

Daftar Pustaka

- Abdurrahman, Nana Herdiana. 2015. *Manajemen Strategi Pemasaran*. Bandung : CV. Pustaka Setia.
- Arikunto, Suharsimi. 2014. *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek edisi Revisi*. Jakarta : Rineka Cipta
- Ginting, Nembah F. Hartimbul. 2015. *Manajemen Pemasaran*. Bandung : Yrama Widya
- Mardalis. 2017. *Metode Penelitian suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta : Bumi Aksara
- Minarti, Indah Lely. 2016. *Manajemen Pelayanan Publik : menuju tata kelola yang baik*. Malang : UB Press
- Siswanto. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif kolerasional*. Yogyakarta : bosscript
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Strategi Pemasaran : teori dan Implementasi*. Yogyakarta : CV. Andi Offset
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta CV
- Soedjas, Triwibowo, 2014. *Layanan WOW untuk pelanggan*. Yogyakarta : Media Pressindo
- Tjiptono, Fandy, 2015. *strategi pemasaran edisi keempat* . Yogyakarta: ANDI.
- Priyatno, Duwi, 2013. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Multivariate Dengan SPSS*. Yogyakarta: Diponegoro
- Riki Suherman. 2018. 212 Mart. <https://id.m.wikipedia.org>. diakses 7 Mei 2019 pukul 19.00 WIB

Jurnal :

- Asrizal Efendy Nasution, Muhammad Taufik Lesmana. 2018. “*Pengaruh Harga dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian Konsumen : Studi Kasus pada Alfamart di kota Medan*.” Vol. 1 Hlm : 83-88
- Aulainnisa Gifani, Syahputra. 2017. “*Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Produk Kosmetik*”. Vol. 3, No.1 Februari, 2017. hlm : 11-18
- D Nata Wijaya, Sunarti dan Edriana Pangestuti. 2018. “*Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi terhadap Keputusan Pembelian : survei pada Konsumen Starbucks, Kota Malang*”. Vol. 55 No. 2 Februari 2018. Hlm : 75-83

- Doni Marlius. 2017. “Keputusan Pembelian berdasarkan Faktor Psikologis dan Bauran Pemasaran PT. Interkom Mobilindo Padang”. Hlm :57-66
- Esa khoirinissa, Iwang Gumilar dan Atikah Nurhayat. 2016. “Analisis Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Produk Kaki Naga : studi kasus di CV. Bening Jati Anugrah, kabupaten Bogor”. Vol. VII No. 1 juni 2016. Hlm : 66-74
- Kanisius Waro Wanda. 2015. “Pengaruh Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian di Mini Market LULU Mart Samarind”. Vol. 3 No. 4. Hlm : 757-768
- Muhammad Rifai kurnia, Djumali, Istiqomah. 2016. “Pengaruh Merek, Kualitas Produk dan Promosi, terhadap keputusan Pembelian Peralatan Olahraga Tennis Meja OKE Sport di kecamatan Wonosari”. Vol 24, No 1 Maret 2016. Hlm : 33-42
- Nina Maharani. 2015.”Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen Terhadap Produk IPHONE di Bandung”. Hlm : 59-75
- Rizky Desty Wulandari, Donant Alananto Iskandar. 2018. “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada produk Kosmetik”. Vol. 3, No. 1 februari 2018. Hlm : 11-18
- Santri Zulaicha, Rusda Irawati. 2016. “Pengaruh Produk dan Harga terhadap Keputusan Pembelian di Morning Bakery Batam”. Vol. 01, No. 01 Maret 2017. Hlm : 57-66

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Kualitas Produk, harga dan pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di 212 Mart Bombat Musi Raya Palembang

A. Identitas Responden

Untuk keperluan keabsahan data penelitian ini, saya mengharapkan kepada bapak/ibu/saudara/i untuk mengisi data berikut :

Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan

Pekerjaan : () Pelajar/Mahasiswa () Pegawai Swasta

() Pegawai Negeri () Wiraswasta

() dan lain-lain

Usia : () 11-20 tahun () 21-30 tahun

() 31-40 tahun () 41-50 tahun

() 51-60 tahun () 61 tahun keatas

B. Daftar Pertanyaan

Berikan tanda (√) pada jawaban yang paling sesuai dengan jawaban atau keadaan anda saat ini.

