

## DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, Adam "Analisis Pengaruh Citra Merek, Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Note book Toshiba," *Jurnal*, Universitas Gunadarm. Jakarta. 2012
- Arista, D., & Astuti, S. R. T. (2011). Analisis pengaruh iklan, kepercayaan merek, dan citra merek terhadap minat beli konsumen. *Jurnal Aset*, 13(1), 37-45.
- Chandra, F., & Pranatasari, F. D. (2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Produk HEALTH ENTERPRISE. *PERFORMA*, 3(2), 260-269.
- Dara, A. L., & Prihatini, A. E. (2019). Pengaruh Brand Image dan Celebrity Endorser Terhadap Keputusan Pembelian Produk WARDAH (Studi pada konsumen WARDAH Kota SEMARANG). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 8(2), 10-17.
- Freddy Rangkuti (2008). *The Power of Brands*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Geraldly Tambajong. 2013. Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA* 1291, Vol. 1 No. 3 September 2013, Hal. 1291-1301 ISSN 2303-1174.
- Hartono, Hendry, dkk. 2012. Pengaruh Strategi Pemasaran Terhadap Peningkatan Penjualan Pada Perusahaan Dengan Menetapkan Alumni dan Mahasiswa Universitas Bina Nusantara Sebagai

Objek Penelitian. Jurusan Manajemen. Universitas  
Bina Nusantara. Jakarta Barat. Jurnal (Online)

[https://images.search.yahoo.com/yhs/search;\\_ylt=AwrExdyCiKxdo30A9bk2nllQ;\\_ylu=X3oDMTBsZ29xY3ZzBHNIYwNzZWYy2gEc2xrA2J1dHRvbg--](https://images.search.yahoo.com/yhs/search;_ylt=AwrExdyCiKxdo30A9bk2nllQ;_ylu=X3oDMTBsZ29xY3ZzBHNIYwNzZWYy2gEc2xrA2J1dHRvbg--)

<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3800550/perlukah-daftar-arkan-merek-dagang-simak-pertimbangan-ini>

Karneli, O. (2016). Pengaruh Citra Merek Dan Kepercayaan Merek Terhadap Loyalitas Konsumen (Studi Kasus Pada Koran Harian PT. Riau Pos Intermedia Pekanbaru). *Jurnal Online Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*, 3(2), 1-11.

Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 penerbit Erlangga.

Kotler, Philip., Keller, Kevin L. ( 2013 ). Manajemen Pemasaran, Jilid Kedua, Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip, (2015), "Marketing an Introducing Prentice Hall twelfth edition", England: Pearson Education, Inc

Kurniawan, R., & Susanti, F. (2019). Pengaruh Lifestyle Terhadap Keputusan Pembelian Pada Sepatu Merek Fladeo Di Basko Grand Mall Padang.

Kusumastuti, A. (2006). *Hubungan Antara Konsep Diri dan Konformitas dengan Kecenderungan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja Klub Mobil Trakinaz* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Surakarta).

Mongisidi, S. J., Sepang, J., & Soepeno, D. (2019). Pengaruh *Lifestyle* Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu NIKE (Studi Kasus MANADO

- TOWN SQUARE). *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 7(3).
- Oktaviani, P., & Lestari, R. (2019). Pengaruh Celebrity Endorser, Tagline dan Citra Merek Terhadap Kesadaran Merek Konsumen Facial FOAM POND'S di SMK AL-MAKMUR CIGANJUR JAKARTA SELATAN. *Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 13(2).
- Orlando, D. (2015). Analisa Pengaruh Brand Image dan Brand Awareness Terhadap Purchase Intention Kawasaki Ninja 250Fi. *Jurnal Strategi Pemasaran*, 3(1), 1-9.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Handphone SAMSUNG Pada Mahasiswa D3 MARKETING. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(1), 53-75.
- Racman, Munir,(2018). Metodologi Penelitian, Adi Buana University Press, Surabaya.
- Romadhoni, M. (2015). Pengaruh citra merek (brand image) terhadap pengambilan keputusan pembelian sepatu nike Pada mahasiswa fik uny.
- Silvya L. Mandey. 2009. Pengaruh Faktor Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen. Vol. 6. No. 1.
- Sudaryono.2016. Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi. Yogyakarta: ANDI
- Sugiyono, (2019). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Alfabeta, Bandung.
- Sujarweni, V Wiratna, (2019). SPSS untuk penelitian, Pustaka Baru Press, Yogyakarta

# Lampiran 1: Berita Acara Bimbingan Skripsi



**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>

## KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	: Istikomah Novitasari
Prodi / NIM	: Manajemen / 16150028
Judul Skripsi	: Pengaruh Citra Merek dan Lifestyle terhadap keputusan membeli padaq sepatu merek Peter Keiza di Matahari Cito Surabaya
Dosen Pembimbing	: I Ketut Sura Bagianta - Drs., SE., M.M Evelia Purhaningrum, S.Si., M.Si
Periode Kepembimbingan	: 30 September 2019 s/d 30 Maret 2020

### URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1	1/19	awal skripsi	ada	[Signature]
2	10/23/19	revisi pendahuluan	ada	[Signature]
3	24/10	revisi bab 1	ada	[Signature]
4	10/31/19	revisi bab 1	ada	[Signature]
5	7/12/20	revisi bab 1	ada	[Signature]
6	11/20/19	revisi bab 1	ada	[Signature]
7	28/2/20	revisi bab 1	ada	[Signature]
8	12/19/19	revisi bab 1	ada	[Signature]
9	16/2/20	revisi bab 1	ada	[Signature]
10	20/2/20	revisi bab 1	ada	[Signature]
11	18-4-20	revisi bab 1	ada	[Signature]
12	29-11-20	revisi bab 1	ada	[Signature]
13	8-6-20	revisi bab 1	ada	[Signature]

Bimbingan selesai pada tanggal :

Dosen Pembimbing,

[Signature]











Mahasiswa,

[Signature]  
 ISTIKOMAH NOVITASARI

Lampiran 2 : Berita Acara Bimbingan Revisi Skripsi

**BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI**

1. Nama Mahasiswa : Istiqomah Novitasari
2. NIM : 161500028
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan *Lifestyle*  
Terhadap Keputusan membeli sepatu  
peter keiza di Matahari Department  
Store Cito Surabaya
5. Dosen Penguji : 1. Dra. Martha Suhardiyah, SE., M.M  
2. Ferry Hariawan, SE., M.M.

