

## DAFTAR PUSTAKA

- Adyanto, B. C., & Santosa, S. B. (2018). Pengaruh Kualitas Layanan, Brand Image, Harga Dan Kepercayaan Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Layanan E-Commerce Berrybenka. Com). *Diponegoro Journal Of Management*, 7(1), 10-29.
- Afwan, H. (2018). Strategi Pengembangan Produk Bmt Mitra Usaha Ummat Dalam Meningkatkan Keunggulan Bersaing.
- Amilia, S. (2017). Pengaruh citra merek, harga, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian handphone merek xiaomi di kota langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1), 660-669.
- Alfian, I., & Marpaung, M. (2017). Analisis Pengaruh Label Halal, Brand Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Kota Medan. *AT-Tawassuth: Jurnal Ekonomi Islam*, 2(1), 118-141.
- Amelisa, L., Yonaldi, S., & Mayasari, H. (2018). Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Gula Tebu. *Manajemen Dan Kewirausahaan*, 7(3), 54-66.
- Andoyo, S., & Wibowo, R. (2019). Analisis Pengendalian Persediaan Bahan Baku Tebu Di PG Semboro PT. Perkebunan Nusantara XI Kabupaten Jember. *Jurnal Ekonomi Pertanian dan Agribisnis*, 3(1), 10-20.
- Azmy, M. (2020). *Kepercayaan Merek Dan Ekuitas Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Honda Beat Pada PT. Sinar Rejeki Lembang* (Doctoral Dissertation, Universitas Komputer Indonesia).
- Bakhtiar, D. (2017). *Analisis Ekuitas Merek Gula Pasir Gulaku Dan Gupalas*. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Airlangga*, 27(2), 15-30.
- BAKHTIAR, D. (2015). *Analisis Perbandingan Ekuitas Merek Gula Pasir Gulaku Dan Gupalas Di Wilayah Madiun* (Doctoral Dissertation, UNIVERSITAS AIRLANGGA).
- Buana, D. A. (2021). *Pengaruh Financial Technology, Dan Indek Predikat Kumulatif (Ipk) Terhadap Tingkat Literasi Keuangan Mahasiswa Stie Dewantara Jombang* (Doctoral Dissertation, STIE PGRI Dewantara).
- Citra, T., & Santoso, S. B. (2016). *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Cetakan Continuous Form Melalui Kepercayaan Merek* (Studi Pada Percetakan Jadi Jaya Group, Semarang). *Diponegoro Journal Of Management*, 5(2), 158-169.

- Dhita, A. A., & Yudhi Koesworodjati, S. E. (2019). *Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen Kanaya Foodcourt (Survei Pada Konsumen Kanaya Foodcourt Bandung)* (Doctoral Dissertation, Perpustakaan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Unpas).
- Dewi, I. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Produk Lipstik Wardah Di Kecamatan Buleleng* (Doctoral Dissertation, Universitas Pendidikan Ganesha).
- Faiz, B. N. (2021). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Sepak Bola Merek Specs Di Klaten* (Doctoral Dissertation, Universitas Widya Dharma Klaten).
- Fairus, F., & Syah, H. (2020). *Analisis Pengendalian Internal Atas Sistem Dan Prosedur Penggajian Dalam Usaha Mendukung Efisiensi Biaya Tenaga Kerja Pada Pt Pancaran Samudera Transport, Jakarta*.
- Farochi, C., & Hidayat, R. (2018). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Merk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Go-Jek. *Jurnal Akrab Juara*, 3(2), 63-72.
- Ghanimata, F., & Kamal, M. (2012). *Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pembeli Produk Bandeng Juwana Elrina Semarang)* (Doctoral Dissertation, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis).
- Gofur, A. (2022). Kualitas Produk Terhadap Kepercayaan: Peran Mediasi Citra Merek Pelanggan BLP Beauty Pada Mahasiswa Institut STIAM I. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 18(1), 27-38.
- Hidayat, M. Y. (2018). *Kualitas Produk, Pelayanan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian* (Doctoral Dissertation, STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHANAN BARUNAWATI SURABAYA).
- Ilmiyah, F. (2015). *Pengaruh Budaya Organisasi Dan Lingkungan Kerja Terhadap Produktivitas Kerja Karyawan Pada Bagian Produksi PR Trubus Alami Malang* (Doctoral Dissertation, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim).
- Indira Pratiwi, F. (2019). *Pengaruh Harga Tiket Online Dan Pelayanan Terhadap Keputusan Menggunakan Transportasi Laut Pt. Peln* (Doctoral Dissertation, STIA MANAJEMEN DAN KEPELABUHANAN BARUNAWATI SURABAYA).
- Lestari, N. A., & Iriani, S. S. (2018). Pengaruh kepercayaan dan kemudahan

- transaksi terhadap keputusan pembelian secara online pada situs Mataharimall. com. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 6(1), 1-8.
- Khalis, V. M., & Komariah, K. (2022). Analisis Kualitas Produk Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Merek. *COSTING: Journal Of Economic, Business And Accounting*, 5(2), 857-865.
- Khasanah, S. W. M., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh Harga Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Hand Sanitizer Dettol Secara Online Pada Masa Pandemi Covid-19 Di Surabaya. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9(3), 1383-1389.
- Kurniawan, M. A. (2020). *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Smartphone Oppo Pada Pt. World Innovative Telecommunication* (Doctoral Dissertation, STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHANAN BARUNAWATI SURABAYA).
- Nasution, A. E., Putri, L. P., & Lesmana, M. T. (2019, October). Analisis Pengaruh Harga, Promosi, Kepercayaan Dan Karakteristik Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada 212 Mart Di Kota Medan. In *Prosiding Seminar Nasional Kewirausahaan* (Vol. 1, No. 1, Pp. 165-173).
- Puspita, R. C., & Suryoko, S. (2017). Pengaruh Iklan, Harga, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Revlon. *Studi Pada Mahasiswa S1 Universitas Diponegoro*. Diponegoro.
- Puspitasari, Y. E. (2019). *Penerapan Harga, Produk Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Kunci Ring Pas* (Doctoral Dissertation, STIA DAN MANAJEMEN KEPELABUHANAN BARUNAWATI SURABAYA).
- Pratama, D. P., Nugraha, H. S., & Suryoko, S. (2014). Pengaruh Threat Emotions, Kepercayaan Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Susu Anlene Actifit. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 3(1), 63-72.
- Rahayu, S. (2021). Pengaruh Harga, Kepercayaan Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pengguna E-Commerce Tokopedia. *MBIA*, 20(1), 40-50.
- Ratela, G. D., & Taroreh, R. (2016). Analisis Strategi Diferensiasi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Di Rumah Kopi Coffee Island. *Jurnal Emba: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 4(1).
- Rawung, D. R., Oroh, S. G., & Sumarauw, J. S. (2015). Analisis Kualitas Produk, Merek Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki Pada PT. Sinar Galesong Pratama Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(3).

