

DAFTAR PUSTAKA

Alma, Buchari. (2014). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*.
Bandung: CV Alfabeta.

Basu Swastha dan Irawan. **2003.** *“Manajemen Pemasaran Modern”*.
(Edisi kedua). Cetakan ke sebelas. Yogyakarta :
Liberty Offset

Basu Swastha. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern*. (edisi 2),
yogyakarta : Penerbit Liberty-Yogyakarta

Ferdyanto Fure dan Joyce Lopian dan Rita Taroreh, 2015,
*Pengaruh Brand Image, Kualitas Produk, dan Harga
terhadap Keputusan Pembelian konsumen di J.Co
Manado*, Jurnal Emba ISSN 2303-1174 Vol 3 No 1 Hal
367-377. Universitas Sam Ratulangi Manado.

Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan SPSS*.
Semarang: Badan Penerbit UNDIP

Ghozali, Imam. 2006. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program
SPSS*. (Edisi Ke 4). Semarang:Badan Penerbit
Universitas Diponegoro

Ghozali, Imam, 2009. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Ghozali, Imam. **2011**. *“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro

Gramedia, Jakarta. Kotler, P. 2007. *Manajemen Pemasaran. Edisi Kesebelas. Jilid 1. PT. Indeks*. Jakarta.

J. Setiadi, Nugroho. 2008. Perilaku Konsumen. Edisi Revisi. Cetakan Pertama,. Penerbit Kencana. Jakarta

Kotler, Amstrong. 2001. *Prinsip-prinsip pemasaran, Edisi keduabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

Kotler dan Kotler *Manajemen Pemasaran. Jilid 3*. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.

Kotler, P. dan K. Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran. Jilid 2*. PT. Gramedia Pustaka. Jakarta.

Kotler, K.(2009). *Manajemen Pemasaran 1*.Edisi ketiga belas. Jakarta: Erlangga

Machfoedz, Mahmud. (2010), “*Komunikasi Pemasaran Modern*”, Cetakan Pertama,. Cakra Ilmu, Yogyakarta

Kotler dan Philip. (2011). *Manajemen Pemasaran di Indonesia* (edisi 1). Jakarta: Salemba Empat

Margaretha Fiani & Edwin Japarianto. 2012 , *Analisa pengaruh food quality dan brand image terhadap keputusan pembelian roti kecil toko roti ganep's di kota solo*, Jurnal Manajemen Pemasaran. ISSN 2318-4211 Vol 1 No 1 Hal 1-6. Universitas Kristen Petra Surabaya.

Nurul setyaningrum dan Handoyo Djoko dan Andi Wijayanto, 2013, *Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Penjualan dalam pengambilan Keputusan Pembelian produk Mie Seedap studi kasus pada Konsumen Mie Sedaap di Kecamatan Tembalang, Diponegoro Joernal of Social and Politic*, ISSN 2301-1114 hal 1-10. Universitas Diponegoro Semarang.

Philip Kotler dan Kevin Lane. 2014. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*
Edisi 13. Erlangga, Jakarta

Philip Kotler dan Kevin Lane. 2017. *Manajemen Pemasaran. Jilid 1*
Edisi 13. Erlangga, Jakarta

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D.*
Bandung : ALFABETA

Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kualitatif Kuantitatif dan R&D,*
Penerbit Alfabeta, Bandung.

Prima Conny Permadi, Srikandi Kumadji & Andriani
Kusumawati, 2014, *Pengaruh Citra Merek terhadap Word
Of Mouth dan Keputusan Pembelian (Survei pada
konsumen Dapoer Mie Galau Jalan Selorejo 83 Malang),*
jurnal administrasi bisnis ISSN 2136-3214 Vol 10 No
1, Universitas Brawijaya Malang.

Schiffman and Lazar Kanuk, 2000, *Costumer Behavior, Internasional
Edition, USA : Prentice Hall*

Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2010). *Consumer Behaviour (10th
ed).* New Jersey, Pearson. Prentice Hall.

Sugiono. 1999. Metodologi Penelitian Administrasi. Edisi Kedua.

Bandung: CV Alfa. Beta.

Sugiyono, 2013, *Metode Penelitian Bisnis*, CV. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D.* Bandung: Alfabeta

Swasta. 1997. *Manajemen Pemasaran Modern.* Cetakan. Kelima.

