

DAFTAR PUSTAKA

- Amstrong, Kotler (2016). *Principles of Marketing Sixteenth Edition Global Edition England*. Pearson Education Limited
- Armstrong, G & Kotler, P (2012). *Prinsip – prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Abdurrahman, N. H (2015). *Manajemen Strategi Pemasaran*, Bandung: CV. Pustaka Setia
- Adit Bunga H.M. (2018) *Pengaruh Atribut, kualitas produk dan promosi, terhadap keputusan pembelian mobil merek honda di kota medan*. Jurnal ilmiah manajemen dan bisnis Vol 19 No 1 ISSN 1693-7619
- Badri (2011). *Pengaruh Dimensi Kualitas Produk Terhadap Kepuasan konsumen*. Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis ke-VI
- Buchari Alma (2013). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Bogor, S.B (2016). *Pedoman Penulisan Skripsi STIE Binaniaga Bogor*. Bogor: Tim penyusunan Pedoman Penulisan Skripsi.
- Crosby, P.B. (2010) *The Art of Marking Quality Certain*. New. York: McGraw-Hill.
- Chichilia Selvany (2015) *Pengaruh kualitas produk harga dan WOM (WORD OFF MOUTH) Terhadap keputusan pembelian handphone evercross pada cv. Tristar jaya globalindo manado*. Jurnal riset ekonomi manajemen bisnis dan akuntansi. Vol.3 No.3 ISSN 2303-11
- Hermawan Agus. (2013). *Promosi dalam Prioritas Kegiatan Pemasaran*. Jakarta. PT Buku Seru.
- Heryanto Iman (2015) *Analisis Pengaruh produk. harga, distribusi dan promosi terhadap keputusan pembelian serta implikasinya pada kepuasan*

pelanggan. Jurnal ekonomi, bisnis dan entrepreneurship Vol 9, No 2
ISSN

Keller, Kotler (2012) *Marketing Management*: 14 Edition, New Jersey: Prentice Hall, Pearson Hall, Pearson Education, Inc

Keller, K. L dan Philip Kotler. (2012). *Marketing Manajemen 14th Edition*. United States: Pearson Education

Kotler Philip (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi Tiga Belas*, Jilid 1. Jakarta: Erlangga

_____. (2012). *Peinciples of marketing*. United States: Pearson Education

_____. (2012). *Prinsip-Prinsip Marketing*, Jakarta: Salemba Empat.

_____. (2012). *Marketinng Manajemen 14th Edication*. Unted States Pearson Education

_____. (2016). *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edii13. Jilid 1. Jakarta:Erlangga

Machfoedz, M (2013). *Pengantar Pemasaran Modern*. Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN, Yogyakarta

Petter J.P dan Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen 7 Strategi Pemasaran* Jakarta Mc. Graw-Hill Education dan Salemba Empat

Philip Kotler dan Keller, K.L, (2012). *Marketing Manajemen 14th Edition*. United states: Pearson Education

Priyatno, Duwi (2013) *Mandiri Belajar Analisis Data Dengan SPSS*, Yogyakarta, Mediakom.

Petter J.P dan Olson, J. C. (2014). *Perilaku Konsumen & Strategi Pemasaran*. Jakarta: Mc. Graw-Hill Education dan Salemba Empat.

Philip Kotler dan Keller, K. L. (2012). *Marketing Manajemen 14th Edition*. United States: Pearson Education.

PT SARI HUSADA GENERASI MAHARDHIKA. <https://www.sarihusada.co.id>

- Rifqi Sulthan. (2018) *Pengaruh kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen terhadap laptop asus*. Jurnal Indonesia membangun Vol.17,No.2.ISSN 1412-6907
- Suparyanto, R.W. (2015). *Manajemen Pemasaran*. Bogor: In Media.
- Stanton. (2013). *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Yogyakarta: ANDI
- Sangadji, S. (2010). *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Andi Offset
- Sugiyono. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R7D)* Bandung: Alfabeta
- _____. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta
- _____. (2012). *Metode Penelitian Bisnis (populasi sampel)*. Bandung: Alfabeta
- _____. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.CV
- _____. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sulistianni Sinta. (2017) *Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian yang berdampak pada loyalitas pelanggan pada produk hydro coco PT kalbe farma*. Jurnal Pendidikan hukum dan bisnis Vol 2 No 1 ISSN : 2502-5406
- Simanjuntak, Vera Clara. (2016) *Marketing Mix Effect OF Interest To Visit in the Lake Toba*. Jurnal Manajemen Binaniaga. Vol, 1. No.2
- Stevenson, W.J (2010) *Manajemen Operasi Perspektif Asia*, Edisi 9, Salemba Empat and MC Graw Hill Education, Jakarta.