- Sari, W. I. (2019). *Analisis Pengaruh Ukuran Perusahaan, Profitabilitas Dan Kompensasi Eksekutif Terhadap Kecenderungan Penghindaran Pajak* (Doctoral Dissertation, Universitas Muhammadiyah Gresik).
- Shofiyah, N. (2021). *Pengaruh Motivasi Dan Disiplin Kerja Terhadap Kinerja Karyawan Cv Angkasa Leather (Studi Kasus Pada Bagian Distribusi Dan Logistik)* (Doctoral Dissertation, STIE PGRI Dewantara).
- Sholihat, D. I., & Oktini, D. R. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Mie Instan Merek Samyang Di Kota Bandung (Survey Konsumen Mie Instan Merek Samyang Di Kota Bandung).
- Sukarmen, P., Sularso, R. A., & Wulandri, D. (2013). Analisis Pengaruh Inovasi Produk Terhadap Kepuasan Konsumen Dengan Keunggulan Bersaing Sebagai Variabel Intervening Pada Produk Gula Pasir Sebelas (GUPALAS) Pabrik Gula Semboro PTP Nusantara XI (Persero). *Jurnal Ekonomi Akuntansi Dan Manajemen*, 12(2).
- Sukmana, M. M. D., Hannan, S., & Purba, J. H. V. (2019). Hubungan Harga Dan Promosi Dengan Keputusan Pembelian Kredit Pemilikan Rumah (Kpr) Di Pt Bank Mandiri Jakarta Kota. *Economicus*, 13(1), 69-79.
- Suryani, A. (2020). *Analisis Peranan Freight Forwarder Dalam Proses Pengiriman Barang Ekspor Melalui Transportasi Laut Pt. Deros Indah Prima* (Doctoral Dissertation, STIAMAK Barunawati Surabaya).
- Verli, S. (2020). *Pengaruh Threat Emotion, Brand Trust Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Konsumen POND'S Di Provinsi Lampung)* (Doctoral Dissertation, UIN RADEN INTAN LAMPUNG).
- Wati, Y. C. (2021). *Implementasi Akuntansi Lingkungan Pada Cv. Wahana Sejahtera Foods Jombang* (Doctoral Dissertation, STIE PGRI Dewantara).
- Wicandra, A. A. (2020). *Analisis Sistem Pengendalian Intern Siklus Pendapatan Untuk Operasional Pada Pt Bina Baru Malanti Surabaya* (Doctoral Dissertation, STIAMAK Barunawati Surabaya).
- Wijaya, W. P. (2016). *Perancangan Promosi Gupalas Untuk Memperkenalkan Produk Kepada Target Audiens Ibu Muda* (Doctoral Dissertation, Institut Teknologi Sepuluh Nopember Surabaya).

**LAMPIRAN – LAMPIRAN**

## Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

### 1. Petunjuk Pengajuan

Pada pertanyaan yang ada di bawah ini, Bapak/Ibu/Saudara/I dimohon untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

1. STS = Sangat Tidak Setuju
2. TS = Tidak Setuju
3. N = Netral
4. S = Setuju
5. SS = Sangat Setuju

### 2. Identitas Responden

- a. Nama Responden :
- b. Jenis Kelamin:
  - Laki-laki
  - Perempuan
- c. Usia :
  - 15 – 30
  - Lebih dari 30 tahun
- d. Pekerjaan :
  - Ibu Rumah Tangga
  - Wirausaha
  - Karyawan

### 3. Pernyataan Tentang Harga

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Harga gula pasir sebelas (GUPALAS) sudah sesuai dengan harga yang saya harapkan.					
2.	Harga gula pasir sebelas (GUPALAS) sesuai dengan hasil yang saya inginkan.					
3.	Harga gula pasir sebelas (GUPALAS) sesuai dengan manfaat yang saya rasakan.					

**4. Pernyataan Tentang Produk**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya memilih membeli gula pasir sebelas (GUPALAS) karena memiliki kualitas produk yang baik dibandingkan dengan produk gula lain.					
2.	Saya memilih membeli gula pasir sebelas (GUPALAS) karena produk tidak terlihat murahan.					
3.	Saya memilih membeli gula pasir sebelas (GUPALAS) karena kemasan produk desainnya unik dan menarik.					

**5. Pernyataan Tentang Kepercayaan Merek**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Merek gula pasir sebelas (GUPALAS) tidak pernah mengecewakan saya.					
2.	Merek gula pasir sebelas (GUPALAS) memenuhi harapan saya.					
3.	Merek gula pasir sebelas (GUPALAS) sangat aman dalam segi kemasan.					
4.	Saya merasa yakin dengan merek gula pasir sebelas (GUPALAS).					

**6. Pernyataan Tentang Keputusan Pembelian**

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membeli gula pasir sebelas (GUPALAS) sesuai dengan keinginan saya karena harga dan kualitas bagus.					
2.	Saya memutuskan membeli merek gula pasir sebelas (GUPALAS) setelah membandingkan dengan merek lain.					
3.	Saya merasa gula pasir sebelas (GUPALAS) sangat mudah didapatkan.					
4.	Saya rutin membeli produk gula pasir sebelas (GUPALAS).					
5.	Saya bisa membeli gula pasir sebelas (GUPALAS) dalam jumlah banyak ketika dibutuhkan.					

