

## DAFTAR PUSTAKA

- Adisaputro, Gunawan. 2014. *Manajemen Pemasaran Analisis Untuk Perancangan Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN.
- Al-Raisuni, Ahmad. 1991. *Majriyatul Mawasid Inda Asy-Syatibi*. Rabath: Dar Al-Asman.
- Amir, M. Taufiq. 2005. *Dinamika Pemasaran*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Anuwichanont, Jirawat. 2011. "The Impact of Price Perception On Costumer Loyalty In The Airline Context," *Journal of Business & Economics Research* 9, no.9.
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Asri, Rusdi. 2012. "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembeli pada Warung Makan disekitar Kampus IAIN Antasari Banjarmasin". Skripsi IAIN Antasari Banjarmasin Fakultas Syariah.
- Asy-Syatibi. 1975. *Al-Muqafaqat Fi Unlasy-Syariah*. Beirut: Daral Al-Marifah.
- Darsono. 2013. "Analisis Pengendalian Kualitas Produk dalam Upaya Mengendalikan Tingkat Kerusakan Produk." *Jurnal Ekonomi-Manajemen- Akuntansi* no. 35.
- Cannon, Joseph P, Wiliam D. Perreault, Jr., E. Jerome McCarthy. 2009. *Pemasaran Dasar Pendekatan Manajerial Global Edisi 16 Buku 2*, terj. Diana Angelica dan Ria Cahyani. Jakarta: Salemba Empat.
- Chaudhry, Muhammad Sharif, 2012. *Sistem Ekonomi Islam Prinsip Dasar*. Jakarta: Kencana.

- David, Fred R. 2009. *Strategic Management Manajemen Strategis Konsep Buku 1 Edisi 12*. Jakarta:Salemba Empat.
- Fristiana, Dessy Amelia. 2012. "Pengaruh Citra Merek dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Ramai Swalayan Peterongan Semarang" *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis* 1 no.1.
- Fianto, Achmad Yanu Alif, 2014 "The Influence of Brand Image on Purchase Behavior Through Brand Trust," *Macrothink Institute* 5, no. 2.
- Ghozali, Imam. 2011. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 19*. Semarang:Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hasan, Ali. 2013. *Marketing dan Kasus-kasus Pilihan*. Yogyakarta:CAPS.
- IAIN Antasari, *Setengah Abad IAIN Antasari Banjarmasin Jalan Menuju Universitas Islam Negeri Antasari*.
- Ismā'īl, Abī Al-Fida bin 'Umar bin Kathīr Al-Qurshī Ad-Dimashqī. 1994. *Tafsīr Al-Qur'an Al-Azīm Jilid 6*, diterjemah oleh M.Abdul (Kairo: Mu-assah Daar al-Hilaal.
- Kementerian Agama RI. 2011. *Al-Fattah Al-Qur'an 20 Baris Terjemah*" Bandung: CV. Mikraj Graha Ilmu.
- Kasiram, Moh. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*. Malang:UIN Maliki Press.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. terj. Bob Sabran .Jakarta:PT. Erlangga.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2008. *Manajemen Pemasaran. Jilid Satu, Edisi 12*. Terj. Benyamin Molan. Jakarta: Penerbit Indeks.

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Jilid Satu Edisi 13*. Terj. Bob Sabran. Jakarta: Erlangga.

Kurniasari, Nova Dhita. 2010. , “*Analisis Pengaruh Harga, Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Warung Steak dan Shake Cabang Jln. Sriwijaya11 Semarang)*,” Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Semarang, Semarang.

Kurniawan, Albert. 2014. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis Teori, konsep, dan Praktik Penelitian Bisnis (Dilengkapi Perhitungan Pengolahan Data dengan IBM SPSS 22.0)*. Bandung: Alfabeta.

Kusdyah, Ike. 2012. “*Persepsi harga, Persepsi Merek, Persepsi Nilai dan Keinginan Pembelian Ulang Jasa clinic Kesehatan (Studi Kasus Clinic Surabaya)*,” *Jurnal Manajemen Pemasaran* 7, no.1.

Lubis, Suhrawardi K, dan Farid Wajdi. 2012. *Hukum Ekonomi Islam*. Jakarta: Sinar Grafika.

Malik, Fozia, Sara Yaqoob, dan Abid Samih Aslam. 2012. “*The Impact of Price, Service Quality, and Brand Image on Costumer Loyalty (Study of Hospitality Industry in Pakistan)*,” *IJCRB* 4 no. 5.

Maski, Ghozali. 2010. “*Analisis Keputusan Nasabah Menabung: Pendekatan Komponen dan Model Logistik Studi pada Bank Syariah di Malang*” *Journal of Indonesian Applied Economics* 4, no. 1.

Muflih Muhammad. 2006. *Perilaku Konsumen Dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Muhammad.2004. *Etika Bisnis Islami*. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.

Muslim, Lil Imam Abil Husaini Bin Al- Hujaji Al-Qusyairi An-Naisi Buri. 1992. *Shahih Muslim Hadis ke 1715 Jilid 2*. Bairut: Dar Al-Fikr.

Narita, Chandra Dwi. 2012. “*Analisis Brand Image Handphone Nokia (Studi Kasus pada Mahasiswa SI IPB)*”. Skripsi IPB, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Bogor.

Natalia, Florensy. 2014 “Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian pada PT. Chandra Jaya Sukses (Produk Kursi Recliner Merek Lazboy.” *Jurnal akuntansi dan Manajemen Esa Unggul* 2 no. 2.

Dewi, Ni Nyoman Ayu Suri Tri Cahyaning dan I Gusti Agung Ketut Gede Suasana. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Materialisme Terhadap Loyalitas Merek Pengguna Produk Apple di Kota Denpasar,” *Artikel Manajemen* 3. no. 3 (2014).

Novia, Dinia. 2013. “Strategi Komunikasi Manager Marketing PT. Garuda Nusantara Realty dalam Menarik Minat Konsumen Sampai Keputusan Membeli ( Study pada Pemasaran Komplek Perumahan Puri Indah Kencana Samarinda),” *eJournal Ilmu Komunikasi* 1, no.3.

Petra, Meresova. 2012. ” Research of the Behavior of Consumers in the Insurance Market in the Czech Republic,” *Journal of Competitiveness*, 4.

Pratama, Rizky Anugerah. 2012. “*Analisis Pengaruh Citra Merek, Daya Tarik Iklan, dan Harga Terhadap Minat Beli Smartphone Nokia Lumia*”. Skripsi Universitas Diponegoro Semarang Fakultas Ekonomika dan Bisnis, Semarang.

Prawira, Bayu dan Ni Nyoman Kerti Yasa. 2014. “Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk *Smartphone* Samsung Di Kota Denpasar.” *E-Jurnal Manajemen Universitas Undayana* 3, No 12.

Profil dan Buku Panduan Akademik. 2012. Fakultas Syariah IAIN Antasari Banjarmasin. Sunyoto,

Pusat Pengkajian dan Pengembangan Ekonomi Islam (P3EI). 2014. *Ekonomi Islam*. Jakarta: Rajawali Pers.

- Ramadhani, Fauziah. 2015. “ Pengaruh Kualitas, Harga, dan Citra Merek Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian LCGC Toyota Agya di Wilayah Jabodetabek”. Skripsi Fakultas IPB, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Bogor.
- Ranjbarian, Bahram, Ali Sanayei, dan Majid Rashid Kaboli. 2012. “An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Costumer Satisfaction and Re-purchase Intention in Iranian Department Stores,” *Intrenasional Journal of Business and Management* 7, no.6.
- Rizal dan Asnan Furinto. 2009. *Marketing Reloaded Kompilasi Konsep dan praktik Pemasaran*. Jakarta:Salemba Empat.
- Rizki, Ainur Rofiq. 2015. ”Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian iPhone (Studi Kasus Pada Universitas Muhammadiyah Surakarta)” Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Surakarta, Surakarta.
- Srijanti, Purwanto S.K, dan Wahyudi Pramono. 2007. *Etika Membangun Masyarakat Islam Modern*. Yogyakarta:Graha Ilmu.
- Saidani, Basrah. 2012. “Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas layanan terhadap Kepuasan Konsumen dan Minat Beli pada Ranch Market,” *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia* 3, no.1.
- Sangadji, Etta Mamang. 2013. *Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis*. Yogyakarta: ANDI.
- Sari, Evi Novita. 2013. ”Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Televisi di Pondok Elektronik”.Skripsi IAIN Antasari Banjarmasin Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, Banjarmasin.
- Setiadi, Nugroho J. 2003. *Perilaku Konsumen Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Jakarta:Kencana.

- Setyanto, Budi, dkk. 2006. *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.
- Shihab, M. Quraish. 2002. *Tafsir Al-Misbah Volume 9*. Jakarta:Lentera Hati.
- . 2002. *Tafsir Al-Misbah Volume 13*. Jakarta:Lentera Hati.
- Siswanto, Aries Victorianus. 2012. *Strategi dan Langkah-langkah Penelitian*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung:Alfabeta.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi*. Yogyakarta:Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. Wiratna, 2014. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2015. *SPSS untuk Penelitian*. Yogyakarta:Pustaka Baru Press.
- Suliyanto. 2006. *Metode Riset Bisnis*. Yogyakarta:ANDI.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Bogor:Ghalia Indonesia.
- Sunyoto Danang. 2012. *Praktik Riset Perilaku Konsumen (Teori, Alat, dan Analisis Data)* Yogyakarta:CAPS.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Sederhana untuk Mengenal Konsumen)* Yogyakarta:CAPS.
- Sunyoto, Danang. 2014. *Studi kelayakan bisnis*. Yogyakarta:CAPS.
- Suryana, Agus. 2007. *Strategi Pemasaran untuk Pemula*. Jakarta:EDSA Mahkota.

W, Abul Harits Agung. 2013. “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Layanan, Harga, dan *Brand Image* Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen Mie Setan Jember”. Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Jember.

Yuliana. 2015. “*Pengaruh Variasi Produk dan Display layout Terhadap Minat Konsumen Muslim di Toko Bandengan Juwana Wlerina Semarang*”. Skripsi Universitas Islam Negeri Walisongo, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Semarang.

Yuniati, Mita dan Mein Kharnolis. 2013. ” Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Konsumen Terhadap Produk Rabbani.” *e-Journal* 2, no.3.

Zaini, Ahmad Baihaqi. 2013. “ Analisis Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pasta Gigi Pepsodent Di wilayah Jakarta Timur)”. Skripsi UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jakarta

#### **Internet:**

Al Huda, Muslim, *Standar Kualitas Produk dan Jasa dalam Kontek Kriteria lembaga pendidikan bermutu*. Jember: Berbagi Ilmu Meza, 2011. <http://mezazainul.blogspot.co.id/2012/03/standar-kualitas-produk-dan-jasa-dalam.html>. (9 maret 2016).

Audryadrian, *Perkembangan iPhone dari Tahun ke Tahun* ( Game News, 2014), <http://playtoko.com/hub/perkembangan-iphone-dari-tahun-ke-tahun.4418/> ( 25 April 2016).

<http://www.iain-antasari.ac.id/sejarah-iain-antasari>. (25 April 2016).

<https://id.wikipedia.org>.(19 November 2015)

[https://id.wikipedia.org/wiki/Apple\\_Inc.#Telepon\\_pintar](https://id.wikipedia.org/wiki/Apple_Inc.#Telepon_pintar). (25 April 2016)

<http://vindhita-rainbow.blogspot.co.id/2011/05/ultimate-goal.html>” (27 Maret 2016)

Jonas, *Marketing Mix (Bauran)* (Bandung: Blogger, 2011), <http://jonaspunya.blogspot.co.id/2011/11/bauran-pemasaran-marketing-mix.html>. (20 Maret 2016).

*Kamus Besar Bahasa Indonesia*, <http://kbbi.web.id>.

Kurniawati, Hanie, *Literatur Review : Pentingkah Etika Bisnis Bagi Perusahaan* (Bandung:Academia,2015).[https://www.academia.edu/10025610/Jurnal\\_Etika\\_Bisnis](https://www.academia.edu/10025610/Jurnal_Etika_Bisnis), (27 Maret 2016).

Mulyono,Sugeng. *Teori Perilaku Konsumen dalam Perspektif Ilmu Ekonomi Islam* (Jakarta: Lembaga Penelitian dan Pengabdian masyarakat, 2013). <http://lppm.universitazazzahra.ac.id/teori-perilaku-konsumen-dalam-perspektif-ilmu-ekonomi-islam/> (1 Juni 2016)

Nastri Yani, *Sejarah dan perkembangan iPhone* (Arsip Blog, 2013). <http://nastri93.blogspot.co.id/> (10 April 2016).

Pogo, Tajuddin. *Larangan Berlaku Boros* (Jakarta: Ikatan Da'i Indonesia, 2014). <http://www.ikadi.or.id/artikel/tafakkur/1101-larangan-berlaku-boros.html>. (23 Mei 2016).



## Kuesioner

### **PENELITIAN PENGARUH *BRAND IMAGE*, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP MINAT KONSUMEN PADA PRODUK iPHONE**

Kuesioner ini merupakan alat untuk memperoleh dan mengumpulkan data tentang masalah pengaruh *brand image*, kualitas produk dan persepsi harga terhadap minat konsumen pada salah satu produk *smartphone* yaitu iPhone. Kuesioner ini terdiri dari dua bagian, yaitu: pertama, pertanyaan-pertanyaan yang berkenaan dengan data diri anda sebagai responden, yang dilakukan dengan cara mengisi pertanyaan dengan jawaban yang tepat. Kedua, pertanyaan-pertanyaan yang berbentuk pilihan dengan empat alternatif jawaban. Anda diharapkan mengisi jawaban dengan benar pada kolom yang telah disediakan. Maka dengan ini kami mengharapkan bantuan anda untuk memberi jawaban pada setiap pertanyaan dalam daftar kuesioner yang sesuai dengan keadaan sebenarnya.

#### **A. Identitas Responden :**

1. Nama :
2. NIM :
3. Jurusan :

4. Merek *handphone* yang dipakai sekarang :

5. Penghasil per-bulan (Pemberian orang tua/ :

penghasilan sendiri\*)

a. < Rp. 1.000.000

b. Rp. 1.000.000 - Rp. 2.000.000

c. > Rp .2.000.000 - Rp. 3.000.000

d. > Rp. 3.000.000

## **B. Petunjuk Pengisian Kuesioner :**

Berilah tanda silang (X) pada salah satu kolom yang tersedia pada setiap pertanyaan yang ada di bawah ini, dan yang paling sesuai dengan diri anda.

### **Keterangan :**

- a. SS = Sangat Setuju
- b. S = Setuju
- c. TS = Tidak Setuju
- d. STS = Sangat Tidak Setuju

## Daftar Pertanyaan

### *Brand Image (X1)*

No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
1	iPhone memiliki keunggulan dalam kejernihan kamera yang digunakan				
2	Aksesoris untuk iPhone mudah dijumpai di toko-toko perlengkapan <i>handphone</i>				
3	Desain yang diusung pada iPhone sangat menarik perhatian konsumen				
4	Desain iPhone terlihat lebih mewah dari <i>smartphone</i> yang lain				
5	Inovasi desain yang ditawarkan iPhone berbeda dengan <i>smartphone</i> merek lain				
6	Harga yang bervariasi pada iPhone sesuai dengan keunggulan pada spesifikasi yang ditawarkan				
7	iPhone banyak digunakan oleh orang-orang disekitar saya				
8	iPhone adalah merek <i>Smartphone</i> yang mudah saya ingat				

9	iPhone memiliki logo yang mudah saya ingat				
10	Nama iPhone yang tidak terlalu sulit untuk diucapkan				
11	iPhone memberikan dan menambah rasa percaya diri yang tinggi pada pemakaiannya.				

**Kualitas Produk (X2)**

No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
12	iPhone memiliki kinerja yang berkualitas tinggi				
13	iPhone merupakan kategori <i>smartphone</i> yang tidak mudah rusak				
14	iPhone adalah <i>smartphone</i> yang memiliki <i>casing</i> dengan ketahanan yang baik				
15	Beberapa produk iPhone menggunakan <i>touch id</i> (sensor sidik jari) yang mampu menjaga keamanan data pada <i>smartphone</i>				
16	Spesifikasi yang dimiliki iPhone sesuai dengan keterangan pada iklan-iklan yang dipromosikan oleh perusahaan				
17	iPhone memiliki layar <i>touch screen</i> (layar sentuh) yang jernih.				
18	iPhone merupakan kategori <i>smartphone</i> dengan kualitas yang baik				
19	iPhone memiliki fitur yang menarik dan sangat bermanfaat				

**Persepsi Harga (X3)**

No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
20	Berbagai macam harga yang ditawarkan membuat iPhone mudah dimiliki masyarakat.				
21	Harga yang ditawarkan iPhone kompetitif dibandingkan dengan <i>smartphone</i> lain				
22	Harga yang ditawarkan untuk iPhone sesuai dengan kualitas yang diberikan				
23	Harga iPhone sesuai dengan manfaat yang diberikan				

**Minat Konsumen (Y)**

No	Pertanyaan	Jawaban			
		SS	S	TS	STS
24	Saya mengetahui informasi tentang iPhone dari beberapa media cetak dan elektronik				
25	Saya menyukai iPhone karena merupakan merek <i>smartphone</i> yang terkenal				
26	iPhone merupakan kategori <i>smartphone</i> yang paling bagus				

27	Aplikasi yang digunakan pada iPhone lebih unggul dari <i>smartphone</i> lain				
28	Saya melihat spesifikasi iPhone yang sangat bagus				
29	Saya menyukai iPhone karena beberapa kelebihan yang tidak dimiliki <i>smartphone</i> lain				
30	Saya berminat dengan iPhone karena mudah dioperasikan dan digunakan				
31	Saya akan membeli iPhone kalau uang yang saya miliki cukup				
32	Jenis iPhone memiliki harga bervariasi sehingga saya dapat memilih sesuai dengan keuangan saya				
33	Saya berminat untuk menggunakan iPhone karena teman yang merekomendasikannya.				

**Terima kasih atas partisipasi anda.**



### Distribusi Jawaban Responden (N=94)

Responden	Jawaban Pertanyaan ke																																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31	32	33	
1	3	4	4	3	4	2	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
2	4	3	3	3	4	4	2	4	4	4	2	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	2
3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	
4	3	4	4	4	4	1	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3
5	4	2	4	4	4	1	3	2	4	4	4	4	2	3	4	2	4	3	4	2	2	3	3	1	3	3	3	3	4	2	4	2	3	
6	3	2	4	3	1	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	4	3	3	1	2	2	3	2	1	2	3	3	3	2	2	3	2	
7	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	4	2	3	4	2	4	3	3	4	1	
8	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	
9	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	2	3	3	4	2	2	2	2	3	3	3	2	3	3	
10	4	3	3	3	2	4	1	3	4	3	4	4	2	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	4	4	4	3	3	2	2	2	2	
11	3	4	3	3	3	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	
12	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	2	1	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	1	
13	2	2	3	4	2	2	2	3	3	4	3	3	1	2	3	2	3	2	3	1	1	2	2	3	4	2	2	2	3	2	4	3	2	
14	2	2	3	1	2	2	1	4	4	3	4	3	1	2	3	2	3	1	3	1	1	2	2	3	4	2	1	1	3	2	4	3	1	
15	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	1	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	
16	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	2	3	3	3	4	3	4	4	2	4	3	3	4	2	3	3	3	2	3	3	2	
17	3	2	4	4	2	3	3	4	4	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	2	1
18	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	4	4	4	4	2	
19	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	
20	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	
21	3	4	3	4	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	1	1	1	1	3	2	2	2	2	3	2	2	3	2	
22	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	2	4	4	4	2	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
23	3	2	4	4	4	4	2	1	4	2	3	3	2	3	3	3	3	4	3	1	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	2	

24	4	3	3	4	3	2	2	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	1		
25	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2		
26	3	2	3	3	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3			
27	4	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	1	1	3	1		
28	4	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2		
29	3	2	4	4	3	4	2	3	3	4	4	3	2	3	4	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	2		
30	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3		
31	3	3	3	3	4	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	3	
32	4	3	4	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
33	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	4	4	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	
34	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	1	2	1	1		
35	4	3	3	2	3	3	3	3	2	3	1	2	1	1	3	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
36	3	3	2	3	3	3	4	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	
37	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	2	4	3	2	2	3	3	2	3	2	2	2		
38	3	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
39	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	4	3	3	3	3	
40	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
41	3	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	
42	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2
43	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	
44	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	1	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	
45	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
46	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	2	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	
47	3	2	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3
48	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	
49	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	2	

50	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	2	
51	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
52	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
53	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
54	4	3	3	4	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	
55	3	2	4	4	3	3	2	2	4	2	4	3	3	4	3	3	3		4	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	
56	4	2	3	3	2	2	1	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
57	4	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	
58	3	2	3	4	4	3	3	3	2	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	
59	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	
60	4	3	3	4	3	3	2	3	4	4	2	3	2	2	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	1	3	2		
61	4	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	2		
62	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	2	
63	3	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	
64	3	3	4	2	3	3	2	3	4	4	2	3	2	2	3	3	3	4	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	
65	2	1	3	1	3	4	1	3	3	3	3	2	1	3	3	3	2	3	2	1	1	2	2	3	2	1	3	2	2	2	2	2	2	1	
66	3	2	3	4	4	3	2	1	2	2	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	2	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	
67	2	2	2	2	3	1	1	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
68	2	2	2	2	2	2	1	3	3	3	2	2	2	2	3	2	3	3	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	
69	4	3	3	4	4	3	2	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	
70	3	3	3	2	2	3	3	2	3	4	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	3	2	3	1	
71	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	
72	2	3	3	2	3	2	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	1	2	2	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	
73	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
74	3	4	4	4	2	4	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4
75	3	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	1	3	2	2	3	2	3	2	3	2	3	2	3	2	2	

76	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	3	2	
77	2	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	3	3	2
78	4	3	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2
79	4	4	4	4	3	3	2	2	2	3	1	3	2	2	3	3	3	3	2	1	1	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
80	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	1	3	3	3	3	3	4	3	2	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
81	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2
82	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	2	3
83	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	4	3	3	2	1	1	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2
84	2	3	2	3	3	3	2	1	3	3	1	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2
85	3	1	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4
86	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	2	2	2	2	1
87	3	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	1	2	3	2	2	2	2	1	1	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	2	2
88	4	3	3	4	3	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	2	2	4	3	3	2	2	2	2
89	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2
90	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	1	3	4	4	4	3	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	2
91	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	3	2	2	2
92	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	2	2	1	2	3	3	4	3	3	1	1	3	3	3	3	2	2	3	3	4	3	2	
93	3	2	3	3	2	2	2	3	3	2	3	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	1	1	1
94	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3











**Hasil Uji Validitas Variabel X3 (Item Pertanyaan Nomor 20-23)**

**Correlations**

		X3_20	X3_21	X3_22	X3_23	Total X3
X3_20	Pearson Correlation	1	.474	.394	.277	.738
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.007	.000
	N	94	94	94	94	94
X3_21	Pearson Correlation	.474	1	.346	.302	.718
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.003	.000
	N	94	94	94	94	94
X3_22	Pearson Correlation	.394	.346	1	.714	.803
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000
	N	94	94	94	94	94
X3_23	Pearson Correlation	.277	.302	.714	1	.742
	Sig. (2-tailed)	.007	.003	.000		.000
	N	94	94	94	94	94
Total X3	Pearson Correlation	.738	.718	.803	.742	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	94	94	94	94	117





### Hasil Uji Reliabilitas X1

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.754	11

### Hasil Uji Reliabilitas X2

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.782	8

### Hasil Uji Reliabilitas X3

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.737	4

### Hasil Uji Reliabilitas Y

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
0.866	10

### Hasil Uji Asumsi Klasik

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		94
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0
	Std. Deviation	3.08763303
Most Extreme Differences	Absolute	0.043
	Positive	0.035
	Negative	-0.043
Kolmogorov-Smirnov Z		0.421
Asymp. Sig. (2-tailed)		0.994

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-3.226	2.934		-1.1	0.274		
	Total X1	0.182	0.1	0.155	1.811	0.074	0.631	1.584
	Total X2	0.791	0.162	0.474	4.891	0	0.492	2.031
	Total X3	0.572	0.216	0.243	2.644	0.01	0.546	1.832

a. Dependent Variable: Total Y

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.764 <sup>a</sup>	0.583	0.569	3.13867	1.957

a. Predictors: (Constant), Total X3, Total X1, Total X2

b. Dependent Variable: Total Y

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.152	1.729		0.666	0.507
	Total X1	0.071	0.059	0.158	1.206	0.231
	Total X2	-0.078	0.095	-0.122	-0.82	0.414
	Total X3	0.077	0.127	0.085	0.604	0.547

a. Dependent Variable: ABS

### Hasil Analisis Regresi Berganda

#### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total X3, Total X1, Total X2	.	Enter

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.764	.583	.569	3.13867	1.957

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1241.131	3	413.710	41.996	.000
	Residual	886.613	90	9.851		
	Total	2127.745	93			



**Coefficientsa**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.226	2.934		-1.100	.274
	Total X1	.182	.100	.155	1.811	.074
	Total X2	.791	.162	.474	4.891	.000
	Total X3	.572	.216	.243	2.644	.010

**Tabel r pada alfa 5%**

<b>df</b>	<b>r</b>	<b>df</b>	<b>r</b>	<b>df</b>	<b>r</b>
<b>1</b>	0.9980	<b>36</b>	0.2750	<b>71</b>	0.1940
<b>2</b>	0.9000	<b>37</b>	0.2710	<b>72</b>	0.1930
<b>3</b>	0.8050	<b>38</b>	0.2670	<b>73</b>	0.1910
<b>4</b>	0.7290	<b>39</b>	0.2640	<b>74</b>	0.1900
<b>5</b>	0.6690	<b>40</b>	0.2610	<b>75</b>	0.1890
<b>6</b>	0.6220	<b>41</b>	0.2570	<b>76</b>	0.1880
<b>7</b>	0.5820	<b>42</b>	0.2540	<b>77</b>	0.1860
<b>8</b>	0.5490	<b>43</b>	0.2510	<b>78</b>	0.1850
<b>9</b>	0.5210	<b>44</b>	0.2480	<b>79</b>	0.1840
<b>10</b>	0.4970	<b>45</b>	0.2460	<b>80</b>	0.1830
<b>11</b>	0.4760	<b>46</b>	0.2430	<b>81</b>	0.1820
<b>12</b>	0.4580	<b>47</b>	0.2400	<b>82</b>	0.1810
<b>13</b>	0.4410	<b>48</b>	0.2380	<b>83</b>	0.1800
<b>14</b>	0.4260	<b>49</b>	0.2350	<b>84</b>	0.1790
<b>15</b>	0.4120	<b>50</b>	0.2330	<b>85</b>	0.1780
<b>16</b>	0.4000	<b>51</b>	0.2280	<b>86</b>	0.1770
<b>17</b>	0.3890	<b>52</b>	0.2260	<b>87</b>	0.1760
<b>18</b>	0.3780	<b>53</b>	0.2240	<b>88</b>	0.1750
<b>19</b>	0.3690	<b>54</b>	0.2220	<b>89</b>	0.1740
<b>20</b>	0.3600	<b>55</b>	0.2200	<b>90</b>	0.1730
<b>21</b>	0.3520	<b>56</b>	0.2180	<b>91</b>	0.1720
<b>22</b>	0.3440	<b>57</b>	0.2160	<b>92</b>	0.1710
<b>23</b>	0.3370	<b>58</b>	0.2140	<b>93</b>	0.1700
<b>24</b>	0.3300	<b>59</b>	0.2130	<b>94</b>	0.1690

<b>25</b>	0.3230	<b>60</b>	0.2110	<b>95</b>	0.1680
<b>26</b>	0.3230	<b>61</b>	0.2090	<b>96</b>	0.1670
<b>27</b>	0.3170	<b>62</b>	0.2080	<b>97</b>	0.1660
<b>28</b>	0.3120	<b>63</b>	0.2060	<b>98</b>	0.1650
<b>29</b>	0.3060	<b>64</b>	0.2040	<b>99</b>	0.1650
<b>30</b>	0.3010	<b>65</b>	0.2030	<b>100</b>	0.1640
<b>31</b>	0.2960	<b>66</b>	0.2010		
<b>32</b>	0.2910	<b>67</b>	0.2000		
<b>33</b>	0.2870	<b>68</b>	0.1980		
<b>34</b>	0.2830	<b>69</b>	0.1970		
<b>35</b>	0.2790	<b>70</b>	0.1950		

Sumber: V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015)

**Tabel t**

<b>df</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>df</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>	<b>df</b>	<b>0.05</b>	<b>0.025</b>
<b>1</b>	6.314	12.706	<b>36</b>	1.688	2.280	<b>71</b>	1.667	1.994
<b>2</b>	2.920	4.303	<b>37</b>	1.687	2.026	<b>72</b>	1.666	1.993
<b>3</b>	2.353	3.182	<b>38</b>	1.686	2.024	<b>73</b>	1.666	1.993
<b>4</b>	2.132	2.776	<b>39</b>	1.685	2.023	<b>74</b>	1.666	1.993
<b>5</b>	2.015	2.571	<b>40</b>	1.684	2.021	<b>75</b>	1.665	1.992
<b>6</b>	1.943	2.447	<b>41</b>	1.683	2.020	<b>76</b>	1.665	1.992
<b>7</b>	1.895	2.365	<b>42</b>	1.682	2.018	<b>77</b>	1.665	1.991
<b>8</b>	1.860	2.306	<b>43</b>	1.681	2.170	<b>78</b>	1.665	1.991
<b>9</b>	1.833	2.262	<b>44</b>	1.680	2.150	<b>79</b>	1.664	1.990
<b>10</b>	1.812	2.228	<b>45</b>	1.679	2.140	<b>80</b>	1.664	1.990
<b>11</b>	1.798	2.201	<b>46</b>	1.679	2.130	<b>81</b>	1.664	1.990
<b>12</b>	1.782	2.179	<b>47</b>	1.678	2.120	<b>82</b>	1.664	1.989
<b>13</b>	1.771	2.160	<b>48</b>	1.677	2.011	<b>83</b>	1.663	1.989

<b>14</b>	1.761	2.145	<b>49</b>	1.677	2.010	<b>84</b>	1.663	1.989
<b>15</b>	1.753	2.131	<b>50</b>	1.676	2.009	<b>85</b>	1.663	1.988
<b>16</b>	1.746	2.120	<b>51</b>	1.675	2.008	<b>86</b>	1.663	1.988
<b>17</b>	1.740	2.110	<b>52</b>	1.675	2.007	<b>87</b>	1.663	1.987
<b>18</b>	1.734	2.101	<b>53</b>	1.674	2.006	<b>88</b>	1.662	1.987
<b>19</b>	1.729	2.093	<b>54</b>	1.674	2.005	<b>89</b>	1.662	1.987
<b>20</b>	1.725	2.086	<b>55</b>	1.673	2.004	<b>90</b>	1.662	1.987
<b>21</b>	1.721	2.080	<b>56</b>	1.673	2.003	<b>91</b>	1.662	1.986
<b>22</b>	1.717	2.074	<b>57</b>	1.672	2.002	<b>92</b>	1.662	1.986
<b>23</b>	1.714	2.069	<b>58</b>	1.672	2.002	<b>93</b>	1.661	1.986
<b>24</b>	1.711	2.064	<b>59</b>	1.671	2.001	<b>94</b>	1.661	1.986
<b>25</b>	1.708	2.060	<b>60</b>	1.671	2.000	<b>95</b>	1.661	1.985
<b>26</b>	1.706	2.056	<b>61</b>	1.670	2.000	<b>96</b>	1.661	1.985
<b>27</b>	1.703	2.052	<b>62</b>	1.670	1.999	<b>97</b>	1.661	1.985
<b>28</b>	1.701	2.048	<b>63</b>	1.669	1.998	<b>98</b>	1.661	1.984

<b>29</b>	1.699	2.045	<b>64</b>	1.669	1.998	<b>99</b>	1.660	1.984
<b>30</b>	1.697	2.042	<b>65</b>	1.699	1.997	<b>100</b>	1.660	1.984
<b>31</b>	1.696	2.040	<b>66</b>	1.668	1.997			
<b>32</b>	1.694	2.037	<b>67</b>	1.668	1.996			
<b>33</b>	1.692	2.035	<b>68</b>	1.668	1.995			
<b>34</b>	1.691	2.032	<b>69</b>	1.667	1.995			
<b>35</b>	1.690	2.030	<b>70</b>	1.667	1.994			

Sumber: V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015)

**Tabel distribusi F untuk alpha 5%**

<b>v2/v1</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>7</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>10</b>
<b>1</b>	161.448	199.50	215.707	224.583	230.162	233.986	236.768	238.883	240.543	241.882
<b>2</b>	18.513	19.00	19.164	19.247	19.296	19.33	19.3535	19.371	19.385	19.396
<b>3</b>	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013	8.941	8.887	8.845	8.812	8.786
<b>4</b>	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256	6.163	6.094	6.041	5.999	5.964
<b>5</b>	6.608	5.786	5.409	5.192	5.05	4.95	4.876	4.818	4.772	4.735
<b>6</b>	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	4.284	4.207	4.147	4.099	4.06
<b>7</b>	5.591	4.737	4.347	4.12	3.072	3.866	3.787	3.726	3.677	3.637
<b>8</b>	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687	3.581	3.5	3.438	3.388	3.347
<b>9</b>	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482	3.374	3.293	3.23	3.179	3.137
<b>10</b>	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326	3.217	3.135	3.072	3.02	2.978
<b>11</b>	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204	3.095	3.012	2.948	2.896	2.854
<b>12</b>	4.747	3.885	3.49	3.259	3.106	2.996	2.913	2.849	2.796	2.753
<b>13</b>	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025	2.915	2.832	2.767	2.714	2.671
<b>14</b>	4.6	3.739	3.344	3.112	2.958	2.848	2.764	2.699	2.646	2.602
<b>15</b>	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901	2.79	2.707	2.641	2.588	2.544
<b>16</b>	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852	2.741	2.657	2.591	2.538	2.494
<b>17</b>	4.451	3.592	3.197	2.965	2.81	2.699	2.614	2.548	2.494	2.45
<b>18</b>	4.414	3.555	3.16	2.928	2.773	2.661	2.577	2.51	2.456	2.412
<b>19</b>	4.381	3.522	3.127	2.895	2.74	2.628	2.544	2.477	2.423	2.378
<b>20</b>	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711	2.599	2.514	2.447	2.393	2.348
<b>21</b>	4.325	3.467	3.072	2.84	2.685	2.573	2.488	2.42	2.366	2.321
<b>22</b>	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661	2.549	2.464	2.397	2.342	2.297
<b>23</b>	4.279	3.422	3.028	2.796	2.64	2.528	2.442	2.375	2.32	2.275

<b>24</b>	4.26	3.403	3.009	2.776	2.621	2.508	2.423	2.355	2.3	2.255
<b>25</b>	4.242	3.385	2.991	2.759	2.03	2.49	2.405	2.337	2.282	2
<b>26</b>	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587	2.474	2.388	2.321	2.265	2.22
<b>27</b>	4.21	3.354	2.96	2.728	2.572	2.459	2.373	2.305	2.25	2.204
<b>28</b>	4.196	3.34	2.947	2.714	2.558	2.445	2.359	2.291	2.236	2.19
<b>29</b>	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545	2.432	2.346	2.278	2.223	2.177
<b>30</b>	4.171	3.316	2.944	2.69	2.534	2.421	2.334	2.266	2.211	2.165
<b>31</b>	4.16	3.305	2.911	2.679	2.523	2.409	2.323	2.255	2.199	2.153
<b>32</b>	4.149	3.295	2.901	2.688	2.512	2.399	2.313	2.244	2.189	2.142
<b>33</b>	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503	2.389	2.303	2.235	2.179	2.133
<b>34</b>	4.13	3.276	2.883	2.65	2.494	2.38	2.294	2.225	2.17	2.123
<b>35</b>	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485	2.372	2.285	2.217	2.161	2.114
<b>36</b>	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477	2.364	2.277	2.209	2.153	2.106
<b>37</b>	4.105	3.252	2.859	2.626	2.47	2.356	2.27	2.201	2.145	2.098
<b>38</b>	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463	2.349	2.262	2.194	2.138	2.091
<b>39</b>	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456	2.342	2.255	2.187	2.131	2.084
<b>40</b>	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449	2.336	2.249	2.18	2.124	2.077
<b>41</b>	4.079	3.226	2.833	2.6	2.443	2.33	2.243	2.174	2.118	2.071
<b>42</b>	4.073	3.22	2.827	2.594	2.438	2.324	2.237	2.168	2.112	2.065
<b>43</b>	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	2.318	2.232	2.163	2.106	2.059
<b>44</b>	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	2.313	2.226	2.157	2.101	2.054
<b>45</b>	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	2.308	2.221	2.152	2.096	2.049
<b>46</b>	4.052	3.2	2.807	2.574	2.417	2.304	2.216	2.147	2.091	2.044
<b>47</b>	4.047	3.195	2.802	2.57	2.413	2.299	2.212	2.143	2.086	2.039
<b>48</b>	4.043	3.191	2.798	2.565	2.409	2.295	2.207	2.138	2.082	2.035
<b>49</b>	4.038	3.187	2.794	2.561	2.404	2.29	2.203	2.134	2.077	2.03



50	4.034	3.183	2.79	2.557	2.4	2.286	2.199	2.13	2.073	2.026
51	4.03	3.179	2.786	2.553	2.397	2.283	2.195	2.126	2.069	2.022
52	4.027	3.175	2.783	2.55	2.393	2.279	2.192	2.122	2.066	2.018
53	4.023	3.172	2.779	2.546	2.389	2.275	2.188	2.119	2.062	2.015
54	4.02	3.168	2.776	2.543	2.386	2.272	2.185	2.115	2.059	2.011
55	4.016	3.165	2.773	2.54	2.383	2.269	2.181	2.112	2.055	2.008
56	4.013	3.162	2.769	2.537	2.38	2.266	2.178	2.109	2.052	2.005
57	4.01	3.159	2.766	2.534	2.377	2.263	2.175	2.106	2.049	2.001
58	4.007	3.156	2.764	2.531	2.374	2.26	2.172	2.103	2.046	1.998
59	4.004	3.153	2.761	2.528	2.371	2.257	2.69	2.1	2.043	1.995
60	4.001	3.15	2.758	2.525	2.368	2.254	2.167	2.097	2.04	1.993
61	3.998	3.148	2.755	2.523	2.366	2.251	2.164	2.094	2.037	1.99
62	3.996	3.145	2.753	2.52	2.363	2.249	2.161	2.092	2.035	1.987
63	3.993	3.143	2.751	2.518	2.361	2.246	2.159	2.089	2.032	1.985
64	3.991	3.14	2.748	2.515	2.358	2.244	2.156	2.087	2.03	1.982
65	3.989	3.138	2.746	2.513	2.356	2.242	2.154	2.084	2.027	1.98
66	3.986	3.136	2.744	2.511	2.354	2.239	2.152	2.082	2.025	1.977
67	3.984	3.134	2.742	2.509	2.352	2.237	2.15	2.08	2.023	1.975
68	3.982	3.132	2.74	2.507	2.35	2.235	2.148	2.078	2.021	1.973
69	3.98	3.13	2.737	2.505	2.348	2.233	2.145	2.076	2.019	1.971
70	3.978	3.128	2.736	2.503	2.346	2.231	2.143	2.074	2.017	1.969
71	3.976	3.126	2.734	2.501	2.344	2.229	2.142	2.072	2.015	1.967
72	3.974	3.124	2.732	2.499	2.342	2.227	2.14	2.07	2.013	1.965
73	3.972	3.122	2.73	2.497	2.34	2.226	2.138	2.068	2.011	1.963
74	3.97	3.12	2.728	2.495	2.338	2.224	2.136	2.066	2.009	1.961
75	3.968	3.119	2.727	2.494	2.337	2.222	2.134	2.064	2.007	1.959

<b>76</b>	3.967	3.117	2.725	2.492	2.335	2.22	2.133	2.63	2.006	1.958
<b>77</b>	3.965	3.115	2.723	2.49	2.333	2.219	2.131	2.061	2.004	1.956
<b>78</b>	3.963	3.114	2.722	2.489	2.332	2.217	2.129	2.059	2.002	1.954
<b>79</b>	3.962	3.112	2.72	2.497	2.33	2.216	2.128	2.058	2.001	1.953
<b>80</b>	3.96	3.111	2.719	2.486	2.329	2.214	2.126	2.056	1.999	1.951
<b>81</b>	3.959	3.109	2.717	2.484	2.327	2.213	2.125	2.055	1.998	1.95
<b>82</b>	3.957	3.108	2.716	2.483	2.326	2.211	2.123	2.053	1.996	1.948
<b>83</b>	3.956	3.107	2.715	2.482	2.324	2.21	2.122	2.052	1.995	1.947
<b>84</b>	3.955	3.105	2.713	2.48	2.323	2.209	2.121	2.051	1.993	1.945
<b>85</b>	3.953	3.104	2.712	2.479	2.322	2.207	2.119	2.049	1.992	1.944
<b>86</b>	3.952	3.103	2.711	2.478	2.321	2.206	2.118	2.048	1.991	1.943
<b>87</b>	3.951	3.101	2.709	2.476	2.319	2.205	2.117	2.047	1.989	1.941
<b>88</b>	3.949	3.1	2.708	2.475	2.318	2.203	2.115	2.045	1.988	1.94
<b>89</b>	3.948	3.099	2.707	2.474	2.317	2.202	2.114	2.044	1.987	1.939
<b>90</b>	3.947	3.098	2.706	2.473	2.316	2.201	2.113	2.043	1.986	1.938
<b>91</b>	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.2	2.112	2.042	1.984	1.936
<b>92</b>	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041	1.983	1.935
<b>93</b>	3.943	3.094	2.703	2.47	2.312	2.198	2.11	2.04	1.982	1.934
<b>94</b>	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311	2.197	2.109	2.038	1.981	1.933
<b>95</b>	3.941	3.092	2.7	2.467	2.31	2.196	2.108	2.037	1.98	1.932
<b>96</b>	3.94	3.091	2.699	2.466	2.309	2.195	2.106	2.036	1.979	1.931
<b>97</b>	3.939	3.09	2.698	2.465	2.308	2.194	2.105	2.035	1.978	1.93
<b>98</b>	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307	2.193	2.104	2.034	1.977	1.929
<b>99</b>	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306	2.192	2.103	2.033	1.976	1.928
<b>100</b>	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305	2.191	2.103	2.032	1.975	1.927
<b>101</b>	3.935	3.086	2.695	2.462	2.304	2.19	2.102	2.031	1.974	1.926

<b>102</b>	3.934	3.085	2.694	2.461	2.303	2.189	2.101	2.03	1.973	1.925
<b>103</b>	3.933	3.085	2.693	2.46	2.303	2.188	2.1	2.03	1.972	1.924
<b>104</b>	3.932	3.084	2.692	2.459	2.302	2.187	2.099	2.029	1.971	1.923
<b>105</b>	3.932	3.083	2.691	2.458	2.301	2.186	2.098	2.028	1.97	1.922
<b>106</b>	3.931	3.082	2.69	2.457	2.3	2.185	2.097	2.027	1.969	1.921
<b>107</b>	3.93	3.081	2.689	2.457	2.299	2.184	2.096	2.026	1.969	1.92
<b>108</b>	3.929	3.08	2.689	2.456	2.298	2.184	2.096	2.025	1.968	1.919
<b>109</b>	3.938	3.08	2.688	2.455	2.298	2.183	2.095	2.024	1.967	1.919

Sumber: V. Wiratna Sujarweni, *SPSS Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015)

## Perkembangan iPhone

iPhone 2G



iPhone 3G



iPhone 3GS



iPhone 4

iPhone 4S

iPhone 5



## iPhone 5S dan iPhone 5C



iPhone 5 (S)



iPhone 5 (C)



## iPhone 6 dan iPhone 6 Plus





## Lampiran Referensi Asing

*Where utility theory views the consumer as a “rational economic man” contemporary research on Consumer Behavior considers a wide range of factors influencing the consumer, and acknowledges a broad range of consumption activities beyond purchasing. These activities commonly include; need recognition, information search, evaluation of alternatives, the building of purchase intention, and the act of purchasing, consumption and finally disposal. This more complete view of consumer behavior has evolved through a number of discernible stages over the past century in light of new research methodologies and paradigmatic approaches being adopted.<sup>1</sup>*

Terjemah: Di mana teori kepuasan memandang konsumen sebagai "manusia ekonomi rasional" penelitian kontemporer tentang Perilaku Konsumen yang dipandang dari berbagai faktor yang mempengaruhi konsumen, dan mengakui berbagai kegiatan konsumsi di luar pembelian. Kegiatan ini biasanya meliputi; membutuhkan pengakuan (pengenalan atau penghargaan), pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembangunan niat beli, dan tindakan pembelian, konsumsi dan akhirnya dibuang. Ini pandangan yang lebih lengkap dari perilaku konsumen yang telah berkembang melalui sejumlah tahapan yang dilihat selama satu abad terakhir dalam metodologi penelitian baru dan pendekatan paradigma yang sedang diterapkan.

---

<sup>1</sup>Meresova Petra, ” Research of the Behavior of Consumers in the Insurance Market in the Czech Republic,” *Journal of Competitiveness*, Vol. 4, Issue 2, (June 2012): hlm 21.

*Customers keep a variety of reflections about businesses in their minds. In the context of department stores the associated reflections mainly includes intellectual framework of buyers about a company or store.*<sup>2</sup>

Terjemah: Pelanggan menyimpan berbagai pemikiran tentang bisnis dalam benak mereka. Dalam konteks department store (mall atau toko serba ada) terkait pemikiran utama yang mencakup kerangka intelektual para pembeli tentang sebuah perusahaan atau toko.

Menurut Lichtenstein et al, *suggested that perception of price positively correlated with price seeking. Consequently, price plays an important role in influencing customers, decisions in choosing and developing loyalty with a particular product or service.*<sup>3</sup>

Terjemah: Menurut Lichtenstein et al, menyarankan (mengatakan atau mengusulkan) bahwa persepsi terhadap harga pasti berhubungan dengan mencari harga. Karena, harga memainkan peran penting dalam mempengaruhi konsumen, keputusan dalam memilih serta mengembangkan loyalitas (kesetiaan) dengan produk atau jasa tertentu.

*It can be defined as “the process by which consumers interpret price and attribute value to a good or service”.*<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup>Bahram Ranjbarian, Ali Sanayei, dan Majid Rashid Kaboli, “ An Analysis of Brand Image, Perceived Quality, Costumer Satisfaction and Re-purchase Intention in Iranian Department Stores,” *Intrenasional Journal of Business and Management*, Vol. 7, No.6 (2012): hlm. 41.

<sup>3</sup>Jirawat Anuwichanont, “ The Impact of Price Perception On Costumer Loyalty In The Airline Context,” *Journal of Business & Economics Research*, Vol.9, No.9 ( 2011): hlm.40.

<sup>4</sup>Fozia Malik, Sara Yaqoob, dan Abid Samih Aslam, “The Impact of Price, Service Quality, and Brand Image on Costumer Loyalty (Study of Hospitality Industry in Pakistan,” *IJCRB*, Vol.4 No. 5 (2012): hlm. 491.

Terjemah: Hal ini dapat didefinisikan sebagai “proses dimana konsumen menafsirkan (mengartikan atau menginterpretasikan) harga dan nilai atribut untuk suatu barang atau jasa”.

Menurut Schiffman dan Kanuk, *A positive brand image will enable marketing program can be liked and be able to produce unique associations to the brand that always exist in customer retention. Keller, states that the factors forming the image of the brand in terms of brand association is the presence of brand associations that describe the attributes of customer trust and benefits provided by a brand can satisfy the needs and desires of customers so as to create a positive attitude towards the brand.*<sup>5</sup>

Terjemah: Menurut Schiffman dan Kanuk, Sebuah brand image yang positif akan memungkinkan program pemasaran dapat disukai dan mampu menghasilkan asosiasi yang unik untuk merek yang selalu ada diingatan konsumen. Keller, menyatakan bahwa faktor-faktor pembentuk citra merek dalam hal asosiasi merek adalah adanya asosiasi merek yang menggambarkan atribut kepercayaan konsumen dan manfaat yang diberikan oleh merek dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen sehingga dapat menciptakan sikap positif terhadap merek.

---

<sup>5</sup>Achamd Yanu Alif Fianto, “*The Influence of Brand Image on Purchase Behavior Through Brand Trust,*” *Macrothink Institute*, Vol. 5, No. 2 (2014): hlm. 62.

## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

1. Nama Lengkap : Adhila Ukhtina Utami
2. Tempat/Tanggal Lahir : Kelua, 10 November 1994
3. Agama : Islam
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Status perkawinan : Belum Kawin
6. Alamat : Desa Pudak Setegal Kec. Kelua Kab. Tabalong
7. Pendidikan :
  - a) SDN Pari-pari
  - b) MTsN 1 Kelua
  - c) MAN Kelua
  - d) Program S-1, Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Antasari Banjarmasin, Angkatan 2012.
8. Pengalaman Organisasi : Teater “Awan”  
HMJ Ekonomi Syariah 2013/2014
9. Orang Tua
  - Nama Ayah : Drs. Hartani (alm)
  - Pekerjaan : -
  - Alamat : -
  
  - Nama Ibu : Nordinah S.Ag
  - Pekerjaan : PNS
  - Alamat : Kelua
10. Saudara : 2 dari 2 bersaudara

Banjarmasin, Juni 2016

Penulis,

Adhila Ukhtina Utami



**CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Ahnia Ukhina Uami  
NIM : 120150033  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Konsumen Pada Produk iPhone  
Pembimbing I : Drs. H. Nadjid, M.H.  
Pembimbing II : Anisa Saiful MSi

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
<p>- Teknik penulisan → lebih pandu - Setiap statemen yg di keluar kan hrs pakai font size - Metode di perbaiki - Hari 3 dan pengambilan sample - Data di pergelus</p> <p><i>Anisa</i> 1/4/2016</p>	<p>1. Perbaiki tata penulisan stripstir anda, banyak peletakan kata sambung di depan kalimat yang hrs dihindari, spasi berlebih, huruf yang hilang dalam susunan kata, serta estetika warna.</p> <p>2. Aja lebih baik jika anda dapat memasukkan faktor kebudayaan dalam aspek yang mempengaruhi minat konsumen.</p> <p>3. Anda sudah bagus dalam struktur footnote yang variatif dan juga di analisis dalam data serta penggambaran dalam stripstir.</p> <p><i>Anisa Saiful</i> 1 April 2016</p>

**Catatan:**

1. Setiap konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
2. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).





KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
BANJARMASIN  
Jalan Ahmad Yani Km. 4,5 ☎ 3265783 Banjarmasin 70235

### CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Adhira Ukhtina Utami  
NIM : 12.01150093  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga terhadap minat konsumen pada Produk iPhone  
Pembimbing I : Dra. H. Nadiyah, M.H  
Pembimbing II : Anisa Saesidi, MSi

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
	<p>1. Perbaiki kuesioner anda, - Sebasten Sebaiknya Gencang - maksud dari itu jangan adanya kuesioner penelitian.</p> <p>2. Uraikan Dalam Skripsi anda Gencang Produk iPhone. Variasi dan Jenisnya.</p> <p><i>[Signature]</i> 24/10/16 4</p>

**Catatan:**

1. Setiap konsultasi lembar catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
2. Konsultasi berikutnya harus membawa lembar serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).







KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**  
BANJARMASIN

Jalan Ahmad Yani Km. 4,5 ☎ 3265783 Banjarmasin 70235

**CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Adhila Ukhtina Utami .....  
NIM : 1201150093 .....  
Jurusan : Ekonomi Syariah .....  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga  
terhadap minat konsumen Pada Produk iPhone .....  
.....  
Pembimbing I : Dra. HJ. Madiyah, M.H. ....  
Pembimbing II : Annisa Saadiah, M.Si .....

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
<p>- Analisis di tawar di mana - Contoh mana beberapa ayat &amp; - Analisis yg berkaitan dg perjanjian - Analisis apa yg bisa bikin etika - Dan ini berkaitan dgn masalah etika - Simpulan secara keseluruhan - Rumusan.</p> <p>masih 13/06 5</p>	





KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**  
BANJARMASIN  
Jalan Ahmad Yani Km. 4.5 ☎ 3265783 Banjarmasin 70235

**CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Adhila Ukhfina Utami  
NIM : 12 01150093  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Titik Konsumen Pada Produk iPhone  
Pembimbing I : Dra. HJ. Hadiyah, M. H  
Pembimbing II : Annisa Saqqid, MSI

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
<p>- lengkapi analisis yg menyebutkan kelebihan yggs &amp; benefits? by ita di lambang analisis - Masih ke tulis dlm analisis</p> <p>26/016 S</p>	

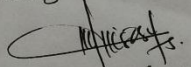




KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI  
**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM**  
BANJARMASIN  
Jalan Ahmad Yani Km. 4,5 ☎ 3265783 Banjarmasin 70235

### CATATAN KONSULTASI BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Akhila Ulhasina Utami  
NIM : 190190093  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul Skripsi : Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Persepsi Harga Terhadap Minat Konsumen Pada Produk iPhone  
Pembimbing I : Dr. Hj. Mulyati, M.H.  
Pembimbing II : Anisa Saifuddin, M.Si

CATATAN PEMBIMBING I	CATATAN PEMBIMBING II
	<p>1. Perbaiki tata cara penulisan, Penulisan, Penulisan Jurnal, Penulisan ayat al-Quran, sesuai kan dengan pedoman penulisan skripsi atau karya ilmiah yang berlaku, pedoman FSEI.</p> <p>2. Perbaiki pengalokasian kata-kata, hindari banyak kata-kata kosong pada halaman skripsi, kecuali diperjelas bab satu-kebab lainnya.</p> <p> 1 Juni 2016.</p>

**Catatan:**

1. Setiap Konsultasi lembaran catatan ini harus dibawa untuk diisi oleh Pembimbing I / Pembimbing II.
2. Konsultasi berikutnya harus membawa lembaran serupa yang masih kosong (lembaran ini dapat dicopy).



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
BANJARMASIN

Jalan Ahmad Yani KM.4,5 Telepon (0511) 3265783 Banjarmasin Kode Pos 70235

**PENETAPAN JUDUL DAN PEMBIMBING**

Nomor : In.04/ILL/PP.00.9/ 5095 /2016

Setelah kami mempelajari dan diadakan perbaikan seperlunya atas rencana penelitian Saudara (i) :

Nama : Adhila Ukhtina Utami  
NIM : 1201150093  
Program/Jurusan : S.I / Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Minat Konsumen Pada Produk Iphone

Kami dapat menyetujui rencana penelitian (proposal) tersebut. Sebagai tim pembimbing, kami tetapkan sebagai berikut :

Pembimbing I : Dra. Hj. Nadiyah, MH  
Pembimbing II : Annisa Sayyid, MSI

Saudara (i) diharapkan segera melakukan konsultasi dengan pembimbing I dan pembimbing II tersebut guna mendapatkan arahan dalam rangka persiapan pembuatan skripsi selanjutnya.

Demikian penetapan ini dibuat untuk diketahui dan dilaksanakan dengan semestinya.

Banjarmasin, 15 Februari 2016



Prof. Dr. H. Ahmadi Hasan, MH  
NIP. 195804061987031001

Tembusan :

1. Rektor IAIN Antasari (sebagai laporan);
2. Dosen pembimbing I dan pembimbing II;
3. Mahasiswa (i) ybs;
4. Arsip.



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
Jl. A. Yani Km 4.5 Telp. (0511) 3265783 Banjarmasin 70235

Nomor : In.04/IL/PP.00.0/ 070 /2016 Banjarmasin, 17 Februari 2016  
Lamp. : 1 naskah proposal  
Hal : Penetapan Waktu Seminar Proposal Penelitian Mahasiswa

Kepada Yth  
Adhila Ukhthina Utami / 1201150093  
di  
Banjarmasin

*Assalamu'alaikum wr. wb.*

Berdasarkan surat permohonan Saudara (i) tertanggal 17 Februari 2016, maka dengan ini Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari menetapkan waktu seminar proposal penelitian kepada:

Nama / NIM : Adhila Ukhthina Utami / 1201150093  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Minat Konsumen pada Produk iPhone

Hari/Tanggal : Rabu, 24 Februari 2016  
Waktu : 10.00 - selesai  
Tempat : Ruang Munasasyah

dengan susunan tim seminar sebagai berikut:

Penguji I : Dra. Hj. Nadiyah, M.H.  
Penguji II : Anissa Sayyidi, S.H.I., M.S.I.  
Penguji III : Abdurrahim, S.E.I., M.M.  
Pembahas Utama I : Eka Riyanti / 1201150099  
Pembahas Utama II : Muhammad Rakhmani / 1201150188

Demikian surat ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum wr. wb.*



Ketua Jurusan

H. Haris Fauldi Asnawi, Lc., MSI  
NIP. 19790410 200501 1 010

Catatan:  
Diharap pelaksanaan seminar tepat waktu untuk menghindari tertundanya seminar-seminar berikutnya.





KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
Jl. A. Yani Km 4,5 Telp. (0511) 3285783 Banjarmasin 70235

SURAT KETERANGAN  
Nomor: In.04/IL/PP.00.9/ 846 /2016

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari, menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Adhila Ukhliisa Utami  
NIM : 1201150093  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Minat Konsumen pada Produk iPhone

Telah melaksanakan seminar desain operasional pada:

Hari/Tanggal : Rabu, 24 Februari 2016  
Waktu : 10.00 - selesai  
Tempat : Ruang Munaqasyah

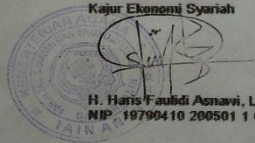
dengan susunan tim seminar sebagai berikut:

Pengaji I : Dra. Hj. Nadiyah, M.H.  
Pengaji II : Annisa Sayyid, S.H.I., M.S.I.  
Pengaji III : Abdurrahim, S.E.I., M.M.  
Pembahas Utama I : Eka Riyanti / 1201150099  
Pembahas Utama II : Muhammad Rakhmani / 1201150188

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 20 Februari 2016

Kajur Ekonomi Syariah



H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., MSI  
NIP. 19790410 200501 1 010



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM

Jenderal Ahmad Yani KM 4,5 Banjarmasin Telp. (0511) 3265783 Banjarmasin 70235

SURAT RISET

No : In.04/II.1 /TL.00/2020 /2016

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari, dengan ini menugaskan Kepada :

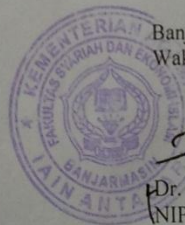
Nama : Adhila Ukhtina Utami  
Nim : 1201150093  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Alamat : Jl. Manunggal 2 Gg. 1 Bina Brata Banjarmasin  
Tugas : Melakukan Riset/Penelitian Ilmiah dalam rangka  
Pengumpulan data untuk penyusunan skripsi dengan judul :

**"Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Konsumen Pada Produk Iphone"**

Tempat yang dituju : Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam  
Barang yang dibawa : Bahan Riset  
Lamanya Riset : Kurang Lebih 2 (dua) bulan  
Dari tanggal : 12 April 2016  
Sampai dgn tanggal : 31 Mei 2016

Demikian Surat Riset ini diberikan kepada ybs, agar pihak-pihak yang berkepentingan dapat memberikan bantuan seperlunya, atas perhatian dan perkenan Bapak/Ibu serta kerjasamanya yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Warahmatullah Wabarakatuh



Banjarmasin, 13 April 2016  
Wakil Dekan Bidang Akademik,

Dr. H. Jalaluddin, M.Hum  
NIP. 19661126 199102 1 002

Mahasiswa yang bersangkutan,

Adhila Ukhtina Utami





KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
Jalan Jenderal Ahmad Yani Km. 4,5 Banjarmasin  
Telp. (0511) 3265783  
Email: fasya@iain-antasari.ac.id Web: www.syariah.iain-antasari.ac.id

**SURAT KETERANGAN**  
Nomor : In.04/II.1/TL.00/ 3110 /2016

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin, dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Adhila Ukhtina Utami  
TTL : Kelua 10 Nopember 1994  
NIM : 1201150093  
Program Studi : Strata Satu (S.1)  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Semester : VIII (Delapan)  
Alamat : Jl. Manunggal 2 Gg.1 Bina Brata Banjarmasin

Telah melaksanakan Riset/Penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi pada Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin dengan Judul: "**Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Persepsi Harga Terhadap Minat Konsumen Pada Produk iPhone.**"

Terhitung mulai tanggal **12 April 2016 s.d. 31 Mei 2016** (selama 2 bulan).

Demikian surat keterangan ini diberikan agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 03 Juni 2016

Dekan,



**Prof. Dr. H. Ahmadi Hasan, MH.  $\varnothing$**   
NIP. 195804061987031001





KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
Jl. A. Yani Km 4,5 Telp. (0511) 3285783 Banjarmasin 70235

SURAT KETERANGAN  
Nomor: In.04/II.I/PP.00.9/2848/2016

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari, menyatakan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Adhila Ukhtina Utami  
NIM : 1201150093  
Jurusan : Ekonomi Syariah

Telah melaksanakan ujian komprehensif pada:

Hari/Tanggal : Senin, 7 Maret 2016  
Waktu : 08.30 - 10.30  
Tempat : Ruang Munaqasyah I

dengan susunan tim penguji sebagai berikut:

Ketua/Anggota : Dra. Hj. Mashunah Hanafi, M.A.  
Anggota : Drs. Nispan Rahmi, M.Ag.  
Anggota : Prof. Dr. H. M. Ma'ruf Abdullah, SH, MM

Adapun nilai yang diperoleh adalah: 75,9 dan dinyatakan Lulus.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Banjarmasin, 9 Mei 2016  
Ketua Jurusan,



H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., MSI  
NIP. 197904102005011010





**FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
IAIN ANTASARI BANJARMASIN**

## **Sertifikat**

Nomor: In0.04/IL.1/PP.00.9/2280/2015

Dekan Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam  
IAIN Antasari Banjarmasin  
menerangkan bahwa:

**Adhila Ukhtina Utami**

**NIM: 1201150093**

Kelahiran Kelua, 10 November 1994

**telah mengikuti**

Tes Kompetensi Baca Tulis Al-Qur'an  
yang dilaksanakan Fakultas Syariah dan Ekonomi  
Islam IAIN Antasari Banjarmasin dengan predikat  
**Baik Sekali.**

Banjarmasin, 18 Mei 2015

Dekan,



**Prof. Dr. H. Ahmadi Hasan, MH**  
NIP. 19580406 198703 1 001





No. In.04/Il.1/PP.00.9/4431A/2014



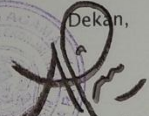
**KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
BANJARMASIN**

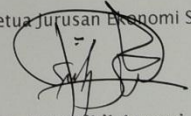
*Sertifikat*

Diberikan kepada

**Adhila Ukhtina Utami**  
NIM. 1201150093

telah mengikuti PRAKTIKUM LEMBAGA KEUANGAN SYARIAH (PRAKTIKUM A)  
Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Syariah IAIN Antasari  
Semester Ganjil Tahun Akademik 2014/2015 dengan memperoleh nilai 90,33 (A+)  
Banjarmasin, 10 November 2014

  
Dekan,  
**Prof. Dr. H. Ahmadi Hasan., M.H.**  
NIP. 19580406 198703 1 001

  
Ketua Jurusan Ekonomi Syariah,  
**H. Haris Faulidi Asnawi, Lc., MSI.**  
NIP. 19790410 200401 1 010



KEMENTERIAN AGAMA  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI ANTASARI  
FAKULTAS SYARIAH DAN EKONOMI ISLAM  
BANJARMASIN

Jalan A. Yani Km. 4,5 ☎ (0511) 3265783 Banjarmasin 70235

TRANSKRIP NILAI EKSTRA KURIKULER

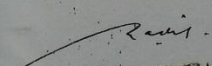
Nama : Adhila Ukhina Utami  
NIM : 120150093  
Jurusan : Ekonomi Syariah  
Semester : 8  
Tahun Akademik : 2015/2016

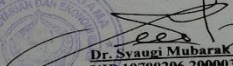
NO	ASPEK KEGIATAN	JUMLAH KEGIATAN	NILAI KUMULATIF	KETERANGAN
1.	Aspek Pokok :			
	a. Aspek kengamaan dan moral Pancasila.	-	-	
	b. Aspek penalaran dan idealisme.	35	98	
	c. Aspek kepemimpinan dan loyalitas terhadap almamater, negara, bangsa dan agama	-	-	
2.	Aspek Penunjang :			
	a. Aspek pemenuhan bakat dan minat	1	4	
	b. Aspek pengabdian masyarakat	-	-	
	<b>JUMLAH</b>	<b>36</b>	<b>102</b>	

Banjarmasin, 7 Juni 2016 .....

a.n. Dekan,  
Wakil Dekan  
Bid. Akademik, Kemasasiswaan dan Alumni,

Dosen Penasehat

  
Dr. H. Nurdjaja H.  
NIP. 19630721 199001 2 011

  
Dr. Syaqi Mubarak Seff, MA  
NIP. 19700206 200003 1 002

Dibuat rangkap 3 (tiga):  
- 1 (satu) rangkap untuk Dosen Penasehat  
- 1 (satu) rangkap untuk Subbag Mikwa  
- 1 (satu) rangkap untuk yang bersangkutan