produk atau jasa tersebut.</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian Harga</li> <li>3. Harga dibandingkan pesaing</li> <li>4. Kepuasan terhadap harga yang dibayarkan</li> </ol>	Likert 1-5
3	Kualitas Pelayanan	<i>Menurut Parasuraman, Zeithaml &amp; Berry (dalam Tjiptono, 2015:260), kualitas pelayanan adalah tingkat keunggulan yang diharapkan dan pengendalian atas tingkat keunggulan tersebut untuk memenuhi harapan pelanggan.</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Realibility</li> <li>2. Resposiveness</li> <li>3. Assurance</li> <li>4. Ketepatan Pemesanan</li> </ol>	Likert 1-5
4	Keputusan Pembelian	<i>Menurut Kotler &amp; Keller (2016:179), keputusan pembelian adalah tahap dalam proses pengambilan keputusan di mana konsumen benar-benar membeli produk.</i>	Keputusan terhadap produk yang tersedia Keputusan terhadap harga yang diberikan Keputusan terhadap pelayanan yang diberikan Minat untuk membeli ulang Merekomendasikan kepada orang lain	Likert 1-5

Sumber : Data diolah (2025)

## **F. Metode dan Teknik Analisis Data**

### **1. Metode Analisis Data**

Metode yang dipakai dalam penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif. Menurut Sugiyono (2022), statistik deskriptif adalah statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya tanpa bermaksud membuat kesimpulan yang berlaku untuk umum atau generalisasi. Deskriptif kuantitatif dilakukan untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu menganalisis pengaruh antar variabel.

### **2. Teknik Analisis Data**

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### **a. Uji Statistik Deskriptif**

Uji statistik deskriptif adalah metode analisis statistik yang digunakan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan karakteristik suatu data secara ringkas dan jelas. Statistik deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran umum mengenai data yang dikumpulkan, seperti nilai rata-rata (mean), nilai maksimum, nilai minimum, dan standar deviasi dari setiap variabel yang diteliti. Uji ini tidak bertujuan untuk membuat kesimpulan atau generalisasi terhadap populasi, melainkan hanya memberikan informasi awal tentang sebaran dan kecenderungan data.

Dalam penelitian ini, uji statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan tanggapan responden terhadap variabel-variabel yang

diteliti, yaitu kualitas produk, harga produk, kualitas pelayanan, dan keputusan pembelian di Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno. Dengan menggunakan statistik deskriptif, peneliti dapat mengetahui rata-rata penilaian konsumen terhadap masing-masing variabel, serta memahami seberapa besar variasi jawaban yang diberikan. Hasil dari uji ini memberikan gambaran awal mengenai kecenderungan persepsi konsumen dan menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut menggunakan uji regresi dan uji hipotesis.

#### b. Uji Instrumen

##### 1. Uji Validitas

Uji validitas adalah proses untuk mengevaluasi sejauh mana sebuah instrumen penelitian (seperti kuesioner) mampu mengukur apa yang seharusnya diukur. Menurut Djaali (2021:70-71), Validitas berasal dari kata *validity*, yang berarti sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dapat melakukan fungsi ukurnya. Suatu tes atau instrumen pengukuran dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjalankan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Artinya, hasil ukur dari pengukuran tersebut merupakan besaran yang mencerminkan secara tepat, mengenai fakta atau keadaan yang sesungguhnya dari apa yang hendak diukur.

Jenis-jenis validitas ada beberapa, yaitu validitas isi, validitas konstruk dan validitas kriteria. Menurut Djaali (2021:71-74),

Validitas isi suatu tes mempermasalahkan seberapa jauh suatu tes mampu mengukur tingkat penguasaan terhadap isi atau materi tertentu, yang seharusnya dikuasai sesuai dengan tujuan pembelajaran. Kemudian Validitas konstruk (*construct validity*) adalah validitas yang mempermasalahkan seberapa jauh butir-butir tes mampu mengukur apa yang benar-benar hendak diukur, sesuai dengan konstruk atau konsep khusus yang telah ditetapkan dan dijelaskan dalam definisi konseptual. Sedangkan validitas kriteria adalah validitas yang ditentukan berdasarkan kriteria, baik kriteria internal maupun kriteria eksternal. Kriteria internal adalah instrumen atau tes itu sendiri yang menjadi kriteria, sedangkan kriteria eksternal adalah hasil ukur instrumen atau tes lain di luar instrumen itu sendiri yang dijadikan kriteria.

Uji Validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya kuesioner. Validitas penelitian ini diuji dengan menggunakan teknik korelasi bivariate, khususnya program aplikasi SPSS dengan rumus. Adapun kriteria pengujiannya adalah sebagai berikut :

- a. Jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka bisa dikatakan valid
- b. Jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka bisa dikatakan tidak valid

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah proses untuk menentukan seberapa konsisten dan stabil hasil pengukuran dengan instrumen yang sama, jika pengukuran dilakukan beberapa kali atau pada waktu yang

berbeda. Dengan kata lain, uji reliabilitas mengukur sejauh mana instrumen penelitian dapat menghasilkan hasil yang sama (atau sangat mirip) jika digunakan berulang kali. Menurut Yusuf (2014:242), Reliabilitas merupakan konsistensi atau kestabilan skor suatu instrumen penelitian terhadap individu yang sama, dan diberikan dalam waktu yang berbeda. Wrightstone menulis bahwa reliabilitas sebagai suatu perkiraan tingkatan (*degree*) konsistensi atau kestabilan antara pengukuran ulangan dan pengukuran pertama dengan menggunakan instrumen yang sama. Dalam penelitian ini pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan koefisien Cronbach Alpha ( $\alpha$ ) melalui SPSS. Tingkat reliabilitas suatu variabel penelitian dapat dilihat dari hasil statistik Cronbach Alpha ( $\alpha$ ). Suatu variabel dikatakan reliable jika nilai Cronbach Alpha  $> 0,60$ .

c. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Uji normalitas adalah suatu pengujian statistik yang digunakan untuk mengetahui apakah data dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak.

- 1) Jika nilai sig (Signifikansi)  $> 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini berdistribusi normal
- 2) Jika nilai sig (Signifikansi)  $< 0,05$  maka dapat disimpulkan bahwa data pada penelitian ini tidak terdistribusi normal.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas adalah pengujian statistik yang digunakan untuk menentukan apakah terdapat hubungan linier yang signifikan antara variabel independen dalam model regresi. Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa variabel independen tidak saling berkorelasi terlalu kuat, karena jika terjadi multikolinearitas, maka hasil regresi bisa menjadi tidak valid

## 3. Uji Heterokedastisitas

Uji heteroskedastisitas adalah pengujian yang dilakukan untuk mengetahui apakah varian dari residual (kesalahan) dalam model regresi linear berbeda-beda untuk setiap pengamatan. Jika varian residual tidak sama untuk semua pengamatan, maka dikatakan terjadi heteroskedastisitas. Pengujian heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan Uji Gletser yaitu dilakukan dengan meregresi variabel independen terhadap nilai absolut residualnya. Apabila tingkat signifikansinya  $> 5\%$  berarti tidak terjadi gejala heteroskedastisitas tetapi apabila signifikansinya  $< 5\%$  maka terdapat gejala heteroskedastisitas.

### d. Analisis Regresi Linier Berganda

Regresi linier berganda adalah model regresi linier dengan melibatkan lebih dari satu variabel bebas atau predictor. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui pengaruh lebih dari satu variabel independen terhadap satu variabel dependen. Dalam penelitian

ini, digunakan untuk mengetahui pengaruh Kualitas Produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) terhadap Keputusan Pembelian (Y). persamaan umum regresi linier berganda yang di gunakan adalah :

$$Y = a + B_1X_1 + B_2X_2 + B_3X_3 + e$$

Dengan Keterangan :

Y = Keputusan Pembelian Seblak Queen

X1 = Kualitas Produk

X2 = Harga

X3 = Kualitas Pelayanan

a = Konstanta

b<sub>1</sub>-b<sub>3</sub> = Koefisien regresi masing-masing variabel

e = Standar Error

e. Uji Hipotesis

1. Uji Signifikan Parsial (Uji T)

Uji parsial adalah pengujian untuk melihat seberapa besar pengaruh suatu variabel independen secara parsial (sendiri-sendiri) dalam menerangkan variabel dependen. Uji parsial bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh yang signifikan dari setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, uji t digunakan untuk menilai pengaruh dari variabel independen yaitu Kualitas produk (X1), Harga (X2), Kualitas Pelayanan (X3) terhadap variabel dependen Keputusan Pembelian (Y). Prosedur pengujian

dilakukan jika signifikansi uji  $t > 0,05$  yang dinyatakan hipotesis diterima.