Yogyakarta: Liberty

Tjiptono, Fandy. (2002). *Strategi Pemasaran.* Yogyakarta : Penerbit

Andi

Tjiptono Fandy, 2014, *Strategi Pemasaran* Edisi Empat Andi Offset,

Yogyakarta.

Thamrin Abdullah dan Francis Tantri, Manajemen Pemasaran,
Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2016

Wiyono, Gendro. 2011. *Merancang Penelitian Bisnis dengan Alat Analisis SPSS. 17.0 & Smart PLS 2.0.* Yogyakarta: Percetakan STIM YKPM

Zeithaml, V.A., M.J. Bitner, D.D. Gremler. (2013). *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm 6th ed.* Mc.Graw-Hill. Boston

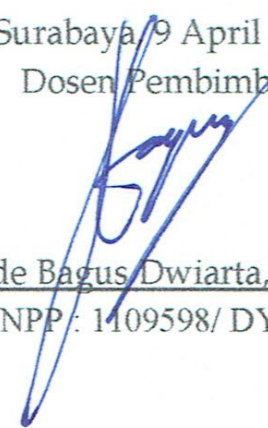
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Lesmana Mahardika
2. NIM : 161500032
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Mengajukan Skripsi : 20 Oktober 2020 s/d 25 Maret 2021
5. Judul Skripsi : PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP GORENG KOREAN SPICY CHICKEN DI KELURAHAN MENANGGAL SURABAYA
6. Dosen Pembimbing : I Made Bagus Dwiarta S.E., Msi
7. Konsultasi :

No	Tanggal	Paraf Pembimbing	Uraian/Kegiatan
1.	16/11/2020	Pengajuan Bab 1-III	Revisi
2.	16/12/2020	Revisi Bab I	Revisi
3.	23/12/2020	Revisi Bab II	Revisi
4.	26/12/2020	Revisi Bab III	ACC
5.	12/01/2021	Ujian Prososal	
6.	06/03/2021	Pengajuan Bab IV-V	Revisi
7.	12/03/2021	Revisi Bab IV	Revisi
8.	25/03/2021	Revisi Bab V	ACC






8. Tanggal Selesai menulis skripsi : 1 Maret 2021
9. Telah diuji dengan nilai :

Surabaya, 9 April 2021
Dosen Pembimbing



I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.Si
NPP: 1109598/ DY

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Lesmana Mahardika
2. NIM : 161500032
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : PENGARUH *BRAND IMAGE* DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE SEDAAP GORENG KOREAN SPICY CHICKEN DI KELURAHAN MENANGGAL SURABAYA
5. Dosen Pembimbing : I Made Bagus Dwiarta S.E., Msi
6. Penguji : 1. Dr. Fachrudiy Asjari, S.Psi., M.M
2. Drs. Suharyanto, M.M

No	Tanggal	Paraf Pembimbing	Penguji I	Penguji II
1.	12/04/2021	Latar Belakang		
2.	16/04/2021	Hipotesis		
3.	19/04/2021	Populasi dan sampel		
4.	25/05/2021	Hasil Penelitian		
5.	27/04/2021	Simpulan dan Saran		

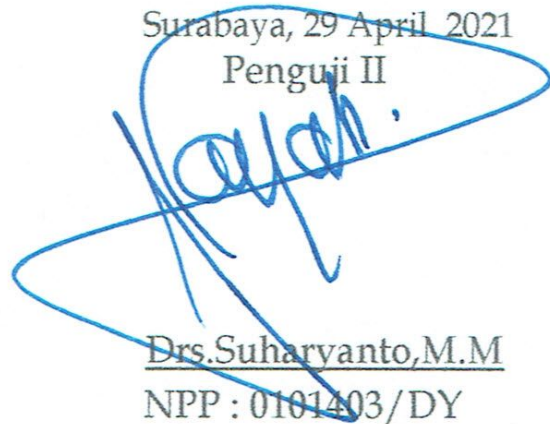
Penguji I



Dr. Fachrudiy Asjari, S.Psi., M.M.
NPP : 1202612/DY

Surabaya, 29 April 2021

Penguji II



Drs. Suharyanto, M.M
NPP : 0101403/DY

QUISIONER
PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN MIE SEDAAP GORENG KOREAN SPICY CHICKEN DI
KELURAHAN MENANGGAL

