

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, A. dan Alexander, L. Biel, 2009, *Brand Equity and Advertising: Advertising Role In Building Strong Brand*, Lawrence Erlbaum Associates, Inc., Hillsdale.
- Anggraeni, Priska Nita. (2013). "Pengaruh Citra Merek terhadap Loyalitas Konsumen dengan Kepuasan Konsumen sebagai Mediasi pada Produk Viva Kosmetik di Kota Surabaya". Skripsi. [online] , Diakses pada 13 Maret 2017, dari <http://repository.wima.ac.id/320/>.
- Ardiansyah, M. A. (2012) Pengaruh Kualitas Produk Terhadap Minat Pembelian Serta Dampaknya Terhadap Proses Keputusan Pembelian J&C Cookies. Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Bülbül, D. (2013). Determinants of Trust in Banking Networks. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 85(1), 236–248. <http://doi.org/10.1016/j.jebo.2012.02.022>.
- Basu Swastha. 2009. *Manajemen Penjualan*. Yogyakarta: BPFE.
- Basu Swastha, Hani Handoko. 2011. *Manajemen Pemasaran- Analisis Perilaku. Konsumen*. Yogyakarta : BPFE.
- Bob Sabran. 2009 Edisi ke 13. Jilid 1. Jakarta : Erlangga.
- Belch E George & Belch A Michael, *advertising and promotion: an integrated marketing communications perspective* . Boston McGraw Hill Irwin. 2009.
- Charles E, Bamfor. (2010). *Strategy: Sustainable Advance and Performance*. Canada: South Western Cengage Learning.
- Darmadi, Hamid. 2013. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial*. Bandung: Alfabeta.
- Ghozali, Imam. 2011. "Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS". Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidayat, Rahmat. 2009. Pengaruh Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk, dan Nilai pelanggan terhadap kepuasan dan Loyalitas Pelanggan Nasabah Bank mandiri. *Jurnal Bisnis dan Ekonomi*. Vol. V tahun 2009.












- Husein Umar. 2013. Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13 Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip & Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Terjemahan Kotler, P. & Keller, K.L. (2012), Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Kotler dan Keller, Bela Dwi Kuntari (2016) Pengaruh kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Dan Loyalitas pelanggan (Survei Pada Pelanggan Bengkel PT Astra International Tbk -Daihatsu Malang).
- Kumastuti, Fitri. 2011. Pengaruh harga, atribut produk dan Promosi terhadap Keputusan pembelian produk telepon seluler sony ericsson (studi kasus di kabupaten Tumanggung) . skripsi tidak diterbitkan. Semarang UNDIP.
- Lovelock Christopher. et. Al, (2010), Pemasaran Jasa, Edisi 7, Jilid 1, Erlangga: Jakarta.
- Melina, Sulistino, Dan Budi setiawan 2013 Pengaruh Kualitas pelayanan dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian (Studi kasus pasa Giant Hypermart).
- Roidz Alhauna 2017 Pengaruh Kesadaran Merek, Persepsi Kualitas, Asosiasi Merek, Dan Loyalitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Wardah.
- Rizky Desty Wulandari Dan Donant Alananto Iskandar 2018 Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik.
- Sadat, M. Andi. (2009). Brand Belief: Strategi Membangun Merek Berbasis Keyakinan. Jakarta: Salemba Empat
- Sugiyono. (2010). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif & RND. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono. (2013). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta. CV
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.


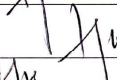
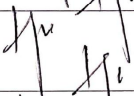
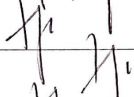
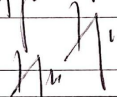
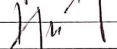
- Sugiyono (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Terengana, C. A., Supit, H., & Utami, C. W. (2013). Effect Of Value, Consumer Trust And Attitudes Towards Intention Buy Environmentally Friendly Air Conditioners Product In South Sumatera. *Social Sciences and Humanities*, 4(3), 323–336.
- William J. Staton, (2011) *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi ke tujuh, Jakarta: Erlangga Jilid ke-1.
- Yin, Yee and T.M. Faziharudean.2010.Factors Affecting Customer Loyalty of Using Internet Banking in Malaysia. *Journal of Electronic Banking Systems Faculty of Business and Accountancy. University of Malaya*.