Keterangan : STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

1. Kualitas Produk

No	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Semua Produk yang dijual di 212 Mart Memiliki Manfaat					
2	Semua produk yang dijual di 212 Mart memiliki label halal dari MUI					
3	Semua produk yang dijual di 212 Mart memiliki keunggulan pada merek					
4	Terdapat garasi untuk pembelian produk tertentu					
5	Terdapat fasilitas layanan antar					
6	Produk yang di jual di 212 Mart memperhatikan tanggal kadaluwarsa					

7	Kemasan produk yang di jual 212 Mart tersegel rapi.					
---	---	--	--	--	--	--

2. Harga

No	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Harga produk yang dijual di 212 Mart terjangkau					
2	Kesesuaian harga dengan kualitas produk					
3	212 Mart memberikan diskon pada setiap transaksi tertentu					
4	Harga yang diberikan 212 Mart bersaing dengan harga toko yang lain					
5	Harga yang diberikan sesuai dengan harga yang tertera di display					
6	Harga produk yang ditawarkan 212 Mart sesuai dengan manfaat					
7	Harga produk yang di jual 212 Mart tidak terlalu mahal					

3. Pelayanan

No	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS

1	Menyediakan pelayanan terbaik sejak pertama kali					
2	Kemampuan menangani masalah yang timbul					
3	Kesopanan pegawai					
4	Pengetahuan pegawai dalam menjawab pertanyaan konsumen					
5	Memahami kebutuhan konsumen					
6	Memperlakukan konsumen dengan penuh perhatian					
7	Penampilan karyawan yang rapi dan profesional					
8	Fasilitas yang berdaya tarik visual					
9	Layanan yang cepat dan tepat					
10	Kesediaan pegawai untuk membantu konsumen					

4. Keputusan Pembelian Konsumen

No	Pernyataan	Bobot Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Mengetahui tentang adanya minimarket syariah 212 Mart					
2	Mengetahui tentang 212 Mart sebagai tempat berbelanja kebutuhan sehari-hari					
3	Melakukan keputusan pembelian					

	di 212 Mart karena rekomendasi dari orang terdekat					
4	Melakukan keputusan pembelian di 212 Mart karena berbeda dengan minimarket lainnya					
5	Melaikukan keputusan pembelian di 212 Mart karena dekat dengan rumah					
6	Merasa puas setelah melakukan pembelian di 212 Mart					
7	Bersedia merekomendasikan 212 Mart kepada orang lain.					

Lampiran 2 (rekapitulasi jawaban responden)

Produk

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	total
1	4	4	4	5	4	4	4	29
2	4	4	4	5	4	4	4	29
3	4	5	4	5	5	5	5	33
4	5	5	4	4	4	4	5	31
5	4	4	3	3	4	5	5	28
6	5	5	4	4	4	5	5	32
7	5	5	4	4	4	5	4	31
8	5	5	4	4	5	5	5	33
9	5	5	4	4	4	4	4	30

10	4	4	4	4	4	4	4	28
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	4	4	3	4	5	4	4	28
13	5	5	4	3	3	4	4	28
14	4	4	3	4	4	4	4	27
15	4	5	3	4	4	5	4	29
16	4	3	4	4	4	3	4	26
17	5	5	4	3	4	5	5	31
18	5	4	4	4	4	5	5	31
19	4	4	4	4	4	4	4	28
20	3	3	3	3	3	3	3	21
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	4	4	3	3	3	4	5	26
23	4	4	3	3	3	4	4	25
24	5	5	5	4	3	5	4	31
25	4	5	5	3	3	5	5	30
26	5	5	4	3	3	4	5	29
27	4	5	4	4	5	5	4	31
28	4	4	4	4	4	4	4	28
29	5	5	5	5	5	5	5	35
30	4	4	4	4	4	4	4	28
31	5	5	4	3	3	4	5	29