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :

(Boleh tidak diisi)

2. Usia

17 – 20 Tahun 20 – 30 Tahun 31 – 40 Tahun

3. Pekerjaan :

Karyawan Swasta Wiraswasta Mahasiswa

Lain - lain

4. Mengetahui Produk dari :

Iklan TV Media Sosial Sales/SPG

Lain-Lain

II. PETUNJUK PENGISIAN :

1. Isilah daftar pernyataan berikut dengan cara memberi tanda cheklist (\surd) pada salah satu jawaban yang tersedia sesuai dengan persepsi saudara. Tidak ada jawaban benar atau salah, peneliti lebih melihat angka-angka terbaik dari persepsi masing – masing responden.

2. Jawaban tersedia berupa huruf yang mempunyai arti sebagai berikut :

a. Sangat tidak setuju	bobot	=	1
b. Tidak Setuju	bobot	=	2
c. Kurang Setuju	bobot	=	3
d. Setuju	bobot	=	4
e. Sangat Setuju	bobot	=	5

A. BRAND IMAGE (X1)

PERNYATAAN		JAWABAN				
		STS	ST	N	S	SS
Kesan Profesional						
1	Mie Sedap Goreng Spicy Chicken memiliki kualitas rasa yang unik					
2	Produk Mie Sedaap Goreng Spicy Chicken sesuai dengan standart BPOM RI					
Kesan Modern						
3	Packaging Mie Sedap Goreng Spicy Chicken menarik					
4	Mie Sedaap Goreng Spicy Chicken memiliki cita rasa yang kekinian					
Melayani semua segmen						
5	Mie Sedap Goreng Spicy Chicken mudah di temukan di toko-toko retail terdekat					
6	Mie Sedap Goreng Spicy Chicken memiliki cita rasa yang mengikuti selera konsumen					
Populer						
7	Konsumen mengetahui produk Mie Sedaap Spicy Chicken melalui pemilihan Brand Ambasodor yang populer					
8	Konsumen mengetahui produk Mie Sedap Spicy Chicken melalui media online					

B. PROMOSI (X2)

PERNYATAAN		JAWABAN				
		STS	ST	N	S	SS
Jangkauan promosi						
9.	Konsumen melihat Iklan Mie Sedaap goreng Spicy Chicken melalui iklan televisi					
10.	Konsumen melihat Iklan Mie Sedaap goreng Spicy Chicken melalui media online					
Kuantitas penayangan iklan di media promosi						
11	Promosi yang dilakukan Mie Sedaap goreng Spicy Chicken secara terus menerus di televisi membuat konsumen tertarik untuk membelinya					
12	Promosi yang dilakukan Mie Sedaap Goreng Spicy Chicken secara terus menerus di media online membuat konsumen tertarik untuk membeli produk Mie Sedaap Goreng Spicy Chicken					
Kualitas penyampaian pesan dalam penayangan iklan di media promosi.						
13	Penggunaan bintang iklan pada iklan Mie Sedaap membuat Konsumen tertarik untuk membeli produk Mie Sedaap					
14	Mie Sedaap Spicy Chicken banyak di Review oleh orang-orang yang terkenal di platform online (influencer).					

C. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

PENYATAAN		JAWABAN				
		STS	ST	N	S	SS
Kebutuhan dan keinginan akan suatu produk						
15	Mie Sedaap Goreng Spicy Chicken adalah pilihan yang tepat bagi konsumen menyukai mie instan.					
16	Mie Sedaap Goreng Spicy Chicken menjadi pilihan lain bagi konsumen yang bosan dengan rasa mie yang itu-itu saja					
Kemantapan pada sebuah produk						
17	Mie Sedaap Goreng Spicy Chicken adalah pilihan yang tepat bagi konsumen yang menyukai variasi rasa mie yang unik					
18	Mie Sedaap Goreng Spicy Chicken memiliki cita rasa yang unik yang tidak ada di produk mie instan lainnya					
Pencarian informasi						
19	Saya mendapat informasi tentang Mie Sedaap Goreng Spicy Chicken dari televisi.					
20	Saya mendapat informasi tentang mie sedap goreng spicy chicken dari media online					
Melakukan pembelian ulang						
21	Mie Sedaap Goreng Spicy Chicken sesuai dengan kebutuhan, maka Konsumen akan melakukan pembelian produk Mie Sedaap kembali					
22	Mie Sedaap Goreng Spicy Chicken memiliki cita rasa yang lezat sehingga konsumen akan melakukan pembelian produk mie sedap kembali					

TABULASI

1. BRAND IMAGE (X1)

No.	Brand Image (X1)								Jumlah
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
1	3	3	2	3	3	4	4	4	26
2	4	4	3	4	3	5	3	5	31
3	3	4	3	4	4	4	3	4	29
4	2	3	4	3	4	4	3	4	27
5	3	2	3	2	3	3	3	3	22
6	3	3	2	3	4	4	4	4	27
7	4	3	3	3	4	4	3	4	28
8	3	4	3	4	4	4	3	4	29
9	3	4	4	4	4	3	3	3	28
10	2	3	4	3	5	3	4	3	27
11	3	2	4	2	5	4	4	4	28
12	3	3	3	3	5	2	3	2	24
13	4	3	2	3	4	3	2	3	24
14	3	4	3	4	3	3	3	3	26
15	3	4	3	4	4	3	3	3	27
16	4	3	4	3	5	4	4	4	31
17	4	2	3	3	5	5	3	5	30
18	3	3	3	2	4	3	3	3	24
19	2	3	3	3	3	4	2	4	24
20	3	4	2	3	5	4	3	4	28
21	3	4	3	4	4	3	3	3	27
22	4	3	3	3	3	4	4	4	28
23	4	2	4	3	4	3	3	3	26
24	3	3	4	2	5	4	3	4	28
25	2	3	3	3	4	4	4	4	27
26	3	4	2	3	3	3	4	3	25
27	3	4	3	4	4	3	3	3	27
28	4	3	3	4	3	3	2	3	25
29	4	2	3	4	5	4	3	4	29
30	3	3	4	3	4	5	3	5	30
31	2	3	3	3	3	4	3	4	25
32	3	4	2	3	3	4	3	4	26
33	3	4	3	3	4	3	4	3	27
34	4	3	3	4	4	4	5	4	31
35	3	3	4	5	4	5	4	5	33
36	2	4	3	4	4	4	3	4	28
37	3	3	2	3	5	3	3	3	25

38	3	2	3	3	4	4	5	4	28
39	4	3	3	5	5	3	4	3	30
40	3	4	4	4	4	5	4	5	33
41	2	3	4	5	3	4	3	4	28
42	3	2	3	4	5	3	4	3	27
43	3	3	4	3	4	4	4	4	29
44	4	3	3	4	5	3	5	3	30
45	3	4	2	5	4	5	4	5	32
46	3	4	3	5	3	4	3	4	29
47	2	3	4	4	4	3	3	3	26
48	1	1	1	1	1	1	1	1	8
49	2	4	3	2	2	3	4	3	23
50	3	3	4	4	3	4	4	4	29
51	4	4	3	3	4	5	3	5	31
52	3	3	4	3	5	5	4	5	32
53	2	5	3	3	4	4	3	4	28
54	3	3	2	4	3	3	4	3	25
55	3	4	3	5	4	4	3	4	30
56	4	3	3	4	3	3	5	3	28
57	4	2	4	3	5	4	5	4	31
58	4	2	4	4	5	5	4	5	33
59	3	3	4	5	4	4	3	4	30
60	3	4	4	4	3	3	3	3	27
61	4	3	4	3	4	3	4	3	28
62	4	3	3	4	5	4	5	4	32
63	3	2	3	4	4	4	4	4	28
64	4	3	2	3	3	5	3	5	28
65	3	3	3	4	4	4	4	4	29
66	4	4	2	3	4	5	3	5	30
67	4	4	3	4	3	4	4	4	30
68	3	4	3	5	3	3	5	3	29
69	2	3	3	4	4	4	4	4	28
70	3	2	4	3	5	5	3	5	30
71	3	3	4	4	4	4	4	4	30
72	4	3	3	3	3	3	3	3	25
73	4	4	4	5	4	4	4	4	33
74	4	4	3	5	5	4	3	4	32
75	3	3	4	4	4	4	4	4	30
76	2	2	4	3	4	5	4	5	29
77	1	1	1	1	1	1	1	1	8
78	3	3	3	5	4	4	4	4	30
79	4	4	3	5	5	4	4	4	33
80	4	4	2	5	4	3	3	3	28

81	4	3	3	4	3	4	4	4	29
82	3	2	3	3	4	3	3	3	24
83	3	3	4	3	5	4	5	4	31
84	4	3	3	4	4	5	4	5	32
85	4	4	4	4	3	4	3	4	30
86	3	4	3	5	3	3	4	3	28
87	2	3	2	4	4	4	5	4	28
88	3	3	3	3	4	3	4	3	26
89	3	3	3	4	5	5	3	5	31
90	3	2	4	3	4	4	3	4	27
91	2	2	4	4	4	3	3	3	25
92	3	3	4	4	4	4	4	4	30
93	3	4	3	5	5	4	4	4	32
94	4	3	2	5	5	5	5	5	34
95	4	3	3	4	4	4	4	4	30
96	3	2	3	3	3	3	3	3	23
97	1	1	1	1	1	1	1	1	8
98	3	4	4	2	4	5	3	5	30
99	4	4	4	3	4	4	4	4	31
100	4	3	3	4	5	3	3	3	28

2. PROMOSI (X2)

No.	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Jumlah
1	3	4	5	4	3	3	22
2	3	4	4	3	4	4	22
3	4	5	3	3	4	4	23
4	4	4	4	3	3	3	21
5	3	3	4	3	2	2	17
6	4	4	5	4	3	3	23
7	4	5	5	3	3	3	23
8	4	4	4	3	4	4	23
9	4	3	3	3	4	4	21
10	5	4	4	4	3	3	23
11	5	5	4	4	2	2	22
12	5	4	4	3	3	3	22
13	4	3	4	2	3	3	19
14	3	4	5	3	4	4	23
15	4	5	3	3	4	4	23
16	5	5	4	4	3	3	24
17	5	4	3	3	2	3	20
18	4	3	4	3	3	2	19
19	3	3	5	2	3	3	19

20	5	4	5	3	4	3	24
21	4	5	4	3	4	4	24
22	3	5	3	4	3	3	21
23	4	4	3	3	2	3	19
24	5	3	4	3	3	2	20
25	4	4	5	4	3	3	23
26	3	5	5	4	4	3	24
27	4	4	4	3	4	4	23
28	3	4	3	2	3	4	19
29	5	3	3	3	2	4	20
30	4	4	4	3	3	3	21
31	3	4	5	3	3	3	21
32	3	5	4	3	4	3	22
33	4	4	3	4	4	3	22
34	4	3	4	5	3	4	23
35	4	4	5	4	3	5	25
36	4	5	5	3	4	4	25
37	5	4	5	3	3	3	23
38	4	3	4	5	2	3	21
39	5	4	3	4	3	5	24
40	4	5	4	4	4	4	25
41	3	4	3	3	3	5	21
42	5	4	4	4	2	4	23
43	4	3	5	4	3	3	22
44	5	4	5	5	3	4	26
45	4	4	5	4	4	5	26
46	3	5	4	3	4	5	24
47	4	5	3	3	3	4	22
48	1	1	1	1	1	1	6
49	2	3	5	4	4	2	20
50	3	3	4	4	3	4	21
51	4	3	3	3	4	3	20
52	5	3	3	4	3	3	21
53	4	4	4	3	5	3	23
54	3	4	5	4	3	4	23
55	4	5	4	3	4	5	25
56	3	4	3	5	3	4	22
57	5	3	4	5	2	3	22
58	5	4	5	4	2	4	24
59	4	5	4	3	3	5	24
60	3	4	4	3	4	4	22
61	4	3	3	4	3	3	20
62	5	4	4	5	3	4	25

63	4	3	3	4	2	4	20
64	3	5	4	3	3	3	21
65	4	4	3	4	3	4	22
66	4	3	4	3	4	3	21
67	3	4	4	4	4	4	23
68	3	3	5	5	4	5	25
69	4	4	4	4	3	4	23
70	5	5	3	3	2	3	21
71	4	5	4	4	3	4	24
72	3	4	4	3	3	3	20
73	4	3	5	4	4	5	25
74	5	3	5	3	4	5	25
75	4	4	5	4	3	4	24
76	4	5	4	4	2	3	22
77	1	1	1	1	1	1	6
78	4	4	4	4	3	5	24
79	5	3	4	4	4	5	25
80	4	4	5	3	4	5	25
81	3	5	5	4	3	4	24
82	4	5	4	3	2	3	21
83	5	4	4	5	3	3	24
84	4	3	5	4	3	4	23
85	3	4	5	3	4	4	23
86	3	4	5	4	4	5	25
87	4	4	4	5	3	4	24
88	4	5	4	4	3	3	23
89	5	5	5	3	3	4	25
90	4	4	5	3	2	3	21
91	4	3	4	3	2	4	20
92	4	5	4	4	3	4	24
93	5	4	3	4	4	5	25
94	5	3	4	5	3	5	25
95	4	4	4	4	3	4	23
96	3	4	5	3	2	3	20
97	1	1	1	1	1	1	6
98	4	5	4	3	4	2	22
99	4	4	3	4	4	3	22
100	5	3	4	3	3	4	22

3. KEPUTUSAN PEMELIAN (Y)

No.	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Jumlah
1	4	4	3	3	3	2	3	4	26
2	3	5	4	4	4	3	4	4	31
3	3	4	3	3	4	3	4	5	29
4	3	4	2	2	3	4	3	4	25
5	3	3	2	3	2	3	2	3	21
6	4	4	3	3	3	2	3	4	26
7	3	4	3	4	3	3	3	5	28
8	3	4	4	4	4	3	4	4	30
9	3	3	4	3	4	4	4	3	28
10	4	3	3	4	3	4	3	4	28
11	4	4	3	3	2	4	2	5	27
12	3	2	3	5	3	3	3	4	26
13	2	3	2	4	3	2	3	3	22
14	3	3	3	3	4	3	4	4	27
15	3	3	3	3	4	3	4	5	28
16	4	4	3	4	3	4	3	5	30
17	3	5	4	3	3	3	3	4	28
18	3	3	4	3	2	3	2	3	23
19	2	4	5	4	3	3	3	3	27
20	3	4	4	3	3	2	3	4	26
21	3	3	3	3	4	3	4	5	28
22	4	4	3	3	3	3	3	5	28
23	3	3	4	2	3	4	3	4	26
24	3	4	4	3	2	4	2	3	25
25	4	4	3	3	3	3	3	4	27
26	4	3	4	4	3	2	3	5	28
27	3	3	3	5	4	3	4	4	29
28	2	3	3	4	4	3	4	4	27
29	3	4	3	3	4	3	4	3	27
30	3	5	4	4	3	4	3	4	30
31	3	4	4	5	3	3	3	4	29
32	3	4	3	5	3	2	3	5	28
33	4	3	4	5	3	3	3	4	29
34	5	4	5	4	4	3	4	3	32
35	4	5	5	3	5	4	5	4	35
36	3	4	4	3	4	3	4	5	30
37	3	3	3	4	3	2	3	4	25
38	5	4	3	4	3	3	3	3	28
39	4	3	3	5	5	3	5	4	32
40	4	5	3	5	4	4	4	5	34

41	3	4	3	4	5	4	5	4	32
42	4	3	4	3	4	3	4	4	29
43	4	4	4	3	3	4	3	3	28
44	5	3	4	4	4	3	4	4	31
45	4	5	3	3	5	2	5	4	31
46	3	4	3	5	5	3	5	5	33
47	3	3	3	4	4	4	4	5	30
48	1	1	1	1	1	1	1	1	8
49	4	3	3	4	2	3	2	3	24
50	4	4	3	3	4	4	4	3	29
51	3	5	3	3	3	3	3	3	26
52	4	5	4	4	3	4	3	3	30
53	3	4	3	3	3	3	3	4	26
54	4	3	3	5	4	2	4	4	29
55	3	4	4	4	5	3	5	5	33
56	5	3	5	3	4	3	4	4	31
57	5	4	4	3	3	4	3	3	29
58	4	5	4	4	4	4	4	4	33
59	3	4	3	3	5	4	5	5	32
60	3	3	3	5	4	4	4	4	30
61	4	3	3	4	3	4	3	3	27
62	5	4	3	3	4	3	4	4	30
63	4	4	3	4	4	3	4	3	29
64	3	5	3	5	3	2	3	5	29
65	4	4	3	4	4	3	4	4	30
66	3	5	4	3	3	2	3	3	26
67	4	4	5	3	4	3	4	4	31
68	5	3	4	4	5	3	5	3	32
69	4	4	3	4	4	3	4	4	30
70	3	5	3	5	3	4	3	5	31
71	4	4	4	4	4	4	4	5	33
72	3	3	5	3	3	3	3	4	27
73	4	4	4	3	5	4	5	3	32
74	3	4	3	4	5	3	5	3	30
75	4	4	4	5	4	4	4	4	33
76	4	5	3	4	3	4	3	5	31
77	1	1	1	1	1	1	1	1	8
78	4	4	4	3	5	3	5	4	32
79	4	4	3	4	5	3	5	3	31
80	3	3	4	5	5	2	5	4	31
81	4	4	3	4	4	3	4	5	31
82	3	3	3	3	3	3	3	5	26
83	5	4	4	4	3	4	3	4	31

84	4	5	4	3	4	3	4	3	30
85	3	4	3	4	4	4	4	4	30
86	4	3	4	3	5	3	5	4	31
87	5	4	3	4	4	2	4	4	30
88	4	3	4	4	3	3	3	5	29
89	3	5	3	5	4	3	4	5	32
90	3	4	4	4	3	4	3	4	29
91	3	3	3	4	4	4	4	3	28
92	4	4	5	3	4	4	4	5	33
93	4	4	4	4	5	3	5	4	33
94	5	5	3	4	5	2	5	3	32
95	4	4	3	4	4	3	4	4	30
96	3	3	4	5	3	3	3	4	28
97	1	1	1	1	1	1	1	1	8
98	3	5	4	4	2	4	2	5	29
99	4	4	3	4	3	4	3	4	29
100	3	3	4	5	4	3	4	3	29

B. PROMOSI (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Jumlah
X2.1 Pearson Correlation	1	.283**	.231*	.416**	.091	.296**	.603**
Sig. (2-tailed)		.004	.021	.000	.370	.003	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2 Pearson Correlation	.283**	1	.335**	.220*	.334**	.290**	.637**
Sig. (2-tailed)	.004		.001	.028	.001	.003	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3 Pearson Correlation	.231*	.335**	1	.354**	.358**	.317**	.670**
Sig. (2-tailed)	.021	.001		.000	.000	.001	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4 Pearson Correlation	.416**	.220*	.354**	1	.152	.382**	.648**
Sig. (2-tailed)	.000	.028	.000		.131	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5 Pearson Correlation	.091	.334**	.358**	.152	1	.451**	.603**
Sig. (2-tailed)	.370	.001	.000	.131		.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6 Pearson Correlation	.296**	.290**	.317**	.382**	.451**	1	.714**

Sig. (2-tailed)	.003	.003	.001	.000	.000		.000
N	100	100	100	100	100	100	100
Jumlah Pearson Correlation	.603**	.637**	.670**	.648**	.603**	.714**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100

C. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Jumlah
Y1 Pearson Correlation	1	.366**	.405**	.238	.382**	.288**	.382**	.220*	.631**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.017	.000	.004	.000	.028	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2 Pearson Correlation	.366**	1	.351**	.257**	.299**	.359**	.299**	.378**	.637**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.010	.002	.000	.002	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3 Pearson Correlation	.405**	.351**	1	.208*	.322**	.355**	.322**	.247*	.608**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.037	.001	.000	.001	.013	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4 Pearson Correlation	.238	.257**	.208*	1	.338**	.195	.338**	.409**	.587**

UJI REALIBITAS

1) BRAND IMAGE (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.802	8

2) PROMOSI (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	6

3) KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	8

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.690	1.095		.631	.530
X1	.486	.074	.474	6.533	.000
X2	.649	.096	.493	6.787	.000

ANALISIS KOEFISIEN DETERMINASI (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.934 ^a	.872	.869	1.61091

a. Predictors: (Constant), X2, X1

UJI F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1709.243	2	854.622	329.331	.000 ^a
	Residual	251.717	97	2.595		
	Total	1960.960	99			

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

UJI T

Model	T	Sig.
1 (Constant)	.631	.530
X1	6.533	.000
X2	6.787	.000