- Tjiptono, Fandy. 2012. *Service Management Mewujudkan Layanan Prima*. Yogyakarta: CV Andi Offset
- Yamit Zulian. (2010). *Manajemen Kualitas Produk dan Jasa*. Yogyakarta: ekonisia
- Zarmoni Afif. (2016) *Pengaruh citra merek kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian produk pepsodent pada konsumen indomaret plus di jalan M. Yamin samarinda*. Jurnal Administrasi Bisnis Vol 4 No ISSN 2355-5408

LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

Bogor, Maret 2021

Kepada Yth

Bapak/Ibu Konsumen

Produk Susu Generasi Maju (SGM)

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Reski Aulia Parwati

NPM : S1 0216 136

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Selaku mahasiswa Universitas Binaniaga Indonesia melakukan penelitian mengenai “pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian susu generasi maju (SGM) di Yogya Cimanggu Bogor”. Dengan ini saya mengharapkan bantuan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner ini. Bantuan ini sangat berharga dalam proses pengumpulan data untuk menyelesaikan skripsi saya.

Atas kesediaan waktu dan partisipasi Bapak/Ibu dalam pengisian kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Penulis

KUESIONER PENELITIAN

Perkenalkan nama saya Reski Aulia Parwati mahasiswi jurusan manajemen di Universitas Binaniaga Indonesia. Saat ini saya sedang mengadakan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembelian Susu Generasi Maju (SGM) di Yogya Cimanggu Bogor”**.

Sebelumnya saya ucapkan terimakasih kepada sukarelawan yang telah mau berpartisipasi sebagai responden untuk menjawab pertanyaan dalam kuesioner ini. Hasil survei ini hanya digunakan untuk keperluan menyelesaikan tugas akhir semata bukan untuk tujuan komersi. Atas kesedian responden saya ucapkan terimakasih.

3. Identitas responden

- | | | |
|---------------|--------------------------------|-----------------------|
| Jenis kelamin | : a. laki-laki | b. Perempuan |
| Usia | : a. 18 tahun-22 tahun | b. 22 tahun- 27 tahun |
| | c. 28 tahun-32 tahun | d. >32 tahun |
| Pekerjaan | : a. Ibu Rumah Tangga | b. Karyawan/i |
| | c. Wirausaha | d. PNS |
| Penghasilan | : a. < Rp 2.000.000 | |
| | b. Rp 2.000.000- Rp 5.000.000 | |
| | c. Rp 5.000.000- Rp 10.000.000 | |
| | d. > Rp 10.000.000 | |

II. Pilihlah jawaban dengan memberi tanda (✓) pada kolom yang tersedia sesuai jawaban yang mewakili anda.

- | | |
|---------------------|-----|
| Sangat Setuju (SS) | : 5 |
| Setuju (S) | : 4 |
| Netral (N) | : 3 |
| Tidak Setuju (TS) | : 2 |
| Sangat Tidak Setuju | : 1 |

Kualitas Produk					
Pernyataan	Alternatif Jawaban				
Bentuk (<i>From</i>)	STS	TS	N	S	SS
Produk Susu Generasi Maju (SGM) memiliki variasi rasa atau kemasan yang menarik					
Fitur (<i>feature</i>)					
Produk Susu Generasi Maju (SGM) dengan minyak ikan dan omega 3					
Penyesuaian (<i>customization</i>)					
Produk Susu Generasi Maju (SGM) memiliki nutrisi sesuai usia anak					
Produk Susu Generasi Maju (SGM) memiliki rasa yang disukai oleh anak					
Kinerja (<i>Performance</i>)					
Produk Susu Generasi Maju (SGM) tidak menimbulkan efek samping yang berbahaya					
Kesesuaian (<i>Conformance</i>)					
Produk Susu Generasi Maju (SGM) memiliki variant rasa yang lezat yang disukai oleh anak					

Produk Susu Generasi Maju (SGM) memiliki rasa yang disukai oleh anak					
Ketahanan (Durability)					
Kemasan Produk Susu Generasi Maju (SGM) tidak mudah bocor, sobek dan pecah					
Keandalan (Reability)					
konsumen yang memberikan Susu Generasi Maju (SGM) Kepada anaknya menjadikan anaknya tidak mudah sakit					
Kemudahan perbaikan (Repairbility)					
Aluminium Foil dalam kemasan Susu Generasi Maju (SGM) mudah dilipat dan tidak cepat Rusak					
Gaya (Style)					
Produk Susu Generasi Maju (SGM) memiliki gaya khas produk lain (aku anak SGM) yang berbeda dengan produk lain					
Desain (Design)					

Desain Produk Susu Generasi Maju (SGM) simpel sesuai perkembangan jaman					
Desain Produk Susu Generasi Maju (SGM) pada sampung kemasan terdapat info tentang informasi nilai gizi					

Promosi					
Pernyataan	Alternatif Jawaban				
Jangkauan Promosi	STS	TS	N	S	SS
Program promosi produk susu dipusat perbelanjaan SGM mudah ditemukan					
Program promosi media sosial Produk SGM mudah diikuti					
Kuantitas Penayangan Iklan Di media Promosi					
Iklan produk SGM sering ditayangkan di Stasiun TV atau media promosi di Yogya Cimanggu Bogor.					

Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi					
Informasi iklan produk Susu SGM di tv cukup jelas					
Poster, spanduk, atau brosur produk susu SGM menggunakan bahasa yang sederhana					
Iklan Promosi Produk Susu SGM meningkatkan minat pembeli konsumen					

Keputusan Pembelian					
Pernyataan	Alternatif Jawaban				
Pilihan Produk	STS	TS	N	S	SS
<i>Variant</i> rasa susu SGM yang sangat lengkap					
Jenis produk dan ukuran yang ditawarkan susu SGM bervariasi ukuran 150gr,400gr,600gr,900gr,1000gr					
Pilihan Penyalur					

saya merasa produk susu SGM memiliki reputasi merek yang sangat baik dimata konsumen					
Saya yakin dengan membeli produk susu SGM merupakan keputusan yang tepat karena memiliki kualitas yang baik					
Waktu Pembelian					
Produk susu SGM mudah didapat Di toko manapun karena ketersediaan yang banyak di Yogya Cimanggu Bogor					
Jumlah Pembelian					
Produk susu SGM selalu di cari oleh konsumen dan membeli produk susu SGM dengan jumlah yang banyak karena kebutuhan					

[illegible]

Variabel Promosi (X2)

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

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

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

Lampiran 3

Output SPSS Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Variabel Kualitas Produk (X1)

		Correlations													
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.521**	.496**	.462*	.606**	.588**	.428*	.524**	.336	.342	.442*	.382*	.272	.664**
	Sig. (2-tailed)		.003	.005	.010	.000	.001	.018	.003	.070	.064	.015	.037	.146	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.521**	1	.780**	.783**	.495**	.671**	.630**	.644**	.396*	.725**	.701**	.482**	.684**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000	.005	.000	.000	.000	.031	.000	.000	.007	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.496**	.780**	1	.819**	.434*	.810**	.628**	.728**	.467**	.636**	.717**	.460*	.614**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000	.017	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.010	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.462*	.783**	.819**	1	.429*	.659**	.813**	.769**	.515**	.755**	.680**	.603**	.718**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000		.018	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.606**	.495**	.434*	.429*	1	.510**	.461*	.595**	.337	.388*	.526**	.098	.468**	.658**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.017	.018		.004	.010	.001	.069	.034	.003	.605	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.588**	.671**	.810**	.659**	.510**	1	.582**	.727**	.562**	.634**	.762**	.511**	.507**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.004		.001	.000	.001	.000	.000	.004	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.428*	.630**	.628**	.813**	.461*	.582**	1	.722**	.313	.676**	.583**	.463*	.551**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.000	.000	.010	.001		.000	.092	.000	.001	.010	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.524**	.644**	.728**	.769**	.595**	.727**	.722**	1	.558**	.760**	.837**	.472**	.638**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.001	.000	.000		.001	.000	.000	.008	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.336	.396*	.467**	.515**	.337	.562**	.313	.558**	1	.402*	.488**	.447*	.328	.635**
	Sig. (2-tailed)	.070	.031	.009	.004	.069	.001	.092	.001		.028	.006	.013	.077	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.342	.725**	.636**	.755**	.388*	.634**	.676**	.760**	.402*	1	.895**	.684**	.558**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.064	.000	.000	.000	.034	.000	.000	.000	.028		.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.11	Pearson Correlation	.442*	.701**	.717**	.680**	.526**	.762**	.583**	.837**	.488**	.895**	1	.528**	.629**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.000	.000	.003	.000	.001	.000	.006	.000		.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.12	Pearson Correlation	.382*	.482**	.460*	.603**	.098	.511**	.463*	.472**	.447*	.684**	.528**	1	.161	.614**
	Sig. (2-tailed)	.037	.007	.010	.000	.605	.004	.010	.008	.013	.000	.003		.394	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.13	Pearson Correlation	.272	.684**	.614**	.718**	.468**	.507**	.551**	.638**	.328	.558**	.629**	.161	1	.696**
	Sig. (2-tailed)	.146	.000	.000	.000	.009	.004	.002	.000	.077	.001	.000	.394		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.664**	.830**	.843**	.882**	.658**	.853**	.772**	.897**	.635**	.821**	.867**	.614**	.696**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	13

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	55.23	28.875	.580	.937
X1.2	54.90	30.300	.805	.929
X1.3	55.00	29.793	.817	.928
X1.4	55.03	28.861	.858	.926
X1.5	55.03	29.275	.580	.936
X1.6	55.07	28.478	.819	.927
X1.7	55.17	29.454	.727	.930
X1.8	55.23	28.116	.872	.925
X1.9	55.27	29.168	.546	.938
X1.10	55.03	29.826	.791	.929
X1.11	55.10	28.852	.839	.926
X1.12	54.93	30.823	.554	.935
X1.13	55.00	30.138	.643	.933

Validitas Variabel Promosi (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL_X 2
X2.1	Pearson Correlation	1	.265	.452*	.489**	.578**	.185	.672**
	Sig. (2-tailed)		.156	.012	.006	.001	.327	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.265	1	.478**	.524**	.312	.354	.642**
	Sig. (2-tailed)	.156		.008	.003	.094	.055	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.452*	.478**	1	.615**	.615**	.616**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.012	.008		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.489**	.524**	.615**	1	.680**	.400*	.816**
	Sig. (2-tailed)	.006	.003	.000		.000	.028	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.578**	.312	.615**	.680**	1	.489**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.001	.094	.000	.000		.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.185	.354	.616**	.400*	.489**	1	.691**
	Sig. (2-tailed)	.327	.055	.000	.028	.006		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.672**	.642**	.844**	.816**	.816**	.691**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliabilitas Variabel Promosi (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.836	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	22.80	5.476	.497	.835
X2.2	22.77	5.840	.493	.832
X2.3	22.67	5.057	.756	.780
X2.4	22.73	5.306	.725	.789
X2.5	22.73	5.306	.725	.789
X2.6	22.80	5.407	.522	.830

Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	TOTAL_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.533**	.699**	.337	.517**	.730**	.766**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.069	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.533**	1	.762**	.316	.638**	.777**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.089	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.699**	.762**	1	.321	.740**	.964**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.083	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.337	.316	.321	1	.449*	.335	.591**
	Sig. (2-tailed)	.069	.089	.083		.013	.070	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.517**	.638**	.740**	.449*	1	.739**	.841**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.013		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.730**	.777**	.964**	.335	.739**	1	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.070	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.766**	.815**	.921**	.591**	.841**	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.888	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	22.67	6.230	.686	.875
Y.2	22.73	5.995	.744	.866
Y.3	22.93	5.099	.873	.839
Y.4	22.90	6.162	.397	.924
Y.5	22.80	5.614	.765	.859
Y.6	22.97	4.861	.885	.836

[illegible]

No Res	Butir Pernyataan													Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
36	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	61
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
39	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53
40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
41	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	39
42	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	51
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
44	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	61
45	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	55
46	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	57
47	3	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	61
48	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	61
49	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	53
50	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	54
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
52	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64
53	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	63
54	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	59
55	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	47
56	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	52
57	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	60
58	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	60
59	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
60	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	5	50
61	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	64
62	5	4	3	2	1	4	3	2	5	5	4	4	3	45
63	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	50
64	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	63
65	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	62
66	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	52
67	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	47
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	64
69	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
70	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	53
71	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
72	4	5	4	4	4	3	4	5	5	3	5	5	5	56
73	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	56
74	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	52

No Res	Butir Pernyataan													Jumlah
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
75	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	62
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
79	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	56
80	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	54
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
82	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	54
83	3	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	4	4	55
84	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	59
85	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	5	58
86	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	60
87	4	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	3	52
88	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	3	4	55
89	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	54
90	4	5	4	5	5	4	4	3	5	5	4	3	4	55
91	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	56
92	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	49
93	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	4	59
94	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	51
95	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	50
96	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	58
97	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	55
98	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	4	4	4	55
99	5	4	4	5	4	5	3	3	3	4	5	5	4	54
100	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	3	4	4	54

Variabel Promosi (X2)

No Res	Butir Pernyataan						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	5	4	5	3	4	4	25
3	5	4	3	4	4	3	23
4	5	4	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	5	5	30
6	4	5	4	4	4	5	26
7	4	5	5	5	5	5	29
8	4	4	3	4	4	3	22
9	5	5	5	5	5	3	28
10	3	5	5	4	4	5	26
11	5	4	5	5	5	4	28
12	3	3	4	4	4	4	22
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	4	5	5	5	5	29
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	4	5	29
17	3	4	4	4	3	4	22
18	4	5	5	5	5	5	29
19	5	5	5	5	5	5	30
20	4	4	4	4	4	4	24
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	4	5	5	5	5	29
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	4	5	4	5	5	28
25	5	5	5	5	4	4	28
26	4	4	4	4	5	5	26
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	5	5	5	5	4	28
29	4	5	4	4	4	4	25
30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	5	5	5	5	30
33	3	5	4	4	4	4	24
34	4	4	5	5	4	4	26
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	5	4	4	5	5	28
37	5	5	5	4	5	5	29
38	5	4	5	5	4	5	28

No Res	Butir Pernyataan						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
39	4	4	4	4	4	4	24
40	5	5	5	5	5	5	30
41	3	3	3	3	3	4	19
42	4	5	4	4	5	4	26
43	5	5	5	5	5	5	30
44	4	5	5	5	5	5	29
45	4	3	4	3	5	5	24
46	4	5	5	5	5	4	28
47	5	5	4	5	5	5	29
48	5	5	5	5	5	5	30
49	2	4	4	4	4	4	22
50	4	5	5	5	4	4	27
51	5	5	1	4	5	5	25
52	5	5	5	4	5	5	29
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	5	5	5	5	30
55	3	4	3	3	4	3	20
56	4	4	3	4	4	4	23
57	5	4	5	5	4	5	28
58	4	5	5	4	5	4	27
59	5	5	5	5	5	5	30
60	5	4	5	5	5	5	29
61	4	5	5	5	5	5	29
62	3	4	2	5	2	4	20
63	5	4	3	4	3	3	22
64	5	5	5	5	5	4	29
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	3	4	4	4	3	22
67	3	4	3	3	4	3	20
68	4	5	5	3	4	4	25
69	5	5	5	5	5	5	30
70	4	5	3	3	4	4	23
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	5	5	5	5	30
73	4	5	5	5	5	4	28
74	4	3	4	4	5	5	25
75	4	4	4	5	5	4	26
76	5	5	5	5	5	5	30
77	5	5	5	5	5	5	30

No Res	Butir Pernyataan						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
78	5	5	5	5	5	5	30
79	5	5	4	4	4	5	27
80	5	4	4	4	4	5	26
81	4	4	4	4	4	4	24
82	4	4	5	4	4	3	24
83	4	4	4	5	5	5	27
84	4	4	4	5	5	4	26
85	4	5	4	4	4	3	24
86	4	4	4	4	4	4	24
87	5	5	5	5	5	5	30
88	4	3	4	4	4	3	22
89	4	5	4	3	4	3	23
90	4	4	3	3	4	4	22
91	4	4	4	4	4	5	25
92	4	4	3	4	3	4	22
93	5	4	4	5	4	3	25
94	4	4	4	4	4	4	24
95	4	4	5	5	4	3	25
96	5	5	4	4	4	4	26
97	5	5	5	3	3	3	24
98	4	4	4	4	4	4	24
99	4	4	4	4	4	4	24
100	5	4	5	3	4	4	25

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No Res	Butir Pernyataan						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
1	4	4	4	4	4	3	23
2	4	4	3	4	4	3	22
3	4	5	4	5	5	4	27
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	4	4	3	4	25
7	5	5	5	5	5	5	30
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	5	5	2	5	5	27
10	5	5	5	4	5	5	29
11	5	4	4	5	4	4	26
12	4	4	3	4	4	3	22
13	5	5	5	5	5	5	30
14	5	5	5	5	5	5	30
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	4	5	5	29
17	5	4	4	4	4	4	25
18	5	5	5	5	5	5	30
19	5	5	5	5	5	5	30
20	5	5	4	5	5	4	28
21	5	5	5	5	5	5	30
22	5	5	5	5	5	5	30
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	4	4	4	4	24
25	5	4	4	5	5	4	27
26	5	4	4	4	4	4	25
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	5	4	4	4	4	25
29	4	4	4	4	4	4	24
30	5	5	5	5	5	5	30
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	5	5	5	5	30
33	5	2	2	4	3	2	18
34	4	4	4	5	4	4	25
35	5	5	5	5	5	5	30
36	5	4	4	5	4	4	26
37	5	5	5	5	5	5	30
38	4	4	5	4	4	5	26

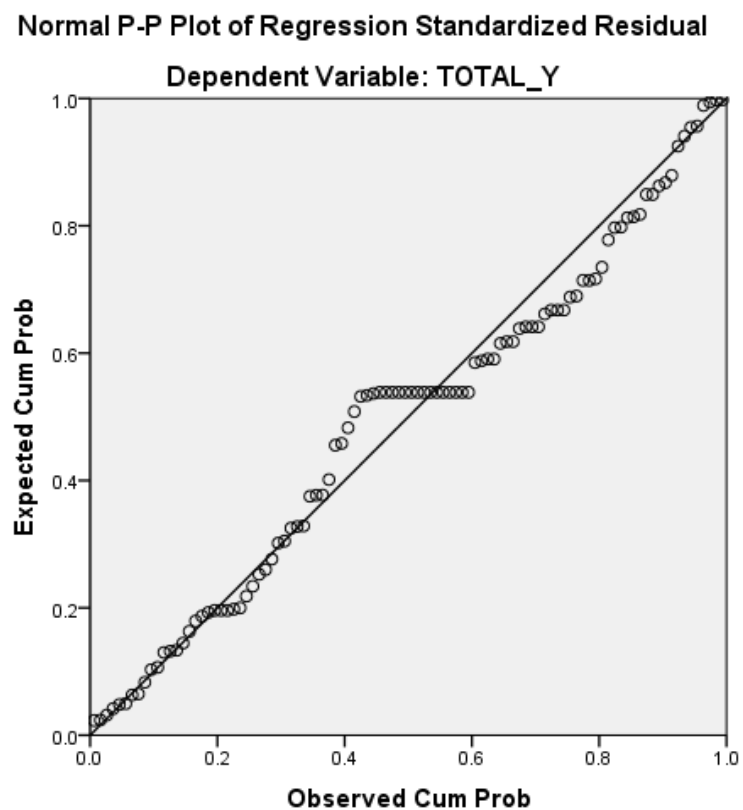
No Res	Butir Pernyataan						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
39	5	4	4	4	4	4	25
40	5	5	5	5	5	5	30
41	3	3	3	3	3	3	18
42	4	4	4	5	4	4	25
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	5	5	5	5	5	30
45	5	4	4	4	4	4	25
46	4	5	5	4	5	5	28
47	5	4	5	5	5	5	29
48	5	5	5	5	5	5	30
49	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	4	4	24
51	5	5	5	5	5	5	30
52	5	5	4	5	5	4	28
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	5	5	5	5	30
55	3	4	3	4	3	3	20
56	4	4	4	3	5	4	24
57	5	5	4	4	5	4	27
58	4	5	5	5	5	5	29
59	5	5	5	5	5	5	30
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	5	5	5	5	5	30
62	4	2	5	3	5	5	24
63	3	4	3	3	4	3	20
64	5	5	4	5	5	4	28
65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	3	3	5	4	3	23
67	3	4	3	4	3	3	20
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	5	5	5	5	5	30
70	4	4	4	4	4	4	24
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	5	4	4	5	28
73	4	4	4	4	4	4	24
74	5	5	5	5	5	5	30
75	5	4	4	4	5	4	26
76	5	5	5	5	5	5	30
77	5	5	5	5	5	5	30

No Res	Butir Pernyataan						Jumlah
	1	2	3	4	5	6	
78	5	5	5	5	5	5	30
79	4	4	4	5	5	4	26
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	5	4	4	25
82	5	5	5	5	5	5	30
83	4	3	4	4	4	4	23
84	4	4	5	4	4	5	26
85	5	5	5	5	4	5	29
86	4	4	4	4	4	4	24
87	5	5	4	4	3	4	25
88	5	5	5	4	5	5	29
89	4	3	4	3	3	4	21
90	3	4	5	5	5	5	27
91	4	3	4	5	4	4	24
92	4	3	4	4	4	4	23
93	5	4	4	4	4	4	25
94	4	3	4	3	4	4	22
95	4	5	3	5	5	3	25
96	5	4	5	5	4	5	28
97	5	4	5	4	4	5	27
98	5	5	5	4	3	5	27
99	4	4	4	4	4	3	23
100	4	4	3	4	4	3	22

Lampiran 5

Hasil Uji Asumsi Klasik

A. Output Hasil Uji Normalitas

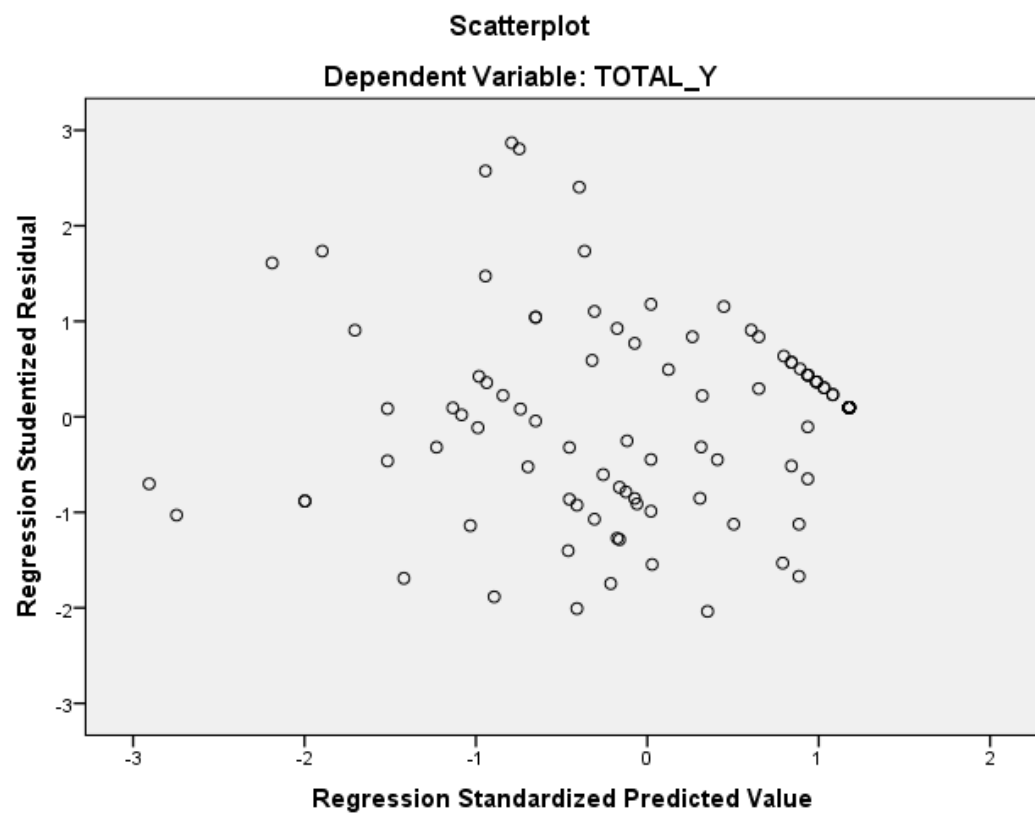


B. Output Hasil Multikolinieritas

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.419	1.766		1.370	.174		
TOTAL_X1	.247	.044	.505	5.646	.000	.431	2.319
TOTAL_X2	.379	.093	.364	4.064	.000	.431	2.319

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

C. Output Hasil Heteroskedastisitas



Lampiran 6

Hasil spss

A. Output Regresi liniear berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.419	1.766		1.370	.174		
TOTAL_X1	.247	.044	.505	5.646	.000	.431	2.319
TOTAL_X2	.379	.093	.364	4.064	.000	.431	2.319

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

B. Output Koefisien Korlasi korelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.815 ^a	.665	.658	1.858	2.430

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Lampiran 7

Hasil uji hipotesis

A. Output hasil uji T

1. Variabel Promosi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.419	1.766		1.370	.174		
TOTAL_X1	.247	.044	.505	5.646	.000	.431	2.319
TOTAL_X2	.379	.093	.364	4.064	.000	.431	2.319

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

2. Variabel Harga

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.419	1.766		1.370	.174		
TOTAL_X1	.247	.044	.505	5.646	.000	.431	2.319
TOTAL_X2	.379	.093	.364	4.064	.000	.431	2.319

