



**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HONDA PCX DENGAN HARGA SEBAGAI
VARIABEL MODERATING PADA MASYARAKAT
DI KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)

Oleh:

MOHAMMAD BAHARUDIN
NIM. 2013114315

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**



**PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HONDA PCX DENGAN HARGA SEBAGAI
VARIABEL MODERATING PADA MASYARAKAT
DI KOTA PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat
Memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh:

MOHAMMAD BAHARUDIN
NIM. 2013114315

**JURUSAN EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
2020**

**SURAT PERNYATAAN
KEASLIAN SKRIPSI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : **Mohammad Baharudin**

Nim : **2013114315**

Judul Skripsi : **Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda PCX Dengan Harga Sebagai Variabel Moderating Pada Masyarakat di Kota Pekalongan**

Menyatakan bahwa Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Apabila Skripsi ini terbukti merupakan hasil duplikasi atau plagiasi, maka saya bersedia menerima sanksi akademis dan dicabut gelarnya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Pekalongan, 22 September 2019

Yang Menyatakan



Mohammad Baharudin
NIM. 2013114315



NOTA PEMBIMBING

Gunawan Aji, M.Si

Perumahan Griya Sejahtera C-8 Tirto

Jl. Ampera No.37 Rt.04 Rw.04 Pagungan Tegal

Lamp : 2 (dua) eksemplar
Hal : Naskah Skripsi Sdr. Mohammad Baharudin
Kepada Yth.
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan
c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah
di
PEKALONGAN

Assalamu 'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah Skripsi Saudara/i :

Nama : **MOHAMMAD BAHARUDIN**

NIM : **2013114315**

Prodi : **Ekonomi Syariah**


Judul : **Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda PCX Dengan Harga Sebagai Variabel Moderating Pada Masyarakat di Kota Pekalongan**

Dengan ini mohon agar Skripsi Saudara/i tersebut dapat segera dimunaqosahkan.

Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terimakasih.

Wassalamu 'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 20 September 2019
Pembimbing


Gunawan Aji, M.Si
NIP. 19690227 200712 1 001





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Jl. Pahlawan, Rowolaku Kajen PekalonganTelp. (0285) 412575 Fax (0285)
423418

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri
Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara/i:

Nama : **MOHAMMAD BAHARUDIN**

NIM : **2013114315**

Judul Skripsi : **PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA PCX DENGAN
HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERATING
PADA MASYARAKAT DI KOTA PEKALONGAN**

Telah diujikan pada hari Rabu tanggal 20 Mei 2020 dan dinyatakan **LULUS** serta
diterima sebagai sebagian syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E.).

Dewan Penguji

Penguji I

Dr. Mansur Chadi Mursid, M.M.
NIP. 19820527 201101 1 005

Penguji II

Happy Sista Devy S.E., M.M.
NIP. 19931014 201801 2 003

Pekalongan, 20 Mei 2020

Disahkan oleh

Dekan,



Dr. Shinta Dewi Rismawati, M.H
NIP. 19750220 199903 2 001



PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan skripsi ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut:

1. Konsonan

Fonem-fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf. Dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf, sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dilambangkan dengan huruf dan tanda sekaligus.

Di bawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin.

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Keterangan
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Sa	Ś	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ha	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Zal	Ž	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er



ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	sy	es dan ye
ص	Sad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Dad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ta	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Za	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	◌ْ	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha
ء	hamzah	◌ْ	Apostrof
ي	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal lengkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أ = ai	أ = ī
أ = u	أ = au	أ = ū



3. *Ta Marbutah*

Ta Marbutah hidup dilambangkan dengan /t/

Contoh:

مرآة جميلة ditulis *mar'atun jamilah*

Ta Marbutah mati dilambangkan dengan /h/

Contoh:

فاطمة ditulis *Fatimah*

4. *Syaddad* (*tasyid*, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda *syaddad* tersebut.

Contoh:

ربنا ditulis *rabbānā*

البر ditulis *al-birr*

5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /I/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس ditulis *asy-syamsu*

الرجل ditulis *ar-rajulu*

السيدة ditulis *as-sayyidah*

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf qomariyah ” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu /I/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر ditulis *al-qamar*



البديع ditulis *al-badī'*

الجلال ditulis *al-jalāl*

6. Huruf hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof'/.

Contoh:

امرت ditulis *umirtu*

شيء ditulis *syai'un*

PERSEMBAHAN

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan skripsi ini :

Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Bapak Herman dan Ibu Siti Yuniarti tercinta serta Kakak-kakakku tersayang, yang telah banyak memberikan bantuan moril dan materiil, dorongan, tuntunan dan terutama do'a.
2. Sahabatku, yang selalu memberi dukungan dan keceriaan dalam menempuh hari-hari perkuliahan.

Serta semua pihak yang membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.





MOTTO

Teori itu baik, aksi itu penting, tapi punya waktu pelaksanaan yang jelas juga perlu. Lakukanlah sekarang. Terkadang ”nanti” bisa jadi ”tak pernah”.





ABSTRAK

Baharudin, Mohammad. 2019. Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda PCX Dengan Harga Sebagai Variabel Moderating Pada Masyarakat di Kota Pekalongan . Skripsi Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Pekalongan.

Jumlah penduduk kota Pekalongan cukup padat, menyebabkan penduduknya memerlukan transportasi. Transportasi yang banyak digunakan di Pekalongan adalah sepeda motor. Bagi perusahaan Pekalongan menjadi pasar sasaran yang potensial. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Pcx Dengan Harga Sebagai Variabel Moderating Pada Masyarakat Di Kota Pekalongan

Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*Field Research*), menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengumpulan data dengan cara kuesioner dan dokumentasi. Sedangkan analisis data yang digunakan adalah dengan uji instrument, uji asumsi klasik, uji regresi linear berganda, serta uji hipotesis.

Berdasarkan hasil penelitian, Secara simultan variabel independen desain produk dan harga sebagai variabel *moderating* berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian, di buktikan dengan uji anova atau F test diperoleh F hitung sebesar 22,660. Karena F hitung lebih besar dari F tabel ($22,660 > 2,47$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 di tolak H_a di terima jadi dapat di simpulkan bahwa variabel independen desain produk dan harga sebagai *moderating* secara simultan atau bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

Kata kunci : Desain Produk, Keputusan Pembelian, dan Harga.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, serta hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul "Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda PCX Dengan Harga Sebagai Variabel Moderating Pada Masyarakat di Kota Pekalongan" Sholawat serta salam senantiasa tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW.

Selanjutnya, dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapatkan dorongan, arahan, serta bimbingan dari banyak pihak, baik secara langsung maupun tidak langsung. Oleh karena itu, penulis ucapkan banyak terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dr. Ade Dedy Rohayana, M.Ag., selaku REKTOR IAIN Pekalongan
2. Ibu Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
3. Bapak AM. M. Hafidz Ma'shum, M.Ag., selaku wakil Dekan 1 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
4. Bapak Drs. A. Tubagus Surur, M.Ag., selaku wakil Dekan 2 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
5. Bapak Dr. Zawawi, M.A., selaku wakil Dekan 3 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.





6. Bapak Agus Fakhri, M.S.I., selaku ketua Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
7. Bapak Khatulistiwa, M.Ag., selaku sekretaris Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Pekalongan.
8. Ibu Rita Rahmawati, Dra, M.Pd , selaku Dosen Wali.
9. Bapak Gunawan Aji, M.Si, selaku Dosen Pembimbing.
10. Kepada kedua orang tua, kakak, serta seluruh keluarga besarku.
11. Seluruh sahabat dan teman-teman Ekonomi Syariah.
12. Semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan dukungan.

Penulis mohon maaf atas segala kesalahan yang pernah dilakukan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk mendorong penelitian-penelitian selanjutnya.

Pekalongan, 22 September 2019
Penulis,

Mohammad Baharudin
NIM. 2013114315

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN	ii
NOTA PEMBIMBING	iii
PENGESAHAN	iv
PEDOMAN TRANSLITERASI	v
PERSEMBAHAN	ix
MOTTO	x
ABSTRAK	xi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xviii
DAFTAR LAMPIRAN	xix
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Kegunaan Penelitian.....	6
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II KERANGKA TEORI	8
A. Landasan Teori	8
1. Keputusan Pembelian	8
2. Desain Produk.....	14
3. Harga.....	17
B. Tinjauan Pustaka.....	24
C. Kerangka Berpikir	34
D. Hipotesis	34
BAB III METODE PENELITIAN	36
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	37
B. Setting Penelitian.....	37
C. Variabel Penelitian	37
D. Definisi Operasional.....	38
E. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	39
1. Populasi Penelitian.....	39
2. Sampel Penelitian	39
3. Teknik Pengambilan Sampel	41
F. Instrumen Penelitian	41





G. Sumber Data Penelitian	42
1. Data Primer	42
2. Data Sekunder	42
H. Teknik Pengumpulan Data	42
1. Metode observasi	42
2. Kuesioner	43
3. Dokumentasi	43
I. Teknik Pengolahan Data	43
J. Teknik Analisis Data	44
1. Uji Instrumen	44
a. Uji Validitas	44
b. Uji Realibilitas	45
2. Uji Asumsi Klasik	45
a. Uji Normalitas	45
b. Uji Multikolinearitas	46
c. Uji Heteroskedastisitas	46
d. Uji Linearitas	47
3. Analisis Regresi Linear Berganda	47
4. Uji Hipotesis	48
a. Uji t atau Uji Parsial	48
b. Uji F atau Uji Simultan	49
c. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)	50
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN	51
A. Deskripsi Data	51
a. Profil Responden Berdasarkan Usia	52
b. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	52
c. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan	53
d. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan	54
e. Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	55
B. Analisis Data	55
a. Uji Validitas	55
b. Uji Reliabilitas	57
1. Uji Asumsi Klasik	58
a. Uji Normalitas	58
b. Uji Multikolonieritas	59
c. Uji Heteroskedastisitas	60
d. Uji Linearitas	62
2. Analisis Regresi Linear Berganda	62
3. Uji Hipotesis	64
a. Uji t (Parsial)	64
b. Uji F (Simultan)	66
c. Koefisien Determinasi (R^2)	66
C. Pembahasan	68



BAB V PENUTUP	73
A. Kesimpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	75

LAMPIRAN



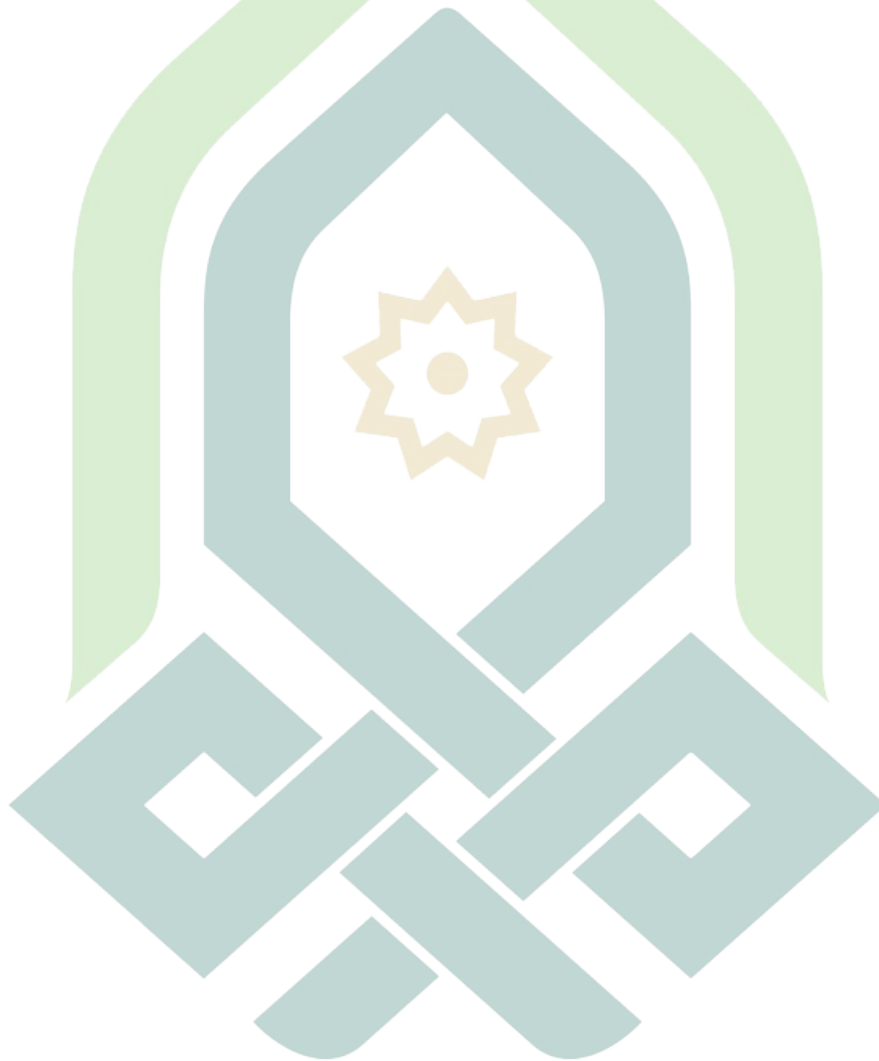
DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbedaan Harga Honda dan Yamaha Tahun 2018.....	4
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu.....	23
Tabel 3.1	Operasional Variabel.....	37
Tabel 4.1	Deskripsi Responden Berdasarkan Usia.....	52
Tabel 4.2	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	53
Tabel 4.3	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendidikan.....	53
Tabel 4.4	Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Pekerjaan.....	54
Tabel 4.5	Deskripsi Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan.....	55
Tabel 4.6	Hasil Uji Validitas Desain Produk (X1).....	56
Tabel 4.7	Hasil Uji Harga(X2).....	56
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y).....	56
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	57
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas dengan 1-KS.....	58
Tabel 4.11	Hasil Uji Multikolonieritas.....	60
Tabel 4.12	Hasil Uji Heteroskedastisitas Glejser.....	61
Tabel 4.13	Hasil Uji Linearitas.....	62
Tabel 4.14	Hasil Uji Regresi Linear Berganda Persamaan 1& 2.....	63
Tabel 4.15	Hasil Uji t Persamaan 1.....	65
Tabel 4.16	Hasil Uji t Persamaan 2.....	65
Tabel 4.17	Hasil Uji F.....	66
Tabel 4.18	Koefisien Determinasi Persamaan 1.....	67
Tabel 4.19	Koefisien Determinasi Persamaan 2.....	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Pengambilan Keputusan Konsumen	9
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran Teoritis	34
Gambar 4.1 Grafik Normal P- Plot Uji Normalitas Data.....	59
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisita.....	61





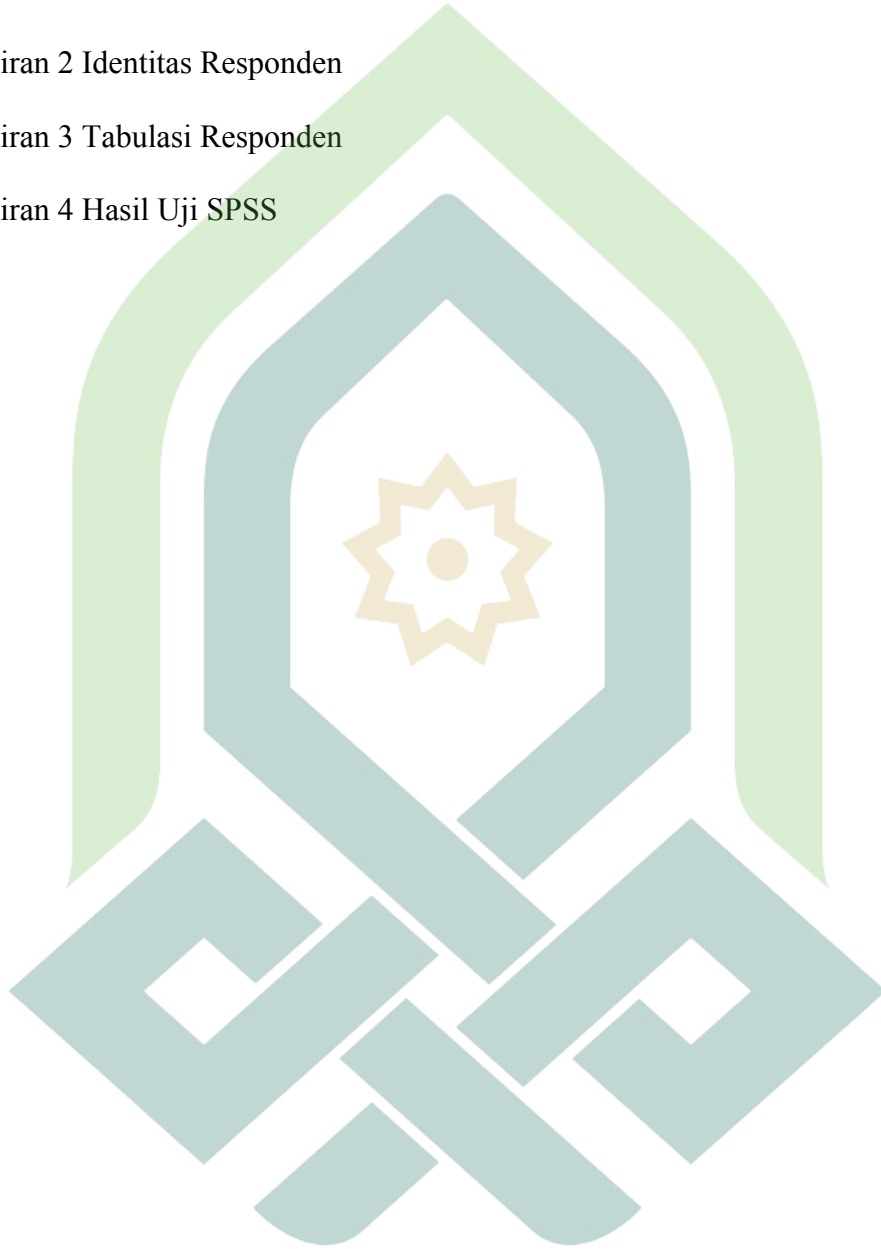
DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

Lampiran 2 Identitas Responden

Lampiran 3 Tabulasi Responden

Lampiran 4 Hasil Uji SPSS





BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin pesat saat ini, sangat mempengaruhi pola perilaku masyarakat dalam pembelian. Kehidupan modern yang seringkali mengikuti trend atau perkembangan jaman dan menyebabkan persaingan semakin ketat. Setiap perusahaan perlu menciptakan keunggulan untuk menciptakan dan mempertahankan pelanggan. Perusahaan harus berupaya menghasilkan dan menyampaikan barang dan jasa yang diinginkan konsumen dengan harga yang pantas (reasonable). Oleh karena itu, memahami perilaku konsumen sangat penting, dimana kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen .

Perusahaan perlu adanya inovatif dalam mengeluarkan produk yang disukai konsumen, tanpa inovasi produk suatu perusahaan bisa tenggelam dalam persaingan dengan produk-produk lain yang semakin memenuhi pasar. Perilaku konsumen memberikan informasi mengenai berbagai fakta tentang perilaku berbelanja, misalnya dalam melakukan pembelian suatu produk para konsumen memiliki berbagai sikap yang berbeda-beda dalam memandang berbagai atribut produk yang dianggap relevan dan penting.¹

¹ Philip Kotler, Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol, Jilid 1 (Jakarta: Prehalindo, 1997), hlm. 23.



Dalam persaingan seperti sekarang ini, perusahaan perlu menawarkan produk yang berkualitas dan mempunyai nilai lebih, sehingga tampak berbeda dengan produk pesaing. Kualitas merupakan salah satu faktor yang menjadi pertimbangan konsumen sebelum membeli suatu produk. Kualitas ditentukan oleh sekumpulan kegunaan dan fungsinya, termasuk di dalamnya daya tahan, ketidaktergantungan pada produk lain atau komponen lain, eksklusifitas, kenyamanan, wujud luar (warna, bentuk, pembungkusan, dan sebagainya).

Perusahaan harus selalu mencari informasi mengenai apa yang diharapkan konsumen dari suatu produk. Begitu pula, mengetahui apa yang menjadi kebutuhan dan keinginan konsumen. Hal ini terlihat dari makin tingginya tingkat konsumsi masyarakat terhadap suatu produk mulai produk pakaian, makanan, minuman, hingga produk otomotif seperti produk sepeda motor dan mobil.²

Industri otomotif pada sepeda motor mengalami peningkatan yang sangat pesat ditandai dengan bertambahnya kendaraan yang dimiliki masyarakat yang terlihat di jalan-jalan kota besar. Diiringi dengan tumbuhnya perusahaan-perusahaan baru yang selalu berupaya semaksimal mungkin untuk mendapatkan pangsa pasar yang ada. Suatu perusahaan dapat memenangkan persaingan dengan cara menampilkan produk terbaik yang dapat memenuhi selera konsumen. Pada dasarnya semakin tinggi tingkat persaingan yang terjadi, maka akan semakin banyak pula pilihan bagi konsumen untuk dapat memilih produk yang sesuai dengan harapannya, dan sebagai konsekuensi dari perubahan

² Rian Pramono, *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Semarang)*, 2012, Hlm. 2.

tersebut pelanggan menjadi lebih cermat dan pintar menghadapi setiap produk yang ditawarkan.³

Dibutuhkan sarana pendukung transportasi dikarenakan perkembangan jumlah penduduk yang semakin pesat dan beragamnya aktivitas kerja setiap orang membuat aktivitas tersebut dilakukan secara cepat, agar aktivitas tersebut dilakukan secara efektif dan efisien. Transportasi merupakan alat yang berguna untuk memindahkan barang atau orang dalam kuantitas tertentu, ke suatu tempat tertentu. Kota Pekalongan merupakan kota yang memiliki jumlah penduduk yang cukup padat sehingga menyebabkan penduduknya memerlukan transportasi yang cepat dan terjangkau. Berbagai macam jenis transportasi yang ada, seperti kendaraan roda empat, roda dua (sepeda, dan sepeda motor), angkutan umum dan angkutan online, hal ini menjadi peluang dan menjadikan Pekalongan menjadi pasar sasaran yang potensial.

Salah satu transportasi yang banyak digunakan di Pekalongan adalah sepeda motor. Industri otomotif khususnya sepeda motor sedang mengalami peningkatan yang sangat pesat, ini ditandai dengan terus bertambahnya kuantitas kendaraan yang dimiliki masyarakat dan terlihat pada mobilitas kendaraan yang berada di jalanan. Serta diikuti dengan lahir dan tumbuhnya perusahaan baru yang senantiasa berupaya semaksimal mungkin untuk mendapatkan dan mempertahankan pangsa pasar yang ada.⁴

³ Philip Kotler, *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhallindo, 2002), hlm. 519-534.

⁴ Aldaan Faikar Annafik, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu Semarang)*, 2012, Hlm. 1.



Keputusan pembelian konsumen adalah keputusan yang melibatkan persepsi terhadap nilai, kualitas dan harga. Harga merupakan komponen penting bagi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk. Tetapi harga bukan hanya indikator penilaian kualitas saja melainkan juga sebagai indikator biaya yang di keluarkan untuk ditukar dengan produk dan manfaatnya. Oleh karena itu, melihat sejauh mana merek yang disandingkan dapat mempengaruhi penilaian konsumen terhadap harga akan suatu produk tersebut.

Honda PCX 150 adalah motor keluaran Honda yang ditujukan bagi segmen motor premium skutik 150cc. Ketika motor matic sedang marak digandrungi oleh masyarakat Pekalongan disamping memberikan kemudahan bagi para pengendara 2 pemula, maka berbagai desain motor matic yang elegan telah pula menjadi salah satu preferensi konsumen di tanah air. Salah satu pesaing Honda PCX 150 dalam segmentasi skutik 150 cc adalah Yamaha Nmax.

Tabel 1.1
Perbedaan Honda dan Yamaha Tahun 2018

Varian	Honda PCX	Yamaha NMAX
Standar/CBS	28.680.000	27.540.000
ABS	31.680.000	31.150.000

Sumber: www.oto.com

Berdasarkan tabel 1.1 dapat dilihat perbedaan merek dan harga yang di tawarkan, Honda Pcx 150 cenderung lebih mahal dari produk pesaingnya. Berbagai cara dilakukan perusahaan untuk mempertahankan kualitas produk yang mereka miliki diantaranya inovasi dari keunggulan produk itu sendiri, penetapan harga yang bersaing dan promosi yang tepat sasaran. Semakin baik

kualitas produk yang ditawarkan, maka akan semakin tinggi persepsi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Dari uraian tersebut, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian, dengan judul “Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda Pcx Dengan Harga Sebagai Variabel Moderating Pada Masyarakat Di Kota Pekalongan”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Honda PCX pada masyarakat di Kota Pekalongan?
2. Apakah harga memoderasi pengaruh secara signifikan desain produk terhadap keputusan pembelian Honda PCX pada masyarakat di Kota Pekalongan?

C. Tujuan Penelitian

Berdasarkan perumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui apakah desain produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian Honda PCX pada masyarakat di Kota Pekalongan.
2. Untuk mengetahui harga sebagai variabel moderasi melemahkan atau memperkuat pengaruh desain produk terhadap keputusan pembelian Honda PCX pada masyarakat di Kota Pekalongan.

D. Kegunaan Penelitian

Hasil dari penelitian yang akan dilakukan ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi semua pihak, yaitu:

1. Bagi Akademis

- 1) Bagi peneliti berikutnya penelitian ini dapat digunakan sebagai bahan acuan di bidang penelitian sejenis dan sebagai pengembangan penelitian lebih lanjut.
- 2) Dari penelitian ini diharapkan pihak akademik memberikan kontribusi berupa buku khususnya untuk jurusan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam di IAIN Pekalongan.

2. Bagi Peneliti

Penelitian ini dapat digunakan untuk menambah pengetahuan serta pengalaman dalam menganalisis permasalahan khususnya dibidang pemasaran. Selain itu sebagai dasar perbandingan teori yang sudah diperoleh selama perkuliahan yang dapat diterapkan untuk menganalisis permasalahan yang diteliti.

E. Sistematika Pembahasan

Untuk memudahkan pemahaman mengenai penelitian ini, maka penulis akan memaparkan sistematika penulisan laporan penelitian ini sebagai berikut:

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi tentang Latar Belakang Masalah, Rumusan Masalah, Batasan Masalah, Tujuan Penelitian, Kegunaan Penelitian, dan Sistematika Penulisan.



BAB II : KERANGKA TEORI

Bab ini berisi tentang Landasan Teori, Tinjauan Pustaka, Kerangka Berpikir, dan Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Bab ini berisi tentang Pendekatan Penelitian, Setting Penelitian, Variabel Penelitian, Teknik Pengambilan Sampel, Teknik Pengumpulan Data Penelitian, Sumber Data dan Teknik Analisa Data.

BAB IV : ANALISA DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi tentang Deskripsi Data Analisa Data, dan Pembahasan.

BAB V : PENUTUP

Bab ini merupakan bab terakhir yang berisi kesimpulan dari hasil penelitian dan saran.





BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan, maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengujian yang dilakukan memberikan hasil yang mendukung hipotesis 1, yaitu desain produk berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian. Hal ini di tunjukan dengan nilai t hitung $6,351 > 1,661$.
2. Berdasarkan uji hipotesis 2 setelah adanya interaksi $X1 * X2$ menunjukkan bahwa harga dapat memperkuat hubungan antara desain produk terhadap keputusan pembelian. Hal ini di ketahui dari nilai t hitung $2,333 > t$ tabel $1,661$, dan berdasarkan nilai signifikansi sebesar $0,022 < 0,05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak.
3. Secara simultan variabel independen desain produk dan harga sebagai variabel *moderating* berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian, di buktikan dengan uji anova atau F test diperoleh F hitung sebesar $22,660$. Karena F hitung lebih besar dari F tabel ($22,660 > 2,47$) dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$. Maka H_0 di tolak H_a di terima jadi dapat di simpulkan bahwa variabel independen desain produk dan harga sebagai *moderating* secara simultan atau bersamaan berpengaruh terhadap variabel dependen yaitu keputusan pembelian.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah disajikan maka selanjutnya peneliti menyampaikan saran-saran yang sekiranya dapat memberikan manfaat kepada pihak-pihak yang terkait atas hasil penelitian ini. Adapun saran-saran yang dapat disampaikan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Perusahaan

Dari hasil penelitian ini dapat dijadikan gambaran, laporan maupun acuan mengenai pengaruh desain terhadap keputusan konsumen dalam membeli sebuah produk diterapkan perusahaan salah satunya yaitu untuk meningkatkan jumlah penjualan.

2. Bagi Peneliti Berikutnya

Penelitian ini dapat menjadi acuan untuk melakukan penelitian selanjutnya mengenai perilaku impulsif di retail lainnya. Penelitian ini juga untuk pihak-pihak yang berkepentingan dimasa mendatang. Peneliti selanjutnya diharapkan dapat meneliti variabel-variabel lain diluar variabel ini, dikarenakan masih banyak yang dapat menggambarkan hal-hal apa saja yang dapat berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Dimana dapat dilihat dari hasil statistik koefisien determinasi.



DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Abdullah Boedi & Saebani, Beni Ahmad, 2014. *Metode Penelitian Ekonomi Islam* (Bandung: CV Pustaka Setia)
- Agung Edy Wibowo, *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*
- Aldaan Faikar Annafik, 2012, *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Sepeda Motor Yamaha Studi Kasus Pada Konsumen Yamaha SS Cabang Kedungmundu :Semarang*
- Azwar, Saifudin,1999.*Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Belajar)
- Azwar Saifuddin, 1997. *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar)
- Budi, Purbayu dkk, 2005. *Analisis Statistic dengan Microsoft Excel dan SPSS* (Yogyakarta: Andi Offset,).
- Burgin Burhan, 2005. *Metedologi Penelitain Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, dan kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya* (Jakarta: Kencana).
- Edy Wibowo, Agung. 2012. *Aplikasi Praktis SPSS dalam Penelitian*, (Yogyakarta: Gava Media)
- Fauzi, Muchammad 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif : Sebuah Pengantar*, (Semarang: Walisongo Press)
- Ghozali Imam, 2011. *Aplikasi Analisis Multivarate Dengan Program IBM SPSS 19, Cet. Ke-5*(Semarang: Universitas Diponegoro).
- Hengky Latan dan Selva Temalagi, *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20,0* (Bandung: Alfabeta, 2013)
- Jogiyanto, 2008. *Metodologi Penelitian Sistem Informasi* (Yogyakarta : Andi offset)
- Kotler Philip, 1979. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, (Jakarta: Erlangga).
- Kotler Philip, 1997. *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan Implementasi dan Kontrol*, Jilid 1 (Jakarta: Prehalindo)



- Kotler Philip, 2000. *Manajemen Pemasaran* Edisi Milenium, (Jakarta: Prenhallindo)
- Kotler Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhallindo)
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran* terjemahan
- Kotler Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran* terjemahan Bob Sabran, Ed. 13, Jilid 1 (Jakarta Erlangga)
- Kotler Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management*. Fourteenth Global Edition. 14 Edition.
- Kotler Philip, 2002. *Manajemen Pemasaran*, (Jakarta: PT Prenhallindo)
- Masyuri, Zainuddin, 2008. *Metodologi Penelitian Pendekatan Praktis dan Aplikasi*, Edisi Revisi, (Bandung: Refika Aditama)
- Molan Benyamin, Ed. 12, Jilid 1 (Jakarta: Erlangga).
- Narbuko Cholid dan Abu Achmadi, 2013. *Metodologi Penelitian*, cet. ke-13, (Jakarta: PT. Bumi Aksara)
- Rozalinda, *Ekonomi Islam: Teori dan Aplikasinya pada Aktivitas Ekonomi*
- Sanusi Anwar, 2014. *Metodelogi Penelitian Bisnis* (Bandung: Salemba Empat)
- Sciffman Leon dan Leslie Lazar Kanuk, 2008. *Perilaku Konsumen* terjemahan Zoelkifli Kasip, Cet. Ke-4, (Jakarta: PT Indeks).
- Siregar, Syofian, 2014. *Statistik Parameterik Untuk Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*, (Jakarta: PT Bumi Aksara)
- Sugiyono, 2012 *Meteode Penelitian Bisnis, Cet Ke-16*, (Bandunng: Alfabeta,)
- Sugiono, 2012. *Metodologi Penelitian Pendidikan : Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, (Bandung: Alfabeta)
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Cet. Ke-3 (Bandung: Alfabeta)
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*, (Bandung: Alfabeta)
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta,).



Sujarweni Wiratna, 2015. *Metodelogi Penelitian: Bisnis dan Ekonomi*, (Yogyakarta: PT. Pustaka Baru)

Swastha Basu dan Irawan, 2008. *Manajemen Pemasaran Modern*, (Yogyakarta: Liberty)

Teguh Muhammad, 2005. *Metodologi Penelitian Ekonomi (Teori dan Aplikasi)*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada)

Wijaya Tony, 2013. *Metodologi Penelitian: Ekonomi dan Bisnis Teori dan Praktik*, (Yogyakarta: Graha Ilmu)

Yudi Sutarso Suharno, , 2010. *Marketing In Practice*, (Yogyakarta: Graha Ilmu).

Jurnal

Fahma Ilmaya, 2011. *Analisis Pengaruh Interaksi Harga Dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Batik Di Eka Batik Semarang*.

Pramono Rian, 2012. *Analisis Pengaruh Harga Kompetitif, Desain Produk, Dan Layanan Purna Jual Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Yamaha (Studi Kasus Pada Masyarakat Kota Semarang)*

Tejdhakusuma R., Hartini S. dan Muryani, 2001. Analisis faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya (Surabaya: *Jurnal Penelitian Dinamika Sosial* Vol. 2 No. 3 Desember)

Tri Wahyuni, Yanni 2017. *Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Produk Sepatu Pada Usaha Menengah BSM SOGA Kota Bandung)*

Internet

Penjualan Sepeda Motor dan Market Share,”[www. aisi.or.id](http://www.aisi.or.id)”. Diakses tanggal 1 Februari 2019 22:15

Daftar Harga Honda PCX dan Yamaha NMAX,”[https: //www. oto.com/](https://www.oto.com/). tanggal 1 Februari 2019 23:05



**KUESIONER PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN HONDA PCX DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL
MODERATING PADA MASYARAKAT DI KOTA PEKALONGAN**

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul yang telah disebutkan di atas, maka dengan hormat saya:

Nama :Mohammad Baharudin

NIM :2013114315

Memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata satu (S1), Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Jurusan Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Pekalongan. Sehubungan dengan hal tersebut, maka kebenaran dan kelengkapan jawaban yang Saudara/i berikan akan sangat membantu bagi penulis, dan selanjutnya akan menjadi masukan yang bermanfaat bagi hasil penelitian yang penulis lakukan.

Atas partisipasi Saudara/i dalam mengisi daftar pertanyaan atau kuesioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Mohammad Baharudin





KUESIONER PENGARUH DESAIN PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN HONDA PCX DENGAN HARGA SEBAGAI VARIABEL MODERATING PADA MASYARAKAT DI KOTA PEKALONGAN

Petunjuk pengisian kuesioner:

1. Isilah data diri anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada identitas responden.
2. Pilih salah satu jawaban yang tersedia sesuai dengan pengalaman yang anda dapatkan sebagai konsumen produk Honda PCX pada komponen-komponen variable. Masing-masing jawaban memiliki makna sebagai berikut:

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

3. Diharapkan untuk tidak menjawab lebih dari satu pilihan jawaban.

4. IDENTITAS RESPONDEN:

a. Nama Responden :

- b. Usia :
- | | |
|----------------|----------------|
| a. < 17 tahun | c. 31-40 tahun |
| b. 18-30 tahun | d. 41-50 tahun |
| e. > 50 tahun | |

c. Jenis Kelamin : a. Laki-Laki b. Perempuan

d. Pendidikan terakhir :

- | | |
|--------|------------|
| a. SD | c. SMA |
| b. SMP | d. Diploma |
| e. S1 | f. S2/S3 |

e. Pekerjaan :

- | | |
|---------------|---------------|
| a. PNS | b. Swasta |
| c. Mahasiswa | d. TNI/POLRI |
| e. Wiraswasta | f. Wiraswasta |

f. Pendapatan : a. Rp 5.000.000

Variabel Desain Produk (X1)

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Honda memiliki nama merek yang terkenal.					
2	Desain dan warna motor menarik					
3	Variasi produk yang disediakan oleh Honda sangat beragam seperti desain yang unik dan elegan.					
4	Kualitas produk Honda sangat baik.					

Variabel Harga (X2)

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Harga produk Honda terjangkau oleh semua kalangan.					
2	Harga dengan kualitas produk Honda PCX sesuai dengan yang ditawarkan.					
3	Harga Honda mampu bersaing dan sesuai dengan kemampuan atau daya beli masyarakat					





4	Harga produk Honda PCX sesuai dengan manfaat yang dirasakan.					
---	--	--	--	--	--	--

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli produk Honda PCX karena adanya kebutuhan.					
2	Saya tertarik membeli produk Honda PCX karena informasi yang saya peroleh dari sumber terdekat (kerabat atau teman).					
3	Saya yakin sudah mengambil keputusan yang tepat saat membeli produk Honda PCX.					
4	Saya melakukan pembelian produk Honda berulang-ulang atau lebih dari satu kali.					



Lampiran 2: Identitas Responden

No	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan
1.	4	1	5	4	3
2.	4	1	4	4	3
3.	5	1	5	1	3
4.	4	2	3	6	2
5.	3	1	3	2	2
6.	2	2	3	2	2
7.	3	2	1	5	2
8.	4	1	1	5	4
9.	3	2	5	2	2
10.	3	2	3	2	2
11.	4	2	5	1	3
12.	4	2	5	2	2
13.	2	1	3	2	3
14.	2	1	4	1	2
15.	3	2	3	2	2
16.	4	2	3	2	2
17.	3	1	3	2	2
18.	5	2	2	5	2
19.	2	1	3	2	2
20.	3	2	3	6	2
21.	3	2	3	2	2
22.	2	2	3	2	2
23.	2	1	3	2	2
24.	4	2	3	5	2
25.	2	2	3	2	2
26.	3	1	3	2	2
27.	3	1	3	6	2
28.	4	2	4	2	2
29.	2	1	3	2	2
30.	3	2	3	5	2
31.	2	2	3	2	3
32.	3	2	2	6	2
33.	4	2	4	1	3
34.	5	2	4	2	2
35.	5	1	4	5	2



36.	3	1	3	2	2
37.	3	2	3	5	2
38.	3	2	3	2	2
39.	4	2	1	5	3
40.	3	1	3	5	3
41.	4	1	3	1	3
42.	2	2	2	2	2
43.	4	2	1	2	2
44.	3	2	3	1	2
45.	2	1	3	2	2
46.	3	2	3	2	3
47.	4	2	3	2	2
48.	2	1	3	2	2
49.	5	1	2	2	2
50.	3	1	3	5	4
51.	3	2	3	1	2
52.	4	2	5	4	3
53.	3	1	3	2	2
54.	4	1	2	2	2
55.	2	1	3	2	2
56.	4	2	2	5	2
57.	5	1	3	2	2
58.	4	1	3	1	3
59.	3	1	4	1	2
60.	4	2	6	1	4
61.	3	1	4	5	3
62.	3	1	3	6	2
63.	2	2	3	2	2
64.	3	1	3	1	2
65.	4	2	5	5	4
66.	4	1	3	2	2
67.	4	2	3	2	2
68.	3	1	3	2	2
69.	5	2	3	2	2
70.	3	2	3	2	2
71.	3	2	3	2	1
72.	5	1	5	2	2
73.	2	1	3	2	2
74.	3	1	3	2	2



75.	3	2	3	5	2
76.	2	1	3	2	3
77.	3	2	3	2	2
78.	3	2	1	5	2
79.	3	2	3	5	2
80.	5	1	3	2	1
81.	3	1	3	6	2
82.	2	1	3	2	2
83.	3	1	3	5	4
84.	2	1	3	2	2
85.	2	1	3	2	2
86.	5	1	1	6	2
87.	2	1	3	2	2
88.	3	1	1	6	2
89.	3	1	3	2	2
90.	3	1	2	6	2
91.	3	1	5	5	3
92.	3	1	2	5	2
93.	3	1	1	2	1
94.	4	1	6	1	4
95.	3	1	5	2	2
96.	2	1	4	2	2
97.	5	1	3	2	2
98.	3	1	4	1	2
99.	3	1	2	5	3
100.	3	1	5	2	2

Usia	1. < 17 2. 18-30	3. 31-40 4. 41-50	5. >50
Jenis Kelamin	1. Laki-laki	2. Perempuan	
Pendidikan	1. SD 2. SMP	3. SMA 4. Diploma	5. S1 6. S2/S3
Pekerjaan	1. PNS 2. Karyawan Swasta	3. Mahasiswa 4. TNI/POLRI	5. Wiraswasta 6. Lain-lain
Pendapatan	1. < Rp 1.000.000 2. Rp 1.000.000 - 3.000.000	3. Rp 3.000.000 – 5.000.000 4. >Rp 5.000.000	



Lampiran 3: Tabulasi Responden

No	X1 (Desain Produk)				JUMLAH
	1	2	3	4	
1	5	3	3	4	15
2	4	4	4	4	16
3	5	5	4	5	19
4	3	5	2	4	14
5	5	4	3	4	16
6	3	3	5	3	14
7	5	5	4	4	18
8	5	5	5	5	20
9	4	4	5	4	17
10	3	3	4	3	13
11	4	3	4	4	15
12	4	5	4	4	17
13	5	4	5	5	19
14	5	5	5	5	20
15	5	5	5	4	19
16	3	5	3	5	16
17	5	5	5	4	19
18	3	4	3	4	14
19	4	5	4	5	18
20	4	5	4	4	17
21	5	5	5	5	20
22	4	5	4	5	18
23	5	5	5	5	20
24	4	5	4	4	17
25	4	4	5	5	18
26	5	4	3	5	17
27	4	2	3	3	12
28	5	4	5	5	19
29	5	4	5	4	18
30	5	5	5	5	20
31	5	4	5	5	19
32	3	3	3	5	14
33	5	5	5	4	19
34	3	3	3	3	12
35	4	3	4	4	15
36	5	3	5	5	18



37	3	2	3	3	11
38	5	4	5	4	18
39	5	5	5	5	20
40	4	3	4	4	15
41	5	4	5	4	18
42	4	5	4	4	17
43	4	4	4	4	16
44	3	3	2	3	11
45	5	5	4	5	19
46	4	3	3	5	15
47	5	4	5	4	18
48	4	4	3	3	14
49	4	4	4	4	16
50	5	5	5	5	20
51	4	5	4	4	17
52	4	4	4	4	16
53	4	3	3	3	13
54	3	3	3	3	12
55	5	5	5	5	20
56	5	4	5	5	19
57	4	4	4	4	16
58	5	5	5	5	20
59	5	4	5	5	19
60	5	4	4	4	17
61	5	5	4	4	18
62	4	5	5	4	18
63	4	5	4	4	17
64	4	5	3	4	16
65	4	3	3	4	14
66	4	4	4	4	16
67	3	3	3	3	12
68	3	4	5	5	17
69	4	4	4	4	16
70	5	5	2	5	17
71	5	4	4	5	18
72	5	5	5	5	20
73	4	4	4	5	17
74	4	3	4	3	14
75	4	3	3	4	14



76	5	4	3	4	16
77	5	2	2	5	14
78	4	4	3	4	15
79	4	3	4	4	15
80	4	4	4	3	15
81	5	3	5	4	17
82	2	4	2	4	12
83	4	5	4	5	18
84	4	4	4	4	16
85	3	2	3	4	12
86	3	3	5	5	16
87	5	4	4	3	16
88	3	2	3	3	11
89	3	3	4	4	14
90	4	4	4	3	15
91	5	3	4	5	17
92	3	5	3	3	14
93	4	4	2	4	14
94	5	3	3	3	14
95	4	4	4	4	16
96	3	3	3	3	12
97	4	5	4	4	17
98	4	2	4	5	15
99	4	2	4	4	14
100	5	3	5	5	18



No	X2 (Harga)				JUMLAH
	1	2	3	4	
1	5	5	4	5	19
2	5	5	5	5	20
3	4	4	5	3	16
4	5	3	3	3	14
5	5	5	4	5	19
6	3	3	3	4	13
7	4	4	4	4	16
8	5	5	5	4	19
9	4	4	4	4	16
10	4	3	3	3	13
11	4	4	4	4	16
12	5	4	3	5	17
13	3	5	5	5	18
14	5	5	4	5	19
15	4	4	4	4	16
16	4	3	5	5	17
17	3	4	4	4	15
18	5	4	3	4	16
19	3	4	4	4	15
20	4	3	3	4	14
21	4	4	4	4	16
22	5	4	4	4	17
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	4	19
25	3	5	5	5	18
26	4	3	3	3	13
27	3	4	3	4	14
28	4	5	4	4	17
29	5	5	5	4	19
30	2	3	2	4	11
31	4	4	4	4	16
32	5	5	4	5	19
33	5	5	5	5	20
34	5	4	5	4	18
35	3	4	3	3	13
36	5	5	5	5	20
37	4	4	4	4	16



38	4	4	5	4	17
39	3	3	4	3	13
40	3	3	3	3	12
41	5	5	5	4	19
42	5	5	5	5	20
43	3	3	3	3	12
44	5	5	5	4	19
45	4	4	4	4	16
46	4	4	4	3	15
47	4	5	4	5	18
48	4	4	4	4	16
49	3	3	3	3	12
50	4	5	4	4	17
51	3	3	3	3	12
52	5	5	5	5	20
53	4	4	4	4	16
54	5	5	5	4	19
55	3	4	3	4	14
56	4	4	4	4	16
57	4	5	5	5	19
58	5	5	5	5	20
59	4	5	4	5	18
60	5	5	5	4	19
61	4	5	4	4	17
62	4	4	5	5	18
63	3	4	3	4	14
64	5	5	5	4	19
65	4	4	4	5	17
66	5	4	5	4	18
67	5	5	5	5	20
68	5	4	5	5	19
69	4	4	4	5	17
70	5	5	5	4	19
71	4	4	4	4	16
72	4	5	4	4	17
73	5	3	5	3	16
74	3	3	3	3	12
75	3	5	4	4	16
76	2	4	4	4	14



77	5	5	5	5	20
78	3	4	3	4	14
79	5	4	4	5	18
80	3	4	5	4	16
81	5	3	5	5	18
82	3	5	3	3	14
83	4	4	4	5	17
84	2	4	4	4	14
85	3	3	3	3	12
86	3	4	3	3	13
87	4	5	4	5	18
88	3	5	3	5	16
89	5	5	5	5	20
90	5	4	3	3	15
91	5	5	4	5	19
92	5	5	5	5	20
93	4	5	4	5	18
94	4	4	4	4	16
95	5	4	5	4	18
96	4	4	5	4	17
97	4	3	4	4	15
98	3	4	3	3	13
99	3	5	5	5	18
100	4	4	4	4	16



No	Y (Keputusan Pembelian)				JUMLAH	X1*X2
	1	2	3	4		
1	4	4	4	4	16	285
2	3	4	4	3	14	320
3	3	4	3	3	13	304
4	3	3	3	3	12	196
5	3	4	5	5	17	304
6	2	3	3	3	11	182
7	4	4	4	5	17	288
8	3	4	3	3	13	380
9	3	4	4	3	14	272
10	3	3	3	3	12	169
11	3	4	3	3	13	240
12	3	4	4	3	14	289
13	5	5	5	5	20	342
14	5	4	5	4	18	380
15	4	4	4	5	17	304
16	4	4	4	4	16	272
17	3	5	5	5	18	285
18	3	3	3	3	12	224
19	3	4	4	3	14	270
20	3	4	3	3	13	238
21	3	4	4	4	15	320
22	3	4	3	3	13	306
23	5	5	5	5	20	400
24	5	5	5	4	19	323
25	3	4	5	3	15	324
26	3	4	4	3	14	221
27	3	4	3	3	13	168
28	5	5	5	5	20	323
29	4	5	5	2	16	342
30	4	4	3	3	14	220
31	5	4	5	4	18	304
32	3	3	4	3	13	266
33	5	5	5	5	20	380
34	3	4	4	3	14	216
35	3	4	3	3	13	195
36	5	5	5	5	20	360
37	3	3	3	2	11	176



38	5	5	5	4	19	306
39	3	5	4	3	15	260
40	3	4	3	3	13	180
41	5	5	5	3	18	342
42	5	4	5	5	19	340
43	3	3	3	3	12	192
44	3	4	3	3	13	209
45	3	4	3	4	14	304
46	3	3	3	3	12	225
47	5	5	5	5	20	324
48	3	4	4	4	15	224
49	3	3	3	3	12	192
50	5	5	5	5	20	340
51	4	4	3	3	14	204
52	4	4	4	4	16	320
53	3	4	3	3	13	208
54	3	3	3	2	11	228
55	4	5	5	4	18	280
56	4	4	4	3	15	304
57	3	4	4	3	14	304
58	5	5	5	5	20	400
59	5	5	5	4	19	342
60	5	5	5	4	19	323
61	3	5	2	3	13	306
62	4	4	3	3	14	324
63	3	4	3	3	13	238
64	3	3	3	3	12	304
65	3	4	4	3	14	238
66	4	4	4	4	16	288
67	3	4	4	3	14	240
68	3	4	4	4	15	323
69	3	4	3	4	14	272
70	3	4	3	4	14	323
71	3	3	3	3	12	288
72	3	4	4	4	15	340
73	4	5	5	5	19	272
74	3	4	4	3	14	168
75	3	3	3	3	12	224
76	3	4	3	3	13	224



77	3	4	3	3	13	280
78	4	5	5	4	18	210
79	3	3	3	3	12	270
80	3	3	3	3	12	240
81	3	4	4	3	14	306
82	3	3	3	3	12	168
83	3	3	5	4	15	306
84	4	4	4	4	16	224
85	3	4	4	4	15	144
86	3	4	3	3	13	208
87	3	3	3	3	12	288
88	3	4	4	4	15	176
89	3	4	3	3	13	280
90	3	3	3	3	12	225
91	3	4	4	3	14	323
92	3	4	4	4	15	280
93	3	4	4	4	15	252
94	3	3	3	3	12	224
95	3	3	3	3	12	288
96	3	4	3	3	13	204
97	4	4	3	4	15	255
98	3	3	3	3	12	195
99	3	4	3	4	14	252
100	3	3	3	3	12	288



**Lampiran 4: Hasil Uji SPSS
Uji Validitas**

X1

Correlations

		Q1	Q2	Q3	Q4	X1
Q1	Pearson Correlation	1	.343**	.488**	.456**	.759**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Q2	Pearson Correlation	.343**	1	.325**	.351**	.713**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Q3	Pearson Correlation	.488**	.325**	1	.396**	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Q4	Pearson Correlation	.456**	.351**	.396**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.759**	.713**	.761**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

X2

Correlations

		Q5	Q6	Q7	Q8	X2
Q5	Pearson Correlation	1	.398**	.556**	.382**	.768**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Q6	Pearson Correlation	.398**	1	.521**	.580**	.781**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Q7	Pearson Correlation	.556**	.521**	1	.493**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100



Q8	Pearson Correlation	.382**	.580**	.493**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.768**	.781**	.825**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Y

Correlations

		Q9	Q10	Q11	Q12	Y
Q9	Pearson Correlation	1	.645**	.694**	.620**	.870**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Q10	Pearson Correlation	.645**	1	.655**	.548**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Q11	Pearson Correlation	.694**	.655**	1	.648**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Q12	Pearson Correlation	.620**	.548**	.648**	1	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.870**	.820**	.887**	.830**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Uji Reliabilitas

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	4

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	4

Y

Reliability Statistics

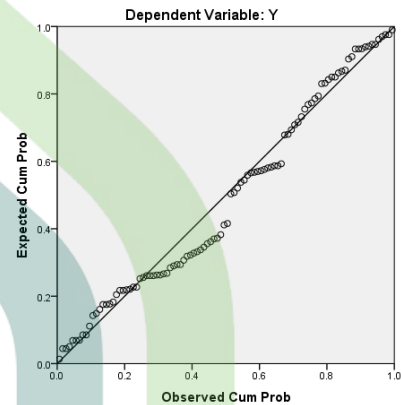
Cronbach's Alpha	N of Items
.873	4

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.03345390
Most Extreme Differences	Absolute	.109
	Positive	.109
	Negative	-.055
Kolmogorov-Smirnov Z		1.093
Asymp. Sig. (2-tailed)		.183

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

Uji Multikolinieritas Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.536	1.904		.282	.779		
	X1	.544	.085	.512	6.382	.000	.991	1.009
	X2	.322	.086	.301	3.752	.000	.991	1.009

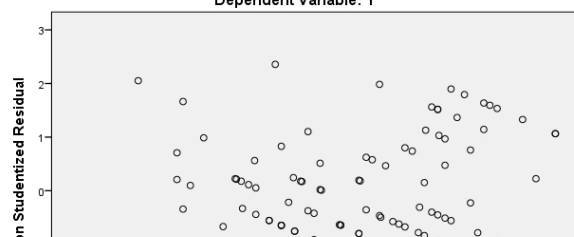
a. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas Glejser Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.138	.075		-1.828	.071
	X1	.074	.046	.161	1.625	.107
	X2	.080	.047	.170	1.715	.090

a. Dependent Variable: RES2

Scatterplot
Dependent Variable: Y





Uji Linieritas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)	228.200	9	25.356	5.264	.000
	Linearity	192.928	1	192.928	40.053	.000
	Deviation from Linearity	35.272	8	4.409	.915	.508
Within Groups		433.510	90	4.817		
Total		661.710	99			

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	(Combined)	105.590	9	11.732	1.899	.062
	Linearity	80.472	1	80.472	13.023	.001
	Deviation from Linearity	25.118	8	3.140	.508	.847
Within Groups		556.120	90	6.179		
Total		661.710	99			



Analisis Regresi Linier Berganda Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.394	1.486		3.629	.000
	X1	.574	.090	.540	6.351	.000

a. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.176	9.460		2.344	.021
	X1	-.805	.584	-.757	-1.378	.171
	X2	-.984	.566	-.919	-1.738	.085
	X1X2	.081	.035	1.850	2.333	.022

a. Dependent Variable: Y

Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.394	1.486		3.629	.000
	X1	.574	.090	.540	6.351	.000

a. Dependent Variable: Y
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.176	9.460		2.344	.021
	X1	-.805	.584	-.757	-1.378	.171
	X2	-.984	.566	-.919	-1.738	.085
	X1X2	.081	.035	1.850	2.333	.022

a. Dependent Variable: Y





**Uji F
ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	192.928	1	192.928	40.332	.000 ^b
	Residual	468.782	98	4.783		
	Total	661.710	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	274.320	3	91.440	22.660	.000 ^b
	Residual	387.390	96	4.035		
	Total	661.710	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X1X2, X2, X1

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.540 ^a	.292	.284	2.187	1.985

a. Predictors: (Constant), X1

b. Dependent Variable: Y

Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.644 ^a	.415	.396	2.009	2.004

a. Predictors: (Constant), X1X2, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

Distribusi Nilai r_{tabel} Signifikansi 5% dan 1%

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	0.987	0.996	0.999	0.999	1.000
2	0.900	0.950	0.980	0.990	0.999
3	0.805	0.878	0.934	0.958	0.991
4	0.729	0.811	0.882	0.917	0.974
5	0.669	0.754	0.832	0.874	0.950
6	0.621	0.706	0.788	0.834	0.924
7	0.582	0.666	0.749	0.797	0.898
8	0.549	0.631	0.715	0.764	0.872
9	0.521	0.602	0.685	0.734	0.847
10	0.497	0.576	0.658	0.707	0.823
11	0.476	0.552	0.633	0.683	0.801
12	0.457	0.532	0.612	0.661	0.780
13	0.440	0.514	0.592	0.641	0.760
14	0.425	0.497	0.574	0.622	0.741
15	0.412	0.482	0.557	0.605	0.724
16	0.400	0.468	0.542	0.589	0.708
17	0.388	0.455	0.528	0.575	0.693
18	0.378	0.443	0.515	0.561	0.678
19	0.368	0.432	0.503	0.548	0.665
20	0.359	0.422	0.492	0.536	0.652
21	0.351	0.413	0.481	0.525	0.640
22	0.343	0.404	0.471	0.515	0.628
23	0.336	0.396	0.462	0.505	0.617
24	0.329	0.388	0.453	0.495	0.607
25	0.323	0.380	0.445	0.486	0.597
26	0.317	0.373	0.437	0.478	0.588
27	0.311	0.367	0.429	0.470	0.579
28	0.306	0.361	0.422	0.462	0.570
29	0.300	0.355	0.415	0.455	0.562
30	0.296	0.349	0.409	0.448	0.554
31	0.291	0.344	0.403	0.442	0.546
32	0.286	0.338	0.397	0.435	0.539
33	0.282	0.333	0.391	0.429	0.532
34	0.278	0.329	0.386	0.423	0.525
35	0.274	0.324	0.381	0.418	0.518
36	0.270	0.320	0.376	0.412	0.512
37	0.267	0.316	0.371	0.407	0.506
38	0.263	0.312	0.366	0.402	0.500
39	0.260	0.308	0.362	0.397	0.495
40	0.257	0.304	0.357	0.393	0.489
41	0.254	0.301	0.353	0.388	0.484
42	0.251	0.297	0.349	0.384	0.479

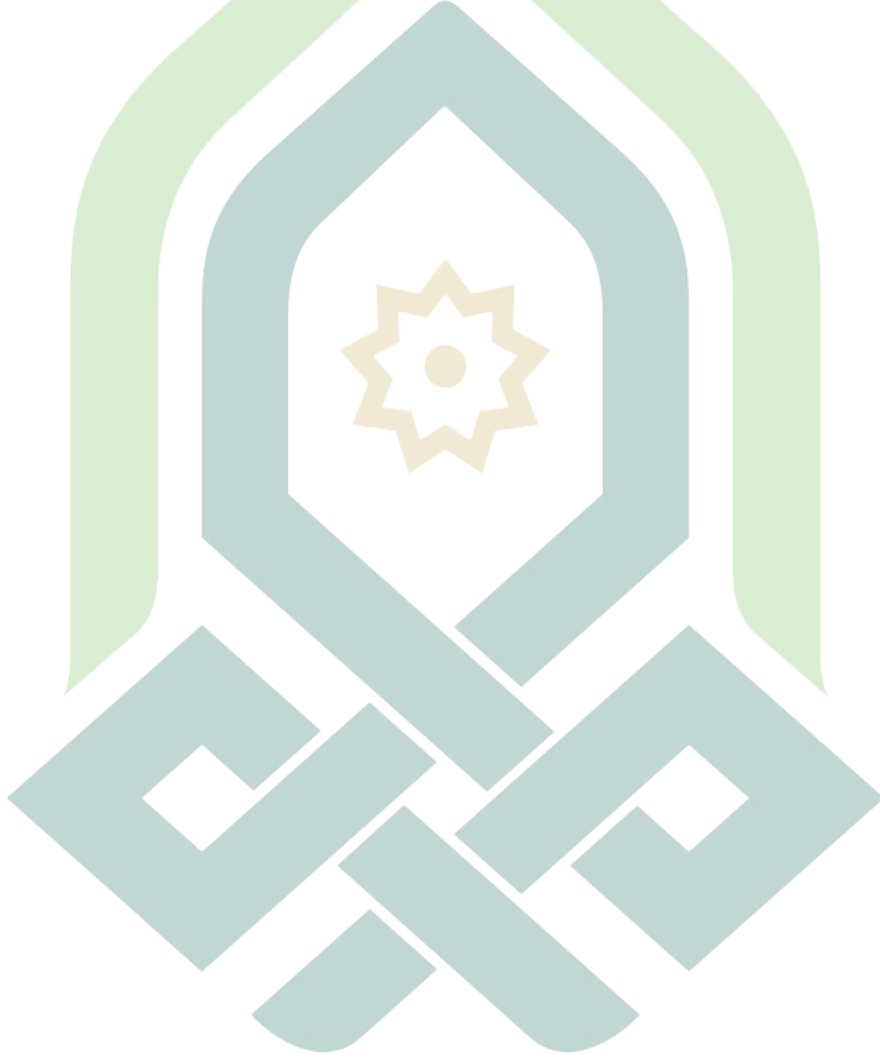




43	0.248	0.294	0.345	0.380	0.474
44	0.245	0.290	0.342	0.376	0.469
45	0.242	0.287	0.338	0.372	0.464
46	0.240	0.284	0.334	0.368	0.460
47	0.237	0.281	0.331	0.364	0.455
48	0.235	0.278	0.328	0.361	0.451
49	0.232	0.275	0.324	0.357	0.447
50	0.230	0.273	0.321	0.354	0.443
51	0.228	0.270	0.318	0.350	0.439
52	0.226	0.268	0.315	0.347	0.435
53	0.224	0.265	0.312	0.344	0.431
54	0.222	0.263	0.310	0.341	0.428
55	0.220	0.260	0.307	0.338	0.424
56	0.218	0.258	0.304	0.335	0.421
57	0.216	0.256	0.302	0.332	0.417
58	0.214	0.254	0.299	0.330	0.414
59	0.212	0.252	0.297	0.327	0.411
60	0.210	0.250	0.294	0.324	0.407
61	0.209	0.248	0.292	0.322	0.404
62	0.207	0.246	0.290	0.319	0.401
63	0.205	0.244	0.288	0.317	0.398
64	0.204	0.242	0.285	0.315	0.395
65	0.202	0.240	0.283	0.312	0.393
66	0.201	0.238	0.281	0.310	0.390
67	0.199	0.236	0.279	0.308	0.387
68	0.198	0.235	0.277	0.306	0.385
69	0.196	0.233	0.275	0.303	0.382
70	0.195	0.231	0.273	0.301	0.379
71	0.194	0.230	0.271	0.299	0.377
72	0.192	0.228	0.270	0.297	0.374
73	0.191	0.227	0.268	0.295	0.372
74	0.190	0.225	0.266	0.293	0.370
75	0.188	0.224	0.264	0.291	0.367
76	0.187	0.222	0.263	0.290	0.365
77	0.186	0.221	0.261	0.288	0.363
78	0.185	0.219	0.259	0.286	0.361
79	0.184	0.218	0.258	0.284	0.358
80	0.182	0.217	0.256	0.283	0.356
81	0.181	0.215	0.255	0.281	0.354
82	0.180	0.214	0.253	0.279	0.352
83	0.179	0.213	0.252	0.278	0.350
84	0.178	0.212	0.250	0.276	0.348
85	0.177	0.210	0.249	0.274	0.346
86	0.176	0.209	0.247	0.273	0.344
87	0.175	0.208	0.246	0.271	0.343
88	0.174	0.207	0.244	0.270	0.341



89	0.173	0.206	0.243	0.268	0.339
90	0.172	0.205	0.242	0.267	0.337
91	0.171	0.203	0.240	0.265	0.335
92	0.170	0.202	0.239	0.264	0.334
93	0.169	0.201	0.238	0.263	0.332
94	0.168	0.200	0.237	0.261	0.330
95	0.168	0.199	0.235	0.260	0.329
96	0.167	0.198	0.234	0.259	0.327
97	0.166	0.197	0.233	0.257	0.325
98	0.165	0.196	0.232	0.256	0.324
99	0.164	0.195	0.231	0.255	0.322
100	0.163	0.194	0.230	0.254	0.321



Distribusi Nilai t_{tabel} Signifikansi 0,05

d.f	$t_{0,10}$	$t_{0,05}$	$t_{0,025}$	$t_{0,01}$	$t_{0,005}$	d.f
1	3,078	6,314	12,706	31,821	63, 657	1
2	1,886	2,920	4,303	6,965	9,925	2
3	1,638	2,353	3,182	4,541	5,841	3
4	1,533	2,132	2,776	3,747	4,604	4
5	1,476	2,015	2,571	3,365	4,032	5
6	1,440	1,943	2,447	3,143	3,707	6
7	1,415	1,895	2,365	2,998	3,499	7
8	1,397	1,860	2,306	2,896	3,355	8
9	1,383	1,833	2,262	2,821	3,250	9
10	1,372	1,812	2,228	2,764	3,169	10
11	1,363	1,796	2,201	2,718	3,106	11
12	1,356	1,782	2,179	2,681	3,055	12
13	1,350	1,771	2,160	2,650	3,012	13
14	1,345	1,761	2,145	2,624	2,977	14
15	1,341	1,753	2,131	2,602	2,947	15
16	1,337	1,746	2,120	2,583	2,921	16
17	1,333	1,740	2,110	2,567	2,898	17
18	1,330	1,734	2,101	2,552	2,878	18
19	1,328	1,729	2,093	2,539	2,861	19
20	1,325	1,725	2,086	2,528	2,845	20
21	1,323	1,721	2,080	2,518	2,831	21
22	1,321	1,717	2,074	2,508	2,819	22
23	1,319	1,714	2,069	2,500	2,807	23
24	1,318	1,711	2,064	2,492	2,797	24
25	1,316	1,708	2,060	2,485	2,787	25
26	1,315	1,706	2,056	2,479	2,779	26
27	1,314	1,703	2,052	2,473	2,771	27
28	1,313	1,701	2,048	2,467	2,763	28
29	1,311	1,699	2,045	2,462	2,756	29
30	1,310	1,697	2,042	2,457	2,750	30
31	1,309	1,696	2,040	2,453	2,744	31
32	1,309	1,694	2,037	2,449	2,738	32
33	1,308	1,692	2,035	2,445	2,733	33
34	1,307	1,691	2,032	2,441	2,728	34
35	1,306	1,690	2,030	2,438	2,724	35
36	1,306	1,688	2,028	2,434	2,719	36
37	1,305	1,687	2,026	2,431	2,715	37
38	1,304	1,686	2,024	2,429	2,712	38
39	1,303	1,685	2,023	2,426	2,708	39
40	1,303	1,684	2,021	2,423	2,704	40
41	1,303	1,683	2,020	2,421	2,701	41
42	1,302	1,682	2,018	2,418	2,698	42
43	1,302	1,681	2,017	2,416	2,695	43
44	1,301	1,680	2,015	2,414	2,692	44
45	1,301	1,679	2,014	2,412	2,690	45
46	1,300	1,679	2,013	2,410	2,687	46
47	1,300	1,678	2,012	2,408	2,685	47





48	1,299	1,677	2,011	2,407	2,682	48
49	1,299	1,677	2,010	2,405	2,680	49
50	1,299	1,676	2,009	2,403	2,678	50
51	1,298	1,675	2,008	2,402	2,676	51
52	1,298	1,675	2,007	2,400	2,674	52
53	1,298	1,674	2,006	2,399	2,672	53
54	1,297	1,674	2,005	2,397	2,670	54
55	1,297	1,673	2,004	2,396	2,668	55
d.f	$t_{0,10}$	$t_{0,05}$	$t_{0,025}$	$t_{0,01}$	$t_{0,005}$	d.f
56	1,297	1,673	2,003	2,395	2,667	56
57	1,297	1,672	2,002	2,394	2,665	57
58	1,296	1,672	2,002	2,392	2,663	58
59	1,296	1,671	2,001	2,391	2,662	59
60	1,296	1,671	2,000	2,390	2,660	60
61	1,296	1,670	2,000	2,389	2,659	61
62	1,295	1,670	1,999	2,388	2,657	62
63	1,295	1,669	1,998	2,387	2,656	63
64	1,295	1,669	1,998	2,386	2,655	64
65	1,295	1,669	1,997	2,385	2,654	65
66	1,295	1,668	1,997	2,384	2,652	66
67	1,294	1,668	1,996	2,383	2,651	67
68	1,294	1,668	1,995	2,382	2,650	68
69	1,294	1,667	1,995	2,382	2,649	69
70	1,294	1,667	1,994	2,381	2,648	70
71	1,294	1,667	1,994	2,380	2,647	71
72	1,293	1,666	1,993	2,379	2,646	72
73	1,293	1,666	1,993	2,379	2,645	73
74	1,293	1,666	1,993	2,378	2,644	74
75	1,293	1,665	1,992	2,377	2,643	75
76	1,293	1,665	1,992	2,376	2,642	76
77	1,293	1,665	1,991	2,376	2,641	77
78	1,292	1,665	1,991	2,375	2,640	78
79	1,292	1,664	1,990	2,374	2,640	79
80	1,292	1,664	1,990	2,374	2,639	80
81	1,292	1,664	1,990	2,373	2,638	81
82	1,292	1,664	1,989	2,373	2,637	82
83	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	83
84	1,292	1,663	1,989	2,372	2,636	84
85	1,292	1,663	1,988	2,371	2,635	85
86	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	86
87	1,291	1,663	1,988	2,370	2,634	87
88	1,291	1,662	1,987	2,369	2,633	88
89	1,291	1,662	1,987	2,369	2,632	89
90	1,291	1,662	1,987	2,368	2,632	90
91	1,291	1,662	1,986	2,368	2,631	91
92	1,291	1,662	1,986	2,368	2,630	92
93	1,291	1,661	1,986	2,367	2,630	93
94	1,291	1,661	1,986	2,367	2,629	94
95	1,291	1,661	1,985	2,366	2,629	95



Perpustakaan IAIN Pekalongan

Perpustakaan IAIN Pekalongan

96	1,290	1,661	1,985	2,366	2,628	96
97	1,290	1,661	1,985	2,365	2,627	97
98	1,290	1,661	1,984	2,365	2,627	98
99	1,290	1,660	1,984	2,365	2,626	99



Distribusi Nilai F_{tabel} Untuk Probabilitas 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
1	161	199	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	245	246
2	18.51	19.00	19.16	19.25	19.30	19.33	19.35	19.37	19.38	19.40	19.40	19.41	19.42	19.42	19.43
3	10.13	9.55	9.28	9.12	9.01	8.94	8.89	8.85		8.79	8.76	8.74	8.73	8.71	8.70
4	7.71	6.94	6.59	6.39	6.26	6.16	6.09	6.04	8.81	5.96	5.94	5.91	5.89	5.87	5.86
5	6.61	5.79	5.41	5.19	5.05	4.95	4.88	4.82	6.00	4.74	4.70	4.68	4.66	4.64	4.62
6	5.99	5.14	4.76	4.53	4.39	4.28	4.21	4.15	4.77	4.06	4.03	4.00	3.98	3.96	3.94
7	5.59	4.74	4.35	4.12	3.97	3.87	3.79	3.73	4.10	3.64	3.60	3.57	3.55	3.53	3.51
8	5.32	4.46	4.07	3.84	3.69	3.58	3.50	3.44	3.68	3.35	3.31	3.28	3.26	3.24	3.22
9	5.12	4.26	3.86	3.63	3.48	3.37	3.29	3.23	3.39	3.14	3.10	3.07	3.05	3.03	3.01
10	4.96	4.10	3.71	3.48	3.33	3.22	3.14	3.07	3.18	2.98	2.94	2.91	2.89	2.86	2.85
11	4.84	3.98	3.59	3.36	3.20	3.09	3.01	2.95	3.02	2.85	2.82	2.79	2.76	2.74	2.72
12	4.75	3.89	3.49	3.26	3.11	3.00	2.91	2.85	2.90	2.75	2.72	2.69	2.66	2.64	2.62
13	4.67	3.81	3.41	3.18	3.03	2.92	2.83	2.77	2.80	2.67	2.63	2.60	2.58	2.55	2.53
14	4.60	3.74	3.34	3.11	2.96	2.85	2.76	2.70	2.71	2.60	2.57	2.53	2.51	2.48	2.46
15	4.54	3.68	3.29	3.06	2.90	2.79	2.71	2.64	2.65	2.54	2.51	2.48	2.45	2.42	2.40
16	4.49	3.63	3.24	3.01	2.85	2.74	2.66	2.59	2.59	2.49	2.46	2.42	2.40	2.37	2.35
17	4.45	3.59	3.20	2.96	2.81	2.70	2.61	2.55	2.54	2.45	2.41	2.38	2.35	2.33	2.31
18	4.41	3.55	3.16	2.93	2.77	2.66	2.58	2.51	2.49	2.41	2.37	2.34	2.31	2.29	2.27
19	4.38	3.52	3.13	2.90	2.74	2.63	2.54	2.48	2.46	2.38	2.34	2.31	2.28	2.26	2.23
20	4.35	3.49	3.10	2.87	2.71	2.60	2.51	2.45	2.42	2.35	2.31	2.28	2.25	2.22	2.20
21	4.32	3.47	3.07	2.84	2.68	2.57	2.49	2.42	2.39	2.32	2.28	2.25	2.22	2.20	2.18
22	4.30	3.44	3.05	2.82	2.66	2.55	2.46	2.40	2.37	2.30	2.26	2.23	2.20	2.17	2.15
23	4.28	3.42	3.03	2.80	2.64	2.53	2.44	2.37	2.34	2.27	2.24	2.20	2.18	2.15	2.13
24	4.26	3.40	3.01	2.78	2.62	2.51	2.42	2.36	2.32	2.25	2.22	2.18	2.15	2.13	2.11
25	4.24	3.39	2.99	2.76	2.60	2.49	2.40	2.34	2.30	2.24	2.20	2.16	2.14	2.11	2.09
26	4.23	3.37	2.98	2.74	2.59	2.47	2.39	2.32	2.28	2.22	2.18	2.15	2.12	2.09	2.07
27	4.21	3.35	2.96	2.73	2.57	2.46	2.37	2.31	2.27	2.20	2.17	2.13	2.10	2.08	2.06
28	4.20	3.34	2.95	2.71	2.56	2.45	2.36	2.29	2.25	2.19	2.15	2.12	2.09	2.06	2.04
29	4.18	3.33	2.93	2.70	2.55	2.43	2.35	2.28	2.24	2.18	2.14	2.10	2.08	2.05	2.03
30	4.17	3.32	2.92	2.69	2.53	2.42	2.33	2.27	2.22	2.16	2.13	2.09	2.06	2.04	2.01
31	4.16	3.30	2.91	2.68	2.52	2.41	2.32	2.25	2.21	2.15	2.11	2.08	2.05	2.03	2.00
32	4.15	3.29	2.90	2.67	2.51	2.40	2.31	2.24	2.20	2.14	2.10	2.07	2.04	2.01	1.99
33	4.14	3.28	2.89	2.66	2.50	2.39	2.30	2.23	2.19	2.13	2.09	2.06	2.03	2.00	1.98
34	4.13	3.28	2.88	2.65	2.49	2.38	2.29	2.23	2.18	2.12	2.08	2.05	2.02	1.99	1.97
35	4.12	3.27	2.87	2.64	2.49	2.37	2.29	2.22	2.17	2.11	2.07	2.04	2.01	1.99	1.96
36	4.11	3.26	2.87	2.63	2.48	2.36	2.28	2.21	2.16	2.11	2.07	2.03	2.00	1.98	1.95
37	4.11	3.25	2.86	2.63	2.47	2.36	2.27	2.20	2.15	2.10	2.06	2.02	2.00	1.97	1.95
38	4.10	3.24	2.85	2.62	2.46	2.35	2.26	2.19	2.14	2.09	2.05	2.02	1.99	1.96	1.94
39	4.09	3.24	2.85	2.61	2.46	2.34	2.26	2.19	2.14	2.08	2.04	2.01	1.98	1.95	1.93
40	4.08	3.23	2.84	2.61	2.45	2.34	2.25	2.18	2.13	2.08	2.04	2.00	1.97	1.95	1.92
41	4.08	3.23	2.83	2.60	2.44	2.33	2.24	2.17	2.12	2.07	2.03	2.00	1.97	1.94	1.92
42	4.07	3.22	2.83	2.59	2.44	2.32	2.24	2.17	2.12	2.06	2.03	1.99	1.96	1.94	1.91
43	4.07	3.21	2.82	2.59	2.43	2.32	2.23	2.16	2.11	2.06	2.02	1.99	1.96	1.93	1.91
44	4.06	3.21	2.82	2.58	2.43	2.31	2.23	2.16	2.11	2.05	2.01	1.98	1.95	1.92	1.90
45	4.06	3.20	2.81	2.58	2.42	2.31	2.22	2.15	2.10	2.05	2.01	1.97	1.94	1.92	1.89
50	4.03	3.18	2.79	2.56	2.40	2.29	2.20	2.13	2.10	2.03	1.99	1.95	1.92	1.89	1.87
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.07	2.01	1.97	1.93	1.90	1.88	1.85
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.06	1.99	1.95	1.92	1.89	1.86	1.84
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.04	1.98	1.94	1.90	1.87	1.85	1.82
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.03	1.97	1.93	1.89	1.86	1.84	1.81
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.02	1.96	1.92	1.88	1.85	1.83	1.80
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.01	1.95	1.91	1.88	1.84	1.82	1.79
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	2.00	1.94	1.90	1.87	1.84	1.81	1.79
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94	1.90	1.86	1.83	1.80	1.78
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.99	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	1.98	1.93	1.89	1.85	1.82	1.79	1.77





Usia

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18-30 Tahun	21	21.0	21.0	21.0
31-40 Tahun	45	45.0	45.0	66.0
41-50 Tahun	23	23.0	23.0	89.0
>50 Tahun	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	57	57.0	57.0	57.0
Perempuan	43	43.0	43.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SD	8	8.0	8.0	8.0
SMP	9	9.0	9.0	17.0
SMA	60	60.0	60.0	77.0
Diploma	10	10.0	10.0	87.0
S1	11	11.0	11.0	98.0
S2/S3	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	



Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PNS	13	13.0	13.0	13.0
Karyawan Swasta	55	55.0	55.0	68.0
Valid TNI/POLRI	3	3.0	3.0	71.0
Wiraswasta	20	20.0	20.0	91.0
Lain-lain	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Penghasilan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<1 Juta	3	3.0	3.0	3.0
Valid 1-3 Juta	74	74.0	74.0	77.0
3-5 Juta	17	17.0	17.0	94.0
>5 Juta	6	6.0	6.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama : MOHAMMAD BAHARUDIN
NIM : 2013114315
Tempat, Tgl Lahir : Pekalongan, 7 Desember 1995
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Kewarnagaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Yudha Bakti, No.86 RT 04 RW 01 Medono

IDENTITAS ORANG TUA

Nama Ayah : Herman
Pekerjaan : Wiraswasta
Nama Ibu : Siti Yuniarti
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Yudha Bakti, No.86 RT 04 RW 01 Medono

RIWAYAT PENDIDIKAN

1. SDN Medono 04, lulus tahun 2008
2. SMP N 11 Pekalongan, lulus tahun 2011
3. MAN 2 Pekalongan, lulus tahun 2014
4. IAIN Pekalongan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Prodi Ekonomi Syariah angkatan 2014

Demikian daftar riwayat hidup ini saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 25 Juni 2020

Yang membuat,



Mohammad Baharudin

NIM. 2013114315





KEMENTERIAN AGAMA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PEKALONGAN
Jl. Kusuma Bangsa No. 9 Pekalongan, Telp. (0285) 412575 | Faks. (0285)
423418

Website : perpustakaan.iain-pekalongan.ac.id | Email : perpustakaan@iain-pekalongan.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika IAIN Pekalongan, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : **MOHAMMAD BAHARUDIN**
NIM : 2013114315
Fakultas/Jurusan : FEBI/ Ekonomi Syariah
E-mail address : mohammadbaharudin07@gmail.com
No. Telepon : 085600033880

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan IAIN Pekalongan, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

Tugas Akhir Skripsi Tesis Desertasi Lain-lain
(.....) yang berjudul :

**Pengaruh Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Honda PCX Dengan Harga
Sebagai Variabel Moderating Pada Masyarakat Di Kota Pekalongan**

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan IAIN Pekalongan berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan IAIN Pekalongan, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Pekalongan, 26 Juni 2020



MOHAMMAD BAHARUDIN
NIM. 2013114315

NB: Harap diisi, ditempel meterai dan ditandatangani
Kemudian diformat pdf dan dimasukkan dalam cd