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji I	Penguji II
1	03 Agustus 2020	Revisi BAB IV		
2	05 Agustus 2020	BAB IV ACC		
3	05 Agustus 2020	Revisi BAB V		
4	10 Agustus 2020	BAB V ACC		

Surabaya, 10 Agustus 2020

Dosen Penguji I,



Dra. Martha Suhardiyah, SE., M.M  
NIP : 195808081982032001

Dosen Penguji II,



Ferry Hariawan, SE., M.M.  
NPP : 1512763/DY

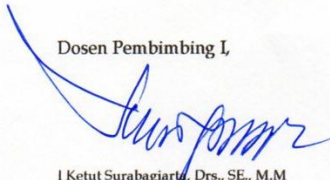
### Lampiran 3: Halaman Lembar Persetujuan Skripsi

#### LEMBAR PERSETUJUAN

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 20 Juli 2020

Dosen Pembimbing I,




I Ketut Surabagiatu, Drs., SE., M.M  
NPP : 1701834/DY

Dosen Pembimbing II,



Evita Purwaningrum, S.Si., M.Si  
NIP/NPP: 0708029002

## Lampiran 4: Berita Acara Ujian Proposal Skripsi



**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 Jumat tanggal 10 bulan 01 tahun 2020 bertempat di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap \*) Tahun Akademik 20\_\_/20\_\_

Nama Mahasiswa	: IATIQOMAH NOVITASARI
NIM	: 161500028
Program Studi	: MANAJEMEN
Judul Proposal	: Pengaruh Citra Merek dan <i>Lifestyle</i> Terhadap Leputasan Membeli Sepatu Peter Keiza di Matahari Departement Store City Of Tomorrow Surabaya

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	161500262	Domy Budi Santoso	
2	161500199	Wenty Rety F	
3	161500181	Nafisa Dina A	
4	161500109	Sufi Gusanti	
5	161500049	Rosalina Romy. P.	
6	161500022	Vinibrasari	
7	161500021	Dwi Anna A.	
8	161500167	Emelinda Lesta	
9	161500006	Khusastaus L. Ario	
10	161500078	Muhammad Yanis R.	
11	161500063	Bayu A. Wana	
12	161500024	Syekhal Al Kaffi	
13	161500050	Dinda Hajarun Sjaffilah	
14	161500047	Risma Alfi Yunita Sari	
15	161500015	Citra Dwi Maulidja	

Surabaya, 10 01 2020

Penguji : Martha S

Pembimbing : Rizkiyul F

## Lampiran 5: Kuesioner Penelitian

## Kuesioner Penelitian

Saudara/ i yang saya hormati,

Saya mahasiswa Program Studi Manajemen Universitas PGRI Adi Buana Surabaya sedang mengadakan penelitian skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra merek dan *Lifestyle* terhadap Keputusan Membeli sepatu Peter Keiza di Matahari Departement Store CITO – Surabaya. Kuisioner ini berhubungan dengan persepsi anda sebagai konsumen peter keiza di Matahari Departement Store CITO – Surabaya. Hasil kuesioner ini tidak untuk di publikasikan melainkan untuk kepentingan penelitian semata. Saya mengucapkan terima kasih atas bantuan, partisipasi, dan kerja sama yang anda berikan.

### I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden : (jika  
bersedia)

Berilah tanda ( X ) untuk jawaban yang benar.

2. Jenis Kelamin :

- a. Laki-Laki
- b. Perempuan

3. Usia :

- a. < 20 tahun
- b. 20-30 tahun
- c. 31-40 tahun
- d. >40 tahun

4. Pekerjaan :



- a. Ibu rumah tangga
  - b. Pelajar / Mahasiswa
  - c. Wiraswasta
  - d. Swasta
  - e. Pegawai Negeri Sipil (PNS)
5. Frekuensi kunjungan / bulan
- a. 1 kali
  - b. 2 kali
  - c. >2 kali

## II. Kuesioner untuk variabel X ( $X_1$ dan $X_2$ ) dan Y

Isilah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda centang (  ) pada jawaban yang anda pilih. Pilihlah satu jawaban untuk setiap pertanyaan atau pernyataan.

Keterangan jawaban :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

RG : Ragu-Ragu

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

### A. Variabel $X_1$ ( Citra merek )

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
Keunggulan merek						
1.	Saya membeli sepatu peter keiza karena produk tersebut nyaman di gunakan					
2.	Saya membeli sepatu peter keiza karena produk tersebut awet di gunakan dan tidak mudah mengelupas					
Kekuatan merek						
1.	Saya merekomendasikan produk tersebut kepada teman dan kerabat untuk menggunakan sepatu merek sepatu peter keiza					

2.	Saya memilih menggunakan sesuatu merek peter keiza dari pada sepatu merek lainnya.					
Keunikan merek						
1.	saya membeli sepatu peter keiza karena modelnya yang selalu up to date					
2.	Saya membeli sepatu peter keiza karena produk tersebut memiliki ukuran yang bervariasi					

