

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2013. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Basu, Swastha DH., Irawan. 2008. *Manajemen Pemasaran Modern, Edisi Kedua, Cetakan Ke-tigabelas*, Yogyakarta: Liberty Offset.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Edisi 5. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2011. *"Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS"*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Griselda, Gretel dan Tagor Muda Panjaitan. 2007. *"Analisis Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua"*, *Derema Jurnal Manajemen*, Vol.2 no.1 Januari, hal 39-62.
- Irawan, Handi. 2009. *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta : Elek Media Komputindo.
- Kotler, P. 2007. *"Manajemen Pemasaran"*, edisi 11, jilid 1, Penerbit: PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12*. Alih Bahasa oleh Bob Sabran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi 13 . Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jilid 1. Edisi ke 13. Erlangga, Jakarta.
- Sangadji, Etta M., Sopiah. 2013. *"Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Waktu, dan Kualitas Produk terhadap*

Keputusan Konsumen untuk membeli melalui Toko Online”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol.53 no.12 Desember, halaman 88-109.

Schiffman dan Kanuk, (2007). *Perilaku Konsumen*. Edisi Kedua. Jakarta : PT. Indeks Gramedia

Subroto, FX. A. 2013. Pengaruh Market Orientation terhadap Service Quality, Satisfaction dan Loyalty Pelanggan Toko Buku Gramedia di Jawa Timur, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol. 15, No. 1, Maret.

Suharno. 2010. *Marketing in Practice*. Edisi pertama. Graha Ilmu, Yogyakarta.

Sugiyono, 2013, *Metodelogi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. (Bandung: ALFABETA)

Sugiyono, 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.

Sunyoto, Danang. 2015. “ Analisis Pengaruh Kepuasan Konsumen, Harga, Waktu, dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Konsumen untuk membeli melalui Toko Online”, *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol.53 no.12 Desember, halaman 88-109.

Tjiptono. F, 2012 *Brand Management & Strategy*. Yogyakarta : Andi

Lampiran 1



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

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

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

Nomor : 200414 /01/FEB/VII /2020
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak Kaprodi Manajemen
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Jl. Dukuh Menanggal XII/4
di -
Surabaya

Sesuai kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis 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 : Winda Riska Wijayanti
NIM : 161500097
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.

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

Surabaya, 29 Juli 2020
Dekan

Drs. H. Teguh Purwanto M.M
NIP. 19601222.199003.1001

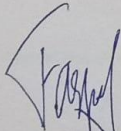
Lampiran 2

LEMBAR PERSETUJUAN

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

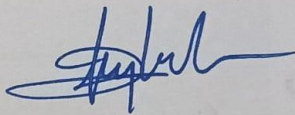
Tanggal : 19 Januari 2021

Dosen Pembimbing I



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

Dosen Pembimbing II



Ferry Hariawan, S.E., MM
NIP/NPP : 1512763/DY

Lampiran 3

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Winda Riska Wijayanti
2. NIM : 161500097
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, dan Keuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus pada Manajemen Angkatan 2017 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
5. Dosen Pembimbing : Dr. Fachrudiy Asj'ari,S.Psi.,M.M
Ferry Hariawan, S.E.,M.M
6. Konsultasi : 03 Juni - 25 Juli 2020

No.	Tanggal	Materi Bimbingan	Keterangan	Paraf Pembimbing
1.	03 Juni 2020	Revisi Judul	REVISI	
2.	04 Juni 2020	ACC Judul	ACC	
3.	08 Juni 2020	Revisi BAB 1	REVISI	
4.	10 Juni 2020	Revisi BAB 1 dan Revisi BAB 2	REVISI	
5.	09 Juni 2020	ACC BAB I dan ACC BAB II	ACC REVISI	
6.	10 Juni 2020	ACC BAB II	ACC	
7.	15 Juni 2020	Revisi BAB III	REVISI	
8.	17 Juni 2020	Revisi BAB III	REVISI	
9.	18 Juni 2020	ACC BAB III	ACC	

