

DAFTAR PUSTAKA

- Kotler, Philip, dan Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran, Edisi 12, jilid I*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip dan Keller. 2013. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Sugiharto, Leonardos. "Pengaruh Citra Merek, Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Smartphone Samsung". Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. 2018.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Putra, Edo Imanda, and Prijati Prijati. "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)* 10.1 (2021).
- PERMANA, Dony Indra. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk Lantai Kayu dan Pintu PT. Piji Di Jawa Timur. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 2017, 2.1: 117-123.
- REVEN, Daniel; FERDINAND, Augusty Tae. Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta). *Diponegoro Journal of Management*, 2017, 6.3: 152-164.
- WIJAYANTO, Indra; IRIANI, Sri Setyo. Pengaruh citra merek terhadap loyalitas konsumen. *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2013, 1.3: 910-918.
- Daniel Reven, Augusty Tae Ferdinand, "Analisis Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk, Harga Kompetitif, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian: (Studi Pada Pelanggan Nesty Collection Jakarta)", 2017.
- BASA, Alif Ghufuran, et al. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek New Balance Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sumatera Utara. 2017.

- SUPRIYADI, Supriyadi; WIYANI, Wahyu; NUGRAHA, Ginanjar Indra Kusuma. Pengaruh Kualitas Produk Dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 2017, 4.1.
- Sugiharto, Leonardos. "Pengaruh Citra Merek, Inovasi Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Ulang Konsumen Pada Smarthphone Samsung". Skripsi: Fakultas Ekonomi Universitas Sanata Dharma Yogyakarta. 2018.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, Husein. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Supriyadi, Wahyu Wiyani, Ginanjar Indra K.N. Pengaruh Kualitas Produk Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian. "*Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. 4 No.1, Januari 2017*"
- Charlie Bernando Halomoan Samosir Jurnal Ilmiah Manajemen dan Bisnis Arief Bowo Prayoga K Volume 1, Nomor 3, November 2015
- DIPONEGORO JOURNAL OF MANAGEMENT Volume 6, Nomor 3, Tahun 2017, Halaman 2
- Edo Imanda Putra. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. "*Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen : Volume 10, Nomor 1, Januari 2021*"
- Nela Evelina, Handoyo DW, Sari Listyorini. (Studi kasus pada konsumen TelkomFlexi di Kecamatan Kota Kudus Kabupaten Kudus) Tahun 2012, Hal 1-11

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth:

Saudara/i Responden

Di_

Tempat

Assalamu'alaikum Wr, Wb Salam Sejahtera untuk kita semua.

Perkenalkan saya Dimas Prasetyo Widiatmoko 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 Kualitas Produk, Citra Merek, Dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Nike Di Jakarta Timur”**. Maka Saya memohon kesediaan dari Saudara/i untuk dapat mengisi kuesioner penelitian ini.

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,

Dimas Prasetyo Widiatmoko

Petunjuk pengisian:

Beri tanda *cek-list* (✓) pada jawaban yang mewakili anda sebagai responden pada masing-masing pertanyaan di bawah ini:

I. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin

☐

Laki-laki

☐

Perempuan

2. Usia anda saat ini :

☐

18 – 25 tahun

☐

36 – 45 tahun

☐

26 – 35 tahun

☐

Lebih dari 45 tahun

3. Jenis pekerjaan :

☐

Pelajar/Mahasiswa

☐

Karyawan Swasta

☐

Pegawai Negeri Sipil

☐

Lainnya

4. Tingkat Pendapatan :

☐

Kurang dari Rp.3.000.000

☐

Rp6.100.000

Rp9.000.000

☐

Rp3.100.000 – Rp6.000.000

☐

Lebih dari Rp9.000.000



A. Pendapat Responden

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

RR : Ragu-Ragu

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

No	Pernyataan	Jawaban				
	Kualitas Produk (X1)	STS	TS	RR	S	SS
	Daya Tahan Produk					
1.	Sepatu merek Nike memiliki image kualitas daya tahan yang baik dibandingkan produk lain.					
	Kesesuaian					
2.	Saya memutuskan membeli sepatu merek Nike dikarenakan sesuai dengan kualitas yang saya inginkan					
	Kemudahan Penggunaan					
3.	Saya membeli sepatu merek Nike dikarenakan model yang disediakan praktis digunakan untuk menunjang kegiatan sehari-hari					
	Kelengkapan Produk					
4.	Nike memiliki kelengkapan dalam berbagai model sepatu sehingga saya memutuskan untuk melakukan pembelian					
	Citra Merek (X2)	STS	TS	RR	S	SS
	Kekuatan Asosiasi Merek					

1.	Merek sepatu Nike sangat melekat di benak saya ketika ingin membeli sepatu					
Keuntungan Asosiasi Merek						
2.	Saya memutuskan membeli sepatu merek nike dikarenakan harga jual kembali yang relatif stabil dikemudian hari					
Keunikan Asosiasi Merek						
3.	Saya memutuskan untuk membeli produk nike dikarenakan memiliki nama dan logo yang unik					
Promosi (X3)		STS	TS	RR	S	SS
Iklan						
1.	Iklan sepatu Nike di media sosial menarik keinginan saya untuk melakukan pembelian					
Promosi Penjualan						
2.	Saya memutuskan membeli sepatu Nike dikarenakan promosi dalam bentuk diskon yang sering ditawarkan					
Penjualan Personal						
3.	Saya memutuskan membeli sepatu nike dikarenakan penawaran yang menarik dari SPG di outlet nike					
Pemasaran Langsung						
4.	Saya memutuskan membeli sepatu merek nike langsung di outlet terdekat dengan tempat saya tinggal					
Keputusan Pembelian (Y)		STS	TS	RR	S	SS
Kemantapan Sebuah Produk						
1.	Setelah mempertimbangkan kualitas produk, citra merek yang baik dan promosi yang dilakukan, saya memutuskan untuk membeli sepatu merek nike					

Kebiasaan dalam memilih produk						
2.	Saya melakukan pembelian dikarenakan terbiasa dalam menggunakan sepatu merek nike karena kualitas yang baik, citra yang melekat dan diskon yang diberikan					
Kecepatan dalam membeli produk						
3.	Ketika sudah melalui proses pertimbangan, saya langsung mendatangi outlet / store nike terdekat					



Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

No Res	Kualitas Produk (X1)				Total_X1	Citra Merek (X2)			Total_X2
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4		X2.1	X2.2	X2.3	
1	4	4	4	4	16	4	4	4	12
2	5	4	5	4	18	5	5	4	14
3	4	4	4	3	15	4	4	5	13
4	4	4	4	3	15	5	5	5	15
5	4	5	4	4	17	5	5	5	15
6	4	3	3	4	14	4	3	5	12
7	5	4	4	3	16	5	4	4	13
8	5	4	3	4	16	5	4	4	13
9	5	4	3	4	16	4	4	3	11
10	4	4	2	4	14	4	4	4	12
11	4	4	4	4	16	4	4	4	12
12	5	5	5	5	20	5	5	5	15
13	3	4	4	4	15	5	5	4	14
14	4	4	5	5	18	5	5	5	15
15	4	4	4	4	16	5	4	5	14
16	4	4	3	3	14	4	4	4	12
17	5	5	5	5	20	4	3	4	11
18	5	4	4	5	18	4	4	4	12
19	4	4	3	4	15	4	5	4	13
20	4	3	3	3	13	4	4	4	12
21	5	4	4	4	17	4	4	4	12
22	4	3	2	3	12	4	4	4	12
23	4	4	2	3	13	4	4	4	12
24	4	5	4	4	17	5	5	4	14
25	3	3	3	4	13	5	5	5	15
26	4	4	3	4	15	4	4	4	12
27	3	4	3	4	14	4	4	3	11
28	4	4	4	4	16	4	4	4	12
29	2	3	4	2	11	4	4	4	12
30	4	4	5	4	17	5	5	4	14
31	5	5	5	5	20	5	5	5	15
32	5	5	5	5	20	5	5	5	15
33	5	5	4	4	18	4	4	4	12
34	4	4	5	5	18	5	5	5	15
35	5	5	5	4	19	4	5	5	14
36	4	4	5	5	18	5	5	4	14