**B. Variabel X<sub>2</sub> (Lifestyle)**

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
Kegiatan						

1.	Menggunakan sepatu peter keiza merupakan gaya hidup anda					
2.	Saya sering membeli sepatu peter keiza untuk dapat berpenampilan menarik					
Minat						
1.	Produk yang di tawarkan sepatu peter keiza sangat bervariasi dan banyak pilihan					
2.	Saya menyukai setiap desain yang di tawarkan oleh					

	sepatu peter keiza					
Opini						
1.	Saya merasa puas dengan produk sepatu peter keiza					
2.	Saya merasa sepatu peter keiza lebih baik dengan sepatu lainnya					

### C. Keputusan Membeli

No.	Pernyataan	SS	S	RG	TS	STS
Keinginan untuk menggunakan produk						
1.	Saya menggunakan sepatu peter keiza dari pada merek lainnya					

2.	Saya menggunakan sepatu peter keiza karena memiliki kualitas yang unggul					
Keinginan untuk membeli produk						
1.	Saya memutuskan membeli sepatu peter keiza sesuai dengan keinginan					
2.	Saya selalu ingin membeli sepatu peter keiza karena menarik meskipun saat itu saya tidak membutuhkannya					
Memperioritaskan pembelian suatu produk						
1.	saya mengutamakan pembelian sepatu peter keiza dari pada merek lainnya					
2.	Saya mengutamakan					

	pembelian sepatu peter keiza karena mempunyai kualitas yang tinggi					
Kesediaan untuk berkorban ( waktu, biaya, dan tenaga ) untuk mendapatkan suatu produk						
1.	Saya tetap membeli sepatu peter keiza meskipun biaya yang saya keluarkan cukup banyak					
2.	Saya meluangkan waktu untuk dapat membeli sepatu peter keiza					

## Lampiran 6. Tabulasi

### Citra Merek (X1)

Resp	VARIABEL CITRA MEREK						TOTAL
	X1_1_1	X1_1_2	X1_2_1	X1_2_2	X1_3_1	X1_3_2	
Resp_1	2	2	2	2	2	2	12
Resp_2	5	5	5	5	5	5	30
Resp_3	5	5	5	5	5	5	30
Resp_4	5	5	5	5	5	5	30
Resp_5	5	5	5	5	5	5	30
Resp_6	4	5	5	4	5	5	28
Resp_7	5	5	4	4	4	5	27
Resp_8	5	5	4	4	4	5	27
Resp_9	1	1	1	1	1	1	6
Resp_10	5	5	5	5	5	4	29
Resp_11	1	2	1	1	2	1	8
Resp_12	5	5	5	5	5	5	30
Resp_13	5	4	5	5	5	4	28
Resp_14	2	2	2	2	2	2	12
Resp_15	1	2	1	1	1	2	8
Resp_16	5	4	5	5	5	5	29
Resp_17	3	3	3	4	3	4	20
Resp_18	2	2	2	2	2	2	12
Resp_19	5	5	5	5	5	5	30
Resp_20	5	5	5	5	5	5	30
Resp_21	5	5	5	5	5	5	30
Resp_22	4	5	4	4	4	4	25
Resp_23	4	4	4	4	4	5	25
Resp_24	3	3	3	3	3	4	19



Resp_25	2	1	2	1	2	1	9
Resp_26	3	3	3	3	4	4	20
Resp_27	4	4	3	4	4	3	22
Resp_28	4	5	4	4	5	5	27
Resp_29	3	4	3	4	4	3	21
Resp_30	4	4	5	4	5	5	27
Resp_31	4	4	5	5	4	5	27
Resp_32	5	5	5	4	4	5	28
Resp_33	5	5	5	4	4	3	26
Resp_34	4	4	4	4	4	4	24
Resp_35	5	5	5	5	5	5	30
Resp_36	5	5	5	5	5	5	30
Resp_37	4	4	4	4	5	4	25
Resp_38	2	1	1	1	1	2	8
Resp_39	2	2	5	2	2	2	15
Resp_40	5	5	5	5	5	5	30
Resp_41	1	1	1	2	1	2	8
Resp_42	1	2	2	1	2	2	10
Resp_43	2	2	2	2	2	2	12
Resp_44	5	5	5	5	5	5	30
Resp_45	3	4	4	3	5	3	22
Resp_46	3	3	3	3	3	4	19
Resp_47	1	1	1	1	1	1	6
Resp_48	4	5	4	5	5	4	27
Resp_49	5	5	4	4	4	4	26
Resp_50	3	3	4	3	3	4	20
Resp_51	4	4	5	4	5	4	26
Resp_52	4	4	5	5	4	4	26

Resp_53	3	3	3	4	4	3	20
Resp_54	4	4	3	4	4	3	22
Resp_55	4	4	4	4	4	4	24
Resp_56	4	4	4	4	5	4	25
Resp_57	1	1	1	2	1	1	7
Resp_58	4	4	4	4	4	2	22
Resp_59	3	3	3	4	3	4	20
Resp_60	1	2	2	2	2	1	10
Resp_61	2	3	2	2	3	3	15
Resp_62	5	5	5	5	5	5	30
Resp_63	1	2	1	1	1	1	7
Resp_64	2	2	2	2	2	2	12
Resp_65	3	3	3	3	3	3	18
Resp_66	4	4	4	4	3	4	23
Resp_67	4	4	4	4	4	4	24
Resp_68	3	3	3	3	3	3	18
Resp_69	4	4	4	4	4	4	24
Resp_70	3	3	3	3	3	3	18
Resp_71	4	4	4	4	3	4	23
Resp_72	4	4	4	4	4	4	24
Resp_73	3	3	3	3	3	3	18
Resp_74	4	4	4	4	4	5	25
Resp_75	3	3	3	3	4	4	20
Resp_76	4	4	3	4	3	3	21
Resp_77	4	4	3	3	3	3	20
Resp_78	3	3	3	4	4	4	21
Resp_79	4	4	3	4	4	3	22
Resp_80	4	4	4	4	5	5	26

Resp_81	3	3	3	4	4	3	20
Resp_82	4	4	4	4	4	4	24
Resp_83	3	3	4	3	4	4	21
Resp_84	4	4	4	4	4	5	25
Resp_85	4	4	4	4	5	5	26
Resp_86	5	5	4	4	4	4	26
Resp_87	3	3	3	4	3	4	20
Resp_88	4	4	4	4	4	4	24
Resp_89	3	3	4	3	3	4	20
Resp_90	4	4	4	5	5	4	26
Resp_91	4	4	4	5	4	5	26
Resp_92	5	5	4	4	4	4	26
Resp_93	4	4	4	4	5	5	26
Resp_94	3	3	3	3	4	3	19
Resp_95	4	4	4	4	3	4	23
Resp_96	4	4	4	4	4	4	24
Resp_97	3	3	3	3	3	3	18
Resp_98	4	4	4	4	4	4	24
Resp_99	3	3	3	3	3	3	18
Resp_100	4	4	3	4	3	3	21
Resp_101	4	4	3	3	3	3	20
Resp_102	3	3	3	4	4	3	20
Resp_103	4	4	3	4	4	3	22
Resp_104	4	4	4	4	4	4	24
Resp_105	4	4	4	4	4	4	24
Resp_106	2	2	2	3	2	2	13
Resp_107	4	4	4	4	4	2	22
Resp_108	3	3	3	3	3	3	18

Resp_109	3	3	3	4	3	3	19
Resp_110	4	4	4	4	4	4	24
Resp_111	5	5	4	4	4	4	26
Resp_112	3	3	3	4	4	3	20
Resp_113	4	4	3	4	4	3	22
Resp_114	4	4	4	4	5	4	25
Resp_115	4	4	4	4	4	2	22
Resp_116	3	3	3	4	3	4	20
Resp_117	3	3	3	4	3	3	19
Resp_118	4	4	4	4	4	4	24
Resp_119	5	5	5	4	5	5	29
Resp_120	3	3	4	5	5	5	25
Resp_121	4	4	4	4	4	4	24
Resp_122	4	4	4	4	4	5	25
Resp_123	5	4	5	5	5	4	28
Resp_124	4	5	5	5	4	5	28
Resp_125	4	5	5	4	5	4	27
Resp_126	5	5	5	4	5	4	28
Resp_127	5	5	4	4	4	4	26
Resp_128	4	5	5	5	4	5	28
Resp_129	5	5	4	4	5	4	27
Resp_130	4	4	4	4	4	4	24
Resp_131	5	4	5	4	4	4	26
Resp_132	4	4	4	4	3	4	23
Resp_133	3	3	3	4	3	3	19
Resp_134	5	5	5	4	4	5	28
Resp_135	4	5	4	5	4	5	27
Resp_136	5	5	4	4	5	4	27

Resp_137	4	4	4	4	4	4	24
Resp_138	4	4	4	4	5	5	26
Resp_139	5	4	5	4	5	4	27
Resp_140	4	4	5	4	5	4	26
Resp_141	3	4	4	4	3	3	21
Resp_142	5	5	4	4	4	4	26
Resp_143	4	5	4	5	4	5	27
Resp_144	5	5	4	4	5	4	27
Resp_145	4	5	4	5	5	4	27
Resp_146	4	3	4	3	4	3	21
Resp_147	5	4	5	4	5	4	27
Resp_148	5	5	4	5	5	4	28
Resp_149	4	4	5	5	4	4	26
Resp_150	4	4	5	4	5	5	27
Resp_151	4	4	4	5	5	5	27
Resp_152	4	4	5	5	5	4	27
Resp_153	4	5	5	5	4	4	27
Resp_154	3	3	4	4	4	3	21

*Lifestyle (X2)*

Resp	VARIABLE LIFESTYLE						TOTAL
	X2_1_1	X2_1_2	X2_2_1	X2_2_2	X2_3_1	X2_3_2	
Resp_1	3	4	3	4	4	3	21
Resp_2	4	5	4	4	5	5	27
Resp_3	4	5	5	5	5	5	29
Resp_4	5	5	5	5	5	5	30
Resp_5	4	4	4	3	3	3	21
Resp_6	4	4	4	4	3	3	22

Resp_7	5	5	4	5	5	4	28
Resp_8	2	2	3	3	4	5	19
Resp_9	3	3	4	4	3	4	21
Resp_10	2	1	1	2	2	2	10
Resp_11	1	1	1	1	3	2	9
Resp_12	5	4	5	5	5	4	28
Resp_13	3	2	2	3	3	3	16
Resp_14	2	2	2	2	2	2	12
Resp_15	1	2	1	1	2	1	8
Resp_16	5	4	5	4	5	5	28
Resp_17	4	4	4	4	4	4	24
Resp_18	3	3	3	3	3	3	18
Resp_19	5	4	5	5	4	5	28
Resp_20	5	5	5	5	5	5	30
Resp_21	5	5	5	5	5	5	30
Resp_22	4	4	4	4	4	4	24
Resp_23	4	4	4	4	4	4	24
Resp_24	3	3	3	3	3	3	18
Resp_25	2	1	2	2	1	2	10
Resp_26	4	4	4	4	4	4	24
Resp_27	5	5	4	4	5	4	27
Resp_28	3	3	4	4	3	4	21
Resp_29	4	4	4	4	4	4	24
Resp_30	3	4	3	4	3	3	20
Resp_31	4	4	3	3	4	3	21
Resp_32	4	4	4	4	4	4	24
Resp_33	4	4	5	5	4	5	27
Resp_34	4	4	4	4	4	4	24

Resp_35	5	5	5	5	5	5	30
Resp_36	5	5	5	5	5	5	30
Resp_37	4	4	4	4	4	4	24
Resp_38	2	1	2	1	1	1	8
Resp_39	2	2	2	2	2	2	12
Resp_40	5	5	5	5	5	5	30
Resp_41	1	1	1	2	1	2	8
Resp_42	1	2	2	2	1	2	10
Resp_43	2	2	2	2	2	2	12
Resp_44	5	5	5	5	5	5	30
Resp_45	3	3	3	3	3	3	18
Resp_46	4	4	3	3	4	3	21
Resp_47	1	1	1	1	1	2	7
Resp_48	4	4	4	4	4	4	24
Resp_49	2	2	2	3	3	2	14
Resp_50	4	4	4	4	4	4	24
Resp_51	3	3	4	3	3	3	19
Resp_52	3	3	3	3	3	3	18
Resp_53	4	4	4	4	4	4	24
Resp_54	5	5	4	4	5	4	27
Resp_55	3	3	4	4	3	4	21
Resp_56	4	4	4	4	4	4	24
Resp_57	1	2	1	1	1	1	7
Resp_58	4	4	3	3	4	3	21
Resp_59	4	4	3	3	4	3	21
Resp_60	2	2	2	1	2	1	10
Resp_61	2	3	2	3	3	3	16
Resp_62	5	5	5	5	5	5	30

Resp_63	1	2	1	1	2	1	8
Resp_64	1	2	1	2	2	2	10
Resp_65	4	4	4	4	4	4	24
Resp_66	3	3	3	3	2	3	17
Resp_67	4	5	4	5	5	4	27
Resp_68	4	4	4	4	4	4	24
Resp_69	3	3	4	4	3	4	21
Resp_70	5	5	5	4	4	4	27
Resp_71	4	5	5	5	4	4	27
Resp_72	5	5	4	4	5	4	27
Resp_73	5	5	4	4	5	4	27
Resp_74	4	5	5	4	5	5	28
Resp_75	5	5	5	5	5	5	30
Resp_76	4	4	4	3	4	3	22
Resp_77	4	4	3	3	4	3	21
Resp_78	4	4	3	3	4	3	21
Resp_79	4	4	4	4	4	4	24
Resp_80	3	3	3	3	3	4	19
Resp_81	4	4	3	3	4	3	21
Resp_82	5	4	5	4	5	4	27
Resp_83	3	3	3	3	3	3	18
Resp_84	4	4	3	3	4	3	21
Resp_85	4	4	4	4	4	4	24
Resp_86	4	4	4	4	4	4	24
Resp_87	3	2	2	3	2	2	14
Resp_88	4	4	4	4	4	4	24
Resp_89	4	4	4	4	4	4	24
Resp_90	3	3	3	3	3	3	18



Resp_91	3	3	3	3	3	3	18
Resp_92	4	4	4	4	4	4	24
Resp_93	5	5	4	4	5	4	27
Resp_94	3	3	4	4	3	4	21
Resp_95	4	4	4	4	4	4	24
Resp_96	3	3	3	3	3	3	18
Resp_97	4	4	3	3	4	3	21
Resp_98	4	4	4	4	4	4	24
Resp_99	4	5	4	5	4	4	26
Resp_100	4	4	4	5	4	5	26
Resp_101	2	2	2	3	2	4	15
Resp_102	4	4	4	4	4	4	24
Resp_103	4	4	4	4	4	4	24
Resp_104	3	3	3	3	3	3	18
Resp_105	4	4	4	4	4	4	24
Resp_106	5	5	4	4	5	4	27
Resp_107	4	4	4	4	4	4	24
Resp_108	3	3	3	3	3	3	18
Resp_109	4	4	3	3	4	3	21
Resp_110	4	4	3	3	4	3	21
Resp_111	3	3	3	3	3	2	17
Resp_112	4	4	3	3	4	3	21
Resp_113	4	4	4	4	4	4	24
Resp_114	4	4	3	3	4	3	21
Resp_115	5	4	5	4	5	4	27
Resp_116	3	3	3	3	3	3	18
Resp_117	4	4	3	3	4	3	21
Resp_118	4	4	4	4	4	4	24

Resp_119	4	4	4	4	4	4	24
Resp_120	3	2	3	2	3	2	15
Resp_121	5	5	4	5	5	4	28
Resp_122	5	4	5	4	5	4	27
Resp_123	4	4	4	3	4	3	22
Resp_124	3	4	4	4	4	3	22
Resp_125	5	5	4	5	4	4	27
Resp_126	3	4	3	4	4	3	21
Resp_127	3	4	3	4	4	3	21
Resp_128	4	5	5	5	4	4	27
Resp_129	5	5	4	4	5	4	27
Resp_130	5	5	4	4	5	4	27
Resp_131	4	5	5	4	5	4	27
Resp_132	4	4	3	4	3	3	21
Resp_133	5	4	4	4	5	5	27
Resp_134	4	4	3	3	4	3	21
Resp_135	4	4	5	5	4	5	27
Resp_136	4	4	4	4	4	4	24
Resp_137	3	3	3	3	3	4	19
Resp_138	4	4	3	3	4	3	21
Resp_139	5	4	5	4	5	4	27
Resp_140	5	5	4	4	5	5	28
Resp_141	4	4	5	5	4	5	27
Resp_142	4	4	4	4	4	4	24
Resp_143	4	5	5	4	5	4	27
Resp_144	3	4	4	3	4	4	22
Resp_145	4	4	4	4	4	4	24
Resp_146	4	4	5	5	5	5	28

Resp_147	4	4	4	3	3	2	20
Resp_148	4	4	3	3	4	3	21
Resp_149	4	4	4	4	4	4	24
Resp_150	4	4	4	3	4	4	23
Resp_151	5	4	5	4	5	4	27
Resp_152	4	4	3	4	4	3	22
Resp_153	4	4	4	4	4	4	24
Resp_154	5	5	4	4	5	4	27

### Keputusan Membeli (Y)

Resp	VARIABEL KEPUTUSAN MEMBELI								TOTAL
	Y_1_1	Y_1_2	Y_2_1	Y_2_2	Y_3_1	Y_3_2	Y_4_1	Y_4_2	
Resp_1	1	1	1	1	1	2	2	1	10
Resp_2	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_3	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_4	4	5	4	5	5	4	5	4	36
Resp_5	5	4	5	4	5	4	4	4	35
Resp_6	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Resp_7	5	4	4	4	4	4	5	5	35
Resp_8	5	5	5	5	4	5	5	4	38
Resp_9	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Resp_10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_11	1	1	1	1	1	2	1	2	10
Resp_12	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_13	3	2	3	3	3	2	3	2	21
Resp_14	3	3	3	3	3	3	2	3	23
Resp_15	1	1	2	1	1	1	1	2	10
Resp_16	2	2	2	3	2	2	2	2	17

Resp_17	4	5	3	4	5	4	5	4	34
Resp_18	2	3	2	2	2	2	3	2	18
Resp_19	4	4	5	5	4	5	4	4	35
Resp_20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_21	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_22	4	2	2	3	3	3	2	3	22
Resp_23	4	4	5	4	5	5	4	4	35
Resp_24	5	5	4	4	4	5	5	5	37
Resp_25	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Resp_26	4	3	4	4	3	4	3	4	29
Resp_27	4	4	4	4	5	4	4	4	33
Resp_28	2	2	4	3	4	4	2	4	25
Resp_29	5	4	4	4	4	5	4	5	35
Resp_30	4	4	3	4	3	4	4	4	30
Resp_31	4	4	3	3	3	4	4	4	29
Resp_32	4	3	4	4	4	4	3	4	30
Resp_33	4	4	3	4	4	4	4	4	31
Resp_34	3	2	4	3	3	3	2	3	23
Resp_35	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_38	2	1	1	1	1	2	1	1	10
Resp_39	1	2	2	2	2	2	2	1	14
Resp_40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_41	2	1	1	1	1	1	1	2	10
Resp_42	2	1	2	2	1	1	2	1	12
Resp_43	2	2	2	2	1	2	2	1	14
Resp_44	5	5	5	5	5	5	4	5	39

Resp_45	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_46	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_47	1	1	1	1	1	1	1	1	8
Resp_48	4	3	3	4	3	4	3	4	28
Resp_49	4	4	4	5	4	5	5	4	35
Resp_50	5	5	4	4	4	5	5	5	37
Resp_51	3	3	4	3	3	3	3	3	25
Resp_52	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_53	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_54	3	3	3	4	4	3	3	3	26
Resp_55	4	4	3	4	4	4	4	4	31
Resp_56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_57	1	1	2	1	1	1	1	1	9
Resp_58	4	4	3	4	3	4	4	4	30
Resp_59	4	4	3	3	3	4	4	4	29
Resp_60	1	2	1	2	2	1	1	2	12
Resp_61	3	2	3	2	4	3	2	3	22
Resp_62	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_63	1	1	2	1	2	2	1	2	12
Resp_64	2	1	1	1	2	2	1	1	11
Resp_65	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_66	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_67	3	3	3	4	3	3	3	3	25
Resp_68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_69	5	5	4	4	4	5	5	5	37
Resp_70	3	3	4	3	3	3	3	3	25
Resp_71	3	3	3	4	4	3	3	3	26
Resp_72	4	4	3	4	4	4	4	4	31



Resp_101	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_102	4	4	4	4	3	4	4	4	31
Resp_103	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_104	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_105	4	4	3	4	3	4	4	4	30
Resp_106	4	4	3	3	3	4	4	4	29
Resp_107	3	3	3	4	4	3	3	3	26
Resp_108	4	4	3	4	4	4	4	4	31
Resp_109	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_110	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_111	2	2	2	3	2	2	2	2	17
Resp_112	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_113	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_114	3	3	3	4	3	3	3	3	25
Resp_115	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_116	5	5	4	4	4	5	5	5	37
Resp_117	3	3	4	3	3	3	3	3	25
Resp_118	3	3	3	4	4	3	3	3	26
Resp_119	4	4	3	4	4	4	4	4	31
Resp_120	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_121	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_122	2	2	2	3	2	2	2	2	17
Resp_123	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_124	5	5	5	4	5	4	5	4	37
Resp_125	5	5	4	4	4	5	5	5	37
Resp_126	5	5	5	5	4	5	5	5	39
Resp_127	4	5	5	5	4	4	4	5	36
Resp_128	5	5	5	4	5	5	5	5	39

Resp_129	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_130	3	3	3	3	4	3	4	4	27
Resp_131	4	4	5	4	4	5	5	4	35
Resp_132	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_133	4	4	3	4	3	4	4	4	30
Resp_134	3	4	3	3	4	3	4	3	27
Resp_135	5	5	4	4	5	4	4	4	35
Resp_136	4	5	4	5	4	5	4	4	35
Resp_137	3	4	3	4	4	3	4	3	28
Resp_138	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_139	4	4	5	5	4	5	5	5	37
Resp_140	5	4	3	4	4	5	4	4	33
Resp_141	5	5	4	5	4	4	5	4	36
Resp_142	4	4	4	5	4	5	4	5	35
Resp_143	4	4	3	4	3	4	3	3	28
Resp_144	4	3	4	4	3	4	3	3	28
Resp_145	5	5	4	5	4	5	5	4	37
Resp_146	5	5	5	5	4	5	4	5	38
Resp_147	5	5	5	4	4	5	5	5	38
Resp_148	5	4	5	4	5	5	4	5	37
Resp_149	4	3	4	4	4	3	3	3	28
Resp_150	3	4	3	3	4	3	4	4	28
Resp_151	4	4	4	4	4	3	4	4	31
Resp_152	5	4	5	4	5	5	4	5	37
Resp_153	5	5	4	4	4	5	5	5	37
Resp_154	5	4	4	4	5	5	5	5	37



LAMPIRAN 7 : Hasil Pengujian Data SPSS

DISTRIBUSI FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN

1.Variabel Citra Merek

**X1.1\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	9	5.8	5.8	5.8
2.00	10	6.5	6.5	12.3
3.00	32	20.8	20.8	33.1
4.00	66	42.9	42.9	76.0
5.00	37	24.0	24.0	100.0
Total	154	100.0	100.0	

**X1.1\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	6	3.9	3.9	3.9
2.00	12	7.8	7.8	11.7
3.00	31	20.1	20.1	31.8
4.00	63	40.9	40.9	72.7
5.00	42	27.3	27.3	100.0
Total	154	100.0	100.0	

**X1.2\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	8	5.2	5.2	5.2
2.00	10	6.5	6.5	11.7
3.00	34	22.1	22.1	33.8
4.00	63	40.9	40.9	74.7
5.00	39	25.3	25.3	100.0
Total	154	100.0	100.0	

**X1.2\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	8	5.2	5.2	5.2
2.00	10	6.5	6.5	11.7
3.00	20	13.0	13.0	24.7
4.00	83	53.9	53.9	78.6
5.00	33	21.4	21.4	100.0
Total	154	100.0	100.0	

**X1.3\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	7	4.5	4.5	4.5
2.00	11	7.1	7.1	11.7

3.00	28	18.2	18.2	29.9
4.00	62	40.3	40.3	70.1
5.00	46	29.9	29.9	100.0
Total	154	100.0	100.0	

### X1.3\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	7	4.5	4.5	4.5
2.00	14	9.1	9.1	13.6
3.00	31	20.1	20.1	33.8
4.00	63	40.9	40.9	74.7
5.00	39	25.3	25.3	100.0
Total	154	100.0	100.0	

Variabel Lifestyle

### X2.1\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	8	5.2	5.2	5.2
2.00	11	7.1	7.1	12.3
3.00	30	19.5	19.5	31.8
4.00	73	47.4	47.4	79.2
5.00	32	20.8	20.8	100.0
Total	154	100.0	100.0	

**X2.1\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	6	3.9	3.9	3.9
2.00	15	9.7	9.7	13.6
3.00	22	14.3	14.3	27.9
4.00	79	51.3	51.3	79.2
5.00	32	20.8	20.8	100.0
Total	154	100.0	100.0	

**X2.2\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	8	5.2	5.2	5.2
2.00	12	7.8	7.8	13.0
3.00	40	26.0	26.0	39.0
4.00	66	42.9	42.9	81.8
5.00	28	18.2	18.2	100.0
Total	154	100.0	100.0	

**X2.2\_2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	4.5	4.5
	2.00	9	5.8	10.4
	3.00	45	29.2	39.6
	4.00	69	44.8	84.4
	5.00	24	15.6	100.0
	Total	154	100.0	100.0

**X2.3\_1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	3.9	3.9
	2.00	11	7.1	11.0
	3.00	30	19.5	30.5
	4.00	71	46.1	76.6
	5.00	36	23.4	100.0
	Total	154	100.0	100.0

### X2.3\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	5	3.2	3.2	3.2
2.00	15	9.7	9.7	13.0
3.00	43	27.9	27.9	40.9
4.00	69	44.8	44.8	85.7
5.00	22	14.3	14.3	100.0
Total	154	100.0	100.0	

Variabel Keputusan Membeli

### Y.1\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	10	6.5	6.5	6.5
2.00	17	11.0	11.0	17.5
3.00	28	18.2	18.2	35.7
4.00	63	40.9	40.9	76.6
5.00	36	23.4	23.4	100.0
Tota l	154	100.0	100.0	

Y.1\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	12	7.8	7.8	7.8
2.00	15	9.7	9.7	17.5
3.00	30	19.5	19.5	37.0
4.00	64	41.6	41.6	78.6
5.00	33	21.4	21.4	100.0
Total	154	100.0	100.0	

Y.2\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	9	5.8	5.8	5.8
2.00	16	10.4	10.4	16.2
3.00	42	27.3	27.3	43.5
4.00	61	39.6	39.6	83.1
5.00	26	16.9	16.9	100.0
Total	154	100.0	100.0	

Y.2\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	11	7.1	7.1	7.1
2.00	8	5.2	5.2	12.3

3.00	29	18.8	18.8	31.2
4.00	82	53.2	53.2	84.4
5.00	24	15.6	15.6	100.0
Total	154	100.0	100.0	

### Y.3\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	11	7.1	7.1	7.1
2.00	11	7.1	7.1	14.3
3.00	33	21.4	21.4	35.7
4.00	77	50.0	50.0	85.7
5.00	22	14.3	14.3	100.0
Total	154	100.0	100.0	

### Y.3\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	8	5.2	5.2	5.2
2.00	19	12.3	12.3	17.5
3.00	32	20.8	20.8	38.3
4.00	57	37.0	37.0	75.3
5.00	38	24.7	24.7	100.0
Total	154	100.0	100.0	



Y.4\_1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	11	7.1	7.1	7.1
2.00	16	10.4	10.4	17.5
3.00	28	18.2	18.2	35.7
4.00	66	42.9	42.9	78.6
5.00	33	21.4	21.4	100.0
Total	154	100.0	100.0	

Y.4\_2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	10	6.5	6.5	6.5
2.00	16	10.4	10.4	16.9
3.00	29	18.8	18.8	35.7
4.00	67	43.5	43.5	79.2
5.00	32	20.8	20.8	100.0
Total	154	100.0	100.0	

LAMPIRAN

PENGUJIAN VALIDITAS

Variabel Citra Merek

**Correlations**

		X1.1_	X1.1_	X1.2_	X1.2_	X1.3_	X1.3_	Citra
		1	2	1	2	1	2	Merek (X1)
X1.1_1	Pearson	1	.919**	.850**	.823**	.828**	.767**	.940**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154
X1.1_2	Pearson	.919**	1	.821**	.823**	.816**	.771**	.933**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154
X1.2_1	Pearson	.850**	.821**	1	.817**	.833**	.791**	.926**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154
X1.2_2	Pearson	.823**	.823**	.817**	1	.823**	.789**	.918**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154

X1.3_1	Pearson	.828**	.816**	.833**	.823**	1	.774**	.919**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154
X1.3_2	Pearson	.767**	.771**	.791**	.789**	.774**	1	.887**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	154	154	154	154	154	154	154
Citra Merek (X1)	Pearson	.940**	.933**	.926**	.918**	.919**	.887**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	154	154	154	154	154	154	154

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

## Variabel Lifestyle

### Correlations

		X2.1_	X2.1_	X2.2_	X2.2_	X2.3_	X2.3_	Lifestyle
		1	2	1	2	1	2	(X2)
X2.1_1	Pearson	1	.890**	.835**	.781**	.891**	.732**	.929**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154
X2.1_2	Pearson	.890**	1	.806**	.807**	.892**	.718**	.926**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154
X2.2_1	Pearson	.835**	.806**	1	.872**	.802**	.853**	.934**
	Correlation							



	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y.1_2	Pearson			.800*				.953		
	Correlation	.885**	1	*	.842**	.841**	.874**	**	.885**	.948**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y.2_1	Pearson		.800					.801		
	Correlation	.847**	**	1	.842**	.837**	.855**	**	.859**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y.2_2	Pearson		.842	.842*				.824		
	Correlation	.841**	**	*	1	.818**	.838**	**	.838**	.913**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y.3_1	Pearson		.841	.837*				.836		
	Correlation	.811**	**	*	.818**	1	.797**	**	.834**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y.3_2	Pearson		.874	.855*				.865		
	Correlation	.930**	**	*	.838**	.797**	1	**	.926**	.948**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y.4_1	Pearson		.953	.801*						
	Correlation	.881**	**	*	.824**	.836**	.865**	1	.881**	.943**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Y.4_2	Pearson		.885	.859*				.881		
	Correlation	.917**	**	*	.838**	.834**	.926**	**	1	.955**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154
Keputu san	Pearson		.948	.913*				.943		
	Correlation	.952**	**	*	.913**	.904**	.948**	**	.955**	1
Membe li (Y)	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	154	154	154	154	154	154	154	154	154

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

## LAMPIRAN

### PENGUJIAN RELIABILITAS

Variabel Citra Merek

#### **Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	154	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	154	100.0

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

#### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.964	6

## Variabel Lifestyle

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	154	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	154	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.965	6

## Variabel Keputusan Membeli

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	154	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	154	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.979	8

LAMPIRAN

PENGUJIAN ASUMSI KLASIK

Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		154
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.67964225
Most Extreme Differences	Absolute	.073
	Positive	.046
	Negative	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		.900
Asymp. Sig. (2-tailed)		.393

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



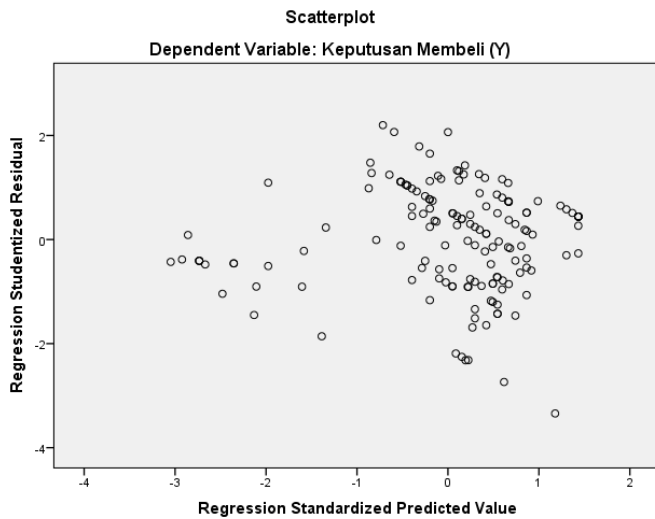
## Uji Multikolinieritas

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

Model			Collinearity Statistics	
			Tolerance	VIF
1	Citra Merek (X1)	.594	1.684	
	Lifestyle (X2)	.594	1.684	

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli (Y)

## Uji Heterokedastisitas



## Uji Autokorelasi

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

Model	Durbin-Watson
1	2.094 <sup>a</sup>

a. Predictors: (Constant), Lifestyle (X2), Citra Merek (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Membeli (Y)

## LAMPIRAN

### ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.729 <sup>a</sup>	.532	.526	5.71713

a. Predictors: (Constant), Lifestyle (X2), Citra Merek (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Membeli (Y)

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

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	5608.741	2	2804.370	85.798	.000 <sup>b</sup>
1 Residual	4935.525	151	32.686		
Total	10544.266	153			

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli (Y)

b. Predictors: (Constant), Lifestyle (X2), Citra Merek (X1)

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.092	2.049		1.509	.133
1 Citra Merek (X1)	.751	.102	.530	7.340	.000
Lifestyle (X2)	.396	.108	.266	3.681	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Membeli (Y)

## Lampiran 8: 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 : 1031 /01/FE/X/2019  
Lampiran : -  
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:  
Bapak/Ibu Pimpinan  
PT. Matahari Dept.Store  
Jl. Ahmad Yani No.288, Dukuh Menanggal  
di -  
Surabaya

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 : Istiqomah Novitasari  
NIM : 161500028  
Prodi : Manajemen  
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Lifestyle terhadap Keputusan Membeli Sepatu  
Peter Keiza di Matahari Dept Store Cito Surabaya

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

Surabaya, 17 Oktober 2019  
  
Dra. Sili Istikhoro, M.Si  
N.P. 19671019.199203.2001