10.	27 Agustus 2020	UJIAN PROPOSAL SKRIPSI		/
11.	03 November 2020	BAB IV	REVISI	/
12.	20 November 2020	BAB IV	REVISI	/
13.	30 November 2020	BAB IV dan BAB V	ACC	/
14.	11 Januari 2021	Bimbingan Artikel	ACC	/

Tanggal selesai menulis skripsi: 11 Januari 2021

Surabaya, 12 Januari 2021

Dosen Pembimbing I,



Dr. Fachrudiy Asj'ari, S.Psi., M.M
NPP: 1202612/DY

Dosen Pembimbing II,








Ferry Hariawan, S.E., MM
NPP : 1512763/DY

Lampiran 4

BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

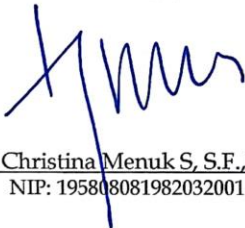
1. Nama Mahasiswa : Winda Riska Wijayanti
2. NIM : 161500097
3. Program Studi : Manajemen
4. Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, dan Keuasan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus pada Manajemen Angkatan 2017 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya.
5. Tanggal Ujian Skripsi : 27 Januari 2021
6. Dosen Pembimbing : 1. Dra. Christina Menuk S, S.F., M.M.
2. Bisma Arianto, S.F., M.M.

No.	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji I	Penguji II
1	10 Februari 2021	Terkait ambil sampel dan pemberkasan dibetulkan		
2	11 Februari 2021	- Cover skripsi - Penulisan kalimat Bahasa Inggris menggunakan huruf italic - Tanda baca titik, koma diberi spasi - Cek bab 5 (simpulan dan		

		saran) sesuai dengan pedoman skripsi.		
3	17 Februari 2021	Bab 4 revisi lagi		
4	19 Februari 2021	Bab 4 direvisi lagi		
5	23 Februari 2021	Acc untuk dicetak		

Mengetahui,

Dosen Penguji I



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

Dosen Penguji II



Bisma Arianto, S.F., M.M.
NPP : 1302663/DY

Lampiran 5

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
..... (boleh tidak diisi)
2. Jenis kelamin :
 - Laki-laki
 - perempuan
3. Usia :
 - < 20 tahun
 - 20-30 tahun
4. Pendidikan terakhir:
 - SMA
 - Diploma (D1,D2,D3)
5. Lama pemakaian Leptop Asus :
 - 3 bulan – 7 bulan
 - 8 bulan – 12 bulan
 - 13 bulan – 17 bulan
 - 21 bulan – 25 bulan

A. PETUNJUK PENGISIAN :

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama

2. Mohon dijawab dengan memberikan tanda checklist (√) pada salah satu kolom jawaban yang sesuai dengan tanggapan dan penilaian Bapak/Ibu dengan pilihan jawaban yang telah ditentukan :

STS :Sangat Tidak Setuju
 TS :Tidak Setuju
 R :Ragu-ragu
 S :Setuju
 SS :Sangat Setuju

Daftar Kuesioner

“Pengaruh Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Asus pada Mahasiswa Manajemen Angkatan 2017 di Universitas PGRI Adi Buana Surabaya“

A. Citra Merek (X1)

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Citra Perusahaan (<i>Corporate Image</i>)						
1.	Laptop Asus merupakan perusahaan yang dikenal luas					
2.	Laptop Asus perusahaan yang mampu bersaing dengan produk laptop lainnya di Indonesia					
Citra Produk (<i>Product Image</i>)						

3.	Merek Laptop Asus mudah diingat					
4.	Asus merupakan Laptop yang unggul dibidang teknologi					
Citra Pemakai (User Image)						
5.	Laptop Asus memenuhi kebutuhan teknologi anda					
6.	Saya menganggap orang yang menggunakan laptop Asus adalah golongan modern					