32	5	5	4	4	5	5	5	33
33	4	4	4	5	5	5	5	32
34	4	4	3	3	3	4	5	26
35	4	4	4	3	3	4	5	27
36	4	4	4	3	3	4	5	27
37	4	4	4	4	4	4	5	29
38	5	5	3	4	5	5	5	32
39	5	4	5	4	4	5	5	32
40	5	4	5	4	4	5	5	32
41	5	5	5	5	5	5	5	35
42	5	5	5	4	4	5	5	33
43	5	5	4	3	3	5	5	30
44	5	5	4	2	4	4	4	28
45	5	5	5	5	5	5	5	35
46	5	5	4	4	5	4	5	32
47	5	5	4	5	4	5	5	33
48	4	4	4	3	4	4	4	27
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	5	4	4	4	4	4	5	30
51	5	4	4	4	3	4	4	28
52	5	5	4	3	3	5	5	30
53	5	4	3	4	4	4	4	28

54	5	4	4	4	4	5	4	30
55	5	5	5	4	4	4	5	32
56	4	4	4	4	4	4	4	28
57	4	5	4	3	4	5	5	30
58	4	3	2	3	4	4	4	24
59	4	5	4	4	3	5	5	30
60	4	4	4	4	3	4	4	27

Harga

H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	TOTAL
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
4	3	4	4	4	4	4	27
5	4	5	4	4	5	5	32
3	4	4	4	4	4	4	27
5	5	4	2	4	2	3	25
5	4	5	2	5	4	2	27
5	5	5	5	4	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	5	2	4	4	4	27

4	4	3	4	4	4	4	27
3	4	4	4	4	4	4	27
3	3	4	3	4	3	3	23
4	4	4	4	4	4	3	27
4	4	4	5	5	5	3	30
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	3	3	3	3	3	21
4	4	4	4	3	4	3	26
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	4	4	4	3	26
4	4	4	4	4	5	4	29
4	4	3	3	5	5	5	29
4	4	3	3	5	5	3	27
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	5	5	30
4	5	5	4	5	5	5	33
5	5	3	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	3	5	5	4	3	28

3	4	4	4	5	4	4	28
4	4	3	4	5	4	4	28
4	4	4	4	4	4	5	29
4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	4	4	5	5	4	31
4	5	4	4	5	5	4	31
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	2	2	3	4	3	22
4	4	4	3	2	2	2	21
4	4	2	2	4	4	4	24
5	5	5	3	5	5	5	33
5	5	3	5	5	5	5	33
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	3	3	4	3	4	25
4	4	5	4	4	4	4	29
4	4	4	5	4	4	4	29
4	4	4	4	3	4	3	26
4	4	4	4	5	4	3	28
3	4	4	4	4	4	4	27
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	5	5	5	5	32
4	4	4	4	4	4	4	28

4	5	3	4	4	4	4	4	28
3	3	3	5	4	4	4	3	25
5	5	4	5	5	5	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	4	28

Pelayanan

NO	PL1	PL2	PL3	PL4	PL5	PL6	PL7	PL8	TOTAL
1	4	3	4	4	4	4	4	3	30
2	4	3	4	4	4	4	4	3	30
3	4	5	4	5	5	4	5	4	36
4	3	4	5	4	4	4	5	4	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	5	5	5	5	5	5	5	40
7	5	5	5	4	5	5	5	5	39
8	5	5	5	5	4	4	4	5	37
9	5	4	4	4	4	4	4	4	33
10	4	4	4	4	4	4	4	4	32
11	5	5	5	5	5	5	5	5	40
12	5	3	5	4	4	5	4	4	34
13	4	4	5	4	4	4	3	3	31
14	4	4	5	4	4	4	5	4	34
15	3	3	5	4	4	4	4	5	32

