

DAFTAR PUSTAKA

- Nurwulandari & Maharani. (2020). Pengaruh Harga, Produk, Distribusi Dan Promosi Terhadap Kepuasan Konsumen Dan Dampaknya Pada Loyalitas Pelanggan Pada Kedai Kopi Coffee 19 Café (2020). *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 5(3), 465–493. <http://www.journal.stiemb.ac.id/index.php/mea/article/view/1539>
- Anggraeni, A. R., & Soliha, E. . (2020). Kualitas produk, citra merek dan persepsi harga terhadap keputusan pembelian (Studi pada konsumen Kopi Lain Hati Lamper Kota Semarang). *Al Tijarah*, 6(3), 96. <https://doi.org/10.21111/tijarah.v6i3.5612>
- Cahyaputeri, R., Pahar, B. H., Studi, P., Fakultas, M., Universitas, E., & Darma, K. (2022). [30] *Cahyaputeri (2022)*. 14, 83–93.
- Dewi, R., & Lestari, R. (2020). Pengaruh Persepsi Harga, Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Daihatsu Xenia Di Pt Asco Prima Mobilindo Jakarta. *Oikonomia: Jurnal Manajemen*, 16(1), 2020. <https://doi.org/10.47313/oikonomia.v16i2.1178>
- Hardini, R., & Pratiwi, Y. (2022). The Effect of Product Quality, The Effect of Product Quality, Brand Image, and Social Media Influencers on the Purchase Decision of Scarlett Whitening Products on Social Media Instagram in DKI Jakarta. ... *Research and Critics Institute (BIRCI-Journal ...*, 11869–11878. <https://bircu-journal.com/index.php/birci/article/view/5019>
- Humam, Lestari, R., & Nurwulandari, A. (2022). Pengaruh kualitas produk, promosi penjualan, persepsi harga terhadap kepercayaan dan dampaknya pada keputusan pembelian di Qonita Property Depok. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 4(4), 1929–1939. <http://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/view/1304%0Ahttps://journal.ikopin.ac.id/index.php/fairvalue/article/download/1304/1400>
- I.Khasanah. (2013). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sedaap Di Semarang. *Jurnal Dinamika Manajemen*, 4(1), 1–1.
- Jeremias, N., Laisina, M., & Fairliantina, E. (2022). Pengaruh kualitas produk , persepsi harga dan brand image terhadap keputusan membeli di kopi kenangan pasar minggu. *Nautical: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 1(4), 180–189.
- Jonathan Caesar Putra1, R. T. (n.d.). *Pengaruh Kualitas Produk , Persepsi Harga Dan Citra Kenangan Kota Kasablanka*. 4(3), 26–39.
- Lestari, R., Digdowiseiso, K., & Safrina, D. (2022). Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga Terhadap Tingkat Penjualan Melalui Digital Marketing Umkm Industri Makanan Dan Minuman Di Kecamatan Pancoran Jakarta Selatan Saat Pandemi Covid-19. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 7(3), 10–27.
- Lestari, R., Pradani, T., & Digdowiseiso, K. (2022). The Effects of Price Perceptions, Food