## 2. Uji Signifikan Simultan (Uji F)

Uji F digunakan untuk mengetahui variabel independen mempengaruhi variabel dependen secara bersamaan atau simultan. Dalam penelitian ini, uji f diterapkan untuk mengetahui apakah variabel-variabel independent yaitu Kualitas produk (X1), Harga (X2), dan Kualitas Pelayanan (X3), secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen Keputusan pembelian (Y). Prosedur pengujian dilakukan dengan memperhatikan nilai signifikansi yang dihasilkan dari model regresi linier berganda dengan rincian sebagai berikut :

- 1) Jika nilai sig  $< 0,05$  maka variabel independen secara simultan berpengaruh terhadap variabel dependen
  - 2) Jika nilai sig  $> 0,05$  maka variabel independent secara simultan tidak terdapat pengaruh terhadap variabel dependen
- ## 3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) digunakan untuk mengukur seberapa baik model regresi dapat menjelaskan variasi variabel dependen (terikat) oleh variabel independen (bebas). Dengan kata lain, uji ini mengukur proporsi variasi variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh model regresi. Menurut Ghozali (2021), Koefisien determinasi ( $R^2$ ) mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam

menerangkan variasi variabel dependen. Nilainya berkisar antara 0 dan 1. Uji R-Square atau uji R dalam analisis ini yang harus diperhatikan adalah seberapa besar nilai R-Square tersebut dalam mempengaruhi minat beli konsumen. Semakin tinggi nilai R-Square maka semakin besar pengaruh faktor-faktor tersebut dalam mempengaruhi minat beli konsumen.

### DAFTAR PUSTAKA

- A. Parasuraman, Valarie A. Zeithaml, dan L. L. B. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, Vol.64.
- Ana Odelia Gultom, & Eka Purnama Sari. (2023). Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Citra Merek Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada PT. SJKM Titipapan). *Digital Bisnis: Jurnal Publikasi Ilmu Manajemen Dan E-Commerce*, 2(1), 112–129. <https://doi.org/10.30640/digital.v2i1.645>
- Baihaky, S., Yogatama, A. N., & Mustikowati, R. I. (2022). Kualitas 2. *Jurnal Ilmu Sosial (JISOS)*, 1(2), 85–104. <http://bajangjournal.com/index.php/JISOS>
- David A. Garvin. (1987). Competing on the Eight Dimensions of Quality. *Harvard Business Review*.
- Djaali. (2021). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara.
- Fachruddin Arrazi, M., & Adji, W. H. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian: *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 6(4), 3857–3868. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i4.141>
- Fuadi, S., Wijayanti, E., & Suyadi. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Indihome Pada Pt.Telkom Metro. *Kalianda Halok Gagas*, 4(2), 144–157. <https://doi.org/10.52655/khg.v4i2.30>
- Hendayani, D., Indriasari, N., & Rahman, A. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Lokasi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Seblak Mama Tuti Kota Bengkulu. *Journal of Indonesian Management*, 3(4), 809–816. <https://doi.org/10.53697/jim.v3i4.1573>
- Icek Ajzen. (1991). *The Theory of Planned Behavior*. Academic Press.
- J. Paul Peter & Jerry C. Olson. (2010). *Consumer Behavior & Marketing Strategy* (9th Editio). McGraw-Hill.
- Junaedi, J., & Wahab, A. (2023). Hipotesis Penelitian dalam Kesehatan. *Jurnal Pendidikan Dan Teknologi Kesehatan*, 6(2), 142–146. <https://doi.org/10.56467/jptk.v6i2.98>
- Kusumo, E. M. P., & Syah, A. (2024). Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian pada Alfamart Sedap Malam. *Jurnal Ilmiah PERKUSI*, 4(1), 24–37. <https://doi.org/10.32493/j.perkusi.v4i1.39147>
- Leon G. Schiffman & Leslie Lazar Kanuk. (1997). *Consumer Behavior*. Prentice Hall.

- Leon G. Schiffman dan Leslie Lazar Kanuk. (2000). *Consumer Behavior* (7th Editio). Prentice Hall International. [https://hbr.org/1987/11/competing-on-the-eight-dimensions-of-quality?utm\\_source=chatgpt.com](https://hbr.org/1987/11/competing-on-the-eight-dimensions-of-quality?utm_source=chatgpt.com)
- Manajemen, E. (2022). *Suryantari Dan Respati 2022*. 11(1), 127–149.
- Manajemen, S. M. (2022). Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 6(3), 22–35. <https://doi.org/10.24912/jmbk.v6i3.18720>
- Martani, Utami, B., & Fauziah, T. A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Gokana Ramen & Teppan. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(06), 65–74. <https://doi.org/10.56127/jukim.v1i06.413>
- N. Islamia, H. P. (2022). *Keywords : Product Quality, Price, Promotion, Repurchase Decision*. 2(3), 332–341.
- Novitasari, D. A., & AC, A. M. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian dengan Kepuasan Konsumen Sebagai Variabel Intervening pada Nilna Mukena Ngunut Tulungagung. *J-MAS (Jurnal Manajemen Dan Sains)*, 8(1), 962. <https://doi.org/10.33087/jmas.v8i1.1044>
- Pamungkas , A., Rahayuningsih, R. C., Mariana, D., Az-Zahra, S. N., Musyfiroh, A. B. A., & Ainuzzuhro, A. (2024). Pengaruh Pelayanan dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian di Seblak Ngajeletot Bojonegro. *In Prosiding KONSTELASI*, 1(1), 32–39.
- Philip Kotler & Gary Armstrong. (2014). *Principles of Marketing* (14th Editi). Prentice Hall.
- Philip Kotler & Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Management* (15th Editi). Pearson Education Ltd.
- Philip Kotler, G. A. (2008). *Principles of Marketing* (12th Editi). Pearson Prentice Hall.
- Philip Kotler, K. L. K. (2009). *Marketing Manajement* (13th Editi). Pearson Prentice Hall.
- Prof. Dr. A. Muri Yusuf, M. P. (2014). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan*. Prenada Media.
- Rachman, A. (2025). *BPS: 5 Sektor Unggulan Pendongkrak Ekonomi RI di Kuartal IV-2024*. CNBC Indonesia. <https://www.cnbcindonesia.com/news/20250205114635-4-608129/bps-5-sektor-unggulan-pendongkrak-ekonomi-ri-di-kuartal-iv-2024>
- Retno Septiana, & Bangun Putra Prasetya. (2024). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Kualitas Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Di Seblak Pasta Taman Siswa. *Manajemen Kreatif Jurnal*, 2(2), 60–72.