39	5	4	4	4	4	4	4	4	33
40	5	4	4	4	4	4	4	4	33
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	4	3	5	5	5	5	5	5	37
43	5	4	4	4	3	4	4	4	32
44	4	4	5	4	4	4	4	4	33
45	5	5	5	5	5	5	5	5	40
46	5	4	5	4	5	5	5	5	38
47	4	5	5	4	5	5	5	5	38
48	2	2	4	3	4	3	4	5	27
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	4	4	5	4	4	5	5	4	35
51	4	4	4	4	4	3	4	3	30
52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
53	4	4	5	3	3	4	4	4	31
54	4	4	4	4	4	4	4	4	32
55	5	4	5	4	4	5	4	4	35
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	5	5	5	4	4	4	4	4	35
58	3	4	3	3	4	3	3	3	26
59	4	4	5	4	5	5	5	4	36
60	4	3	4	4	3	3	4	3	28

Keputusan Pembelian Konsumen

kp1	kp2	kp3	kp4	kp5	kp6	kp7	TOTAL
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	5	4	5	5	4	32
4	4	4	4	2	4	4	26
5	5	4	4	3	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	2	3	5	4	5	27
5	5	4	4	4	5	4	31
5	4	4	5	4	4	5	31
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	2	4	4	4	4	26
5	4	4	5	3	4	4	29
5	4	4	5	3	4	4	29
5	3	2	3	3	3	3	22
3	4	4	2	4	3	3	23
5	5	4	4	4	4	5	31
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	4	4	4	28
3	3	3	3	3	3	3	21

3	3	3	4	2	3	4	22
4	3	4	3	4	4	4	26
4	4	4	3	3	4	4	26
5	5	4	3	3	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	28
4	5	3	5	2	4	5	28
4	4	4	4	4	5	4	29
4	4	4	4	4	4	4	28
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	5	4	4	4	4	29
5	4	5	5	5	4	5	33
5	5	5	4	5	5	5	34
4	4	4	4	4	3	3	26
4	4	4	4	4	4	5	29
5	4	4	4	2	4	4	27
4	4	5	4	2	4	4	27
4	4	4	4	4	4	5	29
5	5	3	5	3	5	5	31
4	4	4	4	4	4	5	29
4	4	4	4	4	4	5	29
5	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	35
4	3	3	4	4	4	4	26

5	4	4	4	2	2	2	23
5	5	5	3	3	5	5	31
5	5	5	5	5	5	5	35
4	4	4	4	5	5	4	30
4	4	2	2	4	3	4	23
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	3	5	5	30
4	4	4	4	4	4	4	28
4	4	4	4	3	4	4	27
4	5	4	4	3	4	4	28
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	5	4	5	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	2	5	4	28
1	4	1	4	2	3	1	16
5	5	4	5	5	5	5	34
4	4	4	4	4	4	4	28

Lampiran 3 (Frekuensi Data Responden)

JK (Jenis Kelamin)					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	19	31.7	31.7	31.7
	2.00	41	68.3	68.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

KR (Pekerjaan)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	9	15.0	15.0	15.0
	2.00	6	10.0	10.0	25.0
	4.00	6	10.0	10.0	35.0
	5.00	39	65.0	65.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

US (Usia)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	3.3	3.3	3.3
	4.00	43	71.7	71.7	75.0
	5.00	15	25.0	25.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Lampiran 4 (Frekuensi Jawaban Responden)

Kualitas Produk

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	1.7	1.7	1.7
	4.00	29	48.3	48.3	50.0
	5.00	30	50.0	50.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	5.0	5.0	5.0
	4.00	28	46.7	46.7	51.7
	5.00	29	48.3	48.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.7	1.7	1.7
	3.00	10	16.7	16.7	18.3
	4.00	39	65.0	65.0	83.3

	5.00	10	16.7	16.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.7	1.7	1.7
	3.00	17	28.3	28.3	30.0
	4.00	33	55.0	55.0	85.0
	5.00	9	15.0	15.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	16	26.7	26.7	26.7
	4.00	32	53.3	53.3	80.0
	5.00	12	20.0	20.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	2	3.3	3.3	3.3
	4.00	31	51.7	51.7	55.0

	5.00	27	45.0	45.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	1.7	1.7	1.7
	4.00	26	43.3	43.3	45.0
	5.00	33	55.0	55.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Harga

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	7	11.7	11.7	11.7
	4.00	40	66.7	66.7	78.3
	5.00	13	21.7	21.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	6.7	6.7	6.7
	4.00	41	68.3	68.3	75.0

	5.00	15	25.0	25.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	3.3	3.3	3.3
	3.00	12	20.0	20.0	23.3
	4.00	34	56.7	56.7	80.0
	5.00	12	20.0	20.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	8.3	8.3	8.3
	3.00	7	11.7	11.7	20.0
	4.00	35	58.3	58.3	78.3
	5.00	13	21.7	21.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	2.00	1	1.7	1.7	1.7
	3.00	4	6.7	6.7	8.3
	4.00	35	58.3	58.3	66.7
	5.00	20	33.3	33.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	3.3	3.3	3.3
	3.00	3	5.0	5.0	8.3
	4.00	36	60.0	60.0	68.3
	5.00	19	31.7	31.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	3.3	3.3	3.3
	3.00	13	21.7	21.7	25.0
	4.00	30	50.0	50.0	75.0
	5.00	15	25.0	25.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Pelayanan

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.7	1.7	1.7
	3.00	4	6.7	6.7	8.3
	4.00	30	50.0	50.0	58.3
	5.00	25	41.7	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.7	1.7	1.7
	3.00	8	13.3	13.3	15.0
	4.00	36	60.0	60.0	75.0
	5.00	15	25.0	25.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	2	3.3	3.3	3.3
	4.00	23	38.3	38.3	41.7
	5.00	35	58.3	58.3	100.0

Total	60	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	6.7	6.7	6.7
	4.00	37	61.7	61.7	68.3
	5.00	19	31.7	31.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X3.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	6.7	6.7	6.7
	4.00	41	68.3	68.3	75.0
	5.00	15	25.0	25.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X3.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	9	15.0	15.0	15.0
	4.00	29	48.3	48.3	63.3
	5.00	22	36.7	36.7	100.0

Total	60	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

X3.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	5.0	5.0	5.0
	4.00	32	53.3	53.3	58.3
	5.00	25	41.7	41.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X3.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	9	15.0	15.0	15.0
	4.00	32	53.3	53.3	68.3
	5.00	19	31.7	31.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian Konsumen

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.7	1.7	1.7

	3.00	3	5.0	5.0	6.7
	4.00	30	50.0	50.0	56.7
	5.00	26	43.3	43.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	5	8.3	8.3	8.3
	4.00	38	63.3	63.3	71.7
	5.00	17	28.3	28.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.7	1.7	1.7
	2.00	4	6.7	6.7	8.3
	3.00	5	8.3	8.3	16.7
	4.00	36	60.0	60.0	76.7
	5.00	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	3.3	3.3	3.3
	3.00	7	11.7	11.7	15.0
	4.00	37	61.7	61.7	76.7
	5.00	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	8	13.3	13.3	13.3
	3.00	12	20.0	20.0	33.3
	4.00	26	43.3	43.3	76.7
	5.00	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.7	1.7	1.7
	3.00	7	11.7	11.7	13.3
	4.00	34	56.7	56.7	70.0
	5.00	18	30.0	30.0	100.0

Total	60	100.0	100.0
-------	----	-------	-------

Y7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.7	1.7	1.7
	2.00	1	1.7	1.7	3.3
	3.00	4	6.7	6.7	10.0
	4.00	32	53.3	53.3	63.3
	5.00	22	36.7	36.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