- Quality, and Menu Variations on Ordering Decisions and Their Impact on Customer Loyalty in Online Culinary Products. *Budapest International Research and Critics Institute-Journal* 5(1), 1518–1527. <https://doi.org/10.33258/birci.v5i1.3754>
- Lombok, V. V., & Samadi, R. L. (2022). Pengaruh Brand Image, Brand Trust Dan Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Emina (Studi Kasus Pada Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi). *Jurnal EMBA : Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 10(3), 953. <https://doi.org/10.35794/emba.v10i3.43524>
- Lugra Agusta Pranawa, I. P., & Abiyasa, A. P. (2019). Digital Marketing dan Hedonisme Dalam Pengambilan Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 16(4), 58. <https://doi.org/10.38043/jmb.v16i4.2250>
- Lukman, M. D. (2014). Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Produk Teh Botol Sosro Kemasan Kotak. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 10(1), 64–81.
- Manajemen, J., No, V., Bank, K., & Djawad, A. (2015). *Jurnal Manajemen dan Perbankan Vol. 2 No. 3*. 2(3), 39–57. <https://doi.org/10.55963/jumpa.v3i2.195>
- Manajemen, J., Subang, D. K., Tri, S., Putri, O., & Sulaeman, E. (2022). *J-MAS*. 7(2), 906–911. <https://doi.org/10.33087/jmas.v7i2.564>
- Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *Jurnal Ilmu Ekonomi & Sosial*, 11(1), 48–56. <https://doi.org/10.35724/jies.v11i1.2848>
- Pinassang, A. W., & Rahardjo, S. T. (2017). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Toshiba Di Semarang. *Diponegoro Journal of Management*, 6, 1–12. <http://ejournal-s1.undip.ac.id/index.php/dbr>
- Putri, P. M., & Marlien, R. . (2022). Pengaruh Digital Marketing terhadap Keputusan Pembelian Online. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 25–36. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.510>
- Rostiani, A., Lestari, R., & Nurwulandari, A. (2022). Pengaruh Kualitas Produk , Kualitas Pelayanan dan Pemasaran Digital Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan di Apartemen Kemang Grup PT Pudjiadi Prestige Tbk Jakarta. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Dan Keuangan*, 5(2), 1086–1100.
- Samosir, C. B. H., & Prayoga, A. B. (2017). Pengaruh Persepsi Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Enervon-C. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 1(November), 1–13.
- Saputro, widyanto aji, & Laura, N. (2020). Pengaruh Digital Marketing dan Layanan Purna Jual

Terhadap Keputusan Pembelian yang Di Moderasi Oleh Citra Perusahaan. *Media Manajemen Jasa*, 8(2), 1–11

Series, W. (2020). *Digital Repository Universitas Jember HIPOSPADIA Digital Repository Universitas Jember*. 5(9), 112–129.

Sopiyan, P. (2022). Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 249–258. <https://doi.org/10.32670/coopetition.v13i2.1057>

Tawas, H., & Pandensolang, J. (2015). Pengaruh Diferensiasi, Kualitas Produk Dan Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Coca-Cola Pada Pt. Bangun Wenang Beverges Company Di Manado. *Jurnal Emba*, 3(3), 1113–1124.

Wariki, G., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Dan Kepuasan Konsumen Pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 3(2), 1073–1085. <https://doi.org/10.35794/emba.v3i2.9286>

Wiastuti, R. D., & Kimberlee, S. (2018). Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Simetri Coffee Roaster Puri, Jakarta. *Jurnal Pariwisata*, 5(2), 133–146. <https://doi.org/10.31311/par.v5i2.4073>





LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

LEMBAR KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth,

Mahasiswa FEB Universitas Nasional

Konsumen Kopi Kenangan

Di tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh,

Perkenalkan saya Fajrin Amir Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Nasional dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran yang sedang melakukan penelitian dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen. Saat ini saya sedang mengadakan penelitian mengenai **“Pengaruh Digital marketing, Persepsi harga dan Ekuitas merek terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Kopi Kenangan pada Mahasiswa FEB Universitas Nasional”** maka saya memohon kesediaan dari Teman-Teman untuk dapat mengisi kuesioner penelitian ini. Apabila Anda memenuhi kriteria sebagai berikut:

1. Konsumen Kopi Kenangan.
2. Laki-Laki maupun Perempuan berusia >17 tahun.
3. Mahasiswa FEB universitas Nasional Angkatan 2019 - 2022

Perlu diketahui bahwa tidak ada jawaban benar ataupun salah dalam pengisian kuesioner ini. Jawaban yang Anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan ilmiah. Atas kerjasama yang baik dan kesungguhan Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Fajrin Amir