B. Kepuasan Konsumen (X2)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Tingkat kepuasan secara keseluruhan (overall satisfaction)						
1.	Produk laptop Asus yang saya gunakan bisa membuat konsumen merasa puas					
2.	Produk laptop Asus yang saya gunakan dapat memuaskan konsumen secara keseluruhan dari produk					

Kesesuaian produk dan pelayanan yang ditawarkan dengan harapan

3.	Produk laptop Asus yang saya gunakan memiliki kesesuaian dengan jenis produk laptop lain					
4.	Produk laptop Asus yang saya gunakan memiliki pelayanan sesuai dengan harapan konsumen					

Tingkat kepuasan selama menjalin hubungan dengan perusahaan

5.	Produk laptop Asus yang saya gunakan dapat membuat konsumen merasa puas saat memakai produk laptop Asus					
6.	Produk laptop Asus menawarkan harga dan kualitas yang baik agar dapat diterima oleh konsumen					

Konsumen senang dengan pelayanan yang diberikan

7.	Produk laptop Asus yang saya gunakan membuat konsumen					
----	---	--	--	--	--	--

	senang dengan pelayanan yang diberikan					
8.	Produk laptop Asus yang saya gunakan mempunyai layanan yang baik					

C. Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Kemantapan pada sebuah produk						
1.	Produk laptop Asus yang saya gunakan memiliki kualitas produk yang baik					
2.	Produk laptop Asus yang saya gunakan membuat konsumen merasa percaya dengan perusahaan					
Kebiasaan dalam membeli produk						
3.	Produk laptop Asus yang saya gunakan membuat konsumen membeli produk secara terus menerus					
4.	Produk laptop asus yang saya gunakan membuat konsumen					

	selalu melakukan pembelian produk yang sama					
Memberikan rekomendasi kepada orang lain						
5.	Produk laptop Asus yang saya gunakan dapat membuat konsumen bersedia merekomendasikan produk					
6.	Produk laptop Asus yang saya gunakan dapat mengajak konsumen lain untuk membeli produk					
Melakukan pembelian ulang						
7.	Produk laptop Asus yang saya gunakan dapat membuat konsumen melakukan pembelian ulang					
8.	Saya Akan melakukan pembelian ulang laptop asus jika saya membutuhkannya					

Lampiran 6

Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	67	60.9	60.9	60.9
	Perempuan	43	39.1	39.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Lama pemakaian Leptop Asus

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 bulan – 7 bulan	9	8.2	8.2	8.2
	8 bulan – 12 bulan	31	28.2	28.2	36.4
	13 bulan – 17 bulan	49	44.5	44.5	80.9
	21 bulan – 25 bulan	21	19.1	19.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Frekuensi Variabel

X1_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.6	3.6	3.6
	Ragu-Ragu	26	23.6	23.6	27.3
	Setuju	58	52.7	52.7	80.0
	Sangat Setuju	22	20.0	20.0	100.0

Total	110	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

X1_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.8	1.8	1.8
	Ragu-Ragu	20	18.2	18.2	20.0
	Setuju	54	49.1	49.1	69.1
	Sangat Setuju	34	30.9	30.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X1_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.8	1.8	1.8
	Ragu-Ragu	16	14.5	14.5	16.4
	Setuju	55	50.0	50.0	66.4
	Sangat Setuju	37	33.6	33.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X1_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.8	1.8	1.8
	Ragu-Ragu	17	15.5	15.5	17.3
	Setuju	56	50.9	50.9	68.2
	Sangat Setuju	35	31.8	31.8	100.0

Total	110	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

X1_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.7	2.7	2.7
	Ragu-Ragu	21	19.1	19.1	21.8
	Setuju	53	48.2	48.2	70.0
	Sangat Setuju	33	30.0	30.0	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X1_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.7	2.7	2.7
	Ragu-Ragu	23	20.9	20.9	23.6
	Setuju	53	48.2	48.2	71.8
	Sangat Setuju	31	28.2	28.2	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X2_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.5	5.5	5.5
	Ragu-Ragu	18	16.4	16.4	21.8
	Setuju	48	43.6	43.6	65.5
	Sangat Setuju	38	34.5	34.5	100.0

Total		110	100.0	100.0	
-------	--	-----	-------	-------	--

X2_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.5	5.5	5.5
	Ragu-Ragu	16	14.5	14.5	20.0
	Setuju	52	47.3	47.3	67.3
	Sangat Setuju	36	32.7	32.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X2_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.5	5.5	5.5
	Ragu-Ragu	17	15.5	15.5	20.9
	Setuju	57	51.8	51.8	72.7
	Sangat Setuju	30	27.3	27.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X2_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	6.4	6.4	6.4
	Ragu-Ragu	19	17.3	17.3	23.6
	Setuju	55	50.0	50.0	73.6
	Sangat Setuju	29	26.4	26.4	100.0

Total	110	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

X2_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.6	3.6	3.6
	Ragu-Ragu	21	19.1	19.1	22.7
	Setuju	58	52.7	52.7	75.5
	Sangat Setuju	27	24.5	24.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X2_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	6.4	6.4	6.4
	Ragu-Ragu	18	16.4	16.4	22.7
	Setuju	49	44.5	44.5	67.3
	Sangat Setuju	36	32.7	32.7	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

X2_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.6	3.6	3.6
	Ragu-Ragu	19	17.3	17.3	20.9
	Setuju	51	46.4	46.4	67.3
	Sangat Setuju	36	32.7	32.7	100.0

Total	110	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

X2_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.6	3.6	3.6
	Ragu-Ragu	17	15.5	15.5	19.1
	Setuju	54	49.1	49.1	68.2
	Sangat Setuju	35	31.8	31.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	19	17.3	17.3	17.3
	Setuju	48	43.6	43.6	60.9
	Sangat Setuju	43	39.1	39.1	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	23	20.9	20.9	20.9
	Setuju	53	48.2	48.2	69.1
	Sangat Setuju	34	30.9	30.9	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	23	20.9	20.9	20.9
	Setuju	60	54.5	54.5	75.5
	Sangat Setuju	27	24.5	24.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	19	17.3	17.3	17.3
	Setuju	43	39.1	39.1	56.4
	Sangat Setuju	48	43.6	43.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	23	20.9	20.9	20.9
	Setuju	46	41.8	41.8	62.7
	Sangat Setuju	41	37.3	37.3	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	16	14.5	14.5	14.5
	Setuju	46	41.8	41.8	56.4
	Sangat Setuju	48	43.6	43.6	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	17	15.5	15.5	15.5
	Setuju	44	40.0	40.0	55.5
	Sangat Setuju	49	44.5	44.5	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Y_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	17	15.5	15.5	15.5
	Setuju	47	42.7	42.7	58.2
	Sangat Setuju	46	41.8	41.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

Deskriptive Variabel

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1_1	110	2	5	3.89	.758
X1_2	110	2	5	4.09	.749
X1_3	110	2	5	4.15	.732
X1_4	110	2	5	4.13	.731
X1_5	110	2	5	4.05	.776
X1_6	110	2	5	4.02	.778
Valid N (listwise)	110				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2_1	110	2	5	4.07	.854
X2_2	110	2	5	4.07	.832
X2_3	110	2	5	4.01	.807
X2_4	110	2	5	3.96	.834
X2_5	110	2	5	3.98	.766
X2_6	110	2	5	4.04	.867
X2_7	110	2	5	4.08	.803
X2_8	110	2	5	4.09	.785
Valid N (listwise)	110				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y_1	110	3	5	4.22	.722
Y_2	110	3	5	4.10	.716
Y_3	110	3	5	4.04	.676
Y_4	110	3	5	4.26	.738
Y_5	110	3	5	4.16	.748
Y_6	110	3	5	4.29	.708
Y_7	110	3	5	4.29	.721
Y_8	110	3	5	4.26	.713
Valid N (listwise)	110				

Validitas

		Correlations						
		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	Citra Merek
X1_1	Pearson Correlation	1	.648**	.477**	.505**	.478**	.454**	.724**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1_2	Pearson Correlation	.648**	1	.493**	.515**	.528**	.517**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1_3	Pearson Correlation	.477**	.493**	1	.855**	.728**	.656**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1_4	Pearson Correlation	.505**	.515**	.855**	1	.699**	.738**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1_5	Pearson Correlation	.478**	.528**	.728**	.699**	1	.819**	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
X1_6	Pearson Correlation	.454**	.517**	.656**	.738**	.819**	1	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110
Citra Merek	Pearson Correlation	.724**	.752**	.852**	.874**	.866**	.853**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110

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

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	Kepuasan Konsumen
X2_1	Pearson Correlation	1	.910**	.865**	.777**	.802**	.728**	.875**	.771**	.936**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X2_2	Pearson Correlation	.910**	1	.874**	.731**	.751**	.722**	.760**	.833**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X2_3	Pearson Correlation	.865**	.874**	1	.832**	.772**	.669**	.763**	.781**	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X2_4	Pearson Correlation	.777**	.731**	.832**	1	.789**	.725**	.703**	.650**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X2_5	Pearson Correlation	.802**	.751**	.772**	.789**	1	.747**	.853**	.812**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X2_6	Pearson Correlation	.728**	.722**	.669**	.725**	.747**	1	.747**	.764**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X2_7	Pearson Correlation	.875**	.760**	.763**	.703**	.853**	.747**	1	.891**	.915**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
X2_8	Pearson Correlation	.771**	.833**	.781**	.650**	.812**	.764**	.891**	1	.902**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Kepuasan Konsumen	Pearson Correlation	.936**	.915**	.911**	.864**	.905**	.850**	.915**	.902**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110

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

Correlations

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Keputusan Pembelian
Y_1	Pearson Correlation	1	.596**	.736**	.563**	.613**	.575**	.600**	.583**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y_2	Pearson Correlation	.596**	1	.655**	.800**	.466**	.394**	.441**	.433**	.746**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y_3	Pearson Correlation	.736**	.655**	1	.716**	.405**	.437**	.448**	.399**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y_4	Pearson Correlation	.563**	.800**	.716**	1	.403**	.431**	.389**	.390**	.732**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y_5	Pearson Correlation	.613**	.466**	.405**	.403**	1	.827**	.863**	.916**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y_6	Pearson Correlation	.575**	.394**	.437**	.431**	.827**	1	.821**	.828**	.830**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y_7	Pearson Correlation	.600**	.441**	.448**	.389**	.863**	.821**	1	.796**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Y_8	Pearson Correlation	.583**	.433**	.399**	.390**	.916**	.828**	.796**	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.820**	.746**	.744**	.732**	.860**	.830**	.838**	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110	110	110	110

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

Reliabilitas

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	6

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.966	8

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	8

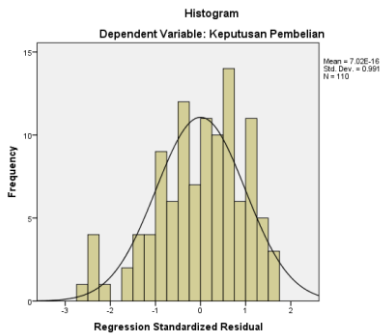
Normalitas

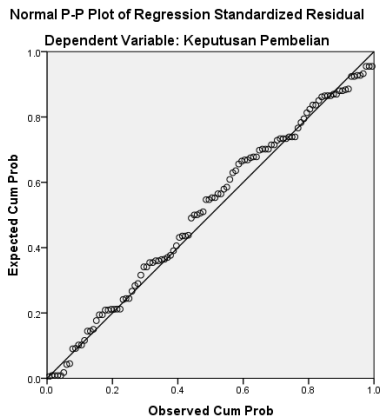
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

Unstandardized
Residual

N		110
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.14949409
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.044
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.152 ^c

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





Uji Multikolinearitas

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Citra Merek	.995	1.005
	Kepuasan Konsumen	.995	1.005

Uji Autokorelasi Dan R^2

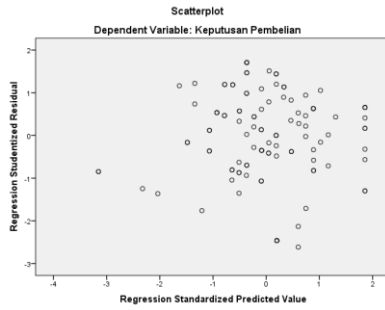
Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.432 ^a	.187	.172	4.188	1.644

a. Predictors: (Constant), Kepuasan Konsumen, Citra Merek

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Heterokedastisitas



Uji Regresi Linear Berganda dan Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	17.977	3.337		5.387	.000
	Citra Merek	.275	.108	.221	2.533	.013
	Kepuasan Konsumen	.278	.068	.355	4.062	.000

Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	449.643	2	224.821	12.947	.000 ^b
	Residual	1858.075	107	17.365		
	Total	2307.718	109			

Lampiran 7

Tabulasi Data

Responden	Citra Merek						Skor_X1	Kepuasan Konsumen								Skor_X2	Keputusan Pembelian								Skor_Y	
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8		y_1	y_2	y_3	y_4	y_5	y_6	y_7	y_8		
Resp_1	4	5	5	5	2	2	23	4	3	4	4	5	5	5	5	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_2	3	3	3	3	4	4	20	2	2	2	2	4	2	4	4	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_3	4	4	4	4	5	5	26	2	2	2	2	3	3	4	4	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_4	3	3	4	4	3	3	20	5	5	5	5	4	4	4	4	36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_5	4	3	5	5	5	4	26	3	4	3	3	3	4	3	4	27	4	4	4	4	3	4	4	3	3	30
Resp_6	4	4	4	3	4	3	22	3	3	3	3	3	4	3	3	25	5	5	5	5	4	4	4	4	4	36
Resp_7	5	4	5	5	5	5	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_8	3	4	5	5	4	5	26	3	4	4	3	3	3	3	4	27	3	3	3	3	3	4	4	4	4	27
Resp_9	4	4	5	5	4	4	26	4	3	4	4	3	4	4	3	29	4	3	3	4	4	5	4	5	32	
Resp_10	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	4	4	5	4	37	
Resp_11	4	4	4	4	4	4	24	3	4	5	5	4	4	3	4	32	5	5	4	4	5	5	5	5	38	
Resp_12	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	2	3	4	4	4	29	4	4	4	4	4	5	5	4	34	
Resp_13	4	5	5	5	5	5	29	4	5	3	3	4	5	4	5	33	5	4	5	5	4	5	4	4	36	
Resp_14	4	5	4	4	4	4	25	5	4	3	3	4	4	5	4	32	5	4	4	4	5	5	5	5	37	
Resp_15	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
Resp_16	4	5	5	5	5	5	29	5	4	4	4	4	5	5	4	35	5	4	5	5	4	4	4	4	35	
Resp_17	5	5	4	4	4	4	26	4	4	4	4	4	5	4	4	33	5	4	4	5	5	5	5	5	38	
Resp_18	5	4	4	4	4	4	25	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	5	5	5	5	36	
Resp_19	4	5	5	5	5	5	29	2	2	2	2	2	2	2	2	16	5	4	5	5	4	4	4	4	35	
Resp_20	5	5	5	5	5	5	30	4	4	4	4	4	5	4	5	34	5	5	5	5	5	5	5	5	40	
Resp_21	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	4	3	3	30	5	4	5	4	4	4	4	4	34	
Resp_22	5	5	3	3	3	3	22	4	4	3	4	4	4	4	3	30	4	4	4	4	3	3	3	3	28	
Resp_23	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	3	3	3	3	32	
Resp_24	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	4	4	5	4	4	4	4	33	
Resp_25	4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	3	4	4	3	29	
Resp_26	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	4	3	3	3	25	4	4	4	4	4	4	4	4	32	
Resp_27	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	3	3	3	3	3	3	3	24	
Resp_28	2	4	4	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	3	4	4	4	30	

Resp_29	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	5	4	5	35
Resp_30	3	3	4	4	3	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	5	4	4	5	4	35
Resp_31	2	2	2	2	2	2	12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	4	4	5	5	5	5	37
Resp_32	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	2	4	4	4	30	4	5	5	5	4	5	5	4	37
Resp_33	4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	4	3	3	4	4	4	30	4	4	4	5	4	5	4	34	
Resp_34	4	3	4	4	3	4	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	5	5	5	5	39	
Resp_35	4	4	4	4	4	4	24	5	5	4	4	4	4	4	4	4	34	5	5	4	5	5	5	5	39	
Resp_36	3	4	4	4	4	4	23	5	5	4	4	4	3	3	3	31	4	4	4	5	4	4	4	4	33	
Resp_37	4	3	4	4	3	3	21	4	4	4	4	5	5	5	5	5	36	5	5	5	5	5	5	5	40	
Resp_38	4	4	5	4	4	4	25	5	5	5	4	4	4	4	4	4	35	5	4	5	4	5	5	5	38	
Resp_39	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	4	4	4	4	4	4	29	4	5	4	5	4	4	4	34	
Resp_40	4	5	3	4	3	3	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	5	40	
Resp_41	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	4	4	4	4	32	
Resp_42	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	40	
Resp_43	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	40	
Resp_44	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	3	3	3	3	3	3	24	
Resp_45	3	4	3	3	3	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	5	5	5	5	37	
Resp_46	3	4	4	4	4	4	23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	3	3	3	5	4	5	32	
Resp_47	4	4	4	4	4	5	25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	3	3	4	4	4	30	
Resp_48	3	3	4	4	4	4	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	3	4	4	4	4	30	
Resp_49	3	4	4	3	4	4	22	4	4	4	3	3	3	4	4	4	29	5	4	4	4	4	4	5	34	
Resp_50	4	4	4	5	4	5	26	4	4	4	3	4	3	4	4	4	30	3	4	4	4	3	4	3	29	
Resp_51	4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	3	4	4	29	
Resp_52	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	4	3	3	3	3	25	4	4	4	4	4	4	4	32	
Resp_53	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	3	3	3	3	3	3	24	
Resp_54	2	4	4	4	4	4	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	3	4	4	30	
Resp_55	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	4	5	4	35	
Resp_56	3	3	4	4	3	4	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	5	4	5	4	4	5	35	

Resp_57	2	2	2	2	2	2	12	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	4	4	5	5	5	5	37
Resp_58	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	2	4	4	30	4	5	5	5	4	5	5	4	37
Resp_59	4	5	5	4	4	4	26	4	4	4	4	4	3	3	4	4	30	4	4	4	5	4	5	4	34
Resp_60	4	3	4	4	3	4	22	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Resp_61	4	4	4	4	3	3	22	5	5	4	4	4	5	5	5	37	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Resp_62	3	4	4	4	4	3	22	5	5	4	4	5	5	5	5	38	4	4	4	5	4	4	4	4	33
Resp_63	4	3	4	4	4	3	22	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_64	4	4	5	4	5	4	26	5	5	5	4	4	4	4	5	37	5	4	5	4	5	5	5	5	38
Resp_65	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	4	3	4	3	3	26	4	5	4	5	4	4	4	4	34
Resp_66	4	5	3	4	5	5	26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_67	4	5	5	5	5	4	28	4	3	4	4	4	3	4	3	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_68	3	3	3	3	3	3	18	2	2	2	2	2	2	2	2	16	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_69	4	4	4	4	4	4	24	2	2	2	2	2	2	2	2	16	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_70	3	3	4	4	5	4	23	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	5	4	4	4	4	33
Resp_71	4	3	5	5	5	4	26	3	4	3	3	3	3	4	3	27	4	3	3	3	4	4	4	4	29
Resp_72	4	4	4	3	4	3	22	3	3	3	3	3	4	3	3	25	4	4	3	3	5	5	5	5	34
Resp_73	5	4	5	5	5	5	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	4	3	4	3	3	3	3	29
Resp_74	3	4	5	5	4	5	26	3	4	4	3	3	3	3	4	27	5	4	4	4	3	3	3	3	26
Resp_75	4	4	5	5	4	4	26	3	4	4	3	3	3	4	3	28	3	4	4	4	3	3	4	4	29
Resp_76	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	3	4	4	5	5	5	5	35
Resp_77	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	4	5	5	5	5	39	4	4	4	4	4	5	5	4	34
Resp_78	5	5	4	4	4	4	26	5	4	4	5	4	5	5	4	36	3	3	3	3	4	4	4	4	28
Resp_79	4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	3	4	4	5	5	5	5	35
Resp_80	4	5	4	4	4	4	25	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Resp_81	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	4	5	5	5	5	5	38
Resp_82	4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	4	4	5	5	5	5	37
Resp_83	5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	5	5	5	5	38
Resp_84	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	5	4	4	4	4	33

Resp_85	4	5	5	5	5	5	29	4	4	4	5	4	4	4	4	33	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Resp_86	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Resp_87	4	4	5	5	5	5	28	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	5	5	5	4	5	36
Resp_88	5	5	3	3	3	3	22	5	5	5	5	4	5	5	5	39	5	5	5	5	4	3	4	5	36
Resp_89	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	4	5	5	5	5	38
Resp_90	4	4	4	5	4	4	25	4	4	4	5	4	4	4	4	33	4	5	4	5	4	4	3	5	34
Resp_91	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	4	4	4	4	36
Resp_92	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	5	5	5	5	36
Resp_93	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	3	3	3	5	5	5	5	32
Resp_94	3	3	3	3	3	3	18	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_95	3	4	3	3	3	3	19	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	5	5	5	5	5	37
Resp_96	3	4	4	4	4	4	23	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	3	3	3	5	4	5	5	32
Resp_97	4	4	4	4	4	5	25	3	3	3	3	3	3	3	3	24	4	4	3	3	4	4	4	4	30
Resp_98	3	3	4	4	4	4	22	3	3	3	3	3	3	3	3	24	3	4	3	4	4	4	4	4	30
Resp_99	3	4	4	3	4	4	22	4	4	4	3	3	3	4	4	29	5	4	4	4	4	4	5	4	34
Resp_100	4	4	4	5	4	5	26	4	4	4	3	4	3	4	4	30	3	4	4	4	3	4	3	4	29
Resp_101	4	4	4	4	3	3	22	5	5	4	4	4	5	5	5	37	5	5	4	5	5	5	5	5	39
Resp_102	3	4	4	4	4	3	22	5	5	4	4	5	5	5	5	38	4	4	4	5	4	4	4	4	33
Resp_103	4	3	4	4	4	3	22	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_104	4	4	5	4	5	4	26	5	5	5	4	4	4	5	5	37	5	4	5	4	5	5	5	5	38
Resp_105	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	4	3	4	3	3	26	4	5	4	5	4	4	4	4	34
Resp_106	4	5	3	4	5	5	26	4	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_107	4	5	5	5	5	4	28	4	3	4	4	4	3	4	3	29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_108	3	3	3	3	3	3	18	2	2	2	2	2	2	2	2	16	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_109	4	4	5	4	5	4	26	5	5	5	4	4	4	5	5	37	5	4	5	4	5	5	5	5	38
Resp_110	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	4	3	4	3	3	26	4	5	4	5	4	4	4	4	34