37	5	5	5	5	20	3	4	4	11
38	4	4	4	4	16	4	5	5	14
39	4	4	5	5	18	4	4	4	12
40	5	5	5	5	20	5	4	4	13
41	4	4	5	5	18	5	5	4	14
42	4	4	4	4	16	4	5	5	14
43	4	4	5	5	18	4	4	4	12
44	4	4	5	4	17	5	4	5	14
45	4	3	3	4	14	4	5	4	13
46	3	4	4	3	14	3	3	3	9
47	5	5	5	5	20	5	5	5	15
48	4	4	4	5	17	5	4	4	13
49	5	5	5	4	19	5	5	5	15
50	5	5	5	3	18	5	5	5	15
51	5	4	5	4	18	5	4	4	13
52	5	5	5	5	20	5	5	4	14
53	4	4	5	4	17	4	4	4	12
54	4	3	3	4	14	4	5	5	14
55	3	4	4	5	16	5	5	4	14
56	4	4	5	4	17	5	5	5	15
57	5	4	3	3	15	4	5	4	13
58	4	5	3	3	15	5	4	5	14
59	5	4	3	4	16	4	4	3	11
60	5	4	4	5	18	5	5	4	14
61	5	4	4	4	17	4	4	3	11
62	5	5	5	3	18	5	5	5	15
63	5	5	5	5	20	5	5	4	14
64	5	5	5	4	19	5	5	5	15
65	4	5	5	5	19	5	5	5	15
66	5	5	5	5	20	5	5	5	15
67	4	5	5	4	18	5	5	3	13
68	5	4	4	4	17	4	5	4	13
69	5	4	4	3	16	4	5	5	14
70	4	5	5	4	18	5	5	4	14
71	5	5	5	5	20	5	5	4	14
72	4	4	4	4	16	4	5	4	13
73	5	4	4	4	17	4	5	5	14
74	4	4	4	4	16	4	4	4	12
75	4	5	5	5	19	5	4	3	12
76	3	4	4	4	15	4	4	4	12

77	4	3	3	3	13	3	5	4	12
78	4	5	5	4	18	5	5	2	12
79	5	4	4	5	18	4	5	5	14
80	5	4	5	4	18	5	5	4	14
81	4	4	3	3	14	3	4	4	11
82	4	5	4	5	18	4	5	5	14
83	5	3	4	4	16	4	4	4	12
84	4	3	5	3	15	5	3	4	12
85	4	4	4	5	17	4	4	5	13
86	4	4	4	2	14	4	5	5	14
87	4	3	4	5	16	4	5	5	14
88	4	5	4	4	17	4	4	4	12
89	3	5	4	4	16	4	4	4	12
90	4	4	4	4	16	4	4	4	12
91	2	4	4	4	14	4	4	4	12
92	4	4	5	4	17	5	5	4	14
93	5	5	5	5	20	5	5	5	15
94	5	5	5	5	20	5	5	5	15
95	4	5	4	4	17	4	4	4	12
96	5	4	5	5	19	5	5	5	15
97	4	5	4	5	18	4	5	5	14
98	5	5	4	4	18	4	5	4	13
99	5	4	4	5	18	4	5	4	13
100	5	4	4	4	17	4	4	4	12

No Res	Promosi (X3)				Total_X3	Keputusan Pembelian (Y)			Total_Y
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4		Y.1	Y.2	Y.3	
1	5	5	5	5	20	5	4	5	14
2	5	4	4	5	18	4	4	4	12
3	4	5	3	4	16	4	4	4	12
4	4	3	5	5	17	4	3	3	10
5	4	4	3	5	16	4	4	3	11
6	5	4	5	4	18	3	4	4	11
7	4	3	2	4	13	4	5	4	13
8	5	4	5	5	19	3	4	5	12
9	3	4	4	4	15	4	5	4	13
10	4	4	3	5	16	3	4	3	10
11	3	4	3	3	13	3	4	3	10