193402516319

A. Petunjuk Pengisian

I. Identitas Responden

1. Apakah anda pernah membeli produk Kopi Kenangan?

Iya

Tidak

2. Sudah Berapa kali anda membeli produk Kopi kenangan?

1-2 kali >4 kali

3-4 kali

3. Nama

4. No Whatsapp

5. Program Studi

Manajemen

Akutansi

Pariwisata

6. Tahun Angkatan

2019

2020

2021

2022

7. Usia anda saat ini:

18 – 25 tahun

36 – 45 tahun

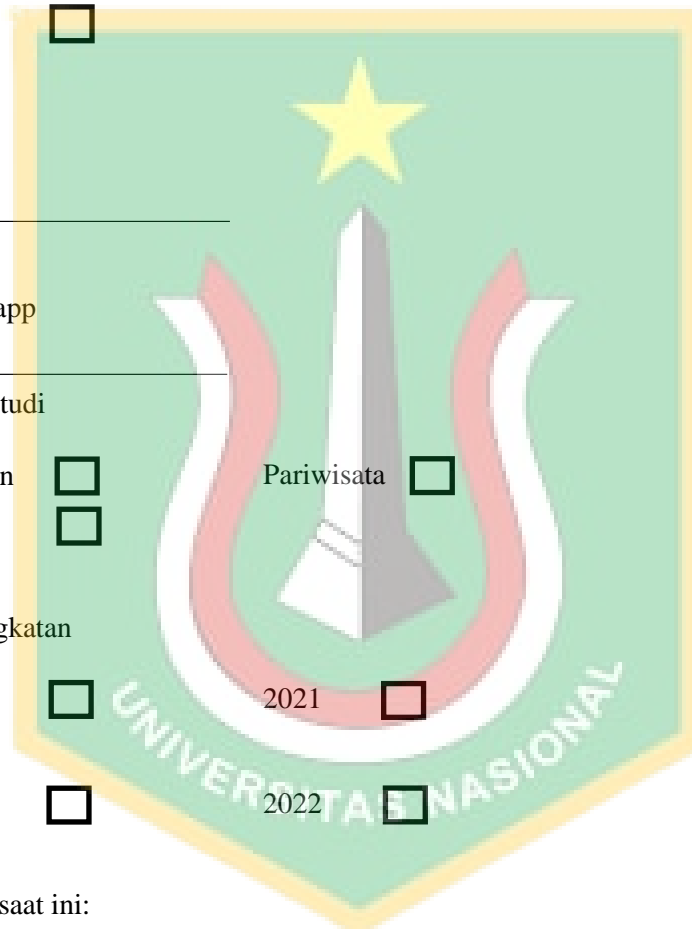
26 - 35 tahun

Lebih dari 45 tahun

8. Jenis Kelamin:

Laki-laki

Perempuan



9. Pendapatan Perbulan (untuk pelajar/mahasiswa pendapatan dapat berupa uang saku atau beasiswa).

Rp. 0 – Rp. 3.000.000	<input type="checkbox"/>
Rp. 3.100.000 - Rp. 6.000.000/ bulan	<input type="checkbox"/>
Rp. 6.100.000 - Rp 9.000.000/ bulan	<input type="checkbox"/>
> Rp. 9.000.000/ bulan	<input type="checkbox"/>

II. Petunjuk Pengisian

Petunjuk pengisian:

Silahkan pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada di bawah ini dengan tanda *cek-list* (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Pemasaran Digital (X1)						
1.	Saya memanfaatkan social media karena tercepat dalam digital marketing.					
2.	Social media memudahkan saya untuk berkomunikasi dengan admin Kopi kenangan.					
3.	Kopi Kenangan sering memberikan hadiah hiburan kepada para pelanggan setia.					
4.	Kopi kenangan dipercaya masyarakat karena memberikan produk yang berkualitas.					
5.	Saya menggunakan social media untuk mendapatkan informasi produk kopi kenangan.					

Persepsi Harga (X_2)					
1.	Harga yang ditawarkan Kopi kenangan bervariasi sesuai tipe dan terjangkau pelanggan.				
2.	Harga yang ditawarkan Kopi kenangan sesuai dengan manfaat yang diberikan produknya.				
3.	Produk Kopi kenangan yang dijual memiliki harga yang sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.				
4.	Harga Kopi kenangan sesuai dengan daya beli saya.				
5.	Harga yang ditawarkan Kopi kenangan memiliki daya saing dengan harga yang ditawarkan pesaing.				
Ekuitas Merek (X_3)					
1.	Merek Kopi yang muncul dalam benak anda pertama kali adalah Kopi kenangan.				
2.	Dengan konsumsi kopi kenangan membuat tubuh dan pikiran lebih segar.				
3.	Anda dapat langsung mengenali kopi kenangan hanya dengan melihat symbol logo atau atribut lainnya.				
4.	Anda beranggapan bahwa merek kopi kenangan adalah merek yang paling unggul di banding merek lain.				
5.	Anda beranggapan banyak orang yang merekomendasikan meminum kopi merek kopi kenangan.				
6.	Kopi kenangan memiliki popularitas yang baik dibandingkan dengan kopi merek lain.				
Keputusan Pembelian (Y)					
1.	Melakukan pembelian Kopi kenangan karena rasa dan promosi yang ditawarkan.				
2.	Saya memutuskan untuk membeli Kopi kenangan setelah membandingkan dengan kedai kopi yang lain				
3.	Informasi yang diberikan Kopi kenangan sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membeli produk				
4.	Saya memutuskan untuk membeli kopi kenangan berdasarkan pengalaman orang lain				

LAMPIRAN 2

TABULASI JAWABAN RESPONDEN

A. Jawaban Kuesioner Variabel Pemaaran Digital (X1)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total X1
1	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
2	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	18.00
3	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
4	3.00	4.00	5.00	5.00	3.00	20.00
5	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
6	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
7	1.00	1.00	2.00	1.00	1.00	6.00
8	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	24.00
9	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	22.00
10	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	24.00
11	5.00	3.00	4.00	3.00	5.00	20.00
12	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	24.00
13	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	22.00
14	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	22.00
15	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
16	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	21.00
17	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	21.00
18	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
19	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	20.00
20	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	24.00
21	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	17.00
22	5.00	4.00	3.00	3.00	4.00	19.00
23	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	18.00
24	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
25	4.00	5.00	3.00	4.00	5.00	21.00
26	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	16.00
27	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	24.00
28	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
29	5.00	5.00	3.00	4.00	5.00	22.00
30	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	16.00
31	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	22.00
32	3.00	4.00	3.00	4.00	3.00	17.00
33	3.00	3.00	2.00	3.00	3.00	14.00
34	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	23.00
35	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	21.00
36	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00

37	5.00	3.00	3.00	3.00	4.00	18.00
38	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	18.00
39	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	24.00
40	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	17.00
41	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
42	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	17.00
43	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
44	4.00	4.00	4.00	4.00	3.00	19.00
45	5.00	4.00	3.00	5.00	5.00	22.00
46	3.00	3.00	2.00	3.00	2.00	13.00
47	4.00	3.00	2.00	3.00	4.00	16.00
48	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	20.00
49	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
50	5.00	2.00	4.00	4.00	3.00	18.00
51	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	18.00
52	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	18.00
53	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	18.00
54	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	18.00
55	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	22.00
56	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	19.00
57	5.00	2.00	4.00	3.00	4.00	18.00
58	4.00	4.00	4.00	2.00	4.00	18.00
59	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
60	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	22.00
61	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
62	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
63	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	19.00
64	5.00	4.00	3.00	4.00	4.00	20.00
65	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	19.00
66	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
67	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	18.00
68	3.00	4.00	4.00	3.00	5.00	19.00
69	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
70	4.00	3.00	3.00	3.00	5.00	18.00
71	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
72	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	19.00
73	4.00	3.00	4.00	3.00	5.00	19.00
74	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00	20.00
75	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	22.00
76	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	17.00
77	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	22.00
78	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	17.00
79	2.00	3.00	3.00	2.00	1.00	11.00

80	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	18.00
81	5.00	3.00	4.00	4.00	5.00	21.00
82	5.00	5.00	3.00	5.00	5.00	23.00
83	5.00	3.00	3.00	4.00	4.00	19.00
84	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
85	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	18.00
86	5.00	5.00	4.00	4.00	5.00	23.00
87	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
88	4.00	4.00	2.00	3.00	4.00	17.00
89	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	17.00
90	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
91	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
92	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	5.00
93	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	18.00
94	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	18.00
95	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	19.00
96	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	18.00
97	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	17.00
98	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	18.00
99	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	18.00
100	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	21.00

B. Jawaban Kuesioner Variabel Persepsi Harga (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total X2
1	4.00	4.00	2.00	4.00	3.00	17.00
2	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
3	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
4	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	24.00
5	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
6	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
7	1.00	1.00	1.00	1.00	2.00	6.00
8	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	24.00
9	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	23.00
10	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	24.00
11	5.00	3.00	2.00	4.00	4.00	18.00
12	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	24.00
13	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	23.00
14	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
15	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	23.00
16	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	21.00
17	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
18	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	22.00
19	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	24.00

20	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	24.00
21	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
22	4.00	3.00	4.00	3.00	3.00	17.00
23	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	23.00
24	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
25	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	23.00
26	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	18.00
27	5.00	5.00	5.00	5.00	4.00	24.00
28	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	19.00
29	5.00	4.00	3.00	4.00	3.00	19.00
30	2.00	3.00	3.00	3.00	3.00	14.00
31	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	21.00
32	4.00	5.00	3.00	3.00	4.00	19.00
33	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
34	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
35	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	19.00
36	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	18.00
37	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	15.00
38	3.00	4.00	4.00	5.00	4.00	20.00
39	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	24.00
40	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
41	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	19.00
42	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
43	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
44	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	21.00
45	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
46	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
47	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	16.00
48	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
49	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	19.00
50	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
51	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	18.00
52	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	19.00
53	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
54	4.00	3.00	4.00	4.00	3.00	18.00
55	4.00	4.00	4.00	2.00	5.00	19.00
56	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
57	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	19.00
58	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	18.00
59	4.00	5.00	5.00	5.00	2.00	21.00
60	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	23.00
61	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	18.00
62	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
63	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	21.00
64	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	18.00

65	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	18.00
66	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
67	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
68	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	22.00
69	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	21.00
70	4.00	3.00	4.00	4.00	5.00	20.00
71	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
72	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
73	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	18.00
74	5.00	4.00	3.00	4.00	5.00	21.00
75	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
76	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
77	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
78	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	21.00
79	2.00	3.00	2.00	2.00	3.00	12.00
80	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	23.00
81	5.00	3.00	5.00	4.00	3.00	20.00
82	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
83	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	19.00
84	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
85	4.00	3.00	3.00	3.00	3.00	16.00
86	5.00	5.00	5.00	4.00	4.00	23.00
87	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	25.00
88	4.00	2.00	2.00	5.00	5.00	18.00
89	2.00	4.00	4.00	4.00	2.00	16.00
90	4.00	2.00	4.00	4.00	3.00	17.00
91	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	18.00
92	2.00	2.00	2.00	1.00	1.00	8.00
93	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
94	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
95	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	18.00
96	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	22.00
97	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	19.00
98	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	16.00
99	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	20.00
100	5.00	5.00	5.00	4.00	5.00	24.00

C. Jawaban Kuesioner Variabel Ekuitas Merek (X³)

No	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Total X3
1	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	5.00	22.00
2	2.00	3.00	4.00	2.00	4.00	3.00	18.00
3	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	27.00
4	2.00	2.00	5.00	4.00	5.00	5.00	23.00
5	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	18.00
6	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
7	1.00	1.00	1.00	2.00	3.00	3.00	11.00
8	4.00	4.00	5.00	3.00	4.00	4.00	24.00
9	4.00	5.00	5.00	4.00	4.00	4.00	26.00
10	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	26.00
11	5.00	3.00	2.00	2.00	2.00	5.00	19.00
12	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	29.00
13	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	27.00
14	5.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	25.00
15	3.00	4.00	4.00	5.00	5.00	4.00	25.00
16	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00	19.00
17	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
18	3.00	3.00	4.00	3.00	4.00	3.00	20.00
19	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	23.00
20	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00
21	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	18.00
22	5.00	3.00	4.00	2.00	2.00	3.00	19.00
23	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	19.00
24	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00
25	3.00	3.00	5.00	3.00	3.00	4.00	21.00
26	3.00	3.00	5.00	3.00	3.00	2.00	19.00
27	4.00	4.00	5.00	3.00	5.00	5.00	26.00
28	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	23.00
29	2.00	3.00	1.00	3.00	1.00	3.00	13.00
30	2.00	2.00	2.00	3.00	3.00	3.00	15.00
31	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	28.00
32	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	3.00	21.00
33	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	3.00	18.00
34	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	28.00
35	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	22.00
36	3.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	21.00
37	3.00	3.00	4.00	2.00	4.00	3.00	19.00
38	4.00	5.00	4.00	4.00	5.00	4.00	26.00
39	4.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	25.00
40	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	23.00
41	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	3.00	19.00
42	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
43	3.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	20.00

44	3.00	4.00	5.00	3.00	3.00	4.00	22.00
45	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	26.00
46	3.00	4.00	5.00	3.00	3.00	4.00	22.00
47	2.00	2.00	3.00	2.00	3.00	3.00	15.00
48	2.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	20.00
49	2.00	3.00	4.00	2.00	4.00	4.00	19.00
50	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	22.00
51	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	22.00
52	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	23.00
53	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	21.00
54	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
55	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	5.00	28.00
56	2.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	22.00
57	3.00	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	21.00
58	4.00	4.00	2.00	4.00	4.00	2.00	20.00
59	5.00	4.00	5.00	4.00	5.00	4.00	27.00
60	5.00	4.00	4.00	4.00	5.00	4.00	26.00
61	3.00	3.00	5.00	4.00	4.00	4.00	23.00
62	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	5.00	24.00
63	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	5.00	29.00
64	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	22.00
65	3.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	21.00
66	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	25.00
67	2.00	4.00	5.00	2.00	4.00	4.00	21.00
68	4.00	3.00	4.00	5.00	4.00	5.00	25.00
69	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	5.00	23.00
70	4.00	4.00	5.00	4.00	5.00	5.00	27.00
71	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	23.00
72	4.00	3.00	4.00	4.00	4.00	5.00	24.00
73	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	3.00	21.00
74	4.00	4.00	5.00	3.00	5.00	3.00	24.00
75	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	26.00
76	4.00	3.00	3.00	3.00	4.00	4.00	21.00
77	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	27.00
78	4.00	4.00	4.00	5.00	5.00	5.00	27.00
79	4.00	2.00	1.00	3.00	2.00	3.00	15.00
80	4.00	4.00	4.00	3.00	3.00	3.00	21.00
81	4.00	3.00	5.00	3.00	3.00	4.00	22.00
82	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00
83	3.00	3.00	4.00	3.00	3.00	2.00	18.00
84	5.00	5.00	4.00	5.00	4.00	4.00	27.00
85	4.00	4.00	5.00	3.00	5.00	4.00	25.00
86	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	24.00
87	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	30.00
88	3.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	24.00

89	4.00	4.00	5.00	2.00	2.00	4.00	21.00
90	2.00	4.00	5.00	4.00	3.00	4.00	22.00
91	4.00	4.00	5.00	4.00	3.00	3.00	23.00
92	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	2.00	12.00
93	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	21.00
94	4.00	4.00	5.00	4.00	4.00	4.00	25.00
95	4.00	4.00	4.00	3.00	4.00	4.00	23.00
96	4.00	4.00	5.00	4.00	2.00	4.00	23.00
97	4.00	4.00	5.00	4.00	3.00	4.00	24.00
98	4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	3.00	21.00
99	4.00	4.00	5.00	5.00	2.00	2.00	22.00
100	4.00	5.00	5.00	4.00	5.00	5.00	28.00

D. Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Total Y
1	3.00	3.00	4.00	3.00	13.00
2	4.00	4.00	4.00	2.00	14.00
3	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
4	3.00	5.00	5.00	4.00	17.00
5	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
6	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
7	2.00	2.00	1.00	2.00	7.00
8	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
9	5.00	5.00	5.00	4.00	19.00
10	5.00	5.00	5.00	4.00	19.00
11	5.00	3.00	2.00	3.00	13.00
12	5.00	5.00	5.00	1.00	16.00
13	4.00	5.00	4.00	5.00	18.00
14	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
15	3.00	4.00	4.00	5.00	16.00
16	3.00	3.00	3.00	2.00	11.00
17	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
18	4.00	4.00	4.00	3.00	15.00
19	4.00	3.00	4.00	4.00	15.00
20	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
21	4.00	2.00	3.00	4.00	13.00
22	3.00	2.00	4.00	1.00	10.00
23	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
24	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
25	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
26	3.00	3.00	4.00	4.00	14.00
27	5.00	4.00	5.00	5.00	19.00
28	4.00	4.00	4.00	3.00	15.00