<https://doi.org/10.55606/makreju.v2i2.3040>

- Robert F. Lusch & Stephen L. Vargo. (2014). *Service-Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities*. Cambridge University Press.
- Roggeveen, A. L., Grewal, D., Karsberg, J., Noble, S. M., Nordfält, J., Patrick, V. M., Schweiger, E., Soysal, G., Dillard, A., Cooper, N., & Olson, R. (2021). Forging meaningful consumer-brand relationships through creative merchandise offerings and innovative merchandising strategies. *Journal of Retailing*, 97(1), 81–98. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2020.11.006>
- Sadono Sukirno. (2016). *Mikroekonomi Teori Pengantar* (Edisi 3). PT Raja Grafindo Persada.
- Sandra, T. J., & Prawoto, P. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kedai Kopi Konnichiwa. *Jurnal Maneksi*, 13(2), 370–377. <https://doi.org/10.31959/jm.v13i2.2176>
- Sondang P. Siagian. (1995). *Teori Motivasi dan Aplikasinya* (2nd ed.). Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2022). *Metode Penelitian* (2nd ed.). Alfabeta.
- UNCTAD. (2023). *UNCTAD Releases Handbook of Statistics 2023*. UNCTAD. [https://unctad.org/news/unctad-releases-handbook-statistics-2023?utm\\_source=chatgpt.com](https://unctad.org/news/unctad-releases-handbook-statistics-2023?utm_source=chatgpt.com)
- Valarie A. Zeithaml. (1988). Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence. *Journal of Marketing*, Vol. 52.
- Veni Erniawanti, Maulana Yusuf, & M. Taufik Ridho. (2023). Pengaruh Harga, Produk Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Toko Vivi Jilbab Di Sungai Kambang Jambi. *Jurnal Publikasi Manajemen Informatika*, 2(3), 90–103. <https://doi.org/10.55606/jupumi.v2i3.1093>
- Widhiastutik, F., Kuntardina, A., Tinggi, S., Ekonomi, I., & Bojonegoro, C. (n.d.). *ABSTRACT: The development of the cosmetic industry , especially lipstick is growing tremendously . The lipstick market segment expanded towards the teen segment . Many lipstick products are offered by manufacturers to adolescent consumers . With so many .* 46–51.
- William D. Wells & David Prensky. (1996). *Consumer Behavior*. Wiley.
- Winata, C. (2024). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Kerupuk PF di CV. Putera Fajar Medan. *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis*, 4(2), 766–774. <https://doi.org/10.37481/jmeh.v4i2.817>

**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

**LEMBAR KUESIONER**

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA PRODUK DAN  
KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
(STUDI KASUS SEBLAK QUEEN PASINAN KECAMATAN BAURENO**

**A. Identitas Responden**

Nama :

Alamat :

Usia :

**B. Petunjuk Pengisian Kuesioner**

Berilah tanda centang pada kolom yang sesuai dengan pendapat anda terhadap setiap pernyataan berikut dengan skala yang telah ditentukan.

Skala :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<b>Variabel Kualitas Produk</b>						
1.	Produk Seblak Queen memiliki performa yang baik sesuai fungsinya.					
2.	Saya merasa produk yang saya beli dari Seblak Queen selalu dapat diandalkan.					
3.	Produk yang dijual sesuai dengan deskripsi atau spesifikasi yang dijanjikan.					
4.	Cita rasa Seblak Queen tetap terjaga walau tidak langsung dimakan					
5.	Saya menyukai cita rasa dari seblak yang ditawarkan oleh Seblak Queen					
6.	Secara keseluruhan, kualitas produk dari Seblak Queen memuaskan saya					
<b>Variabel Harga Produk</b>						
1.	Harga produk di Seblak Queen cukup terjangkau bagi saya					
2.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang saya dapatkan					
3.	Dibandingkan dengan usaha sejenis, harga di Seblak Queen lebih kompetitif.					
4.	Saya merasa puas dengan harga yang saya bayarkan untuk produk dari Seblak Queen					
5.	Harga seblak di Seblak Queen sesuai dengan ekspektasi saya sebagai konsumen.					
6.	Saya bersedia membayar produk Seblak Queen dengan harga saat ini tanpa merasa dirugikan					
<b>Variabel Kualitas Pelayanan</b>						
1.	Pelayanan yang diberikan oleh karyawan Seblak Queen selalu konsisten dan dapat diandalkan					

2.	Pelayan Seblak Queen cepat merespon permintaan atau keluhan pelanggan					
3.	Saya merasa yakin dan percaya dengan pelayanan yang diberikan oleh Seblak Queen					
4.	Pesanan saya di Seblak Queen selalu sesuai dan tidak pernah salah					
5.	Saya merasa puas dengan sikap ramah dan profesional karyawan Seblak Queen					
6.	Saya merasa nyaman saat dilayani oleh karyawan Seblak Queen					
Variabel Keputusan Pembelian						
1.	Saya memutuskan membeli produk dari Seblak Queen karena kualitas produknya					
2.	Harga yang ditawarkan memengaruhi keputusan saya untuk membeli di Seblak Queen					
3.	Pelayanan yang baik membuat saya memutuskan untuk membeli di Seblak Queen					
4.	Saya berniat untuk membeli kembali produk dari Seblak Queen di masa mendatang					
5.	Saya akan merekomendasikan Seblak Queen kepada teman atau keluarga saya					
6.	Saya merasa puas dengan keseluruhan keputusan saya membeli di Seblak Queen					

Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner

KUALITAS PRODUK X1						T	HARGA PRODUK X2						T	KUALITAS PELAYANAN X3						T	KEPUTUSAN PEMBELIAN Y						T
4	4	4	5	4	4	25	5	4	4	5	4	5	27	4	5	4	4	5	5	27	4	5	5	4	5	5	28
3	4	4	3	4	5	23	5	4	4	5	4	5	27	3	4	4	4	3	3	21	4	4	3	5	5	5	26
4	5	4	5	4	5	27	5	5	4	4	5	4	27	4	4	4	5	5	5	27	5	4	5	5	4	5	28
5	4	4	5	5	4	27	5	5	4	5	5	4	28	5	4	4	5	4	5	27	5	5	5	5	5	4	29
4	5	4	4	5	5	27	5	5	4	5	5	5	29	4	5	4	4	5	5	27	5	5	4	5	5	4	28
4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	5	4	4	28	5	4	4	4	4	5	26	4	4	5	5	5	5	28
4	4	5	5	5	4	27	5	4	5	5	4	5	28	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	5	4	4	28
5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	4	5	28	5	4	5	4	5	5	28	4	5	5	5	4	5	28	4	5	5	5	4	5	28
5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	4	5	4	27	4	5	5	4	5	5	28	4	5	4	5	5	5	28	4	5	5	5	4	5	28
4	4	4	5	4	5	26	5	5	5	5	4	4	28	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	4	4	28
4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	4	4	28	5	5	5	5	5	4	29
5	4	5	4	5	4	27	4	5	5	4	5	4	27	5	4	4	5	5	4	27	5	4	5	4	4	5	27
5	4	4	5	5	4	27	5	5	4	5	5	5	29	5	5	4	5	5	5	29	5	5	4	4	4	4	26
5	5	4	5	5	5	29	5	4	5	5	5	5	29	4	4	4	5	4	4	25	5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	4	5	5	28	4	4	5	4	4	5	26	4	4	5	5	5	4	27	5	5	4	5	4	5	28
5	5	5	4	4	4	27	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	29
5	4	5	5	4	5	28	4	5	5	4	4	5	27	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	4	4	5	28
4	5	4	5	5	4	27	5	4	5	4	5	4	27	4	5	4	5	5	5	28	4	5	4	5	4	5	27
5	4	4	5	5	5	28	4	4	5	4	4	4	25	4	5	5	4	4	5	27	4	5	5	4	5	5	28
5	5	4	5	4	5	28	4	5	5	4	5	5	28	5	4	5	5	5	4	28	5	5	4	5	5	5	29
5	4	4	5	5	5	28	4	4	4	5	5	4	26	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	3	5	5	5	5	5	28	4	5	4	5	4	5	27
4	5	3	5	5	5	27	4	5	4	5	5	5	28	3	3	5	3	5	5	24	5	5	4	5	5	5	29
4	2	3	2	4	4	19	4	3	3	3	3	4	20	4	4	4	4	3	3	22	4	4	4	4	3	2	21
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	4	3	3	1	4	20	1	4	2	2	2	4	15	5	4	4	5	4	5	27	2	1	5	4	4	5	21
4	3	4	5	4	4	24	3	4	3	4	4	4	22	4	3	4	4	5	5	25	4	4	5	4	3	4	24
4	4	4	3	4	4	23	4	3	3	3	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	4	23
3	4	4	3	4	4	22	4	5	4	3	4	4	24	4	4	4	3	3	4	22	5	3	4	3	4	4	23
3	4	4	3	4	3	21	4	4	3	4	4	4	23	3	4	4	3	4	4	22	5	4	3	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24