## Lampiran 1 : Berita Acara Bimbingan Skripsi

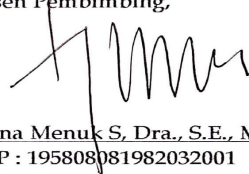
### BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Fatimah Putri Anggraini  
 NIM : 161500170  
 Program Studi : Manajemen  
 Judul Skripsi : Pengaruh Merek, Kepercayaan, dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan pembelian Produk EMINA Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya.  
 Dosen Pembimbing : Christina Menuk S, Dra., S.E., M.M

No.	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/ Kegiatan
1.	02-10-2019		Penyusunan Skripsi
2	04-19-2019		Konsultasi Judul
3	10-10-2019		Judul & Bab I Revisi
4	16-10-2019		Bab I & Bab II Revisi
5	22-10-2019		Bab I & Bab II Revisi
6	29-10-2019		Bab I ACC / Bab II & III Revisi
7	05-11-2019		Bab II ACC / Bab III Revisi
8	06-11-2019		Bab III ACC
9	18-12-2019		Ujian Proposal
10	03-12-2019		Bab I-IV Revisi
11	17-04-2020		Bab I-IV Revisi
12	19-05-2020		Bab I-IV Revisi
13	15-06-2020		Bab IV Revisi

14	26-06-2020		Bab IV Revisi
15	01-07-2020		Bab IV-V Revisi & Buat Artikel
16	08-07-2020		Revisi & Kumpulkan Lengkap Skripsi / Artikel Revisi
17	14-07-2020		Artikel dan Skripsi di Benahi
18	15-07-2020		Artikel Cek lagi, Skripsi Cek lagi
19	20-07-2020		Artikel dan Skripsi ACC

Surabaya, 20 Juli 2020  
Dosen Pembimbing,



Christina Menuk S. Dra., S.E., M.M  
NIP : 195808081982032001

Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

2

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.uniprasby.ac.id>

**BERITA ACARA**  
**BIMBINGAN REVISI SKRIPSI**

Nama : Fatihah Putri A  
NIM/Program Studi : 161500170  
Judul Skripsi : Pengaruh Merek, Kepercayaan, Dan Loyalitas  
konsumen Terhadap keputusan pembelian Produk  
EMINA pada Mahasiswa Prodi Manajemen  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPRA Surabaya  
Tanggal Ujian Skripsi : 6 Agustus 2020  
Penguji : 1. Sigit PU  
2. \_\_\_\_\_

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1	<u>10/08/2020</u>	<u>Saran</u>	<u>[Signature]</u>
2	<u>10/08/2020</u>	<u>Daftar Pustaka</u>	<u>[Signature]</u>
3	<u>10/08/2020</u>	<u>Penulisan</u>	<u>[Signature]</u>
4			
5			
6			
7			
8			

Penguji I,

[Signature]  
Sigit PU

Surabaya,  
Penguji II,

10 Agustus 2020



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA  
FAKULTAS EKONOMI dan BISNIS

Kampus : Jl. DukuhMenanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.unipasby.ac.id>

**BERITA ACARA**  
**BIMBINGAN REVISI SKRIPSI**

Nama : FATMAH PUTRI Anggrani  
NIM/Program Studi : 16150070 / Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Merek, Kepercayaan, Dan Loyalitas  
konsumen Terhadap keputusan pemberian produk  
Emilia Pada mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas  
Ekonomi Dan Bisnis UNIPA Surabaya  
Tanggal Ujian Skripsi : 06 Agustus 2020  
Penguji : 1. \_\_\_\_\_  
2. \_\_\_\_\_

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji
1		diskusi antara kuli pan dan	
2		Daftar pustaka.	
3			
4			
5			
6			
7			
8			

Penguji I,

Surabaya,  
Penguji II,

TRI APRILIA FOWO.

### Lampiran 3 : Surat Keterangan Perijinan Penelitian



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI**  
Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
Website <http://www.fc.unpasby.ac.id>

Nomor : 191298 /01-FE/XII/2019 Surabaya, 13 Desember 2019  
Lampiran : -  
Perihal : *Ijin Penelitian dan Pengambilan Data*


Kepada Yth:  
Kaprodin Manajemen  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya Surabaya  
di-  
Surabaya

Memperhatikan Surat Saudara tanggal 13 Desember 2019, perihal pengambilan data untuk Skripsi dengan ini kami sampaikan pada dasarnya kami tidak keberatan dan memberikan ijin Kepada mahasiswa di bawah ini :

Nama : Fatimah Putri Anggraini  
No. Reg : 161500170  
Prodi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Merek, Kepercayaan dan Loyalitas Konsumen terhadap Keputusan pembelian pada Produk Emina ( Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya )

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/ Ibu kami sampaikan terima kasih.