29	3.00	2.00	5.00	5.00	15.00
30	3.00	3.00	2.00	3.00	11.00
31	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
32	3.00	4.00	3.00	4.00	14.00
33	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
34	5.00	4.00	5.00	4.00	18.00
35	4.00	4.00	4.00	3.00	15.00
36	4.00	4.00	4.00	3.00	15.00
37	4.00	3.00	3.00	3.00	13.00
38	5.00	4.00	3.00	4.00	16.00
39	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
40	4.00	5.00	4.00	4.00	17.00
41	4.00	4.00	4.00	3.00	15.00
42	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
43	3.00	3.00	3.00	3.00	12.00
44	4.00	3.00	4.00	4.00	15.00
45	5.00	5.00	5.00	4.00	19.00
46	3.00	4.00	3.00	3.00	13.00
47	3.00	2.00	2.00	4.00	11.00
48	4.00	2.00	4.00	2.00	12.00
49	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
50	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
51	4.00	3.00	4.00	3.00	14.00
52	4.00	3.00	4.00	4.00	15.00
53	3.00	3.00	4.00	4.00	14.00
54	4.00	3.00	4.00	4.00	15.00
55	4.00	4.00	4.00	4.00	16.00
56	4.00	4.00	3.00	4.00	15.00
57	4.00	2.00	4.00	4.00	14.00
58	4.00	4.00	5.00	2.00	15.00
59	5.00	5.00	4.00	5.00	19.00
60	5.00	5.00	4.00	4.00	18.00
61	4.00	4.00	3.00	4.00	15.00
62	4.00	3.00	4.00	4.00	15.00
63	4.00	4.00	5.00	4.00	17.00
64	3.00	4.00	4.00	2.00	13.00
65	4.00	3.00	4.00	4.00	15.00
66	2.00	2.00	3.00	3.00	10.00
67	4.00	4.00	3.00	4.00	15.00
68	4.00	3.00	4.00	3.00	14.00
69	5.00	4.00	5.00	5.00	19.00
70	5.00	5.00	4.00	5.00	19.00
71	3.00	3.00	4.00	3.00	13.00
72	4.00	5.00	5.00	2.00	16.00
73	2.00	4.00	4.00	2.00	12.00

74	5.00	3.00	4.00	5.00	17.00
75	5.00	4.00	5.00	3.00	17.00
76	4.00	5.00	5.00	4.00	18.00
77	4.00	4.00	5.00	4.00	17.00
78	4.00	4.00	5.00	2.00	15.00
79	2.00	2.00	2.00	2.00	8.00
80	4.00	3.00	4.00	3.00	14.00
81	5.00	3.00	4.00	3.00	15.00
82	5.00	5.00	5.00	5.00	20.00
83	3.00	3.00	2.00	2.00	10.00
84	4.00	5.00	5.00	2.00	16.00
85	3.00	4.00	4.00	4.00	15.00
86	4.00	4.00	5.00	4.00	17.00
87	5.00	3.00	5.00	4.00	17.00
88	5.00	4.00	4.00	5.00	18.00
89	4.00	4.00	4.00	2.00	14.00
90	4.00	3.00	4.00	2.00	13.00
91	4.00	4.00	3.00	2.00	13.00
92	2.00	2.00	1.00	1.00	6.00
93	4.00	4.00	4.00	2.00	14.00
94	4.00	3.00	4.00	4.00	15.00
95	3.00	4.00	4.00	4.00	15.00
96	4.00	4.00	3.00	2.00	13.00
97	4.00	4.00	3.00	4.00	15.00
98	4.00	3.00	4.00	4.00	15.00
99	4.00	5.00	4.00	2.00	15.00
100	4.00	5.00	4.00	2.00	15.00