**Lampiran 2 Tabulasi Data Responden**

HARGA				PRODUK				KEPERCAYAAN MEREK				
X1.1	X1.2	X1.3	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
4	3	4	11	4	4	3	11	3	5	5	4	17
4	5	5	14	4	3	5	12	5	5	5	5	20
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
5	4	4	13	5	4	5	14	3	4	3	4	14
4	5	3	12	4	4	4	12	3	4	4	4	15
4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	4	16
3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	3	3	12
3	2	4	9	4	3	5	12	4	3	5	4	16
4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	4	5	14	5	4	4	13	4	4	4	4	16
4	5	5	14	4	5	5	14	4	4	5	4	17
4	5	3	12	4	3	2	9	3	4	5	4	16
5	4	4	13	4	4	5	13	5	4	4	5	18
4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	5	5	14	5	4	4	13	4	4	5	4	17
5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	5	19
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
3	3	5	11	4	5	4	13	5	5	5	4	19
3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	4	16
3	4	3	10	1	2	3	6	1	5	2	4	12
3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	3	12
5	4	5	14	5	5	4	14	4	5	4	5	18
4	3	5	12	5	3	4	12	3	4	5	3	15
5	5	5	15	3	3	3	9	3	3	3	3	12
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
3	4	5	12	5	4	3	12	2	3	3	4	12
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	5	19
4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	4	16
5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	5	5	18
5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	5	20
3	3	4	10	3	2	2	7	3	4	2	2	11
5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	3	4	15
3	2	4	9	2	4	3	9	3	3	2	4	12
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	5	5	18



HARGA				PRODUK				KEPERCAYAAN MEREK				
X1.1	X1.2	X1.3	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
4	5	5	14	5	4	5	14	4	4	5	4	17
5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	4	14	5	4	3	12	4	3	3	3	13
4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	5	5	20
5	5	5	15	5	4	5	14	5	4	4	5	18
4	4	2	10	2	2	2	6	2	4	5	2	13
5	4	4	13	4	4	4	12	5	5	5	5	20
4	5	5	14	5	2	1	8	4	4	4	2	14
4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	5	19
4	4	5	13	2	2	4	8	5	4	2	2	13
5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	4	12	5	4	5	14	5	5	5	5	20
5	4	5	14	4	4	5	13	5	4	5	5	19
4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	5	20
5	4	4	13	4	5	4	13	4	4	4	5	17
5	4	5	14	5	4	4	13	4	4	5	4	17
2	2	3	7	4	4	3	11	4	4	4	3	15
5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	5	5	20
5	4	4	13	4	5	5	14	4	4	4	4	16
5	4	4	13	4	4	5	13	5	5	4	4	18
5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	5	5	18
5	4	4	13	4	5	5	14	5	5	5	5	20
5	5	4	14	4	5	4	13	4	5	5	5	19
5	5	5	15	4	5	4	13	5	4	4	4	17
5	4	2	11	4	2	1	7	4	4	2	2	12
5	4	4	13	5	5	4	14	5	4	4	4	17
4	2	2	8	3	1	1	5	5	5	4	4	18
5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	4	4	16

KEPUTUSAN PEMBELIAN					
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
4	4	3	5	4	20
4	3	5	4	5	21
3	3	3	2	2	13
3	3	3	3	3	15
5	4	5	4	5	23
4	4	4	3	4	19
4	4	3	3	4	18
3	3	3	3	3	15
4	3	5	4	5	21

KEPUTUSAN PEMBELIAN					
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
4	4	4	4	4	20
5	5	5	5	5	25
5	4	4	4	5	22
4	5	5	5	5	24
4	3	2	1	2	12
4	4	5	5	4	22
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	5	25
3	3	3	3	3	15
4	5	4	3	3	19
4	4	4	4	4	20
1	2	3	4	5	15
3	3	3	2	1	12
5	5	4	5	4	23
5	3	4	2	3	17
3	3	3	3	2	14
5	5	5	5	5	25
5	5	5	5	5	25
5	4	3	5	3	20
5	5	5	5	5	25
5	5	4	5	5	24
5	4	4	4	5	22
5	5	4	4	5	23
3	2	2	1	3	11
4	4	4	3	5	20
2	4	3	3	3	15
5	5	5	5	5	25
5	5	5	4	4	23
5	4	5	5	5	24
5	5	5	5	5	25
5	4	3	3	3	18
5	5	4	4	3	21
5	4	5	4	5	23
2	2	2	2	2	10
4	4	4	4	5	21
5	2	1	1	1	10
4	4	4	4	5	21
2	2	4	4	5	17

KEPUTUSAN PEMBELIAN					
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
4	4	4	4	4	20
5	4	5	4	5	23
4	4	5	4	5	22
4	4	4	4	5	21
4	5	4	4	4	21
5	4	4	4	5	22
4	4	3	4	3	18
5	4	4	4	5	22
4	5	5	5	5	24
4	4	5	5	4	22
5	5	5	4	4	23
4	5	5	5	5	24
4	5	4	4	4	21
4	5	4	4	4	21
4	2	1	2	4	13
5	5	4	4	5	23
3	1	1	2	5	12
5	4	4	4	4	21

### Lampiran 3 Output Spss

#### 1. Uji Validitas

Variabel Harga (X1)  
Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	Total
X1.1 Pearson Correlation	1	,676**	,404**	,832**
Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000
N	66	66	66	66
X1.2 Pearson Correlation	,676**	1	,495**	,881**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
N	66	66	66	66
X1.3 Pearson Correlation	,404**	,495**	1	,766**
Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000
N	66	66	66	66
Total Pearson Correlation	,832**	,881**	,766**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
N	66	66	66	66

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

Variabel Produk (X2)  
Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	TOTALX2
X2.1 Pearson Correlation	1	,495**	,404**	,766**
Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000
N	66	66	66	66
X2.2 Pearson Correlation	,495**	1	,676**	,881**
Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
N	66	66	66	66
X2.3 Pearson Correlation	,404**	,676**	1	,832**
Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000
N	66	66	66	66
TOTALX2 Pearson Correlation	,766**	,881**	,832**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
N	66	66	66	66

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

Variabel Kepercayaan Merek (X3)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	TOTALX3
X3.1	Pearson Correlation	1	,534**	,477**	,522**	,783**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66
X3.2	Pearson Correlation	,534**	1	,546**	,590**	,792**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66
X3.3	Pearson Correlation	,477**	,546**	1	,628**	,828**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	66	66	66	66	66
X3.4	Pearson Correlation	,522**	,590**	,628**	1	,848**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	66	66	66	66	66
TOTALX3	Pearson Correlation	,783**	,792**	,828**	,848**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	66	66	66	66	66

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

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	YTOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	,618**	,462**	,418**	,325**	,677**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,008	,000
	N	66	66	66	66	66	66
Y.2	Pearson Correlation	,618**	1	,716**	,705**	,395**	,840**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,000
	N	66	66	66	66	66	66
Y.3	Pearson Correlation	,462**	,716**	1	,775**	,632**	,889**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66
Y.4	Pearson Correlation	,418**	,705**	,775**	1	,674**	,889**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	66	66	66	66	66	66
Y.5	Pearson Correlation	,325**	,395**	,632**	,674**	1	,758**
	Sig. (2-tailed)	,008	,001	,000	,000		,000
	N	66	66	66	66	66	66
YTOTAL	Pearson Correlation	,677**	,840**	,889**	,889**	,758**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	66	66	66	66	66	66

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

## 2. Uji Reliabilitas

### a. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Harga (X1)

Cronbach's Alpha	N of Items
,837	4

### b. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Produk (X2)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,768	3

### c. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Kepercayaan Merek (X3)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,818	5

### d. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,809	6

## 3. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		66	
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	2,53484234	
Most Extreme Differences	Absolute	,129	
	Positive	,100	
	Negative	-,129	
Test Statistic		,129	
Asymp. Sig. (2-tailed)		,008 <sup>c</sup>	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	,207 <sup>d</sup>	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,197
		Upper Bound	,218

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.