D e k a n,

  
**Dr. Siti Istikhoroh, M.Si**  
NIP.19671019.199203.2001



## Lampiran 4 : Berita Acara Seminar Proposal



### UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

#### BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini Pada tanggal 18 bulan 12 tahun 2019 bertempat di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap \*) Tahun Akademik 2019/2020

Nama Mahasiswa	: Fatimah Perti Anggraeni
NIM	: 16150070
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh Merek, Kepercayaan, Dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kosmetik EMINA (Studi Kasus Mahasiswa Prodi Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi UNIPA)

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	171500231	Alivia Nur Hasana	
2	171500173	AISYATUN NAHDIYAH	
3	161509003	LIANA INDIRI ASTUTIK	
4	171500223	Moch. Fahrul Roudhoti	
5	171500133	Mch. Farid Muketono Effendy	
6	171500089	SENDY VERMANDA PUTRA	
7	171500148	Moch. MA'ARIF ANDRI YANTO	
8	171500244	Lailia Nurh Firdaus	
9	161500046	Pesky Dwi R	
10	161600187	ERNESTA BOA	
11	161500171	Dafra Seldris Rifaq	
12	161500195	Klaudia M. Jeliza	
13	161500110	Nita Giselda Kiki	
14	171600108	Shellanda Pramesta Putri	
15	161500249	Febby Ayu Cristina	

Surabaya,.....

Penguji : ..... ( )

Pembimbing : ..... ( )

## Lampiran 5 : Surat Pengantar Plagiasi



### **FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.unipasby.ac.id>

---

### **SURAT PENGANTAR PLAGIASI**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Dosen : Christina Menuk S, Dra., S.E., M.M

Menerangkan bahwa artikel ilmiah atas:

Nama Mahasiswa : Fatimah Putri Anggraini

NIM : 161500170

Prodi : Manajemen

Judul : Pengaruh Merek, Kepercayaan, dan Loyalitas Konsumen Terhadap Keputusan pembelian Produk EMINA Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNIPA Surabaya.

Telah memenuhi syarat untuk dilakukan cek plagiasi

Surabaya, 20 Juli 2020



Christina Menuk S, Dra., S.E., M.M

NIP : 195808081982032001

## Lampiran 6 : Surat Bebas Plagiasi



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.unipasby.ac.id>

### SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :  
Nama : I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.  
Jabatan : Ketua Program Studi Manajemen

Menyatakan bahwa :

Nama : Fatimah Putri Anggraini  
NIM : 161500170  
Prodi : Manajemen

telah melakukan uji plagiasi dengan judul artikel *PENGARUH MEREK, KEPERCAYAAN, DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK EMINA PADA MAHASISWA PRODI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIPA SURABAYA*, dengan hasil Similarity Index 7% sehingga layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 27 Juli 2020  
Ketua Program Studi Manajemen,  
I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.

## Lampiran 7 : Kuisisioner Penelitian

### **PENGARUH MEREK, KEPERCAYAAN, DAN LOYALITAS KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA PRODUK KOSMETIK EMINA (STUDI KASUS MAHASISWA PRODI MANAJEMEN 2016 FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA)**

Kepada Yth : Mahasiswa Prodi Manajemen 2016 Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

Saya mohon kesediaan Saudara untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuisisioner penelitian ini. Informasi yang anda berikan adalah sebagai data penelitian dalam rangka tugas penyusunan skripsi. Terima kasih atas kesediaan Saudara dalam mengisi kuisisioner, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

FATIMAH PUTRI ANGGRAINI

#### **A. Pertanyaan.**

##### **I. Identitas Responden.**

- Nama : .....(bisa tidak diisi).  
Umur :  10 – 17 tahun  18 – 25  diatas 25 tahun  
Jenis Kelamin :  Laki-laki  Perempuan  
Pekerjaan :  Pelajar/mahasiswa  PNS  Swasta  
 Wiraswasta  .....  
Pemakaian Produk Kosmetik Emina :  1 kali  lebih dari 1 kali