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

3. Variabel keputusan pembelian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.419	1.766		1.370	.174		
TOTAL_X1	.247	.044	.505	5.646	.000	.431	2.319
TOTAL_X2	.379	.093	.364	4.064	.000	.431	2.319

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

B. Output hasil uji f**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	664.720	2	332.360	96.238	.000 ^b
	Residual	334.990	97	3.454		
	Total	999.710	99			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

C. koefisien determinasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.815 ^a	.665	.658	1.858	2.430

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X2, TOTAL_X1

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Lampiran 8

Tabel Uji f

Titik Persentase Distribusi F untuk Probabilita = 0,05

df untuk penyebut (N2)	df untuk pembilang (N1)														
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.78
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.83	1.80	1.77
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.86	1.82	1.80	1.77
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.80	1.77
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77
101	3.94	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
102	3.93	3.09	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.77
103	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
104	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.82	1.79	1.76
105	3.93	3.08	2.69	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.81	1.79	1.76

Lampiran 9

Tabel Uji t

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125
104	0.67686	1.28974	1.65964	1.98304	2.36274	2.62393	3.17045
105	0.67683	1.28967	1.65950	1.98282	2.36239	2.62347	3.16967
106	0.67681	1.28959	1.65936	1.98260	2.36204	2.62301	3.16890
107	0.67679	1.28951	1.65922	1.98238	2.36170	2.62256	3.16815
108	0.67677	1.28944	1.65909	1.98217	2.36137	2.62212	3.16741
109	0.67675	1.28937	1.65895	1.98197	2.36105	2.62169	3.16669
110	0.67673	1.28930	1.65882	1.98177	2.36073	2.62126	3.16598
111	0.67671	1.28922	1.65870	1.98157	2.36041	2.62085	3.16528
112	0.67669	1.28916	1.65857	1.98137	2.36010	2.62044	3.16460
113	0.67667	1.28909	1.65845	1.98118	2.35980	2.62004	3.16392
114	0.67665	1.28902	1.65833	1.98099	2.35950	2.61964	3.16326
115	0.67663	1.28896	1.65821	1.98081	2.35921	2.61926	3.16262
116	0.67661	1.28889	1.65810	1.98063	2.35892	2.61888	3.16198
117	0.67659	1.28883	1.65798	1.98045	2.35864	2.61850	3.16135
118	0.67657	1.28877	1.65787	1.98027	2.35837	2.61814	3.16074
119	0.67656	1.28871	1.65776	1.98010	2.35809	2.61778	3.16013
120	0.67654	1.28865	1.65765	1.97993	2.35782	2.61742	3.15954

Lampiran 10

Tabel Uji r

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254



RESKI AULIA PARWATI
Curriculum Vitae

TENTANG SAYA



Saya Reski Aulia Parwati, Memiliki kepribadian yang mudah bergaul, rasa tanggung jawab, disiplin, komunikatif serta mampu bekerja keras secara individu maupun tim. Saya memiliki minat berkarir sebagai Business Representative dan baik mengelola tim.

PROFIL

Tempat Lahir	: Bogor
Tanggal Lahir	: 28 Mei 1997
Jenis Kelamin	: Perempuan
Pendidikan	: S1- Manajemen Bisnis
Status	: Belum Menikah
Agama	: Islam
Golongan Darah	: O
Tinggi Badan	: 158cm
Berat Badan	: 51kg
Kewarganegaraan	: Indonesia

 +62 895 2028 4346

 reskyaulia4@gmail.com

 Bantarjati atas RT 04/13
Bogor Utara

PENDIDIKAN FORMAL



- 2004 - 2009 SDN Bantarjati 1
- 2010 - 2013 SMP PGRI 5 Bogor
- 2013 - 2015 SMK Pembangunan
- 2016 - 2021 UNIVERSITAS Binaniaga Indonesia

PENGALAMAN KERJA



- SPG KALBE selama 3 bulan
- SPG LACTAMIL selama 6 bulan
- SPG SGM selama 4 tahun
- TEAM LEADER NUTRICIA SARIHUSADA selama 1 tahun

KEAHLIAN

SOFTWARE	
Ms. Word	■ ■ ■ ■ ■
Ms. Excel	■ ■ ■ ■ ■
Ms. Powerpoint	■ ■ ■ ■ ■
Kepemimpinan	■ ■ ■ ■ ■
BAHASA	
Indonesia	■ ■ ■ ■ ■
Inggris	■ ■ ■ ■ ■

KEMAMPUAN PRIBADI

- Berkomunikasi dengan baik
- Disiplin
- Kerja sama



Reskyauliap