4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	4	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	5	5	5	28	5	5	4	5	5	5	29	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	5	5	28	5	4	5	4	4	5	27	5	4	4	4	5	5	27	4	5	5	5	4	5	28
4	5	5	4	4	3	25	3	5	4	4	4	3	23	3	3	3	4	3	3	19	4	4	5	4	4	5	26
2	2	2	2	1	1	10	1	2	2	2	1	1	9	2	2	2	3	2	2	13	2	2	2	2	2	2	12
4	4	3	5	5	5	26	5	4	5	5	5	3	27	3	3	4	5	3	3	21	4	4	4	5	3	5	25
4	4	5	5	4	4	26	5	5	4	4	5	5	28	4	4	4	5	5	5	27	4	4	4	5	5	5	27
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	5	5	4	27	4	5	4	5	5	5	28
4	5	3	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	3	4	4	24	4	4	4	5	4	4	25
4	4	5	5	4	5	27	5	5	4	5	4	5	28	4	5	5	4	5	5	28	5	5	5	4	5	5	29
3	3	3	3	3	3	18	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
4	4	4	5	5	4	26	4	5	4	5	4	5	27	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	5	5	4	26
4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	5	25	4	5	5	5	4	5	28	5	4	4	5	5	4	27
4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	4	4	3	23	4	5	5	4	4	4	26	5	4	5	4	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	4	4	23
4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	5	4	4	26	4	5	4	4	4	5	26
4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	5	24	5	4	4	4	4	4	25	4	5	4	4	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	3	3	20	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	3	22	4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	4	5	5	26	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	5	4	3	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	5	4	4	25	4	5	4	4	4	5	26
5	4	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	4	23	5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	5	4	4	26	4	4	3	4	3	4	22	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	5	4	4	25
4	4	3	4	4	3	22	4	3	3	4	3	4	21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	2	2	16	4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	5	5	4	26	3	4	3	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	3	3	18	3	3	2	3	2	3	16	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	3	3	20	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	4	4	27	5	5	4	4	4	5	27	4	4	5	5	4	4	26	4	4	4	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	23	4	4	5	4	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30
4	3	4	3	4	5	23	2	4	4	2	3	4	19	2	2	3	4	2	4	17	4	4	3	4	5	2	22
4	2	2	3	4	2	17	2	2	3	4	3	4	18	2	2	4	4	2	4	18	3	4	4	2	4	4	21
4	4	4	2	4	2	20	2	2	4	4	2	3	17	4	2	4	4	4	3	21	4	2	4	4	5	4	23
3	4	4	2	4	4	21	4	2	2	2	4	4	18	2	4	4	2	4	4	20	4	3	4	2	4	5	22

4	2	4	3	3	4	20	4	3	4	4	2	4	21	2	2	4	4	2	4	18	4	4	2	4	4	4	22
4	4	2	2	3	4	19	4	3	4	4	2	4	21	4	2	4	4	3	4	21	4	2	2	4	4	3	19
3	4	4	2	4	4	21	2	2	4	4	2	4	18	3	2	4	4	2	4	19	4	2	3	4	2	4	19
3	4	4	2	4	4	21	4	4	2	3	2	4	19	4	4	2	4	4	4	22	2	4	4	3	4	4	21
4	2	3	4	2	4	19	4	4	3	4	2	4	21	2	4	2	4	4	4	20	4	2	4	3	4	4	21
4	4	2	4	4	2	20	4	4	2	4	4	4	22	4	2	2	4	2	4	18	4	2	3	2	4	5	20
3	3	4	2	2	4	18	3	2	3	2	4	4	18	2	3	2	4	4	2	17	3	2	4	2	3	2	16
3	2	4	3	4	2	18	3	2	2	3	4	3	17	2	3	3	2	4	4	18	4	2	4	4	2	3	19
4	2	3	4	4	3	20	3	4	3	4	2	4	20	2	3	2	4	4	3	18	4	4	2	3	4	2	19
3	2	3	4	4	2	18	3	3	4	4	4	3	21	4	4	3	2	4	4	21	3	4	3	2	4	4	20
2	3	4	3	4	4	20	4	4	3	4	3	4	22	3	4	2	2	4	4	19	4	4	3	4	2	4	21
4	4	3	3	4	4	22	3	3	4	4	2	4	20	2	3	4	3	2	4	18	3	2	4	4	3	2	18
4	2	3	4	2	4	19	4	3	2	4	4	2	19	3	3	2	4	3	4	19	3	4	2	4	2	3	18
4	2	3	4	4	2	19	3	4	2	4	2	3	18	4	3	2	4	4	3	20	4	3	4	2	4	4	21
4	4	3	2	4	3	20	4	2	3	3	4	4	20	4	3	2	4	2	4	19	4	2	4	4	2	4	20
3	2	4	3	4	4	20	3	2	4	4	2	4	19	4	3	2	4	2	4	19	2	2	4	2	3	2	15
2	2	4	3	2	4	17	4	4	3	2	3	4	20	4	3	3	2	4	3	19	4	2	4	3	2	4	19
3	2	4	2	4	3	18	4	4	3	4	3	2	20	4	4	2	4	2	4	20	4	4	2	3	2	2	17
5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	5	4	5	5	4	28	5	5	5	4	5	5	29	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	5	29	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	5	5	4	28	5	5	4	5	4	5	28	5	3	5	5	5	5	28	5	5	3	4	3	5	25
3	4	5	5	5	5	27	5	5	4	3	3	4	24	4	4	3	4	5	5	25	5	4	5	4	3	4	25
5	5	3	4	4	5	26	4	4	5	5	4	3	25	4	5	4	4	5	5	27	4	4	3	5	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	4	4	22	4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	4	4	23	3	4	4	4	3	4	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	5	25	4	5	4	4	5	5	27	4	4	4	5	5	4	26	5	4	4	4	4	4	25
4	4	5	4	5	4	26	4	5	5	5	4	5	28	4	4	4	5	4	5	26	5	4	4	5	4	5	27
4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	5	5	3	27	3	3	4	4	4	4	22	5	4	4	5	4	5	27
4	5	4	4	5	4	26	3	5	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	4	4	26	4	5	4	4	4	4	25
5	4	4	4	5	4	26	4	4	5	4	4	5	26	5	4	5	4	5	5	28	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	5	5	27	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	5	5	26
5	4	5	5	5	5	29	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	5	25	4	4	5	5	5	5	28
4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	4	4	26	4	4	4	5	5	5	27

4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	5	4	5	26	4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	30	4	3	4	3	4	3	21	4	5	4	4	4	5	26	4	4	4	5	5	5	27
5	4	4	5	4	4	26	5	4	4	4	4	4	25	5	5	3	4	5	5	27	4	5	4	4	4	5	26
5	5	4	5	4	4	27	4	4	3	4	4	5	24	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	5	5	28
4	4	5	5	5	5	28	4	4	3	4	4	4	23	3	3	3	3	2	3	17	4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	5	5	28	4	4	5	5	5	5	28	4	5	5	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	5	5	27	4	4	3	3	3	3	20	4	4	3	4	3	3	21	4	5	4	4	5	4	26
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	5	5	27	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	5	5	4	28	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	5	4	5	27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	4	27	4	5	4	5	4	5	27	4	3	3	4	3	4	21	4	4	5	5	4	4	26
4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	3	4	3	21	4	5	5	5	5	5	29
5	4	5	5	4	5	28	4	4	5	4	4	4	25	4	3	4	4	4	3	22	4	4	5	4	5	5	27
4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	5	4	27	4	5	4	4	4	4	25
5	5	5	5	4	5	29	4	4	4	4	5	5	26	3	3	3	3	3	3	18	4	5	3	4	5	4	25
4	5	4	4	4	5	26	4	5	5	4	4	4	26	5	5	4	5	4	5	28	4	5	4	4	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	4	25
4	5	5	5	4	4	27	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	5	29
4	5	4	4	5	5	27	5	5	5	4	4	4	27	4	5	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	4	27	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	4	4	4	27	5	4	4	4	4	4	25
5	4	5	4	5	5	28	4	4	5	4	4	4	25	4	5	5	4	4	5	27	4	4	4	4	5	4	25
4	4	5	2	5	5	25	4	4	4	4	5	4	25	4	1	5	4	5	4	23	4	4	5	4	5	4	26
5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	4	5	4	26	5	4	4	4	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	5	26	5	5	4	4	5	4	27	5	4	4	5	4	5	27	5	4	5	4	5	4	27
4	4	5	5	4	4	26	5	4	4	5	5	4	27	1	4	5	4	5	4	23	4	5	1	4	5	4	23
5	4	4	4	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	5	4	3	25
4	5	4	5	4	5	27	4	4	5	5	4	4	26	5	5	4	4	4	5	27	2	4	5	2	5	5	23
3	4	2	4	3	4	20	4	3	3	4	2	2	18	2	3	3	3	2	3	16	4	3	3	2	2	3	17
4	4	4	4	5	5	26	5	5	4	5	5	5	29	4	5	5	5	4	5	28	5	4	4	5	4	5	27
4	3	4	5	2	4	22	4	2	3	4	3	2	18	1	5	3	4	3	4	20	4	5	3	4	5	4	25
4	5	4	5	5	4	27	3	4	4	3	4	4	22	5	5	4	5	4	4	27	4	5	4	5	4	5	27
3	4	4	5	3	4	23	4	5	3	4	5	4	25	2	4	3	4	5	4	22	4	5	3	4	4	5	25
4	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	3	4	25	4	4	5	3	5	5	26
2	3	4	3	5	4	21	3	2	4	4	5	5	23	3	4	4	5	3	4	23	4	5	4	5	4	5	27
4	4	5	4	5	4	26	4	5	4	5	4	5	27	3	3	3	3	3	3	18	5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	4	5	5	27	4	5	5	4	5	5	28	4	3	4	5	5	5	26	4	5	4	4	4	4	25
4	4	4	5	4	5	26	4	5	4	5	4	5	27	5	4	4	4	5	4	26	4	4	3	4	4	4	23

4	5	4	5	4	4	26	5	4	5	5	5	4	28	4	3	4	5	4	4	24	4	5	4	5	4	4	26
3	4	4	3	5	5	24	3	4	3	4	3	5	22	5	4	5	3	5	4	26	4	5	4	4	3	4	24
4	5	4	4	4	5	26	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	5	5	27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	4	4	26
3	5	4	5	4	5	26	3	4	3	5	4	5	24	3	4	4	5	4	5	25	4	5	3	4	5	4	25
4	4	4	4	5	5	26	5	4	5	4	4	4	26	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	3	4	4	22	4	3	4	4	5	5	25	4	5	4	5	4	4	26	4	4	5	4	5	4	26
4	5	4	5	3	4	25	4	3	4	3	2	4	20	4	3	4	4	5	4	24	4	5	2	4	5	4	24
4	4	5	4	4	5	26	4	4	5	4	4	4	25	4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	5	5	4	26	4	4	4	5	4	5	26	4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	4	5	5	26	4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	4	5	5	26	4	4	5	5	4	5	27	4	5	4	4	4	4	25	5	4	4	5	4	5	27
4	4	5	5	4	3	25	3	4	3	4	3	4	21	4	4	5	4	5	4	26	3	4	3	5	4	5	24
3	4	4	5	4	5	25	3	4	4	4	5	4	24	4	5	4	4	5	4	26	4	5	4	4	5	5	27
4	4	5	5	4	4	26	5	4	5	4	4	5	27	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	4	5	5	26
4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	3	4	5	25	4	5	4	3	5	4	25	4	4	5	4	3	5	25
4	3	4	3	2	4	20	4	5	4	5	3	4	25	4	3	5	4	3	4	23	4	3	4	3	4	3	21
4	5	4	4	5	4	26	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	5	5	5	29
4	5	4	3	4	3	23	4	3	5	4	3	3	22	4	3	4	3	4	5	23	4	3	4	5	3	4	23
3	4	3	5	4	3	22	3	4	3	5	3	4	22	4	5	4	3	4	3	23	3	4	4	5	4	4	24
4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	5	4	5	27	4	3	4	4	3	4	22	5	5	5	5	5	5	30
3	4	5	4	4	4	24	4	3	5	4	3	4	23	4	5	3	4	5	5	26	4	3	2	4	4	4	21
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	4	4	22	4	4	5	5	4	4	26
4	5	4	4	5	4	26	4	3	4	3	5	4	23	3	4	5	4	4	5	25	4	5	4	4	5	4	26
4	4	5	4	4	5	26	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	5	5	28
4	3	4	3	4	5	23	4	5	4	5	4	5	27	3	4	3	5	4	5	24	4	5	4	4	5	4	26
4	5	4	3	4	4	24	5	4	5	3	3	4	24	4	5	4	4	4	5	26	4	5	4	3	4	4	24
3	4	3	5	4	4	23	4	5	4	3	4	3	23	3	4	3	4	3	4	21	4	3	4	5	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	23
4	5	4	4	5	4	26	4	5	4	5	4	3	25	4	5	4	5	3	4	25	4	3	4	5	4	3	23
4	5	3	4	3	4	23	4	5	3	4	4	5	25	3	4	3	5	4	3	22	4	5	4	5	3	4	25
3	4	5	3	4	5	24	4	3	4	5	4	5	25	4	3	5	3	4	4	23	3	4	3	4	3	4	21
4	4	5	4	4	4	25	5	5	4	4	4	5	27	4	3	4	4	4	3	22	4	4	3	4	4	5	24
4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	4	4	5	28	3	4	3	4	3	4	21	4	4	4	4	4	5	25
4	5	4	4	4	5	26	4	5	5	4	5	5	28	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	5	5	26
4	4	5	4	4	4	25	4	5	4	5	4	5	27	4	3	4	3	4	3	21	4	4	3	4	4	4	23
4	4	4	5	5	5	27	4	4	5	4	4	4	25	4	5	4	4	5	4	26	5	4	3	5	4	4	25
4	4	4	4	5	4	25	4	4	5	4	4	5	26	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	5	25
5	5	4	4	4	4	26	4	4	5	4	5	4	26	4	5	5	4	5	5	28	4	5	4	4	4	4	25
4	5	4	4	5	5	27	5	4	5	4	5	5	28	5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	4	28
5	4	4	4	5	4	26	4	5	4	5	5	4	27	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	4	5	27

4	4	4	4	4	5	25	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	5	25
4	5	4	4	4	4	25	5	4	5	5	5	5	29	4	4	5	4	4	25	4	5	4	4	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	5	4	25	5	5	4	5	5	5	29
4	4	5	5	4	4	26	4	4	5	5	5	4	27	4	4	5	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	4	4	27	5	4	5	4	4	5	27	4	5	5	4	5	28	4	5	4	5	5	4	27
4	5	4	5	5	4	27	4	5	4	5	5	4	27	4	3	4	4	3	4	22	4	4	5	4	4	25
4	5	4	5	4	4	26	4	5	4	4	4	4	25	4	5	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	5	5	4	28	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	5	4	25
4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	5	4	5	28	4	4	4	5	4	26	4	5	4	5	5	5	28
4	5	4	4	5	4	26	4	5	4	5	5	5	28	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	4	25	5	5	4	5	4	5	28
4	5	4	5	5	4	27	4	4	4	4	4	4	24	4	4	5	5	4	26	4	5	4	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	24	4	5	4	5	4	4	26
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	3	4	22	4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	5	4	27	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	5	5	27
4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	5	5	5	27	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	5	5	27	4	5	5	4	5	5	28	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	5	26
4	4	4	5	4	4	25	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	4	25
4	3	3	4	5	4	23	4	5	3	4	4	3	23	3	4	4	5	4	23	4	3	4	3	3	4	21
4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	5	4	5	26	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	5	5	26	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	5	25
4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	2	3	4	20	4	3	4	4	3	4	22	3	4	3	5	4	22	5	4	5	3	3	3	23
4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	5	4	27	4	4	5	4	4	25	4	4	4	5	4	4	25
5	4	3	3	4	4	23	5	3	4	4	4	4	24	4	3	4	5	4	24	4	5	3	3	4	4	23
4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	5	5	5	28	4	4	4	4	5	25	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	5	4	27	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	5	5	28	4	5	4	5	4	27	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	5	26	5	4	4	5	5	5	28	4	4	5	5	4	27	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	4	25
4	5	4	5	4	5	27	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	5	4	4	26	5	4	5	4	5	4	27	4	4	5	5	4	27	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	5	4	25	4	5	4	4	4	5	26
4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	5	5	5	29	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	4	26
4	5	5	4	5	4	27	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	5	25	4	4	5	4	4	4	25
4	5	4	5	4	4	26	4	4	5	5	4	4	26	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24

4	5	4	4	5	5	27	5	5	4	4	5	4	27	4	4	4	5	4	4	25	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	5	5	26	4	4	5	5	4	4	26	4	3	4	4	4	4	23	4	4	5	4	5	4	26
4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	5	5	5	27	4	4	4	5	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	5	26	4	5	4	4	4	5	26	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	5	4	5	5	27	4	5	4	5	5	5	28	4	5	4	4	5	5	27	4	4	5	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	5	4	4	25	5	4	4	4	5	4	26	4	4	3	4	3	4	22	5	5	4	4	5	4	27
4	5	4	4	4	4	25	4	4	5	4	4	4	25	4	4	5	5	4	4	26	5	5	4	5	5	4	28
4	5	4	4	5	4	26	4	4	5	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	4	26
4	5	4	4	5	5	27	4	5	5	4	5	5	28	4	5	4	4	4	4	25	4	5	4	5	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28	4	5	5	4	5	4	27	5	5	4	5	4	5	28	4	5	4	5	5	5	28
5	4	5	5	5	5	29	4	4	4	5	5	5	27	5	4	4	4	5	4	26	5	4	4	4	4	4	25
5	4	5	5	4	4	27	5	4	5	5	4	5	28	4	5	5	4	5	5	28	5	4	4	5	4	5	27
4	5	5	4	5	5	28	5	4	5	4	5	4	27	4	5	4	5	5	4	27	5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	5	4	5	28	4	5	5	4	5	4	27	5	4	4	4	5	5	27	5	4	5	5	4	4	27
4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	4	4	5	27	4	5	4	4	5	5	27	5	4	4	5	5	5	28
4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	5	4	5	27	5	4	4	5	5	4	27	5	5	4	5	4	5	28
5	4	4	4	4	4	25	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	4	4	4	26	5	4	5	4	5	5	28
5	5	4	4	5	5	28	4	5	5	5	4	5	28	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	5	4	4	26	5	4	4	4	4	5	26	5	5	5	4	4	5	28	5	4	4	5	4	5	27
4	5	4	5	4	4	26	5	5	4	4	4	4	26	5	4	4	5	5	5	28	4	5	5	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	5	5	28	4	4	4	4	5	4	25
4	5	4	5	4	4	26	5	4	4	5	5	5	28	4	4	4	4	5	4	25	5	5	4	4	5	5	28
4	5	5	5	4	5	28	4	5	4	4	4	5	26	4	5	5	4	5	5	28	4	5	4	4	5	5	27
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	4	4	23	4	4	3	4	4	3	22	5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	3	3	4	23	4	4	4	5	4	4	25	4	4	3	4	4	3	22
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	3	4	22
3	3	4	4	3	4	21	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	5	4	25	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	5	4	4	26
5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	25
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	4	25
5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	4	4	4	25
5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30

4	4	5	5	5	5	28	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	4	4	27
4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	4	4	27	4	4	4	5	4	5	26	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	4	29	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	5	4	26	5	4	5	5	4	4	27
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	4	5	29
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	5	29	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	30	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	4	4	5	26	4	4	5	5	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	5	5	5	29
4	5	4	4	5	4	26	4	5	4	5	5	5	28	4	5	4	4	4	5	26	5	4	4	4	4	4	25
5	4	5	4	4	4	26	4	4	5	4	5	4	26	4	5	4	4	4	4	25	4	4	5	5	4	5	27
4	5	4	5	4	4	26	5	5	4	4	4	4	26	4	5	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	24
5	4	5	4	5	4	27	4	5	5	4	5	5	28	4	4	5	4	4	5	26	4	5	4	4	5	5	27
4	5	5	4	5	4	27	4	5	5	4	5	5	28	4	4	5	4	5	4	26	4	4	5	5	4	5	27
5	5	5	4	4	5	28	5	5	4	4	5	4	27	4	5	4	5	4	5	27	5	4	4	5	4	5	27
4	4	5	4	5	5	27	4	4	5	5	5	4	27	4	4	5	4	4	5	26	4	4	5	5	5	4	27
5	5	4	5	4	5	28	4	4	5	4	5	5	27	4	5	5	5	5	5	29	5	4	5	4	5	5	28
4	5	4	5	4	5	27	5	5	5	5	5	4	29	4	5	5	5	4	4	27	5	4	4	5	5	5	28
5	4	5	4	5	5	28	5	4	5	5	5	5	29	5	5	4	5	5	5	29	4	5	4	5	4	5	27
4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	4	4	5	26	5	5	4	5	5	5	29
5	5	4	4	5	4	27	4	4	5	5	5	4	27	5	4	4	5	4	5	27	5	4	5	4	4	5	27
5	4	5	4	5	5	28	5	4	5	4	5	4	27	4	4	5	4	5	5	27	5	4	4	5	4	5	27
5	4	5	4	4	5	27	4	5	4	5	5	5	28	4	5	4	4	4	5	26	5	4	5	4	5	5	28
4	5	4	5	4	5	27	5	4	5	4	4	4	26	4	4	5	4	5	4	26	4	5	4	4	4	5	26
5	5	5	4	5	4	28	5	4	4	5	4	4	26	5	4	5	4	4	4	26	5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	4	4	5	26	5	4	5	4	5	4	27	4	4	5	4	4	4	25	5	4	4	5	4	5	27
4	5	4	5	4	5	27	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	5	4	4	25	4	5	4	5	5	5	28
4	5	4	5	4	5	27	5	5	4	4	5	4	27	4	5	4	4	5	5	27	4	4	5	4	4	5	26
4	5	5	4	4	5	27	5	4	5	5	5	5	29	4	5	4	5	5	5	28	4	5	4	5	5	4	27
5	4	5	4	4	5	27	5	4	4	4	4	4	25	5	4	5	4	4	5	27	4	4	5	4	4	4	25
4	5	4	5	4	5	27	4	4	4	4	4	5	25	4	4	3	4	3	3	21	4	4	3	4	4	4	23
4	5	4	4	4	4	25	5	4	4	4	4	5	26	5	4	4	4	4	4	25	5	5	4	5	4	4	27
4	5	4	5	5	4	27	4	5	4	4	5	4	26	4	4	5	4	4	4	25	5	4	4	4	4	4	25
4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	4	25	5	4	4	4	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	4	5	4	26	4	5	4	4	4	5	26	5	4	4	4	4	5	26

5	5	4	5	4	5	28	5	4	4	5	4	4	26	4	3	3	4	4	3	21	5	5	3	4	4	5	26
4	4	5	5	4	5	27	4	5	5	5	4	5	28	4	4	5	4	4	4	25	4	5	4	4	4	5	26
4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	5	5	30	5	4	4	5	4	4	26	5	4	5	4	5	4	27
4	5	4	4	4	5	26	5	4	5	4	5	4	27	4	5	4	5	5	4	27	4	4	4	5	4	5	26
4	5	4	4	5	4	26	4	5	5	5	5	4	28	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	4	25
4	5	4	5	5	4	27	4	4	5	5	4	5	27	5	4	5	4	5	4	27	5	5	5	5	4	4	28
5	4	5	4	4	4	26	4	5	5	4	4	4	26	4	3	4	4	4	4	23	4	5	4	4	4	4	25
4	5	4	4	5	4	26	4	5	4	5	4	4	26	4	5	4	5	4	5	27	4	4	4	4	4	4	24
4	5	4	4	4	4	25	4	5	5	5	4	4	27	5	4	4	4	5	4	26	4	5	4	4	5	5	27
4	5	4	4	4	4	25	5	4	5	5	4	5	28	5	4	4	5	4	5	27	5	4	5	4	4	4	26
4	5	4	5	4	5	27	5	4	4	4	5	5	27	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	4	26
5	4	4	5	4	4	26	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	5	4	5	27	5	4	4	4	4	4	25
5	4	4	5	4	5	27	4	5	4	4	4	4	25	5	4	4	5	4	4	26	4	5	4	5	4	4	26
5	4	5	3	4	4	25	5	4	5	4	4	5	27	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	5	4	26
5	4	5	4	4	5	27	4	5	5	5	4	5	28	5	4	4	5	4	5	27	5	4	5	4	5	4	27
5	5	4	5	4	5	28	4	5	5	5	4	5	28	4	5	5	4	5	4	27	5	4	4	5	5	5	28
5	4	5	5	5	5	29	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	5	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	5	5	5	27	4	4	4	4	5	5	26	5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	5	5	5	28	5	4	4	4	4	5	26	3	4	4	4	3	4	22	5	5	4	4	5	4	27
4	4	5	4	5	4	26	5	5	4	4	5	4	27	5	4	4	4	5	5	27	4	5	4	5	5	5	28
5	4	5	4	5	4	27	5	4	5	4	5	5	28	4	5	4	5	5	5	28	4	5	4	4	5	4	26
4	5	4	4	5	4	26	5	4	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	4	5	28	5	4	4	5	4	5	27	4	5	4	5	5	4	27	5	5	4	5	5	4	28
5	4	5	4	5	4	27	4	5	5	5	4	4	27	4	5	5	5	4	4	27	4	5	4	4	4	5	26
4	5	4	4	5	4	26	5	4	5	4	5	4	27	5	4	4	5	4	5	27	4	5	4	5	5	5	28
5	5	4	5	4	5	28	5	4	5	4	5	5	28	5	4	5	4	5	5	28	5	4	5	5	5	5	29
5	4	5	4	5	4	27	4	4	5	4	5	4	26	5	4	5	4	4	4	26	4	5	4	4	5	4	26
5	4	5	4	5	5	28	4	5	5	5	5	4	28	5	4	5	5	4	4	27	5	4	4	4	5	4	26
5	4	5	4	4	4	26	4	5	4	5	5	4	27	5	5	5	4	5	4	28	5	4	5	5	5	5	29
5	5	4	5	5	4	28	4	5	5	4	4	5	27	5	4	4	5	4	5	27	5	4	5	5	5	5	29
4	5	4	5	4	5	27	4	5	5	4	5	4	27	4	5	5	5	5	5	29	4	5	4	5	5	4	27
5	4	5	4	4	5	27	4	5	4	4	5	5	27	4	5	4	5	5	4	27	4	5	4	4	5	5	27
5	4	4	4	4	5	26	4	5	4	4	5	4	26	4	5	4	4	4	4	25	5	4	4	4	5	5	27
5	4	5	4	5	4	27	4	4	5	5	4	4	26	4	4	5	4	4	4	25	4	5	4	4	4	5	26
5	4	4	4	5	5	27	4	5	4	4	5	4	26	4	5	5	5	5	4	28	4	5	4	5	5	4	27
5	4	4	5	5	5	28	5	4	5	4	4	4	26	5	4	4	4	5	4	26	4	4	5	4	4	4	25
4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	4	4	4	25	5	4	4	5	5	4	27	5	4	4	5	4	5	27
5	4	5	4	5	4	27	4	4	5	4	4	5	26	5	4	4	4	5	4	26	4	4	5	4	4	5	26
4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	5	4	4	26	4	4	5	5	4	5	27	4	5	4	4	4	5	26
4	4	5	4	4	5	26	5	4	4	5	4	4	26	5	5	4	4	5	5	28	4	4	4	5	4	4	25
4	5	4	5	5	4	27	4	5	4	5	4	5	27	4	5	4	5	5	4	27	4	5	4	4	5	4	26

4	5	3	4	5	3	24	4	5	3	5	4	5	26	5	3	4	5	3	5	25	3	5	4	5	4	5	26
3	3	4	2	4	5	21	5	3	3	4	4	4	23	3	2	3	4	3	4	19	5	4	3	5	5	4	26
4	3	5	5	5	3	25	3	3	3	3	3	4	19	5	4	3	4	4	3	23	5	3	4	4	4	5	25
4	5	5	3	3	3	23	5	4	4	5	5	5	28	4	3	4	3	5	4	23	4	4	5	5	3	4	25
3	4	4	3	4	4	22	3	3	4	3	4	4	21	5	4	3	4	4	3	23	5	3	3	4	4	4	23
4	3	4	4	3	4	22	4	3	3	4	4	3	21	3	3	4	4	4	3	21	4	4	3	4	5	5	25
4	3	4	3	3	4	21	4	3	4	4	3	4	22	4	3	5	5	4	4	25	5	4	5	3	4	3	24
5	4	5	3	4	5	26	5	5	3	4	5	4	26	4	3	3	5	4	3	22	5	5	3	4	4	4	25
4	3	3	3	4	4	21	4	4	3	4	4	4	23	5	4	4	3	4	3	23	5	4	4	3	4	4	24
4	4	3	2	3	4	20	4	3	4	4	3	4	22	3	4	4	5	4	4	24	4	3	3	4	4	5	23
4	3	3	3	4	4	21	4	3	3	4	3	4	21	5	4	4	5	5	4	27	4	3	4	5	4	4	24
4	5	4	3	4	4	24	4	5	3	4	4	3	23	4	3	4	5	3	4	23	4	3	4	5	4	5	25
4	4	5	4	5	5	27	5	4	5	4	5	4	27	5	4	4	5	4	5	27	4	5	4	4	4	4	25
4	5	4	5	4	4	26	5	5	4	5	4	5	28	4	5	4	4	4	5	26	4	5	4	4	4	5	26
4	5	4	4	5	4	26	4	5	4	4	5	4	26	4	5	4	4	5	4	26	5	4	4	4	5	4	26
4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	5	5	4	28	4	5	5	5	4	4	27	4	5	4	4	4	5	26
4	4	5	4	5	5	27	4	5	5	5	4	5	28	4	5	5	5	5	5	29	4	5	4	4	5	5	27
5	4	5	4	5	4	27	4	5	4	5	5	5	28	5	5	5	5	5	4	29	4	5	4	5	4	5	27
4	5	5	4	4	4	26	5	4	5	5	4	5	28	5	4	5	4	4	5	27	4	5	4	5	4	5	27
4	5	5	5	4	5	28	5	4	5	4	4	5	27	5	5	4	4	5	5	28	5	4	5	5	5	5	29



Lampiran 3. Distribusi Nilai R Tabel dan T Tabel

DF atau DK	Tabel Distribusi Student t						Tabel Uji Korelasi Pearson Product Moment					
	uji satu sisi (one tailed)						uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)						Uji dua sisi (two tailed)					
0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01	
364	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,103	0,122	0,134
365	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
366	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
367	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
368	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
369	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,067	0,086	0,102	0,121	0,134
370	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,067	0,085	0,102	0,121	0,133
371	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,067	0,085	0,102	0,120	0,133
372	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,133
373	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,133
374	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,133
375	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,133
376	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,120	0,132
377	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,119	0,132
378	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,085	0,101	0,119	0,132
379	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,084	0,100	0,119	0,132
380	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,084	0,100	0,119	0,132
381	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,084	0,100	0,119	0,131
382	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,035	0,066	0,084	0,100	0,119	0,131
383	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,100	0,119	0,131
384	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,100	0,118	0,131
385	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,100	0,118	0,131
386	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,100	0,118	0,131
387	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,084	0,099	0,118	0,130
388	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,083	0,099	0,118	0,130
389	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589	0,034	0,065	0,083	0,099	0,118	0,130
390	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,130
391	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,130
392	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,130
393	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,129
394	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,065	0,083	0,099	0,117	0,129
395	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,083	0,098	0,117	0,129
396	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,083	0,098	0,117	0,129
397	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,129
398	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,129
399	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,588	0,034	0,064	0,082	0,098	0,116	0,128

## Lampiran 4. Hasil Uji SPSS

## Hasil Uji Validitas

		Correlations						
		KUALITAS1	KUALITAS2	KUALITAS3	KUALITAS4	KUALITAS5	KUALITAS6	KUALITAS PRODUK
KUALITAS1	Pearson Correlation	1	.327**	.368**	.381**	.339**	.324**	.644**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
KUALITAS2	Pearson Correlation	.327**	1	.282**	.472**	.404**	.423**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
KUALITAS3	Pearson Correlation	.368**	.282**	1	.317**	.386**	.373**	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
KUALITAS4	Pearson Correlation	.381**	.472**	.317**	1	.354**	.400**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
KUALITAS5	Pearson Correlation	.339**	.404**	.386**	.354**	1	.369**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
KUALITAS6	Pearson Correlation	.324**	.423**	.373**	.400**	.369**	1	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	.644**	.719**	.646**	.727**	.691**	.697**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	384	384	384	384	384	384	384