##### **B. Pernyataan**

Berilah tanda centang (✓) pada salah satu alternatif jawaban pada kolom yang tersedia untuk jawaban yang paling tepat menurut persepsi Saudara setelah anda Berkunjung di Soban Cafe. Keterangan mengenai skor penilaian:

Keterangan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu - ragu (R)	3
Tidak setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

**Variabel Merek**

No	Pertanyaan	Respon				
		STS	TS	R	S	SS
<b>Citra Pembuat (<i>Corporate Image</i>)</b>						
1	Merek Emina sudah dikenal banyak orang.					
2	Merek Emina mempunyai kualitas/ kredibilitas yang tinggi.					
<b>Citra Produk (<i>Produk image</i>)</b>						
3	Produk Emina memberi manfaat positif bagi konsumen.					
4	Produk Emina memberi jaminan bersertifikasi halal bagi konsumen.					
<b>Citra Pemakai (<i>User Image</i>)</b>						
5	Merek Emina mempunyai ciri khas dari setiap pemakaian.					
6	Merek Emina mudah diaplikasikan ke wajah.					

**Variabel Kepercayaan**

No	Pertanyaan	Respon				
		STS	TS	R	S	SS
<b>Integritas (<i>Integrity</i>)</b>						
7	Saya merasa Emina mempunyai reputasi yang bagus bagi orang-orang.					
8	Emina memberikan kualitas sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan.					
<b>Kebaikan (<i>Benevolence</i>)</b>						
9	Saya yakin Emina akan selalu memberikan kualitas yang terbaik.					
10	Saya yakin Emina akan selalu memberikan pelayanan yang terbaik.					
<b>Kompetensi (<i>Competence</i>)</b>						
11	Saya yakin Emina merupakan produk yang kompeten.					
12	Saya merasa pelayanan Emina terhadap konsumen merupakan hal yang terbaik.					

**Variabel Loyalitas Konsumen**

No	Pertanyaan	Respon				
		STS	TS	R	S	SS
<b>Trust</b>						
13	Saya percaya produk Emina sangat cocok untuk segala usia.					
14	saya percaya produk Emina sangat mudah diaplikasikan ke segala macam kulit wajah.					
<b>Emotion Commitment</b>						
15	Saya akan selalu menggunakan produk Emina.					
16	Saya akan membeli produk Emina kembali jika produk yang saat ini saya gunakan habis.					
<b>Switching Cost</b>						
17	Setelah saya menggunakan Produk Emina wajah saya semakin bertambah cerah.					
18	Saat saya menggunakan produk Emina bahanya ternyata lebih lembut dari produk kosmetik lainnya.					
<b>Word of Mouth</b>						
19	Saya akan mengatakan kepada rekan, teman, keluarga atau orang lain bahwa produk Emina adalah produk yang aman, berkualitas bagus, cocok di kulit.					
20	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain bahwa produk Emina adalah produk berkualitas bagus.					
<b>Cooperation</b>						
21	Produk kosmetik Emina akan selalu dalam daftar belanja kosmetik saya.					
22	Saya akan selalu membeli produk Emina.					

**Variabel Keputusan Pembelian**

No	Pertanyaan	Respon				
		STS	TS	R	S	SS
<b>Tujuan membeli produk</b>						
23	saya memutuskan untuk membeli produk Emina karena kualitas bahan yang digunakan.					
24	Tujuan saya membeli produk Emina karena kualitas bahanya bagus.					
<b>Proses dari informasi merek</b>						
25	Saya memutuskan untuk membeli produk Emina karena rekomendasi dari teman.					

26	Saya juga melihat dari iklan yang ada di televise dan akhirnya membeli produk Emina.					
<b>Pemilihan suatu produk</b>						
27	Saya memilih Produk Emina karena kualitas bahanya bagus.					
28	Saya memilih produk Emina karena harganya terjangkau bagi kalangan anak remaja.					
<b>Rekomendasi pada orang lain</b>						
29	Saya merekomendasikan produk Emina pada keluarga,teman dan orang disekitar saya.					
30	Saya menyuruh keluarga,teman, untuk mebeli produk Emina.					
<b>Pembelian ulang pada suatu merek</b>						
31	Saya akan membeli kembali produk Emina diwaktu yang akan datang.					
32	Saya berniat untuk mempertahankan kebiasaan saya membeli produk Emina					

