

DAFTAR PUSTAKA

- Aplikasi, J. (2020). *JAMB Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan Terhadap Minat Beli*. 1(1), 57–65.
- Azhhari, R. A., & Yuliana, Y. (2021). PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE VIVO PADA MASYARAKAT DESA JAHARUN B DUSUN 1 KECAMATAN GALANG KABUPATEN DELI SERDANG. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Kebijakan Publik)*, 3(1), 25–31. <https://doi.org/10.30743/jekkp.v3i1.4072>
- Fauziah, N., & Aziz Mubarak, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 37–44. <https://doi.org/10.17509/image.v8i1.22686>
- Indarto, A. F., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1258–1266. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i4.919>
- Kumala, O. B. (2012). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tune Hotels Kuta-Bali. *Jakarta: Universitas Indonesia.*, 3642–3658.
- Lidyasuwanti, A. (2017). Pengaruh Kemasan, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pancake Durian Sharie Radjanya Di Kota Mataram. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 6(2), 1–17. <https://doi.org/10.29303/jmm.v6i2.105>
- Liu, H. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Di Jakarta Barat). *Business Management Journal*, 15(1), 1–11. <https://doi.org/10.30813/bmj.v15i1.1560>
- Mantala, I. P. F., Kt, G. A., & Suasana, G. (2019). DENPASAR Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia ABSTRAK PENDAHULUAN Teknologi diseluruh dunia semakin berkembang pesat ,

terutama di dunia komunikasi , sehingga batas antar benua seakan tidak berarti lagi . Perkembangan inovasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1487–1514.

Prihartini, E., & Fauzi, H. (2020). Pengaruh Social Media Marketing , Brand Awareness dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung (Studi pada Mahasiswa Universitas Majalengka). *Brand Awareness Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Smartphone S*, 3(2), 138–147. <http://jurnal.unma.ac.id/index.php/Mr/article/view/2454>

Putri, D. L., Nurmansyah, & Aznuriyandi. (2021). pengaruh Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Handphone Samsung Studi pada Mahasiswa Universitas Lancang Kuning. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 219–224.

Setiawaty, N. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(1), 96601.

Aplikasi, J. (2020). *JAMB Pengaruh Gaya Hidup dan Kemudahan Terhadap Minat Beli*. 1(1), 57–65.

Azhhari, R. A., & Yuliana, Y. (2021). PENGARUH GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI SMARTPHONE VIVO PADA MASYARAKAT DESA JAHARUN B DUSUN 1 KECAMATAN GALANG KABUPATEN DELI SERDANG. *JEKKP (Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Kebijakan Publik)*, 3(1), 25–31. <https://doi.org/10.30743/jekkp.v3i1.4072>

Fauziah, N., & Aziz Mubarak, D. A. (2019). Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli : Studi Pada Produk Kecantikan. *Image : Jurnal Riset Manajemen*, 8(1), 37–44. <https://doi.org/10.17509/image.v8i1.22686>

Indarto, A. F., & Farida, S. N. (2022). Pengaruh Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya. *Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah*, 4(4), 1258–1266. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v4i4.919>

- Kumala, O. B. (2012). Pengaruh Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Tune Hotels Kuta-Bali. *Jakarta: Universitas Indonesia.*, 3642–3658.
- Lidyasuwanti, A. (2017). Pengaruh Kemasan, Brand Image Dan Brand Trust Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Produk Pancake Durian Sharie Radjanya Di Kota Mataram. *Jmm Unram - Master of Management Journal*, 6(2), 1–17. <https://doi.org/10.29303/jmm.v6i2.105>
- Liu, H. (2019). Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Produk Smartphone Xiaomi (Studi Kasus Di Jakarta Barat). *Business Management Journal*, 15(1), 1–11. <https://doi.org/10.30813/bmj.v15i1.1560>
- Mantala, I. P. F., Kt, G. A., & Suasana, G. (2019). DENPASAR Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana , Bali , Indonesia ABSTRAK PENDAHULUAN Teknologi diseluruh dunia semakin berkembang pesat , terutama di dunia komunikasi , sehingga batas antar benua seakan tidak berarti lagi . Perkembangan inovasi. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 8(3), 1487–1514.
- Prihartini, E., & Fauzi, H. (2020). Pengaruh Social Media Marketing , Brand Awareness dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Smartphone Samsung (Studi pada Mahasiswa Universitas Majalengka). *Brand Awareness Dan Word Of Mouth Terhadap Minat Beli Smartphone S*, 3(2), 138–147. <http://jurnal.unma.ac.id/index.php/Mr/article/view/2454>
- Putri, D. L., Nurmansyah, & Aznuriyandi. (2021). pengaruh Citra Merek, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Handphone Samsung Studi pada Mahasiswa Universitas Lancang Kuning. *Jurnal Daya Saing*, 7(2), 219–224.
- Setiawaty, N. (2017). Pengaruh Iklan, Citra Merek, Dan Kepercayaan Merek Terhadap Minat Beli Konsumen Smartphone Samsung Galaxy Series (Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma, Depok). *Jurnal Ilmiah Ekonomi Bisnis*, 22(1), 96601.

L



N

Lampiran

Lampiran 1: Kuesioner

Assalamualaikum Wr.Wb

Perkenalkan nama saya Umi Fadillah Rahmawati, mahasiswa Universitas Nasional Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Dalam hal ini saya sedang melakukan penelitian dalam penyusunan Tugas Akhir yang berjudul "Pengaruh *Brand Trust*, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Minat Beli *Smartphone Samsung Galaxy A Series* Pada Mahasiswa Universitas Nasional " Dengan ini saya memohon kepada saudara/i untuk berkenan memberi jawaban yang sesuai. Kuesioner yang berhubungan dengan persepsi anda. Saya akan menjaga kerahasiaan data yang saudara/i berikan. Semua informasi dan jawaban yang anda berikan tidak bernilai benar ataupun salah, namun jawaban terbaik adalah jawaban yang sesuai dengan diri anda.

Terima kasih.

Bagian 2 : Petunjuk Pengisian Kuesioner

Pilihlah salah satu pendapat yang anda anggap sesuai.

Keterangan :

1. Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Tidak Setuju (TS)
3. Ragu - ragu (RG)
4. Setuju (S)
5. Sangat Setuju (SS)

2. Profil Responden

1. Identitas Responden :

Nama :

Email :

2. Jenis Kelamin :

- 1) Laki-laki
- 2) Perempuan

3. Usia

- 2) 17 – 20
- 3) 20 – 25
- 4) 25 – 30
- 5) >35

7. Angkatan

- 1) 2019
- 2) 2020
- 3) 2021

8. Fakultas

- 1) Fakultas Hukum
- 2) Fakultas Ekonomi dan Bisnis
- 3) Fakultas Teknik dan Sains
- 4) Fakultas Biologi
- 5) Fakultas Pertanian
- 6) Fakultas Teknologi Komunikasi dan informatika
- 7) Fakultas Bahasa dan Sastra
- 8) Fakultas Ilmu Kesehatan
- 9) Fakultas fisip



Statement Kuesioner

Pengaruh *Brand Trust*, Citra Merek, dan Gaya Hidup Terhadap
Minat Beli *Smartphone Samsung Galaxy A Series* pada Mahasiswa
Universitas Nasional

1. Brand Trust (X1)

NO	Indikator	Statement atau pernyataan	SS	S	SG	TS	STS
1.	<i>Trust</i> (Kepercayaan)	Produk yang menimbulkan rasa Percaya pembeli					
2.	<i>Realiabile</i> (Dapat diandalkan)	Yakni produk yang menimbulkan rasa bisa diandalkan					
3.	<i>Honest</i> (Kejujuran)	Merupakan barang atau jasa yang diberikan oleh perusahaan secara jujur					
4.	<i>Safe</i> (Keamanan)	Yakni pembeli merasa produk tersebut bisa dipercaya akan keamanannya.					

2. Citra Merek (X2)

NO	Indikator	Statement atau pernyataan	SS	S	SG	TS	STS
1.	Keunggulan	<i>Smartphone Samsung Galaxy A Series</i> Lebih unggul dari Series Samsung lainnya					
2.	Kekuatan	<i>Smartphone Samsung Galaxy A Series</i> memiliki kekuatan pada kamera dan baterai					
3.	Keunikan	<i>Smartphone Samsung Galaxy A Series</i> memiliki banyak Spesifikasi					

3. Gaya hidup (X3)

NO	Indikator	Statement atau pernyataan	SS	S	SG	TS	STS
1.	Aktivitas	<i>Smartphone</i> Samsung <i>Galaxy A Series</i> mempermudah dalam Aktivitas sehari-hari					
2.	Minat	<i>Smartphone</i> Samsung <i>Galaxy A series</i> merupakan <i>smartphone</i> tren masa kini					
3.	Pendapat	Dengan menggunakan <i>Smartphone</i> Samsung <i>Galaxy A series</i> dapat meningkatkan rasa percaya diri					

4. Minat Beli (Y)

NO	Indikator	Statement atau pernyataan	SS	S	SG	TS	STS
1.	Minat transaksional	Tertarik untuk membeli <i>Smartphone</i> Samsung <i>Galaxy A Series</i> Karena performa, dan Camera yang diberikan bagus					
2.	Minat refrensial	Cenderung mencari informasi tentang merek <i>Smartphone</i> Samsung <i>Galaxy A Series</i> terlebih dulu					
3.	Minat prefrensial	Memilih produk <i>Smartphone</i> Samsung <i>Galaxy A series</i> dalam memenuhi kebutuhan					

4.	Minat eksploratif	Setelah melihat iklan produk Samsung <i>Galaxy A Series</i> menjadi tertarik untuk membeli produk					
----	-------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------	--	--	--	--	--



Lampiran 2 : Tabulasi Jawaban Responden

Brand Trust (X1)

Citra Merek (X2)

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Total X1	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
4	5	4	5	18	4	5	4	13
4	5	4	5	18	4	5	4	13
4	3	4	4	15	4	5	4	13
3	4	3	4	14	4	4	3	11
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	5	17	3	4	4	11
3	4	4	4	15	5	4	3	12
4	5	3	4	16	4	4	5	13
4	5	4	4	17	5	5	5	15
4	5	4	5	18	4	5	4	13
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	5	5	20	3	5	5	13
4	4	4	3	15	4	4	4	12
4	4	3	4	15	4	3	4	11
4	3	3	4	14	4	4	4	12
4	3	4	3	14	4	3	4	11
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	4	16	3	4	3	10
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	12
5	5	5	5	20	4	5	5	14
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	3	2	13	2	2	4	8
3	4	5	4	16	3	4	4	11
4	4	2	2	12	3	4	4	11
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	5	5	18	4	5	5	14
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	3	3	10
4	5	4	4	17	5	4	4	13
4	4	2	5	15	2	4	4	10
4	4	4	4	16	3	3	4	10
4	4	4	4	16	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	4	4	5	16	4	5	4	13
4	4	4	4	16	3	3	4	10
5	5	3	5	18	5	5	5	15

3	4	2	3	12	2	1	3	6
5	5	5	5	20	5	5	5	15
5	5	4	4	18	3	4	4	11
4	4	4	4	16	3	4	4	11
5	3	4	5	17	4	4	5	13
4	4	4	5	17	4	5	5	14
4	4	4	5	17	4	5	5	14
4	4	3	4	15	1	5	5	11
5	5	5	5	20	5	4	5	14
4	4	3	4	15	3	4	4	11
5	5	4	4	18	2	3	3	8
4	3	3	4	14	3	4	4	11
4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	4	4	2	13	2	4	4	10
5	5	5	5	20	5	5	5	15
4	4	4	4	16	3	4	3	10
2	1	1	1	5	2	1	2	5
4	4	2	3	13	4	5	4	13
4	4	5	4	17	4	4	4	12
4	5	4	4	17	4	5	5	14
4	5	4	4	17	3	4	4	11
3	4	2	4	13	3	4	5	12
3	4	3	4	14	4	5	4	13
4	4	4	4	16	2	3	3	8
5	4	5	5	19	5	5	4	14
4	4	3	3	14	4	4	4	12
4	4	4	4	16	4	5	4	13
4	4	4	5	17	5	5	5	15
4	5	4	5	18	4	5	4	13
4	4	4	3	15	4	5	5	14
4	4	5	4	17	5	4	4	13
5	5	5	4	19	4	4	5	13
4	3	5	4	16	4	5	5	14
4	4	5	3	16	4	4	4	12
4	4	4	3	15	5	5	5	15
4	3	4	3	14	4	5	4	13
5	5	5	4	19	4	4	5	13
4	4	5	5	18	5	5	5	15
5	5	5	5	20	4	4	5	13
4	4	4	5	17	4	4	4	12
5	5	5	5	20	5	5	5	15
3	4	3	3	13	4	4	4	12
4	5	5	4	18	4	4	3	11

2	3	3	2	10	3	2	3	8
5	5	5	5	20	5	5	5	15
3	5	4	5	17	3	5	4	12
3	4	5	3	15	4	5	3	12
2	2	2	2	8	3	2	2	7
4	5	4	4	17	4	5	5	14
3	3	3	3	12	3	3	3	9
4	4	3	3	14	3	4	3	10
5	4	5	5	19	5	4	4	13
4	4	4	4	16	5	5	4	14
5	5	5	5	20	4	5	1	10
5	4	4	5	18	3	5	4	12
4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	4	4	5	16	3	5	5	13
3	4	3	4	14	3	4	4	11
4	4	3	5	16	4	5	5	14
4	5	4	4	17	4	5	4	13
4	4	4	4	16	4	4	4	12
3	4	5	5	17	3	4	5	12
3	4	5	3	15	3	4	5	12
5	5	5	5	20	5	5	5	15

Gaya hidup (X3)

Minat Beli (Y)

X3.1	X3.2	X3.3	Total X3	Y1	Y2	Y3	X4	Total Y
5	4	5	14	4	5	4	5	18
5	4	5	14	4	5	4	5	18
5	4	5	14	4	5	4	5	18
4	4	3	11	4	4	5	3	16
4	4	4	12	4	4	4	4	16
3	3	3	9	3	3	4	3	13
4	4	3	11	5	3	4	4	16
4	3	3	10	5	5	3	3	16
4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	5	4	13	4	5	4	5	18
5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	4	12	3	4	4	4	15
4	4	4	12	4	4	4	4	16
3	4	4	11	4	4	4	4	16
4	5	4	13	4	4	4	4	16
4	4	4	12	4	4	4	4	16

4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	5	15	5	5	5	5	20
3	4	4	11	3	4	3	4	14
4	4	4	12	3	4	4	3	14
5	4	3	12	5	5	5	5	20
4	3	3	10	2	4	2	4	12
4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	5	5	14	4	5	5	5	19
5	5	5	15	4	4	4	4	16
4	4	4	12	4	4	4	4	16
3	3	3	9	4	4	4	4	16
4	5	4	13	4	5	4	4	17
4	3	3	10	3	4	4	3	14
4	4	4	12	4	4	4	5	17
4	4	4	12	4	4	4	4	16
3	4	5	12	4	4	5	5	18
4	4	4	12	4	5	5	5	19
5	5	5	15	5	5	5	5	20
3	3	2	8	3	4	3	3	13
5	5	5	15	5	5	5	5	20
3	4	5	12	4	4	4	3	15
4	4	4	12	4	3	4	4	15
5	3	4	12	5	4	5	5	19
4	5	4	13	5	4	4	4	17
4	5	5	14	5	5	4	5	19
5	4	4	13	3	5	5	5	18
4	5	5	14	4	4	4	4	16
4	4	4	12	3	4	4	3	14
4	3	4	11	4	5	4	2	15
4	3	4	11	4	4	4	4	16
4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	4	4	12	2	4	4	2	12
5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	4	3	11	4	4	4	4	16
1	3	2	6	3	1	1	3	8
4	3	4	11	5	4	4	4	17
4	4	5	13	4	3	4	5	16
5	5	5	15	5	5	3	4	17
5	5	3	13	4	4	4	5	17
4	5	3	12	4	5	4	4	17
5	4	3	12	4	5	4	5	18
4	4	4	12	3	4	3	3	13
4	4	5	13	5	5	5	4	19
4	4	4	12	5	5	4	4	18
4	4	4	12	4	4	4	4	16

5	5	5	15	4	5	5	5	19
4	5	5	14	4	4	4	5	17
4	4	4	12	3	4	5	5	17
3	4	4	11	4	4	5	5	18
5	5	5	15	5	4	5	4	18
3	4	5	12	3	4	4	4	15
4	5	3	12	4	4	4	5	17
4	5	4	13	4	4	5	5	18
4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	5	4	14	5	5	5	5	20
5	4	5	14	5	5	4	4	18
4	4	4	12	4	4	4	4	16
5	5	5	15	5	5	5	5	20
3	4	4	11	4	4	4	4	16
5	5	4	14	4	3	4	4	15
4	5	3	12	2	1	3	4	10
5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	4	3	11	3	5	3	5	16
3	4	5	12	3	3	4	5	15
2	2	2	6	2	2	3	5	12
4	5	5	14	5	4	4	4	17
3	3	3	9	3	3	3	3	12
3	3	3	9	4	5	4	4	17
5	4	5	14	5	5	4	5	19
4	4	5	13	4	5	5	5	19
5	5	5	15	5	5	5	5	20
4	5	4	13	4	5	4	4	17
4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	5	4	13	4	4	5	5	18
4	4	3	11	4	4	3	3	14
4	4	3	11	4	3	4	3	14
5	4	5	14	4	5	4	5	18
4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	3	5	12	5	4	5	4	18
3	4	5	12	3	4	5	3	15
5	5	5	15	5	5	5	4	19

Lampiran 3 Hasil Output penelitian (SPSS 23)

A. Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	2	5	3.97	.688
X1.2	100	1	5	4.14	.697
X1.3	100	1	5	3.93	.868
X1.4	100	1	5	4.05	.869
X2.1	100	1	5	3.76	.854
X2.2	100	1	5	4.19	.861
X2.3	100	1	5	4.11	.777
X3.1	100	1	5	4.08	.734
X3.2	100	2	5	4.16	.692
X3.3	100	2	5	4.09	.805
Y1	100	2	5	4.02	.765
Y2	100	1	5	4.20	.791
Y3	100	1	5	4.13	.706
Y4	100	2	5	4.21	.756
Valid N (listwise)	100				

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	41	41.0	41.0	41.0
	Perempuan	59	59.0	59.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 – 2	19	19.0	19.0	19.0
	20 – 2	79	79.0	79.0	98.0
	20-25	1	1.0	1.0	99.0
	25 – 3	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2019	73	73.0	73.0	73.0
	2020	13	13.0	13.0	86.0
	2021	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Fakultas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Fakultas Bahasa da	7	7.0	7.0	7.0
	Fakultas Biologi	2	2.0	2.0	9.0
	Fakultas Ekonomi d	66	66.0	66.0	75.0
	Fakultas Hukum	2	2.0	2.0	77.0
	Fakultas Ilmu Kese	3	3.0	3.0	80.0
	Fakultas Ilmu Sosi	11	11.0	11.0	91.0
	Fakultas Pertanian	2	2.0	2.0	93.0
	Fakultas Teknik da	3	3.0	3.0	96.0
	Fakultas Teknologi	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

B. Lampiran Uji Instrumen**1. Hasil Validitas**

Brand Trust (X1)

Variabel	R-HITUNG	R-TABEL	Keputusan
X1.1	0,651	0,1966	Valid
X1.2	0,630	0,1966	Valid
X1.3	0,588	0,1966	Valid
X1.4	0,641	0,1966	Valid

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	8.30	2.051	.481	.688
X2.2	7.87	1.771	.630	.494
X2.3	7.95	2.210	.494	.669

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	8.25	1.684	.572	.661
X3.2	8.17	1.738	.601	.634
X3.3	8.24	1.558	.551	.693

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	12.54	3.160	.586	.695
Y2	12.36	3.101	.578	.699
Y3	12.43	3.258	.622	.679
Y4	12.35	3.442	.473	.755

2. Hasil Analisis Uji Reability**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.805	4

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.746	3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	4

3. Lampiran Uji Asumsi klasik**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.34742206
Most Extreme Differences	Absolute	.065
	Positive	.050
	Negative	-.065
Test Statistic		.065
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : Output SPSS 23, Diolah 2023

b. Hasil Analisis Uji multikolinearritas

Coefficientsa

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Brand Trust	.384	2.603
Citra Merek	.506	1.978
Gaya Hidup	.376	2.663

4. Hasil Analisis Uji Autokorelasi

Coefficientsa

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.349	.613		3.832	.000
Brand Trust	-.038	.054	-.113	-.708	.481
Citra Merek	-.080	.059	-.189	-1.356	.178
Gaya Hidup	.023	.075	.049	.304	.761

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber : Output Spss 23, Diolah 2023

5. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Uji Gjejsjer)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.349	.613		3.832	.000
	Brand Trust	-.038	.054	-.113	-.708	.481
	Citra Merek	-.080	.059	-.189	-1.356	.178
	Gaya Hidup	.023	.075	.049	.304	.761

a. Dependent Variable: abs_res

Sumber : Output Spss 23, Diolah 2023

6. Hasil uji Kelayakan Model

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.812 ^a	.660	.649	1.368	2.067

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Citra Merek, Brand Trust

b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Output SPSS 23, Diolah 2023

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	348.901	3	116.300	62.117	.000 ^b
	Residual	179.739	96	1.872		
	Total	528.640	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Citra Merek, Brand Trust

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.812 ^a	.660	.649	1.368

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Citra Merek, Brand Trust

b. Dependent Variable: Minat Beli

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.049	1.004		3.036	.003
	Brand Trust	.285	.089	.308	3.206	.002
	Citra Merek	.376	.097	.324	3.867	.000
	Gaya Hidup	.356	.123	.280	2.887	.005

b. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Output SPSS 23. Coefficient, Diolah 2023



UNIVERSITAS NASIONAL FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

S1- Manajemen, S1- Akuntansi, dan S1- Pariwisata

Jl. Sawo Manila No. 61 Pejaten, Pasar Minggu, Jakarta 12520 Telp. (021)
78833307, 7806700 (Hunting) Fax. 7802718, 7802719

P.O. Box 4741 Jakarta 12047 Homepage : <http://www.unas.ac.id>. E-mail :
febunas49@gmail.com

KONSULTASI BIMBINGAN

Npm : 193402516407
Nama : UMI FADILLAH RAHMAWATI
Program Studi : Manajemen
Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

KONSULTASI PEMBIMBING PROPOSAL

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
1 November, 2022	bimbingan bab i	Sudah Ditanggapi
12 November, 2022	assalamualaiku pak,saya mau mengumpulkan proposal bab ii	Sudah Ditanggapi
12 November, 2022	assalamualaikum pak, ini untuk proposal bab iii saya	Sudah Ditanggapi
14 November, 2022	assalamualaiku pak, izin mengumpulkan bab i sampai bab iii	Sudah Ditanggapi

KONSULTASI PEMBIMBING TUGAS AKHIR

Tanggal	Materi Konsultasi	Status
2 February, 2023	revisi bab 1-3 setelah sempro	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	revisi bab vi	Sudah Ditanggapi
2 February, 2023	revisi bab v	Sudah Ditanggapi
4 February, 2023	revisi bab 1-5	Sudah Ditanggapi



UMI FADILLAH RAHMAWATI - TA

ORIGINALITY REPORT



PRIMARY SOURCES

1	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	2%
2	jurnal.unma.ac.id Internet Source	1%
3	jurnal.uisu.ac.id Internet Source	1%
4	Abdu Fitrah Indarto, Siti Ning Farida. "Pengaruh Brand Image dan Persepsi Kualitas terhadap Minat Beli Iphone di Surabaya", Al-Kharaj : Jurnal Ekonomi, Keuangan & Bisnis Syariah, 2022 Publication	1%
5	repository.upstegal.ac.id Internet Source	1%
6	publication.petra.ac.id Internet Source	1%
7	repository.uir.ac.id Internet Source	1%
8	lonsuit.unismuhluwuk.ac.id Internet Source	