12	5	5	4	4	18	5	4	5	14
13	4	4	5	5	18	5	5	5	15
14	5	5	5	4	19	5	5	5	15
15	5	4	5	5	19	5	5	4	14
16	4	5	5	4	18	5	5	5	15
17	5	4	5	5	19	5	4	5	14
18	5	5	5	5	20	4	5	4	13
19	3	4	5	4	16	3	4	4	11
20	3	2	4	4	13	3	2	4	9
21	4	5	4	4	17	4	5	4	13
22	2	3	5	4	14	2	3	5	10
23	2	3	3	4	12	2	3	3	8
24	4	4	2	5	15	4	4	2	10
25	3	4	5	5	17	3	4	5	12
26	3	4	4	4	15	3	4	4	11
27	2	4	4	4	14	2	4	4	10
28	4	4	4	4	16	4	4	4	12
29	4	2	4	4	14	4	2	4	10
30	5	4	4	5	18	5	4	4	13
31	5	5	5	5	20	5	5	5	15
32	4	4	4	4	16	5	5	5	15
33	4	4	5	4	17	4	4	5	13
34	5	5	4	5	19	5	5	4	14
35	5	4	5	4	18	5	4	5	14
36	5	5	5	4	19	5	5	5	15
37	5	5	4	3	17	5	5	4	14
38	4	4	4	4	16	4	4	4	12
39	5	5	5	4	19	5	5	5	15
40	5	5	5	5	20	5	5	5	15
41	5	5	5	5	20	5	5	5	15
42	4	4	4	4	16	4	5	5	14
43	5	5	5	5	20	5	5	5	15
44	4	4	4	5	17	4	4	4	12
45	3	4	4	4	15	3	4	4	11
46	4	4	4	4	16	4	3	3	10
47	5	5	5	5	20	5	5	5	15
48	4	5	5	5	19	4	5	5	14
49	5	5	5	5	20	5	5	5	15
50	5	3	3	5	16	5	4	4	13
51	5	5	5	5	20	3	4	3	10

52	5	5	5	5	20	5	5	5	15
53	5	4	5	4	18	5	4	5	14
54	4	4	5	4	17	3	4	4	11
55	4	5	5	5	19	4	5	3	12
56	5	4	5	5	19	5	4	4	13
57	3	3	5	4	15	3	3	5	11
58	3	3	3	5	14	3	3	3	9
59	3	4	4	4	15	5	5	5	15
60	4	5	5	5	19	4	5	5	14
61	5	5	4	4	18	5	5	4	14
62	5	5	5	5	20	5	5	5	15
63	3	5	5	5	18	3	5	5	13
64	4	5	5	5	19	4	5	5	14
65	5	4	5	5	19	5	4	5	14
66	5	5	5	5	20	5	5	5	15
67	4	4	5	5	18	4	4	5	13
68	5	5	4	4	18	5	5	4	14
69	5	5	4	4	18	5	5	4	14
70	4	4	5	5	18	4	4	5	13
71	5	5	5	5	20	5	5	5	15
72	4	4	4	4	16	4	4	4	12
73	4	5	4	4	17	4	5	4	13
74	4	4	4	4	16	4	4	4	12
75	3	4	5	5	17	3	4	5	12
76	3	3	4	4	14	3	3	4	10
77	4	4	3	3	14	4	4	3	11
78	5	4	5	5	19	5	4	5	14
79	4	5	4	4	17	4	5	4	13
80	5	5	4	5	19	5	5	4	14
81	3	4	4	3	14	3	4	4	11
82	4	4	5	4	17	4	4	5	13
83	3	5	3	4	15	3	5	3	11
84	3	4	3	5	15	3	4	3	10
85	4	4	4	4	16	4	4	4	12
86	4	4	4	4	16	4	4	4	12
87	4	4	3	4	15	4	4	3	11
88	5	4	5	4	18	5	4	5	14
89	4	3	5	4	16	4	3	5	12
90	4	4	4	4	16	4	4	5	13
91	4	2	4	4	14	4	3	4	11