## Lampiran 8. Output SPSS

### VALIDITAS MEREK (X1)

		<b>Correlations</b>						
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	Skor_X1
X1_1	Pearson Correlation	1	,810**	,901**	,859**	,883**	,845**	,936**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X1_2	Pearson Correlation	,810**	1	,834**	,853**	,799**	,837**	,910**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X1_3	Pearson Correlation	,901**	,834**	1	,938**	,948**	,866**	,969**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X1_4	Pearson Correlation	,859**	,853**	,938**	1	,947**	,825**	,958**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X1_5	Pearson Correlation	,883**	,799**	,948**	,947**	1	,852**	,958**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X1_6	Pearson Correlation	,845**	,837**	,866**	,825**	,852**	1	,926**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
Skor_X1	Pearson Correlation	,936**	,910**	,969**	,958**	,958**	,926**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	73	73	73	73	73	73	73

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



## VALIDITAS KEPERCAYAAN (X2)

### Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	Skor_X2
X2_1	Pearson Correlation	1	,959**	,708**	,774**	,816**	,433**	,905**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X2_2	Pearson Correlation	,959**	1	,722**	,746**	,823**	,457**	,908**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X2_3	Pearson Correlation	,708**	,722**	1	,816**	,804**	,565**	,896**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X2_4	Pearson Correlation	,774**	,746**	,816**	1	,676**	,477**	,872**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X2_5	Pearson Correlation	,816**	,823**	,804**	,676**	1	,551**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
X2_6	Pearson Correlation	,433**	,457**	,565**	,477**	,551**	1	,678**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	73	73	73	73	73	73	73
Skor_X2	Pearson Correlation	,905**	,908**	,896**	,872**	,903**	,678**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	73	73	73	73	73	73	73

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

## VALIDITAS LOYALITAS KONSUMEN (X3)

		<b>Correlations</b>										
		X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	X3_10	Skor_X3
X3_1	Pearson Correlation	1	,884**	,899**	,840**	,870**	,823**	,805**	,789**	,588**	,840**	,914**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X3_2	Pearson Correlation	,884**	1	,898**	,898**	,836**	,820**	,776**	,674**	,704**	,956**	,925**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X3_3	Pearson Correlation	,899**	,898**	1	,913**	,880**	,895**	,793**	,744**	,655**	,855**	,935**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X3_4	Pearson Correlation	,840**	,898**	,913**	1	,853**	,806**	,791**	,717**	,691**	,883**	,919**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X3_5	Pearson Correlation	,870**	,836**	,880**	,853**	1	,922**	,821**	,856**	,734**	,823**	,941**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X3_6	Pearson Correlation	,823**	,820**	,895**	,806**	,922**	1	,865**	,870**	,783**	,836**	,943**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X3_7	Pearson Correlation	,805**	,776**	,793**	,791**	,821**	,865**	1	,917**	,813**	,821**	,920**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X3_8	Pearson Correlation	,789**	,674**	,744**	,717**	,856**	,870**	,917**	1	,815**	,717**	,886**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X3_9	Pearson Correlation	,588**	,704**	,655**	,691**	,734**	,783**	,813**	,815**	1	,752**	,824**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
X3_10	Pearson Correlation	,840**	,956**	,855**	,883**	,823**	,836**	,821**	,717**	,752**	1	,929**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Skor_X3	Pearson Correlation	,914**	,925**	,935**	,919**	,941**	,943**	,920**	,886**	,824**	,929**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73

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

## VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

### Correlations

		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y1_5	Y1_6	Y1_7	Y1_8	Y1_9	Y1_10	Skor_Y
Y1_1	Pearson Correlation	1	,789**	,808**	,864**	,794**	,657**	,689**	,638**	,915**	,727**	,910**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Y1_2	Pearson Correlation	,789**	1	,738**	,704**	,778**	,696**	,758**	,722**	,808**	,819**	,900**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Y1_3	Pearson Correlation	,808**	,738**	1	,671**	,798**	,642**	,621**	,583**	,750**	,730**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Y1_4	Pearson Correlation	,864**	,704**	,671**	1	,712**	,594**	,657**	,656**	,808**	,726**	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Y1_5	Pearson Correlation	,794**	,778**	,798**	,712**	1	,649**	,764**	,621**	,786**	,742**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Y1_6	Pearson Correlation	,657**	,696**	,642**	,594**	,649**	1	,715**	,734**	,717**	,713**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Y1_7	Pearson Correlation	,689**	,758**	,621**	,657**	,764**	,715**	1	,764**	,696**	,691**	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Y1_8	Pearson Correlation	,638**	,722**	,583**	,656**	,621**	,734**	,764**	1	,682**	,742**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Y1_9	Pearson Correlation	,915**	,808**	,750**	,808**	,786**	,717**	,696**	,682**	1	,796**	,918**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Y1_10	Pearson Correlation	,727**	,819**	,730**	,726**	,742**	,713**	,691**	,742**	,796**	1	,885**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73
Skor_Y	Pearson Correlation	,910**	,900**	,847**	,852**	,881**	,818**	,847**	,822**	,918**	,885**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73	73