X2.2	Pearson Correlation	.711**	1	.333**	.259*	.460**	.453**	.501**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000		.009	.046	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	.379**	.333**	1	.274*	.247	.297*	.351**	.595**
	Sig. (2-tailed)	.003	.009		.034	.057	.021	.006	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.4	Pearson Correlation	.158	.259*	.274*	1	.349**	.507**	.446**	.649**
	Sig. (2-tailed)	.227	.046	.034		.006	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.5	Pearson Correlation	.347**	.460**	.247	.349**	1	.658**	.452**	.706**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.057	.006		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.6	Pearson Correlation	.380**	.453**	.297*	.507**	.658**	1	.648**	.810**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.021	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
X2.7	Pearson Correlation	.386**	.501**	.351**	.446**	.452**	.648**	1	.786**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.006	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
HAR GA	Pearson Correlation	.642**	.717**	.595**	.649**	.706**	.810**	.786**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60

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

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

Pelayanan

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	PY
X3.1 Pearson Correlation	1	.576**	.423**	.625**	.351**	.576**	.433**	.406**	.726**
Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.006	.000	.001	.001	.000
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.2 Pearson Correlation	.576**	1	.369**	.564**	.522**	.435**	.485**	.422**	.718**
Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000	.000	.001	.000	.001	.000
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.3 Pearson Correlation	.423**	.369**	1	.512**	.444**	.558**	.614**	.606**	.729**
Sig. (2-tailed)	.001	.004		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.4 Pearson Correlation	.625**	.564**	.512**	1	.567**	.590**	.689**	.511**	.818**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000

N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	
X3.5	Pearson Correlation	.351**	.522**	.444**	.567**	1	.622**	.650**	.575**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.6	Pearson Correlation	.576**	.435**	.558**	.590**	.622**	1	.601**	.544**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000		.000	.000	.000
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.7	Pearson Correlation	.433**	.485**	.614**	.689**	.650**	.601**	1	.669**	.827**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
X3.8	Pearson Correlation	.406**	.422**	.606**	.511**	.575**	.544**	.669**	1	.770**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.000
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
PY	Pearson Correlation	.726**	.718**	.729**	.818**	.759**	.806**	.827**	.770**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60

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

Y7	Pearson Correlation	.584**	.503**	.462**	.382**	.450**	.697**	1	.801**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60	60
KP	Pearson Correlation	.747**	.695**	.753**	.624**	.644**	.824**	.801**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60	60

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

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

Lampiran 6 (Uji Reliabilitas)

Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.746	6

Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	7

Pelayanan

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	8

Keputusan Pembelian Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.842	7

Lampiran 7 (Uji Normalitas)

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

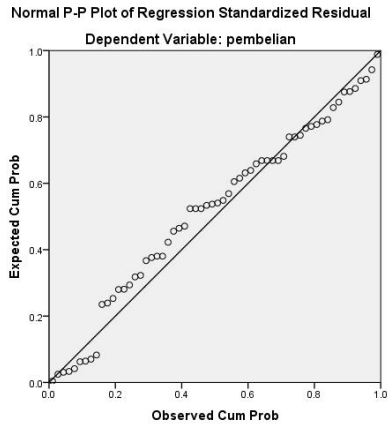
Unstandardi
zed
Residual

N		60
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.24774809
Most Extreme Differences	Absolute	.108
	Positive	.073
	Negative	-.108
Test Statistic		.108
Asymp. Sig. (2-tailed)		.080 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

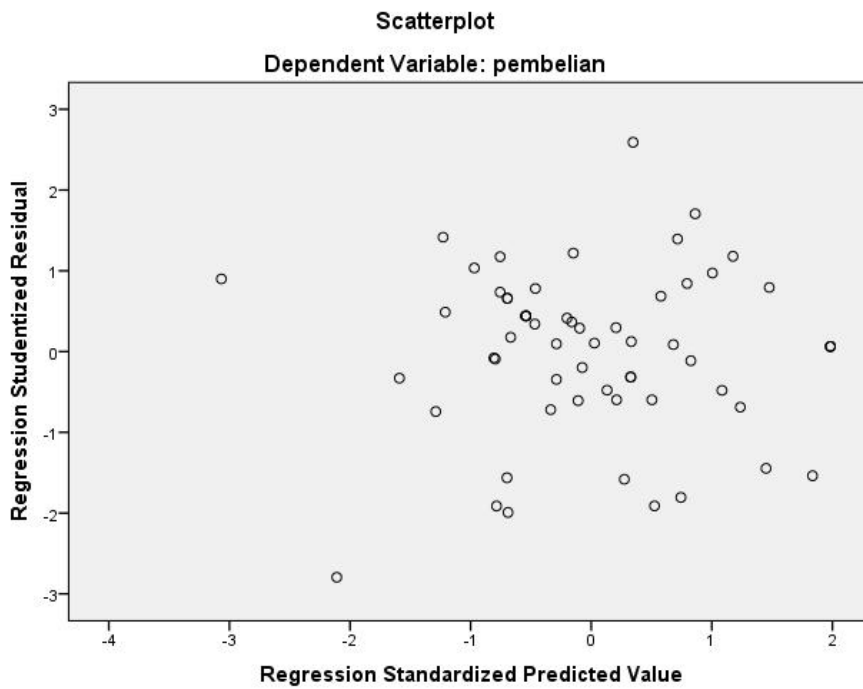


Lampiran 8 (Uji Multikolenieritas dan Uji Heteroskedastisitas)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.477	3.320		1.349	.183		
	Prdk	.395	.167	.288	2.364	.022	.413	2.423
	hrg	.231	.114	.201	2.025	.048	.620	1.614
	plyn	.436	.119	.432	3.662	.001	.438	2.282

a. Dependent Variable: pembelian



Lampiran 9 (Uji F dan R²)

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	564.370	3	188.123	34.359	.000 ^b
	Residual	306.613	56	5.475		
	Total	870.983	59			

a. Dependent Variable: KPK

b. Predictors: (Constant), PELAYANAN, TOTAL, HARGA

Uji R²

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 ^a	.648	.629	2.33992

a. Predictors: (Constant), PELAYANAN, TOTAL, HARGA



SEKOLAH TINGGI EKONOMI DAN BISNIS SYARIAH INDO GLOBAL MANDIRI (STEBIS IGM)

Jl. Jend. Sudirman No. 629 Km. 4 Palembang, No Telp: 0711-5734506 Fax (0711) 5734506,
Website: stebisigm.ac.id Email: mail@stebisigm.ac.id

AGENDA KONSULTASI DOSEN PEMBIMBING

Nama: Indah Maniza Junita
NIM: 2015 01 019
Program Studi: Ekonomi Syariah
Judul: Pengaruh Kualitas Produk, harga dan Pelayanan terhadap keputusan pembelian konsumen di 212 Mart Bombal Miori Raya Palembang
Dosen Pembimbing: 1. Dr. Maftukhatu Solikhah, M Ag
2. Mustikawati, S.E., M.Si.

BAB	Diajukan Oleh Mahasiswa		Selesai Diperiksa		Keterangan atau Catatan Dosen
	Tanggal	Paraf	Tanggal	Paraf	
					Perbaiki Esai
					ACC Bab II, III, Kuesioner
					Revisi Bab IV
13/					ACC Keseluruhan Esp diujikan

1. Konsultasi : Diisi tanggal mahasiswa menghadap kemudian di paraf. Kalau belum selesai, tentukan tanggal mahasiswa yang bersangkutan harus datang kembali, kemudian di paraf.
2. Seluruh bab proposal/draft skripsi* selesai di periksa dan di setujui, agar agenda konsultasi ini segera diserahkan kepada Ketua Program Studi dan fotokopi... permohonan ujian proposal/draft skripsi.

AGENDA KONSULTASI
DOSEN PEMBIMBING

Nama Mahasiswa : Indah Mariza Junita

NPM : 2015 01 017

Program Studi : Ekonomi Syariah

Judul : Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian

1. Di Miftahul Jannah, M.Ag
2. Mustikawati, SE, MSi

No	Diajukan Oleh Mhs		Selesai Diperiksa		Keterangan/Catatan Dosen
	Tanggal	Paraf	Tanggal	Paraf	
1	24/5-2019	f	24/5-2019	h	Judul - Isi - Format - Daftar Isi - Bab 1-3 - Kesimpulan
2	26/5-2019	f	26/5-2019	h	- Bab 4 - Bab 5 - Bab 6 - Bab 7 - Bab 8 - Bab 9 - Bab 10 - Bab 11 - Bab 12 - Bab 13 - Bab 14 - Bab 15 - Bab 16 - Bab 17 - Bab 18 - Bab 19 - Bab 20 - Bab 21 - Bab 22 - Bab 23 - Bab 24 - Bab 25 - Bab 26 - Bab 27 - Bab 28 - Bab 29 - Bab 30 - Bab 31 - Bab 32 - Bab 33 - Bab 34 - Bab 35 - Bab 36 - Bab 37 - Bab 38 - Bab 39 - Bab 40 - Bab 41 - Bab 42 - Bab 43 - Bab 44 - Bab 45 - Bab 46 - Bab 47 - Bab 48 - Bab 49 - Bab 50 - Bab 51 - Bab 52 - Bab 53 - Bab 54 - Bab 55 - Bab 56 - Bab 57 - Bab 58 - Bab 59 - Bab 60 - Bab 61 - Bab 62 - Bab 63 - Bab 64 - Bab 65 - Bab 66 - Bab 67 - Bab 68 - Bab 69 - Bab 70 - Bab 71 - Bab 72 - Bab 73 - Bab 74 - Bab 75 - Bab 76 - Bab 77 - Bab 78 - Bab 79 - Bab 80 - Bab 81 - Bab 82 - Bab 83 - Bab 84 - Bab 85 - Bab 86 - Bab 87 - Bab 88 - Bab 89 - Bab 90 - Bab 91 - Bab 92 - Bab 93 - Bab 94 - Bab 95 - Bab 96 - Bab 97 - Bab 98 - Bab 99 - Bab 100
3	18/6-2019	f	20/6-2019	f	- Acc Sempro
4	19/6	f		f	Bab 1, 11, 11
5		f		f	- Perbaikan
6	19/6-19	f	19/6-19	f	- Bab 14 - Bab 15, Daftar Pustaka, dll
7	19/6	f	19/6-19	f	- lampiran - Acc

Ditandatangani mahasiswa dan di paraf. Kemudian di paraf. Setelah selesai, ditandatangani mahasiswa yang bersangkutan dan di paraf kembali, kemudian di paraf.

Salah satu proposal/draft skripsi* selesai di perikada di setuju, agar agenda konsultasi segera di selesaikan oleh Ketua Program Studi dan fotokopinya di lampirkan pada permohonan ujian proposal/draft



بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

No. Perihal : 166/SU/Kop.KWVU/VIII/2019
: Izin Penelitian

Palembang, 07 Agustus 2019

Kepada Yth.
Ketua Ka. Prodi
STEBIS IGM
Di
Tempat

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Ba'da Salam. Semoga Allah Subhanahu Wa Ta'ala selalu senantiasa memberikan rahmat dan hidayahNya kepada kita semua dalam menjalankan amanah ini. Aamiin.

Berdasarkan surat yang kami terima Nomor : 021/ES/LT/VII/2019 tanggal 31 Juli 2019, perihal Izin Penelitian untuk penyusunan Skripsi dengan identitas mahasiswa sebagai berikut :

Nama : Indah Maniza Junita
Nim : 201501017
Fakultas / Program Studi: Ekonomi / Ekonomi dan Bisnis Syariah
Judul Penelitian : "Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di 212 Mart Bombat Musi Raya Palembang"

Dengan ini Koperasi Konsumen Warmart Veteran Utama Palembang sampaikan bahwa mahasiswa tersebut diberikan Izin Penelitian/observasi/wawancara dan pengambilan data di 212 Mart Bombat Musi Raya Palembang. Kami tidak mengizinkan data-data yang diberikan untuk dipublikasikan/ di sebar luaskan dan wajib menjaga kerahasiaan data-data tersebut.

Demikian surat ini kami sampaikan atas perhatiannya, kami ucapkan terima kasih.

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh
Kopcrasi Konsumen Warmart Veteran Utama

Fajar Sani Nasution
Ketua Umum