LAMPIRAN 3
HASIL PENGUJIAN PENELITIAN

A. Uji Validitas

1. Pemasaran Digital (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Pemasaran Digital
X1.1	Pearson Correlation	1	.465**	.358**	.549**	.680**	.776**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.465**	1	.374**	.665**	.607**	.794**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.358**	.374**	1	.465**	.449**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.549**	.665**	.465**	1	.546**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.680**	.607**	.449**	.546**	1	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.776**	.794**	.683**	.822**	.838**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

2. Persepsi Harga (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Persepsi Harga
X2.1	Pearson Correlation	1	.628*	.546**	.596**	.636**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.628*	1	.566**	.616**	.524**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.546**	.566**	1	.536**	.479**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.596**	.616**	.536**	1	.555**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.636**	.524**	.479**	.555**	1	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.835**	.826**	.786**	.818**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

3. Ekuitas Merek (X3)

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	Ekuitas Merek
X3.1	Pearson Correlation	1	.573**	.320**	.496**	.373**	.400**	.717**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.573**	1	.495**	.545**	.492**	.462**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.320**	.495**	1	.335**	.420**	.374**	.674**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.496**	.545**	.335**	1	.504**	.461**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.373**	.492**	.420**	.504**	1	.558**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.400**	.462**	.374**	.461**	.558**	1	.729**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	.717**	.796**	.674**	.755**	.757**	.729**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

4. Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations				Keputusan Pembelian
		Y1	Y2	Y3	Y4	
Y1	Pearson Correlation	1	.527**	.557**	.425**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.527**	1	.546**	.254*	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.011	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.557**	.546**	1	.335**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.425**	.254*	.335**	1	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.011	.001		.000
	N	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.803**	.753**	.790**	.697**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

B. Uji Reliabilitas

1. Pemasaran Digital (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	5

2. Persepsi Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.866	5

3. Ekuitas Merek (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	6

4. Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.745	4

C. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.47158512
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.059
	Negative	-.047
Test Statistic		.059
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.

D. Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	3.384	1.373		2.465	.015		
	Pemasaran Digital	.065	.093	.073	.700	.486	.482	2.075
	Persepsi Harga	.194	.085	.244	2.279	.025	.456	2.192
	Ekuitas Merek	.314	.062	.478	5.052	.000	.581	1.720

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

E. Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.342	.819		1.638	.105
	Pemasaran Digital	-.023	.056	-.062	-.423	.673
	Persepsi Harga	-.024	.051	-.071	-.471	.639
	Ekuitas Merek	.033	.037	.119	.897	.372

a. Dependent Variable: Abs_Res

F. Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.707 ^a	.500	.484	1.49440	2.069

a. Predictors: (Constant), Ekuitas Merek, Pemasaran Digital, Persepsi Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

G. Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	3.384	1.373		2.465	.015
	Pemasaran Digital	.065	.093	.073	.700	.486
	Persepsi Harga	.194	.085	.244	2.279	.025
	Ekuitas Merek	.314	.062	.478	5.052	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

H. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	214.359	3	71.453	31.995	.000 ^b
	Residual	214.391	96	2.233		
	Total	428.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Ekuitas Merek, Pemasaran Digital, Persepsi Harga

I. Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.707 ^a	.500	.484	1.49440

a. Predictors: (Constant), Ekuitas Merek, Pemasaran Digital, Persepsi Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

J. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error			
(Constant)	3.384	1.373		2.465	.015
Pemasaran Digital	.065	.093	.073	.700	.486
Persepsi Harga	.194	.085	.244	2.279	.025
Ekuitas Merek	.314	.062	.478	5.052	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



FAJRIN AMIR - TA

ORIGINALITY REPORT

6%

SIMILARITY INDEX

7%

INTERNET SOURCES

4%

PUBLICATIONS

0%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.iain-surakarta.ac.id Internet Source	1%
2	repository.uhn.ac.id Internet Source	1%
3	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
4	repository.ub.ac.id Internet Source	1%
5	repository.upstegal.ac.id Internet Source	1%
6	dspace.uii.ac.id Internet Source	1%
7	eprints.walisongo.ac.id Internet Source	1%
8	repository.polibatam.ac.id Internet Source	1%