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

**Correlations**

		KUALITAS1	KUALITAS2	KUALITAS3	KUALITAS4	KUALITAS5	KUALITAS6	KUALITAS PRODUK
KUALITAS1	Pearson Correlation	1	.327**	.368**	.381**	.339**	.324**	.644**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
KUALITAS2	Pearson Correlation	.327**	1	.282**	.472**	.404**	.423**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
KUALITAS3	Pearson Correlation	.368**	.282**	1	.317**	.386**	.373**	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
KUALITAS4	Pearson Correlation	.381**	.472**	.317**	1	.354**	.400**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
KUALITAS5	Pearson Correlation	.339**	.404**	.386**	.354**	1	.369**	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
KUALITAS6	Pearson Correlation	.324**	.423**	.373**	.400**	.369**	1	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	.644**	.719**	.646**	.727**	.691**	.697**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	384	384	384	384	384	384	384

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

**Correlations**

		PELAYANAN1	PELAYANAN2	PELAYANAN3	PELAYANAN4	PELAYANAN5	PELAYANAN6	KUALITAS PELAYANAN
PELAYANAN1	Pearson Correlation	1	.364**	.423**	.368**	.464**	.412**	.707**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
PELAYANAN2	Pearson Correlation	.364**	1	.380**	.358**	.504**	.469**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
PELAYANAN3	Pearson Correlation	.423**	.380**	1	.335**	.473**	.465**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
PELAYANAN4	Pearson Correlation	.368**	.358**	.335**	1	.322**	.422**	.639**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
PELAYANAN5	Pearson Correlation	.464**	.504**	.473**	.322**	1	.487**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
PELAYANAN6	Pearson Correlation	.412**	.469**	.465**	.422**	.487**	1	.750**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
KUALITAS PELAYANAN	Pearson Correlation	.707**	.724**	.716**	.639**	.764**	.750**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	384	384	384	384	384	384	384

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

**Correlations**

		PEMBELIAN1	PEMBELIAN2	PEMBELIAN3	PEMBELIAN4	PEMBELIAN5	PEMBELIAN6	KEPUTUSAN PEMBELIAN
PEMBELIAN1	Pearson Correlation	1	.304**	.294**	.412**	.318**	.298**	.619**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
PEMBELIAN2	Pearson Correlation	.304**	1	.228**	.436**	.477**	.401**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
PEMBELIAN3	Pearson Correlation	.294**	.228**	1	.319**	.309**	.358**	.613**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
PEMBELIAN4	Pearson Correlation	.412**	.436**	.319**	1	.374**	.454**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
PEMBELIAN5	Pearson Correlation	.318**	.477**	.309**	.374**	1	.443**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
PEMBELIAN6	Pearson Correlation	.298**	.401**	.358**	.454**	.443**	1	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	384	384	384	384	384	384	384
KEPUTUSAN PEMBELIAN	Pearson Correlation	.619**	.708**	.613**	.732**	.713**	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	384	384	384	384	384	384	384

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

## Hasil Uji Reliabilitas

### 1. Kualitas Produk

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	6

### 2. Harga Produk

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	6

### 3. Kualitas Pelayanan

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.811	6

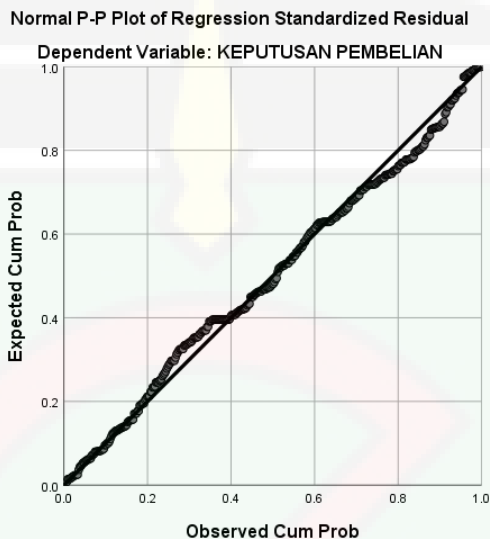
### 4. Keputusan Pembelian

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	6

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



2. Uji Multikolinearitas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.851	.859		5.648	.000		
	KUALITAS PRODUK	.317	.049	.325	6.453	.000	.407	2.454
	HARGA PRODUK	.259	.046	.287	5.660	.000	.402	2.487
	KUALITAS PELAYANAN	.240	.042	.262	5.705	.000	.488	2.048

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

3. Uji Heteroskedastisitas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.522	.545		4.626	.000		
	KUALITAS PRODUK	-.003	.031	-.006	-.081	.935	.407	2.454
	HARGA PRODUK	-.012	.029	-.033	-.410	.682	.402	2.487
	KUALITAS PELAYANAN	-.035	.027	-.095	-1.307	.192	.488	2.048

a. Dependent Variable: ABS\_RES

Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.851	.859		5.648	.000		
	KUALITAS PRODUK	.317	.049	.325	6.453	.000	.407	2.454
	HARGA PRODUK	.259	.046	.287	5.660	.000	.402	2.487
	KUALITAS PELAYANAN	.240	.042	.262	5.705	.000	.488	2.048

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

## Hasil Uji Hipotesis

### 1. Uji T (Parsial)

#### a. Kualitas Produk

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.793	.902		8.640	.000
	KUALITAS_PRODUK	.695	.035	.710	19.750	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN\_PEMBELIAN

#### b. Harga Produk

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	9.388	.844		11.126	.000
	HARGA_PRODUK	.634	.033	.701	19.230	.000

Dependent Variable: KEPUTUSAN\_PEMBELIAN

#### c. Kualitas Pelayanan

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.224	.869		11.767	.000
	KUALITAS PELAYANAN	.614	.035	.671	17.709	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN\_PEMBELIAN

## 2. Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1674.136	3	558.045	197.213	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1078.098	381	2.830		
	Total	2752.234	384			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN\_PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), KUALITAS\_PELAYANAN, KUALITAS\_PRODUK, HARGA\_PRODUK

3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.780 <sup>a</sup>	.608	.605	1.682

a. Predictors: (Constant), KUALITAS\_PELAYANAN, KUALITAS\_PRODUK, HARGA\_PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN\_PEMBELIAN

## Lampiran 5 Kartu Bimbingan Skripsi

**KARTU KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Diva Aprilia  
 NIM : 21020039  
 Tahun Angkatan : .....  
 Jurusan/Prodi : Akuntansi  
 Semester : .....  
 Judul Skripsi : .....

Dosen Pembimbing : 1. ....  
 2. ....

REKOMENDASI						
No.	Tanggal	Pembimbing 1	Paraf	Tanggal	Pembimbing 2	Paraf
1.		Acc judul		16/5/25	Bab 1,2,3 revisi	
2.		Bab I		19/5/25	Bab 1,2,3	
3.		Bab II		21/6/25	Bab 1,2,3 Acc Supo	
4.		Bab III		28/7/25	Bab 1-5 revisi	
5.		Bab I-III		29/7/25	Acc usulan	
6.		Bab IV				
7.		Bab IV				
8.		Bab V				
9.		Bab V				
10.						
11.						
12.						
13.						
14.						
15.						
16.						
17.						
18.						

Bojonegoro, .....  
 STIE Cendekia Bojonegoro  
 Ka. Prodi Akuntansi

Dina Alafi Hidayatin, SE, MA  
 NUPTK.3137766667230333

## Lampiran 6. Surat Balasan Izin Penelitian

SEBLAK QUEEN  
Pasinan, Baureno, Bojonegoro

Hal : Balasan  
Kepada Yth :  
Ketua Program Studi Akuntansi  
STIE Cendekia Bojonegoro

Dengan hormat,  
Yang bertanda tangan di bawah ini :  
Nama : Rizki Rama  
Jabatan : Pemilik Usaha

Mencerangkan bahwa,  
Nama : Diva Aprilia  
Nim : 21020039  
Jurusan : Akuntansi  
Universitas : STIE Cendekia Bojonegoro

Telah kami setuju untuk mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi di usaha Seblak Queen dengan judul "Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Seblak Queen Pasinan Kecamatan Baureno)".

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerja samanya kami mengucapkan terima kasih.

Bojonegoro  
Hormat kami,  
Pemilik Usaha Seblak  
Queen



Rizki Rama