92	5	4	4	5	18	5	4	4	13
93	5	5	5	5	20	5	5	5	15
94	5	5	5	5	20	5	5	5	15
95	4	4	5	4	17	4	4	5	13
96	5	5	4	5	19	4	4	4	12
97	5	4	5	4	18	4	4	4	12
98	5	5	5	4	19	5	5	4	14
99	4	5	4	4	17	4	4	4	12
100	4	5	4	4	17	4	5	4	13

Deskriptif

Descriptive Statistics						
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	
X1.1	100	2,00	5,00	4,2900	,68601	
X1.2	100	3,00	5,00	4,2200	,62893	
X1.3	100	2,00	5,00	4,1700	,80472	
X1.4	100	2,00	5,00	4,1200	,74237	
Kualitas_Produk	100	11,00	20,00	16,8000	2,07924	
X2.1	100	3,00	5,00	4,4100	,57022	
X2.2	100	3,00	5,00	4,5000	,57735	
X2.3	100	2,00	5,00	4,2700	,63333	
Citra_Merek	100	9,00	15,00	13,1800	1,32863	
X3.1	100	2,00	5,00	4,2000	,81650	
X3.2	100	2,00	5,00	4,2500	,74366	
X3.3	100	2,00	5,00	4,3500	,75712	
X3.4	100	3,00	5,00	4,4100	,57022	
Promosi	100	12,00	20,00	17,2100	2,04146	
Y.1	100	2,00	5,00	4,1400	,82902	
Y.2	100	2,00	5,00	4,2800	,71181	
Y.3	100	2,00	5,00	4,2900	,72884	
Keputusan_Pembelian	100	8,00	15,00	12,7100	1,76552	
Valid N (listwise)	100					

Lampiran 3 Uji Instrumen (X1)

Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Kualitas_Produk
X1.1	Pearson Correlation	1	,342**	,276**	,268**	,636**
	Sig. (2-tailed)		,000	,005	,007	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,342**	1	,504**	,354**	,737**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,276**	,504**	1	,456**	,793**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,268**	,354**	,456**	1	,729**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
Kualitas_Produk	Pearson Correlation	,636**	,737**	,793**	,729**	1

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,697	4

Lampiran 4 Uji Instrumen (X2)

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	Citra_Merek
X2.1	Pearson Correlation	1	,414**	,222*	,715**
	Sig. (2-tailed)		,000	,027	,000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,414**	1	,373**	,790**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,222*	,373**	1	,734**
	Sig. (2-tailed)	,027	,000		,000
	N	100	100	100	100
Citra_Merek	Pearson Correlation	,715**	,790**	,734**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,615	3

Lampiran 5 Uji Instrumen (X3)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Promosi
X3.1	Pearson Correlation	1	,466**	,343**	,343**	,793**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,466**	1	,274**	,208*	,710**
	Sig. (2-tailed)	,000		,006	,037	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,343**	,274**	1	,296**	,690**
	Sig. (2-tailed)	,000	,006		,003	,000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	,343**	,208*	,296**	1	,602**
	Sig. (2-tailed)	,000	,037	,003		,000
	N	100	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	,793**	,710**	,690**	,602**	1

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000
N	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's

Alpha	N of Items
,656	4

Lampiran 6 Uji Instrumen (Y)

		Correlations			
		Y.1	Y.2	Y.3	Keputusan_Pembelian
Y.1	Pearson Correlation	1	,515**	,400**	,842**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	,515**	1	,290**	,765**
	Sig. (2-tailed)	,000		,003	,000
	N	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	,400**	,290**	1	,718**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003		,000
	N	100	100	100	100
Keputusan_Pembelian	Pearson Correlation	,842**	,765**	,718**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,670	3

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

Lampiran 7 Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas, Multikolinearitas, Heteroskedastisitas, Autokorelasi dan Linearitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

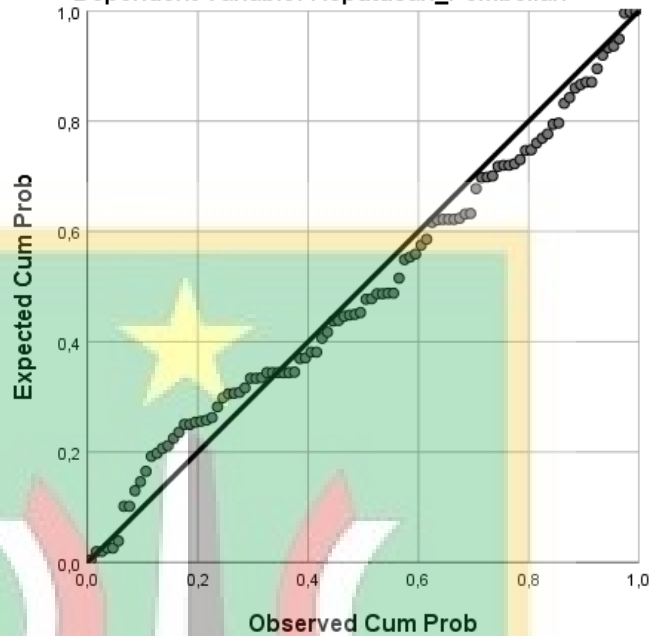
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,41767229
Most Extreme Differences	Absolute	,079
	Positive	,072
	Negative	-,079
Test Statistic		,079

Asymp. Sig. (2-tailed) ,132^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan_Pembelian



Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1 (Constant)	-4,547	1,374			3,309	,001		
Kualitas_Produk	,396	,099	,358	4,011	,000		,431	2,322
Citra_Merek	,531	,081	,459	6,540	,000		,695	1,439
Promosi	,213	,094	,176	2,257	,026		,566	1,766

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3,070	1,195			2,568	,012
Kualitas_Produk	-,085	,086	-,152	-,996	,322	
Citra_Merek	,069	,071	,117	,976	,331	
Promosi	-,059	,082	-,096	-,724	,471	

a. Dependent Variable: ABS_RES

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,819 ^a	,671	,661	1,43965	1,819

a. Predictors: (Constant), Promosi, Citra_Merek, Kualitas_Produk

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

ANOVA Table								
				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan_Pembelian Kualitas_Produk	*	Between Groups	(Combined)	454,705	10	45,471	27,005	,000
			Linearity	313,186	1	313,186	186,004	,000
			Deviation from Linearity	141,519	9	15,724	9,339	,154
			Within Groups	149,855	89	1,684		
		Total		604,560	99			
Keputusan_Pembelian Citra_Merek	*	Between Groups	(Combined)	346,976	6	57,829	20,879	,000
			Linearity	294,585	1	294,585	106,359	,000
			Deviation from Linearity	52,391	5	10,478	3,783	,094
			Within Groups	257,584	93	2,770		
		Total		604,560	99			
Keputusan_Pembelian Promosi	*	Between Groups	(Combined)	187,110	8	23,389	5,098	,000
			Linearity	168,309	1	168,309	36,690	,000
			Deviation from Linearity	18,800	7	2,686	,585	,766
			Within Groups	417,450	91	4,587		
		Total		604,560	99			

Lampiran 8 Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-4,547	1,374			-3,309	,001
Kualitas_Produk	,396	,099	,358		4,011	,000
Citra_Merek	,531	,081	,459		6,540	,000
Promosi	,213	,094	,176		2,257	,026

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Lampiran 9 Uji Kelayakan Model

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	405,590	3	135,197	65,230	,000 ^b
	Residual	198,970	96	2,073		
	Total	604,560	99			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Citra_Merek, Kualitas_Produk

Uji R

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,819 ^a	,671	,661	1,43965

a. Predictors: (Constant), Promosi, Citra_Merek, Kualitas_Produk

Uji t (hipotesis)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	-4,547	1,374		-3,309	,001
Kualitas_Produk	,396	,099	,358	4,011	,000
Citra_Merek	,531	,081	,459	6,540	,000
Promosi	,213	,094	,176	2,257	,026

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Lampiran 11 Lembar Konsultasi Pembimbing Tugas Akhir