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

## RELIABILITAS MEREK (X1)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	73	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	73	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,974	6

## RELIABILITAS KEPERCAYAAN (X2)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	73	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	73	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,929	6

## RELIABILITAS LOYALITAS KONSUMEN (X3)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	73	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	73	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,978	10

## RELIABILITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	73	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	73	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,964	10

## ASUMSI KLASIK

## NORMALITAS

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters <sup>a, b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,79153709
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,071
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c, d</sup>

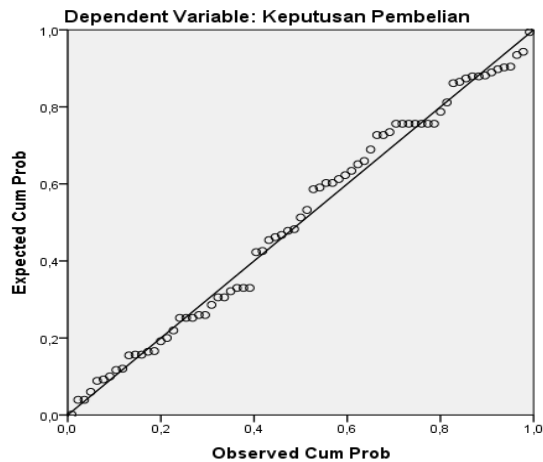
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## MULTIKOLINERITAS

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

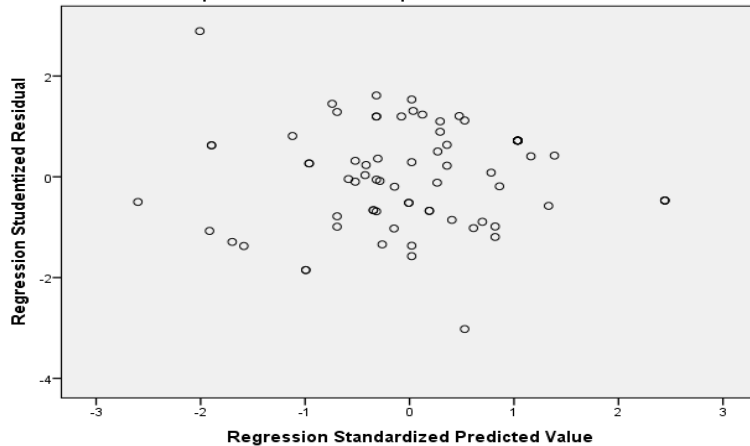
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Coefficients			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7,718	5,170		1,493	,140		
	Merek	,352	,128	,266	2,754	,008	,927	1,078
	Kepercayaan	,666	,162	,403	4,122	,000	,902	1,108
	Loyalitas Konsumen	,278	,094	,279	2,954	,004	,970	1,031

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## HETEROSKEDASTISITAS

**Scatterplot**

**Dependent Variable: Keputusan Pembelian**



## AUTOKORELASI

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,635 <sup>a</sup>	,404	,378	4,89459	2,093

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Konsumen , Merek , Kepercayaan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



## REGRESI BERGANDA

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Loyalitas Konsumen , Merek , Kepercayaan <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,635 <sup>a</sup>	,404	,378	4,89459

a. Predictors: (Constant), Loyalitas Konsumen , Merek , Kepercayaan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1119,184	3	373,061	15,572	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1653,036	69	23,957		
	Total	2772,219	72			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Loyalitas Konsumen , Merek , Kepercayaan

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7,718	5,170		1,493	,140
	Merek	,352	,128	,266	2,754	,008
	Kepercayaan	,666	,162	,403	4,122	,000
	Loyalitas Konsumen	,278	,094	,279	2,954	,004

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian