

## **Daftar Pustaka**

- Alma, 2018, Manajemen pemasaran & Pemasaran jasa, cetakan ke 13, ISBN: 979-8433-01-7, Alfabeta Bandung.
- Amilia suri, 2017, pengaruh citra merek, harga dan kualitas terhadap keputusan pembelian Handphone merek Xiaomi di Kota Langsa, Jurnal Manajemen dan keuangan Vol.6,No 1, hal 660-669.
- Diyagitama Ahmad Aziz dan Hadi Sumarsono dan Naning Kristiyana,2019, Pengaruh kualitas Produk, Promosi dan Merek terhadap keputusan pembelian handphone Samsung Di artomoro Celluler, Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi, E-ISSN:2599-0578, ISSNS: 2598-7496 Vol. 3 No.1,58-65.
- Fouratama, Fijar dan Zainul Arifin, 2018, Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada mahasiswa program studi administrasi bisnis Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang tahun angkatan 2014/2015 dan 2015/2016 pengguna OPPO Smartphone), Jurnal Administrasi Bisnis (JAB), Vol. 56, No. 1, hal 207-215.
- Ghoini, Sofi Nurul dan Rodhiyah dan Ngatno, 2016, Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Terhadap Keputusan Pembelian Android Samsung Di kota Semarang, Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis, Vol. 5, No. 1.

Mokoagouw, Milly Lingkan, 2016, Pengaruh Gaya Hidup, Harga, Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung di Samsung Mobile IT Center Manado, Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi, Vol. 16, No. 1, hal 493-502.

Prabawa, Aditya Bayu dan Maylani Christin dan Sylvie Nurfebriaraning, 2016, Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Xiaomi (Studi Kuantitatif pada Komunitas Xiaomi di halaman Facebook Mi Indonesia), e-proceeding of management, ISSN: 2355-9357, Vol. 3, No. 3.

Rachman, Metodologi penelitian, Edisi kesatu, Cetakan kedua 2018, ISBN:978-979-8559-75-4, Adibuana University Press, Surabaya.

Supriyadi, dan Wahyu Wiyani, dan Ginanjar Indra K.N, 2017, Pengaruh Kualitas Produk dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada mahasiswa penggunaan produk sepatu merek Converse di FISIP Universitas Merdeka Malang), Jurnal Bisnis dan Manajemen, Vol. 4, No.1, hal 74-85.

Sugiyono, 2018, Kuantitatif, kualitatif dan R&D, Cetakan ke 26, ISBN: 979-8433-64-0

Sugiyono,2015, Kuantitatif, kualitatif dan R&D, Cetakan ke 22 , ISBN: 979-8433-64-0, Alfabeta, Bandung

Suti, Intan, 2010, Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian *Handphone* Esia (Studi kasus pada mahasiswa UIN Syarifin Hidayatullah Jakarta), skripsi, Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Tjiptono, Fandy, 2019, Strategi Pemasaran, Edisi 4, ISBN: 978-979-29-5349-7, Andi, Yogyakarta.

Triwahyuni Naning, 2017, pengaruh kualitas produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian handphone oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UN PGRI Kediri, Universitas Nusantara PGRI Kediri.

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Muhammad Fajar Fikry Rajabi
2. NIM : 161500115
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk,  
Promosi Dan *Brand Image*  
Terhadap Keputusan Pembelian  
*Smartphone* pada Siswa SMKN 1  
SOOKO Mojokerto
5. Dosen Pembimbing : Dra. Christina Menuk S, S.E.,M.M
6. Konsultasi :

No	Tanggal	Uraian / Kegiatan	Keterangan	Paraf
1	04-10-2019	Judul dibenahi dan cari jurnal		
2	10-10-2019	Judul ACC dan buat Matriks	Acc	
3	16-10-2019	Matrik direvisi	Revisi	
4	27-10-2019	Matrik direvisi dan Bab 1	Bab 1 Acc dan Bab 2 Revisi	
5	29-10-2019	Matrik dan Bab 1 Revisi	Bab 2 Acc dan Bab 3 Revisi	
6	04-11-2019	Matrik dan Bab 1 Revisi		
7	08-11-2019	Matrik dan Bab 1 Revisi dan Buat Bab 2		
8	26-11-2019	Bab 1 acc dan Bab 2 Revisi		
9	3-12-2019	Bab2 Revisi dan Buat Bab 2		
10	17-12-2019	Bab 2 dan Bab 3 cek lagi		

11	26-12-2019	Bab 2 dan Bab 3 Revisi dan buat Kuesioner		
12	07-01-2020	Segera dibetulkan Bab 1 sampai Bab 3 dan buat Daftar Pustaka		
13	16-02-2020	Bab 1-3 di Revisi dan dilengkapi lagi		
14	22-01-2020	Bab 1-3 Acc dan Kuesioner Revisi	Bab1 sampai Bab 3 ACC dan Kuesioner Revisi	
	11-04-2020	Acc Ujian Proposal	Bab 1-3 dan Kuesioner ACC	
16		Ujian Proposal		
17	12-06-2020	Data Saudara		
18	26-06-2020	Cek Lagi		
19	01-05-2020	Bab 4-5 Revisi		
20	07-07-2020	Bab 4 Revisi dan Garap Artikel		
21	16-07-2020	Cek lagi bab 4 dan bab 5 Artikel di Revisi		
22	20-07-2020	Artikel di revisi dan bab 4-5 Acc Kumpulkan Lengkap	Bab 4-5 Acc dan Artikel Direvisi	
23	21-07-2020	Artikel Acc Skripsi dilengkapi		

Tanggal selesai menulis Skripsi : 22 Juli 2020

Telah diuji dengan nilai :

Surabaya, 22 Juli 2020

Dosen Pembimbing,

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

NIP : 195808081982032001

## Lampiran Surat Ijin Penelitian



### 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>

Nomor : 19152 /01/FE/XI/2019  
Lampiran : -  
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:  
Bapak/Ibu Pimpinan  
SMKN 1 SOOKO  
Jl. R. A Basuni No.5, Margelo, Sooko, Kec. Sooko  
di -  
Mojoketo

Sesuai kurikulum Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Muhammad Fajar Fikry Rajabi  
NIM : 161500115  
Prodi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Brand Brand image terhadap keputusan pembelian Smartphone VIVO

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



Dra. Siti Istikhoro, M.Si  
NIP. 19671019.199203.2001

## Lampiran Surat Balasan Penelitian



PEMERINTAH PROVINSI JAWA TIMUR  
DINAS PENDIDIKAN  
**SEKOLAH MENENGAH KEJURUAN NEGERI 1  
SOOKO**  
Jl. R.A. Basuni No. 5, Sooko, Telp. 0321-322694, Fax. 0321-394450, Email : smkn1\_sooko@yahoo.co.id  
**MOJOKERTO** Kode Pos : 61361

28 November 2019

Nomor : 421/ 1038/101.6.27.23/2019  
Lampiran : -  
Hal : Persetujuan Ijin Penelitian

Yth. : Ketua Program Studi  
Fakultas Ekonomi  
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya  
di  
SURABAYA

Menunjuk surat Saudara Nomor: 191159/01/FE/XI/2019 tanggal 06 November 2019 hal Permohonan ijin Penelitian dan Pengambilan Data, maka dengan ini kami beritahukan bahwa pada dasarnya tidak keberatan SMK Negeri 1 Sooko Mojokerto sebagai tempat Penelitian dan Pengambilan Data Mahasiswa Saudara Adapun data Mahasiswa tersebut adalah sebagai berikut :

Nama : Muhammad Fajar Filiri Rajabi  
NIM : 161500115  
Program Studi : Manajemen  
Judul Penelitian : Pengaruh Kualitas Produk, Promosi dan Brand Brand image terhadap keputusan pembelian Smartphone VIVO di SMKN 1Sooko Mojokerto

Demikian untuk menjadikan maklum.



Kepala Sekolah,  
**MOKHAMMADIMARJOKO, S.Pd, M.M**  
Pembina TK.I  
NIP. 19640929 199103 1 006

## Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

Saya Muhammad Fajar Fikry Rajabi, ingin meminta izin kepada siswa SMKN 1 SOOKO untuk kesediaannya mengisi kuesioner dibawah ini demi terpenuhinya syarat dari tugas akhir skripsi di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya. Berikut ini kuesioner yang berkaitan dengan penelitian saya, dengan judul :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI DAN  
BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE VIVO PADA SISWA SMKN 1 SOOKO  
MOJOKERTO”**

#### IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin : P/L

#### KETERANGAN

- SS = Sangat Setuju  
S = Setuju  
RR = Ragu-ragu  
TS = Tidak Setuju  
STS = Sangat Tidak Setuju

#### PETUNJUK PENGISIAN :

1. Siswa atau siswi SMKN 1 Sooko untuk memberikan jawaban atas pertanyaan dibawah ini.
2. Berikan jawaban dengan menandai salah satu pertanyaan dibawah ini dengan tanda centang.
3. Isilah sesuai dengan keadaan sebenarnya.



NO	PERNYATAAN	KATEGORI PENILAIAN				
		SS	S	RR	TS	STS
Kualitas Produk (X1)						
Kinerja						
1	Smartphone memiliki fitur berbagai macam					
2	konsumen mempertimbangkan sistem kerja smartphone sangat baik					
3	Konsumen suka dengan kecepatan sistem bawaan smartphone					
Keandalan						
1	<i>Smartphone</i> Vivo kualitasnya melebihi produk lain					
2	merasa puas dengan fitur dari Smartphone Vivo					
3	Mengikuti pasar dan berkualitas dari segi apapun					
Keistimewaan Tambahan						
1	<i>smartphone</i> vivo memiliki fitur game system					
2	<i>smartphone</i> vivo tidak mudah <i>ngehang</i>					
3	Memiliki Kamera selvie yang baik					
Daya Tahan						
1	<i>Smartphone</i> Vivo tidak mudah rusak					

2	Daya baterai <i>Smartphone</i> Vivo sangat lama					
3	Selalu update setiap bulannya agar lebih optimal daya tahannya					
Kesesuaian Dengan Spesifikasi						
1	<i>Smartphone</i> Vivo sesuai dengan kebutuhan konsumen					
2	<i>Smartphone</i> Vivo mempunyai spesifikasi terbaik					
3	<i>Smartphone</i> vivo mempunyai spesifikasi kamera yang di unggulkan dan game mode					
Pelayanan						
1	<i>smartphone</i> vivo memberikan garansi 1 tahun					
2	pelayanan service di counter vivo memuaskan					
3	Jika terjadi kerusakan <i>smartphone</i> vivo siap mengganti dengan yang baru					
Desain						
1	Desain <i>smartphone</i> vivo elegan					
2	Desain <i>smartphone</i> vivo disukai semua kalangan					
3	Desain mengikuti jaman pada era sekarang					
Promosi (X2)						
Jangkauan Promosi						
1	mengenal <i>smartphone</i> vivo dari berbagai media promosi					

2	launching produk <i>smartphone</i> vivo meriah					
3	Smartphone vivo sering mengadakan event					
Kuantitas penayangan iklan di media sosial						
1	<i>smartphone</i> vivo sering melakukan penayangan di media sosial					
2	Iklan <i>smartphone</i> vivo di media sosial dilihat banyak orang					
3	Dalam satu hari banyak iklan vivo yang tayang di dalam televisi					
Kualitas Penyampaian iklan di media promosi						
1	penyampaian iklan <i>smartphone</i> vivo mudah di pahami oleh konsumen					
2	fitur-fitur dalam penyampaian di media promosi sangat di pahami					
3	Penayangan iklan vivo menggunakan desain grafis yang menarik dan mudah di ingat konsumen					
Brand Image (X3)						
Citra Pembuat						
1	<i>smartphone</i> vivo telah merajai pasar <i>smartphone</i> Indonesia					
2	produk <i>smartphone</i> vivo ada di seluruh Indonesia					
3	Produsen <i>smartphone</i> vivo telah di kenal oleh kebanyakan orang					
Citra Produk						

1	Merek <i>Smartphone</i> Vivo mudah diingat					
2	<i>Smartphone</i> Vivo cocok digunakan semua kalangan					
3	Promosi <i>smartphone</i> di berbagai kalangan dan merata					
Citra Pemakai						
1	memakai <i>smartphone</i> vivo karena harga terjangkau					
2	produk <i>smartphone</i> vivo memberikan kesan berkelas					
3	Smartphone vivo Memberikan kesan lebih kekinian dan mengikuti jaman					
Keputusan Pembelian (Y)						
Pencarian Informasi						
1	Konsumen mendapat informasi spek dari mulut ke mulut					
2	Konsumen mencari informasi dari brosur atau produk <i>smartphone</i> vivo					
3	Konsumen mudah untuk mengetahui informasi tentang vivo					
Sesuai Kebutuhan						
1	Produk Smartphone Vivo sebagai kebutuhan konsumen					
2	Konsumen memiliki prioritas tersendiri pada produk <i>smartphone</i> vivo					

3	Tidak hanya kaum melinial kaum muda <i>smartphone</i> vivo juga bisa di miliki orang lanjut usia					
Prioritas Pembelian pada Produk Tersebut						
1	Produk Smartphone Vivo menjadi pilihan utama					
2	Produk <i>Smartphone</i> Vivo sudah populer di Indonesia					
3	Produk <i>smartphone</i> ini sudah digemari oleh berbagai kaum anak-anak hingga orang tua					
Konsumen Merasa Puas						
1	Produk <i>Smarphone</i> Vivo diminati karena selera					
2	Produk <i>Smartphone</i> Vivo diminati karena berbagai type dan fitur					
3	Konsumen merasa puas karena produk <i>smartphone</i> vivo harga tidak begitu mahal tetapi berkualitas					

## Tabulasi Variabel Kualitas Produk

NO Responden	Kualitas Produk																					Total X1
	(X1.1)			(X1.2)			(X1.3)			(X1.4)			(X1.5)			(X1.6)			(X1.7)			
	item 1	item 2	item 3	item 1	item 2	item 3	item 1	item 2	item 3	item 1	item 2	item 3	item 1	item 2	item 3	item 1	item 2	item 3	item 1	item 2	item 3	
1	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4	2	3	4	3	67
2	4	2	3	3	3	2	4	2	3	2	3	2	4	2	3	3	3	2	4	2	3	59
3	2	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	3	2	4	3	4	4	3	2	4	3	68
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	81
5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	72
6	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	69
7	4	2	2	5	5	5	4	2	2	2	2	5	4	2	2	5	5	5	4	2	2	71
8	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	69
9	2	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	4	4	74
10	4	2	2	3	4	2	4	2	2	2	2	2	4	2	2	3	4	2	4	2	2	56
11	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	76
12	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	76
13	3	4	4	2	2	2	3	4	4	4	4	2	3	4	4	2	2	2	3	4	4	66
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63
15	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	93

16	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	81
17	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	87
18	4	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	72
19	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	82
20	3	3	4	5	5	2	3	3	4	3	4	2	3	3	4	5	5	2	3	3	4	73
21	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	79
22	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	87
23	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	90
24	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	91
25	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	81
26	5	3	5	3	2	2	5	3	5	3	5	2	5	3	5	3	2	2	5	3	5	76
27	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	88
28	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	93
29	4	5	3	4	5	3	4	5	3	5	3	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	83
30	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	75
31	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	92
32	3	3	4	4	5	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	5	3	3	3	4	74
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
34	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	81
35	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	79
36	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	80
37	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	3	70





60	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	42
61	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	82
62	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	78
63	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	75
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
65	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	4	4	4	70
66	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	80
67	2	2	2	5	4	4	2	2	2	2	2	4	2	2	2	5	4	4	2	2	2	58
68	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	77
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
70	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	75
71	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	2	3	4	4	74
72	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	4	77
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
74	4	5	3	2	2	2	4	5	3	5	3	2	4	5	3	2	2	2	4	5	3	70
75	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	72
76	4	5	4	3	3	3	4	5	4	5	4	3	4	5	4	3	3	3	4	5	4	82
77	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	87
78	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	85
79	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	75
80	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	92
81	4	4	3	2	3	2	4	4	3	4	3	2	4	4	3	2	3	2	4	4	3	67

82	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	78
83	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	75
84	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	81
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
86	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	87
87	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	2	2	3	3	3	56
88	2	2	2	4	4	3	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4	4	3	2	2	2	53
89	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	87
90	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	92
91	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	89
92	4	4	3	3	2	2	4	4	3	4	3	2	4	4	3	3	2	2	4	4	3	67
93	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	79
94	2	2	3	4	4	4	2	2	3	2	3	4	2	2	3	4	4	4	2	2	3	61
95	4	3	4	4	3	5	4	3	4	3	4	5	4	3	4	4	3	5	4	3	4	80
96	3	4	3	3	4	2	3	4	3	4	3	2	3	4	3	3	4	2	3	4	3	67
97	4	2	3	4	4	3	4	2	3	2	3	3	4	2	3	4	4	3	4	2	3	66
98	2	4	3	4	4	3	2	4	3	4	3	3	2	4	3	4	4	3	2	4	3	68
99	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	4	4	4	70
100	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	3	4	72
101	4	3	3	5	5	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	5	5	4	4	3	3	78
102	4	2	2	4	4	3	4	2	2	2	2	3	4	2	2	4	4	3	4	2	2	61
103	4	3	3	4	4	5	4	3	3	3	3	5	4	3	3	4	4	5	4	3	3	77



126	4	5	5	3	3	2	4	5	5	5	5	2	4	5	5	3	3	2	4	5	5	84
127	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	81
128	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	81
129	3	4	3	5	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3	5	4	3	3	4	3	74
130	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	81
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84
132	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	73
133	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	77
134	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	81
135	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	80
136	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	75

## Tabulasi Variabel Promosi

Promosi (X2)										
NO Responden	(X2.1)			(X2.2)			(X2.3)			Total X2
	item 1	item 2	item 3	item 1	item 2	item 3	item 1	item 2	item 3	
1	4	3	2	3	4	3	3	4	2	28
2	2	3	2	4	2	3	3	3	2	24
3	4	3	3	2	4	3	4	4	3	30
4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
5	3	4	3	4	3	4	3	3	3	30
6	3	3	3	4	3	3	3	4	3	29
7	2	2	5	4	2	2	5	5	5	32
8	3	3	3	4	3	3	3	4	3	29
9	4	4	4	2	4	4	4	3	4	33
10	2	2	2	4	2	2	3	4	2	23
11	4	3	3	4	4	3	4	4	3	32
12	4	3	3	4	4	3	4	4	3	32
13	4	4	2	3	4	4	2	2	2	27
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
15	5	4	4	4	5	4	5	5	4	40

16	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
17	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38
18	4	3	3	4	4	3	3	3	3	30
19	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
20	3	4	2	3	3	4	5	5	2	31
21	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
22	5	4	4	4	5	4	4	3	4	37
23	4	4	4	5	4	4	4	5	4	38
24	4	5	4	4	4	5	4	5	4	39
25	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
26	3	5	2	5	3	5	3	2	2	30
27	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
28	4	5	4	5	4	5	4	4	4	39
29	5	3	3	4	5	3	4	5	3	35
30	4	3	4	4	4	3	3	3	4	32
31	4	5	5	4	4	5	4	4	5	40
32	3	4	3	3	3	4	4	5	3	32
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
35	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
36	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35



58	4	3	4	4	4	3	5	4	4	35
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
60	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
61	4	4	4	4	4	4	3	4	4	35
62	4	4	4	3	4	4	3	4	4	34
63	3	4	4	3	3	4	4	4	4	33
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
65	4	4	2	4	4	4	2	2	2	28
66	4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
67	2	2	4	2	2	2	5	4	4	27
68	4	4	3	3	4	4	4	4	3	33
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
70	4	3	4	3	4	3	4	4	4	33
71	4	4	2	3	4	4	4	4	2	31
72	4	4	3	4	4	4	3	3	3	32
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
74	5	3	2	4	5	3	2	2	2	28
75	4	3	3	3	4	3	4	4	3	31
76	5	4	3	4	5	4	3	3	3	34
77	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38
78	4	5	4	4	4	5	3	3	4	36



79	4	3	4	3	4	3	4	4	4	33
80	5	4	5	4	5	4	4	4	5	40
81	4	3	2	4	4	3	2	3	2	27
82	4	4	4	4	4	4	3	2	4	33
83	3	4	4	3	3	4	4	4	4	33
84	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
86	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38
87	3	3	2	3	3	3	2	2	2	23
88	2	2	3	2	2	2	4	4	3	24
89	4	4	5	4	4	4	4	4	5	38
90	5	4	5	4	5	4	4	4	5	40
91	5	4	4	4	5	4	4	4	4	38
92	4	3	2	4	4	3	3	2	2	27
93	4	4	3	4	4	4	4	3	3	33
94	2	3	4	2	2	3	4	4	4	28
95	3	4	5	4	3	4	4	3	5	35
96	4	3	2	3	4	3	3	4	2	28
97	2	3	3	4	2	3	4	4	3	28
98	4	3	3	2	4	3	4	4	3	30
99	4	4	2	4	4	4	2	2	2	28

100	3	4	3	4	3	4	3	3	3	30
101	3	3	4	4	3	3	5	5	4	34
102	2	2	3	4	2	2	4	4	3	26
103	3	3	5	4	3	3	4	4	5	34
104	4	4	3	2	4	4	3	3	3	30
105	2	2	4	4	2	2	3	4	4	27
106	4	3	2	4	4	3	5	5	2	32
107	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
108	4	4	4	3	4	4	4	3	4	34
109	3	3	4	3	3	3	4	5	4	32
110	5	4	4	4	5	4	4	5	4	39
111	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
112	4	4	2	4	4	4	3	2	2	29
113	4	3	4	4	4	3	4	4	4	34
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
115	3	4	3	3	3	4	4	5	3	32
116	4	3	4	4	4	3	3	3	4	32
117	5	4	5	4	5	4	4	4	5	40
118	4	4	3	5	4	4	4	5	3	36
119	4	5	4	4	4	5	4	4	4	38
120	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34

121	3	5	4	5	3	5	4	4	4	37
122	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
124	4	3	3	3	4	3	2	3	3	28
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
126	5	5	2	4	5	5	3	3	2	34
127	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
128	4	3	4	4	4	3	5	4	4	35
129	4	3	3	3	4	3	5	4	3	32
130	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
132	3	4	4	3	3	4	3	4	4	32
133	4	3	4	4	4	3	4	3	4	33
134	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
135	4	4	4	4	4	4	2	4	4	34
136	3	4	4	3	3	4	4	4	4	33

## Lampiran Variabel Brand Image

Brand Image (X3)										
NO Responden	(X3.1)			(X3.2)			(X3.3)			Total X3
	item 1	item 2	item 3	item 1	item 2	item 3	item 1	item 2	item 3	
1	3	4	3	3	4	3	3	4	3	30
2	4	2	3	4	2	3	4	2	3	27
3	2	4	3	2	4	3	2	4	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	33
6	4	3	3	4	3	3	4	3	3	30
7	4	2	2	4	2	2	4	2	2	24
8	4	3	3	4	3	3	4	3	3	30
9	2	4	4	2	4	4	2	4	4	30
10	4	2	2	4	2	2	4	2	2	24
11	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33
12	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33
13	3	4	4	3	4	4	3	4	4	33
14	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
15	4	5	4	4	5	4	4	5	4	39

16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
20	3	3	4	3	3	4	3	3	4	30
21	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33
22	4	5	4	4	5	4	4	5	4	39
23	5	4	4	5	4	4	5	4	4	39
24	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
26	5	3	5	5	3	5	5	3	5	39
27	5	4	4	5	4	4	5	4	4	39
28	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42
29	4	5	3	4	5	3	4	5	3	36
30	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33
31	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39
32	3	3	4	3	3	4	3	3	4	30
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
35	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33
36	3	4	4	3	4	4	3	4	4	33



58	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
60	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
62	3	4	4	3	4	4	3	4	4	33
63	3	3	4	3	3	4	3	3	4	30
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
68	3	4	4	3	4	4	3	4	4	33
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
70	3	4	3	3	4	3	3	4	3	30
71	3	4	4	3	4	4	3	4	4	33
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
74	4	5	3	4	5	3	4	5	3	36
75	3	4	3	3	4	3	3	4	3	30
76	4	5	4	4	5	4	4	5	4	39
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
78	4	4	5	4	4	5	4	4	5	39







121	5	3	5	5	3	5	5	3	5	39
122	5	4	4	5	4	4	5	4	4	39
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
124	3	4	3	3	4	3	3	4	3	30
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
126	4	5	5	4	5	5	4	5	5	42
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
128	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33
129	3	4	3	3	4	3	3	4	3	30
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
132	3	3	4	3	3	4	3	3	4	30
133	4	4	3	4	4	3	4	4	3	33
134	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
136	3	3	4	3	3	4	3	3	4	30



15	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	54
16	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
17	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
18	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	41
19	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	46
20	5	5	2	3	3	4	5	3	4	3	3	4	44
21	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	45
22	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	50
23	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	51
24	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	52
25	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
26	3	2	2	5	3	5	3	3	5	5	3	5	44
27	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	50
28	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	53
29	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	48
30	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	42
31	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	52
32	4	5	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	43
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
34	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
35	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	45





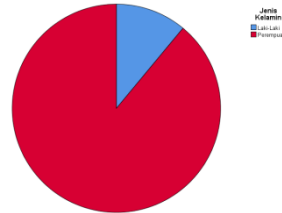
78	3	3	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	48
79	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	43
80	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	52
81	2	3	2	4	4	3	2	4	3	4	4	3	38
82	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	44
83	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	43
84	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
86	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
87	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	32
88	4	4	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	31
89	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
90	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	52
91	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	51
92	3	2	2	4	4	3	3	4	3	4	4	3	39
93	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	46
94	4	4	4	2	2	3	4	2	3	2	2	3	35
95	4	3	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	45
96	3	4	2	3	4	3	3	4	3	3	4	3	39
97	4	4	3	4	2	3	4	2	3	4	2	3	38
98	4	4	3	2	4	3	4	4	3	2	4	3	40

99	2	2	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	40
100	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	41
101	5	5	4	4	3	3	5	3	3	4	3	3	45
102	4	4	3	4	2	2	4	2	2	4	2	2	35
103	4	4	5	4	3	3	4	3	3	4	3	3	43
104	3	3	3	2	4	4	3	4	4	2	4	4	40
105	3	4	4	4	2	2	3	2	2	4	2	2	34
106	5	5	2	4	4	3	5	4	3	4	4	3	46
107	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	45
108	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	45
109	4	5	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	41
110	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	52
111	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
112	3	2	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	42
113	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	45
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
115	4	5	3	3	3	4	4	3	4	3	3	4	43
116	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	4	3	42
117	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	52
118	4	5	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	50
119	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	51



120	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
121	4	4	4	5	3	5	4	3	5	5	3	5	50
122	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	50
123	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
124	2	3	3	3	4	3	2	4	3	3	4	3	37
125	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
126	3	3	2	4	5	5	3	5	5	4	5	5	49
127	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
128	5	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	3	47
129	5	4	3	3	4	3	5	4	3	3	4	3	44
130	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
131	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
132	3	4	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	41
133	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	44
134	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
135	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	44
136	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	43

## Karakteristik responden



### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	15	11.0	11.0	11.0
	Perempuan	121	89.0	89.0	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

## Lampiran Frekuensi Variabel Kualitas Produk

### X1\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	6.6	6.6	6.6
	Ragu-Ragu	27	19.9	19.9	26.5
	Setuju	93	68.4	68.4	94.9
	Sangat Setuju	7	5.1	5.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X1\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	8.1	8.1	8.1
	Ragu-Ragu	25	18.4	18.4	26.5
	Setuju	88	64.7	64.7	91.2

	Sangat Setuju	12	8.8	8.8	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X1\_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	5.9	5.9	5.9
	Ragu-Ragu	42	30.9	30.9	36.8
	Setuju	75	55.1	55.1	91.9
	Sangat Setuju	11	8.1	8.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X1\_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	12	8.8	8.8	8.8

Ragu-Ragu	30	22.1	22.1	30.9
Setuju	84	61.8	61.8	92.6
Sangat Setuju	10	7.4	7.4	100.0
Total	136	100.0	100.0	

### X1\_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	12	8.8	8.8	8.8
	Ragu-Ragu	24	17.6	17.6	26.5
	Setuju	85	62.5	62.5	89.0
	Sangat Setuju	15	11.0	11.0	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

**X1\_6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	20	14.7	14.7	14.7
	Ragu-Ragu	41	30.1	30.1	44.9
	Setuju	61	44.9	44.9	89.7
	Sangat Setuju	14	10.3	10.3	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

**X1\_7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	6.6	6.6	6.6
	Ragu-Ragu	27	19.9	19.9	26.5
	Setuju	93	68.4	68.4	94.9
	Sangat Setuju	7	5.1	5.1	100.0

Total	136	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

### X1\_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	8.1	8.1	8.1
	Ragu-Ragu	25	18.4	18.4	26.5
	Setuju	88	64.7	64.7	91.2
	Sangat Setuju	12	8.8	8.8	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X1\_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	5.9	5.9	5.9

Ragu-Ragu	42	30.9	30.9	36.8
Setuju	75	55.1	55.1	91.9
Sangat Setuju	11	8.1	8.1	100.0
Total	136	100.0	100.0	

### X1\_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	8.1	8.1	8.1
	Ragu-Ragu	25	18.4	18.4	26.5
	Setuju	88	64.7	64.7	91.2
	Sangat Setuju	12	8.8	8.8	100.0
	Total	136	100.0	100.0	



### X1\_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	5.9	5.9	5.9
	Ragu-Ragu	42	30.9	30.9	36.8
	Setuju	75	55.1	55.1	91.9
	Sangat Setuju	11	8.1	8.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X1\_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	20	14.7	14.7	14.7
	Ragu-Ragu	41	30.1	30.1	44.9
	Setuju	61	44.9	44.9	89.7

	Sangat Setuju	14	10.3	10.3	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X1\_13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	6.6	6.6	6.6
	Ragu-Ragu	27	19.9	19.9	26.5
	Setuju	93	68.4	68.4	94.9
	Sangat Setuju	7	5.1	5.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X1\_14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	8.1	8.1	8.1
	Ragu-Ragu	25	18.4	18.4	26.5

Setuju	88	64.7	64.7	91.2
Sangat Setuju	12	8.8	8.8	100.0
Total	136	100.0	100.0	

### X1\_15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	5.9	5.9	5.9
	Ragu-Ragu	42	30.9	30.9	36.8
	Setuju	75	55.1	55.1	91.9
	Sangat Setuju	11	8.1	8.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X1\_16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak Setuju	12	8.8	8.8	8.8
	Ragu-Ragu	30	22.1	22.1	30.9
	Setuju	84	61.8	61.8	92.6
	Sangat Setuju	10	7.4	7.4	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X1\_17

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	12	8.8	8.8	8.8
	Ragu-Ragu	24	17.6	17.6	26.5
	Setuju	85	62.5	62.5	89.0
	Sangat Setuju	15	11.0	11.0	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X1\_18

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	20	14.7	14.7	14.7
	Ragu-Ragu	41	30.1	30.1	44.9
	Setuju	61	44.9	44.9	89.7
	Sangat Setuju	14	10.3	10.3	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X1\_19

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	6.6	6.6	6.6
	Ragu-Ragu	27	19.9	19.9	26.5
	Setuju	93	68.4	68.4	94.9
	Sangat Setuju	7	5.1	5.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X1\_20

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	8.1	8.1	8.1
	Ragu-Ragu	25	18.4	18.4	26.5
	Setuju	88	64.7	64.7	91.2
	Sangat Setuju	12	8.8	8.8	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X1\_21

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	5.9	5.9	5.9
	Ragu-Ragu	42	30.9	30.9	36.8
	Setuju	75	55.1	55.1	91.9

Sangat Setuju	11	8.1	8.1	100.0
Total	136	100.0	100.0	

### Frekuensi Variabel Promosi

		X2_1			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Tidak Setuju	11	8.1	8.1	8.1
	Ragu-Ragu	25	18.4	18.4	26.5
	Setuju	88	64.7	64.7	91.2
	Sangat Setuju	12	8.8	8.8	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

**X2\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	5.9	5.9	5.9
	Ragu-Ragu	42	30.9	30.9	36.8
	Setuju	75	55.1	55.1	91.9
	Sangat Setuju	11	8.1	8.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

**X2\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	20	14.7	14.7	14.7
	Ragu-Ragu	41	30.1	30.1	44.9
	Setuju	61	44.9	44.9	89.7
	Sangat Setuju	14	10.3	10.3	100.0



Total	136	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

### X2\_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	6.6	6.6	6.6
	Ragu-Ragu	27	19.9	19.9	26.5
	Setuju	93	68.4	68.4	94.9
	Sangat Setuju	7	5.1	5.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X2\_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	8.1	8.1	8.1
	Ragu-Ragu	25	18.4	18.4	26.5

	Setuju	88	64.7	64.7	91.2
	Sangat Setuju	12	8.8	8.8	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X2\_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	5.9	5.9	5.9
	Ragu-Ragu	42	30.9	30.9	36.8
	Setuju	75	55.1	55.1	91.9
	Sangat Setuju	11	8.1	8.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X2\_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak Setuju	12	8.8	8.8	8.8
	Ragu-Ragu	30	22.1	22.1	30.9
	Setuju	84	61.8	61.8	92.6
	Sangat Setuju	10	7.4	7.4	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X2\_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	12	8.8	8.8	8.8
	Ragu-Ragu	24	17.6	17.6	26.5
	Setuju	85	62.5	62.5	89.0
	Sangat Setuju	15	11.0	11.0	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### X2\_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	20	14.7	14.7	14.7
	Ragu-Ragu	41	30.1	30.1	44.9
	Setuju	61	44.9	44.9	89.7
	Sangat Setuju	14	10.3	10.3	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### Frekuensi Variabel Brand Image

		x3_1			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Tidak Setuju	9	6.6	6.6	6.6
	Ragu-Ragu	27	19.9	19.9	26.5
	Setuju	93	68.4	68.4	94.9

Sangat Setuju	7	5.1	5.1	100.0
Total	136	100.0	100.0	

**x3\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	8.1	8.1	8.1
	Ragu-Ragu	25	18.4	18.4	26.5
	Setuju	88	64.7	64.7	91.2
	Sangat Setuju	12	8.8	8.8	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

**x3\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	5.9	5.9	5.9
	Ragu-Ragu	42	30.9	30.9	36.8
	Setuju	75	55.1	55.1	91.9
	Sangat Setuju	11	8.1	8.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

**x3\_4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	6.6	6.6	6.6
	Ragu-Ragu	27	19.9	19.9	26.5
	Setuju	93	68.4	68.4	94.9
	Sangat Setuju	7	5.1	5.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

**x3\_5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	8.1	8.1	8.1
	Ragu-Ragu	25	18.4	18.4	26.5
	Setuju	88	64.7	64.7	91.2
	Sangat Setuju	12	8.8	8.8	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

**x3\_6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	5.9	5.9	5.9
	Ragu-Ragu	42	30.9	30.9	36.8
	Setuju	75	55.1	55.1	91.9

	Sangat Setuju	11	8.1	8.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### x3\_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	6.6	6.6	6.6
	Ragu-Ragu	27	19.9	19.9	26.5
	Setuju	93	68.4	68.4	94.9
	Sangat Setuju	7	5.1	5.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### x3\_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	8.1	8.1	8.1



Ragu-Ragu	25	18.4	18.4	26.5
Setuju	88	64.7	64.7	91.2
Sangat Setuju	12	8.8	8.8	100.0
Total	136	100.0	100.0	

**x3\_9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	5.9	5.9	5.9
	Ragu-Ragu	42	30.9	30.9	36.8
	Setuju	75	55.1	55.1	91.9
	Sangat Setuju	11	8.1	8.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

## Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian

**Y\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	12	8.8	8.8	8.8
	Ragu-Ragu	30	22.1	22.1	30.9
	Setuju	84	61.8	61.8	92.6
	Sangat Setuju	10	7.4	7.4	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

**Y\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	12	8.8	8.8	8.8
	Ragu-Ragu	24	17.6	17.6	26.5

Setuju	85	62.5	62.5	89.0
Sangat Setuju	15	11.0	11.0	100.0
Total	136	100.0	100.0	

### Y\_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	20	14.7	14.7	14.7
	Ragu-Ragu	41	30.1	30.1	44.9
	Setuju	61	44.9	44.9	89.7
	Sangat Setuju	14	10.3	10.3	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### Y\_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	Tidak Setuju	9	6.6	6.6	6.6
	Ragu-Ragu	27	19.9	19.9	26.5
	Setuju	93	68.4	68.4	94.9
	Sangat Setuju	7	5.1	5.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### Y\_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	8.1	8.1	8.1
	Ragu-Ragu	25	18.4	18.4	26.5
	Setuju	88	64.7	64.7	91.2
	Sangat Setuju	12	8.8	8.8	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### Y\_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	5.9	5.9	5.9
	Ragu-Ragu	42	30.9	30.9	36.8
	Setuju	75	55.1	55.1	91.9
	Sangat Setuju	11	8.1	8.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### Y\_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	12	8.8	8.8	8.8
	Ragu-Ragu	30	22.1	22.1	30.9
	Setuju	84	61.8	61.8	92.6
	Sangat Setuju	10	7.4	7.4	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

**Y\_8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	8.1	8.1	8.1
	Ragu-Ragu	25	18.4	18.4	26.5
	Setuju	88	64.7	64.7	91.2
	Sangat Setuju	12	8.8	8.8	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

**Y\_9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	5.9	5.9	5.9
	Ragu-Ragu	42	30.9	30.9	36.8
	Setuju	75	55.1	55.1	91.9

	Sangat Setuju	11	8.1	8.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### Y\_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	6.6	6.6	6.6
	Ragu-Ragu	27	19.9	19.9	26.5
	Setuju	93	68.4	68.4	94.9
	Sangat Setuju	7	5.1	5.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	

### Y\_11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	8.1	8.1	8.1

Ragu-Ragu	25	18.4	18.4	26.5
Setuju	88	64.7	64.7	91.2
Sangat Setuju	12	8.8	8.8	100.0
Total	136	100.0	100.0	

### Y\_12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	5.9	5.9	5.9
	Ragu-Ragu	42	30.9	30.9	36.8
	Setuju	75	55.1	55.1	91.9
	Sangat Setuju	11	8.1	8.1	100.0
	Total	136	100.0	100.0	





X1_4_1	Pearson Correlation	.309**	1.000**	.482**	.050	-.020	.102	.309**	1.000**	.482**	1	.482**	.102	.309**	1.000**	.482**	.050	-.020	.102	.309**	1.000**	.482**	.695**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.560	.819	.236	.000	.000	.000	.000	.000	.236	.000	.000	.000	.560	.819	.236	.000	.000	.000	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	
X1_4_2	Pearson Correlation	.358**	.482**	1.000**	.011	.008	.153	.358**	.482**	1.000**	.482**	1	.153	.358**	.482**	1.000**	.011	.008	.153	.358**	.482**	1.000**	.716**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.897	.926	.075	.000	.000	.000	.000	.000	.075	.000	.000	.000	.897	.926	.075	.000	.000	.000	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	
X1_4_3	Pearson Correlation	.119	.102	.153	.476**	.420**	1.000**	.119	.102	.153	.102	.153	1	.119	.102	.153	.476**	.420**	1.000**	.119	.102	.153	.555**	
	Sig. (2-tailed)	.167	.236	.075	.000	.000	.000	.167	.236	.075	.236	.075	.167	.236	.075	.000	.000	.000	.000	.000	.167	.236	.075	.000
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	
X1_5_1	Pearson Correlation	1.000**	.309**	.358**	.056	.026	.119	1.000**	.309**	.358**	.309**	.358**	.119	1	.309**	.358**	.056	.026	.119	1.000**	.309**	.358**	.587**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.517	.764	.167	.000	.000	.000	.000	.000	.167	.000	.000	.000	.517	.764	.167	.000	.000	.000	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	
X1_5_2	Pearson Correlation	.309**	1.000**	.482**	.050	-.020	.102	.309**	1.000**	.482**	1.000**	.482**	.102	.309**	1	.482**	.050	-.020	.102	.309**	1.000**	.482**	.695**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.560	.819	.236	.000	.000	.000	.000	.000	.236	.000	.000	.000	.560	.819	.236	.000	.000	.000	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	
X1_5_3	Pearson Correlation	.358**	.482**	1.000**	.011	.008	.153	.358**	.482**	1.000**	.482**	1.000**	.153	.358**	.482**	1	.011	.008	.153	.358**	.482**	1.000**	.716**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.897	.926	.075	.000	.000	.000	.000	.000	.075	.000	.000	.000	.897	.926	.075	.000	.000	.000	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	
X1_6_1	Pearson Correlation	.056	.050	.011	1.000**	.712**	.476**	.056	.050	.011	.050	.011	.476**	.056	.050	.011	1	.712**	.476**	.056	.050	.011	.447**	
	Sig. (2-tailed)	.517	.560	.897	.000	.000	.000	.517	.560	.897	.560	.897	.000	.517	.560	.897	.000	.000	.000	.517	.560	.897	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	
X1_6_2	Pearson Correlation	.026	-.020	.008	.712**	1.000**	.420**	.026	-.020	.008	-.020	.008	.420**	.026	-.020	.008	.712**	1	.420**	.026	-.020	.008	.396**	
	Sig. (2-tailed)	.764	.819	.926	.000	.000	.000	.764	.819	.926	.819	.926	.000	.764	.819	.926	.000	.000	.000	.764	.819	.926	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	
X1_6_3	Pearson Correlation	.119	.102	.153	.476**	.420**	1.000**	.119	.102	.153	.102	.153	1.000**	.119	.102	.153	.476**	.420**	1	.119	.102	.153	.555**	
	Sig. (2-tailed)	.167	.236	.075	.000	.000	.000	.167	.236	.075	.236	.075	.000	.167	.236	.075	.000	.000	.000	.167	.236	.075	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	
X1_7_1	Pearson Correlation	1.000**	.309**	.358**	.056	.026	.119	1.000**	.309**	.358**	.309**	.358**	.119	1.000**	.309**	.358**	.056	.026	.119	1	.309**	.358**	.587**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.517	.764	.167	.000	.000	.000	.000	.000	.167	.000	.000	.000	.517	.764	.167	.000	.000	.000	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	
X1_7_2	Pearson Correlation	.309**	1.000**	.482**	.050	-.020	.102	.309**	1.000**	.482**	1.000**	.482**	.102	.309**	1.000**	.482**	.050	-.020	.102	.309**	1.000**	.482**	.695**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.560	.819	.236	.000	.000	.000	.000	.000	.236	.000	.000	.000	.560	.819	.236	.000	.000	.000	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	
X1_7_3	Pearson Correlation	.358**	.482**	1.000**	.011	.008	.153	.358**	.482**	1.000**	.482**	1.000**	.153	.358**	.482**	1.000**	.011	.008	.153	.358**	.482**	1.000**	.716**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.897	.926	.075	.000	.000	.000	.000	.000	.075	.000	.000	.000	.897	.926	.075	.000	.000	.000	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	
TotalN1	Pearson Correlation	.587**	.695**	.716**	.447**	.396**	.555**	.587**	.695**	.716**	.695**	.716**	.555**	.587**	.695**	.716**	.447**	.396**	.555**	.587**	.695**	.716**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	

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





X2.3_2	Pearson Correlation	-.020	.008	.420**	.026	-.020	.008	.712**	1	.420**	.491**
	Sig. (2-tailed)	.819	.926	.000	.764	.819	.926	.000		.000	.000
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
X2.3_3	Pearson Correlation	.102	.153	1.000**	.119	.102	.153	.476**	.420**	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.236	.075	.000	.167	.236	.075	.000	.000		.000
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
TotalX2	Pearson Correlation	.620**	.644**	.695**	.460**	.620**	.644**	.544**	.491**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136

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





X3.3_2	Pearson Correlation	.309**	1.000**	.482**	.309**	1.000**	.482**	.309**	1	.482**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
X3.3_3	Pearson Correlation	.358**	.482**	1.000**	.358**	.482**	1.000**	.358**	.482**	1	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
TotalX3	Pearson Correlation	.707**	.790**	.804**	.707**	.790**	.804**	.707**	.790**	.804**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136

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









Y1.2 _2	Pearson Correlation	.050	-.020	.102	.309**	1	.482**	.050	1.000**	.482**	.309**	1.000**	.482**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.560	.819	.236	.000		.000	.560	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
Y1.2 _3	Pearson Correlation	.011	.008	.153	.358**	.482**	1	.011	.482**	1.000**	.358**	.482**	1.000**	.720**



Y1.3 _2	Pearson Correlation	.050	-.020	.102	.309**	1.000**	.482**	.050	1	.482**	.309**	1.000**	.482**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.560	.819	.236	.000	.000	.000	.560		.000	.000	.000	.000	.000
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
Y1.3 _3	Pearson Correlation	.011	.008	.153	.358**	.482**	1.000**	.011	.482**	1	.358**	.482**	1.000**	.720**



Y1.4	Pearson	.050	-.020	.102	.309**	1.000	.482**	.050	1.000	.482**	.309**	1	.482**	.711**
_2	Correlation					**	**		**	**	**		**	**
	Sig. (2-tailed)	.560	.819	.236	.000	.000	.000	.560	.000	.000	.000		.000	.000
	N	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136	136
Y1.4	Pearson	.011	.008	.153	.358**	.482**	1.000	.011	.482**	1.000	.358**	.482**	1	.720**
_3	Correlation				**	**	**		**	**	**	**	**	**





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

Lampiran Uji Reliabilitas  
Variabel Kualitas Produk

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.751	.926	22

Variabel Promosi

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.749	.842	10

Variabel Brand Image

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.781	.933	10

## Variabel Keputusan Pembelian

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.751	.880	13

## Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

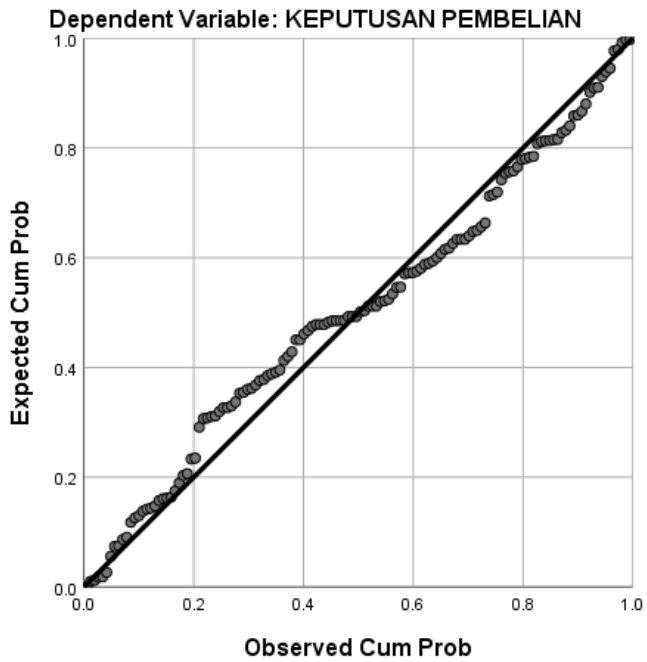
### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		136
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.82899282
Most Extreme Differences	Absolute	.091
	Positive	.070
	Negative	-.091
Test Statistic		.091
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c</sup>

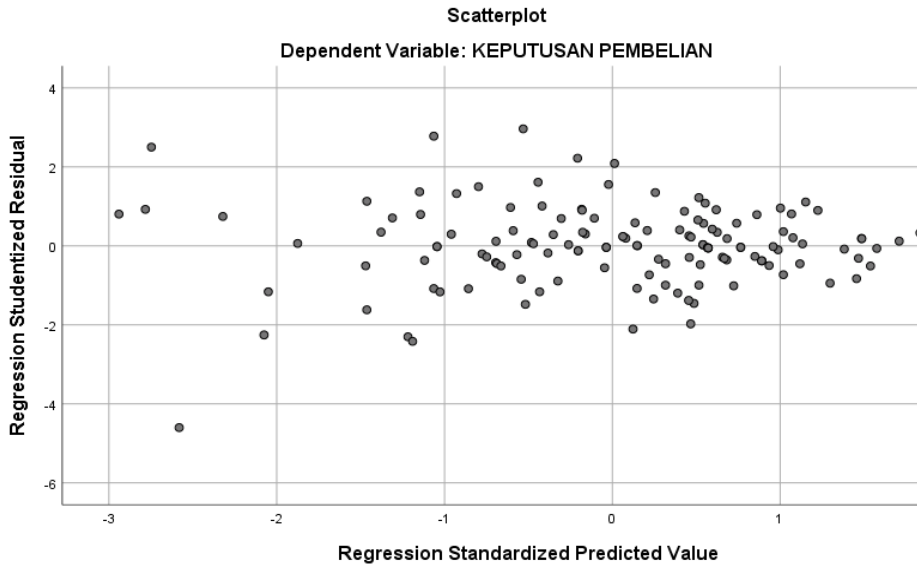
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

## Uji Normalitas P-P Plots

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



# Lampiran Uji Heteroskedastitas



## Lampiran Uji Glejser

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

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Total
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	
Constant)	5.702	.976		5.842	.000				
LITAS	-.091	.019	-.610	-4.811	.000	-.401	-.386	-.366	
DUK									
MOSI	-.052	.027	-.173	-1.940	.054	-.314	-.167	-.148	
ND IMAGE	.129	.041	.384	3.150	.002	-.169	.264	.240	

nt Variable: AbsUi



Lampiran Uji Multikolinearitas, Uji t dan Analisis Regresi Linier Berganda

	Coefficients <sup>a</sup>							
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial
ant)	-4.468	1.609		-2.776	.006			
TAS	.423	.031	.681	13.648	.000	.918	.765	.409
JK								
OSI	.207	.044	.165	4.695	.000	.604	.378	.141
D IMAGE	.276	.067	.196	4.101	.000	.801	.336	.123

Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

## Uji F

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3365.896	3	1121.965	327.941	.000 <sup>b</sup>
	Residual	451.604	132	3.421		
	Total	3817.500	135			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), BRAND IMAGE, PROMOSI, KUALITAS PRODUK

## Uji Koefisien Determinasi

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.939 <sup>a</sup>	.882	.879	1.84966	1.768

a. Predictors: (Constant), BRAND IMAGE, PROMOSI, KUALITAS PRODUK

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN