

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab rumusan masalah dan pengujian hipotesis di dalam penelitian ini mengenai Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Batik Ceta Bacorak di Kabupaten Sijunjung. Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Tanggapan responden mengenai Citra Merek terhadap konsumen Batik Ceta Bacorak di Kabupaten Sijunjung dinilai Baik diukur dengan 4 indikator yaitu Kualitas, Kesadaran, Kepribadian, Citra Diri. Dalam penelitian diketahui nilai total skor tertinggi pada indikator Kualitas (*Quality*) sedangkan total skor terendah pada indikator Kesadaran (*Awareness*). Hal ini karena keberadaan Batik Ceta Bacorak belum banyak dikenal oleh banyak masyarakat luas, karena pengenalan produk ini masih belum maksimal. Promosi produk masih mengandalkan penjualan di toko dan promosi dari mulut ke mulut, serta penawaran *door to door* ke kantor-kantor atau mengikuti bazar dan pameran seni sehingga yang mengenal batik Ceta Bacorak masih sebatas orang-orang tertentu saja di daerah Kabupaten Sijunjung. Promosi melalui media sosial pun masih belum bisa maksimal. Selain itu, masih kurangnya perhatian pemerintah setempat terhadap industri batik di Kabupaten Sijunjung sehingga industri batik

Ceta Bacorak belum bisa berkembang secara pesat ke seluruh lapisan masyarakat.

2. Tanggapan responden mengenai Keputusan Pembelian terhadap konsumen Batik Ceta Bacorak di Kabupaten Sijunjung dinilai Sangat Tinggi diukur dengan 5 indikator yaitu Pemilihan Produk, Pemilihan Merek, Pemilihan Saluran Pembelian, Waktu Pembelian, Cara Pembayaran. Indikator Waktu Pembelian memiliki nilai total skor tertinggi sedangkan total skor terendah pada indikator Pemilihan Merek. Hal tersebut terjadi karena banyaknya merek batik pesaing dipasaran yang lebih terkenal seperti batik Solo atau Pekalongan yang sudah memiliki nama yang besar, selain itu banyaknya batik-batik printing yang beredar dipasaran dengan harga yang jauh lebih murah sehingga mereka lebih memilih untuk membeli merek tersebut dibanding batik Ceta Bacorak.
3. Berdasarkan hasil pengolahan data diperoleh t hitung (8,926) > t tabel (1.984) maka dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya citra merek memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai Pengaruh Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Batik Ceta Bacorak di Kabupaten Sijunjung, penulis merasa penelitian ini dapat dikembangkan kembali karena banyaknya keterbatasan penelitian yang masih belum dapat diatasi. Beberapa batasan yang masih dihadapi penulis dalam penelitian ini hendaknya menjadi pertimbangan baik bagi

peneliti selanjutnya, pemasar serta *brand* atau perusahaan dalam hal meningkatkan Keputusan Pembelian. Yaitu diantaranya:

1. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Citra Merek berada pada klasifikasi Baik, namun meskipun penelitian ini memberikan wawasan baru mengenai pengaruh citra merek dalam keputusan pembelian Batik Ceta Bacorak di Kabupaten Sijunjung, para pemilik industri batik atau pemasar Batik Ceta Bacorak ini diharapkan mampu untuk mengembangkan kembali kesadaran merek (*awareness*) dengan membangun kembali inovasi produk, sehingga image dari batik Ceta Bacorak dapat bernilai lebih positif. Selain itu para pemasar diharapkan mampu untuk meningkatkan kembali pengenalan produk ini untuk mencapai konsumen yang lebih luas, hal ini bisa dilakukan dengan melakukan pameran budaya secara konsisten, serta memaksimalkan pemasaran melalui sosial media dengan strategi *digital marketing* yang bisa dilakukan dengan membuat konten-konten menarik mengenai fashion batik lokal yang dikemas secara modern, bisa juga dengan menggunakan pemasaran melalui *influencer-influencer* lokal dengan tujuan memperkenalkan produk batik lokal hasil dari UKM secara lebih luas kepada konsumen dalam negeri. Dengan demikian diharapkan konsumen dapat lebih mengenal keberadaan produk Batik Ceta Bacorak serta memahami dan meningkatkan keputusan pembelian batik lokal. Dimana semakin baik *image* atau semakin besar kesadaran konsumen akan merek

(*awareness*) akan mendorong potensial konsumen untuk membeli produk batik karena konsumen telah lebih mengenal produk batik suatu merek tersebut.

2. Berdasarkan tanggapan responden mengenai Keputusan Pembelian yang dinilai sudah sangat tinggi, maka dapat menjadi masukan yang baik bagi pemasar Batik Ceta Bacorak untuk bisa meningkatkan pemilihan merek serta mempertahankan dan meningkatkan kepercayaan konsumen. Hal ini bisa dilakukan dengan melakukan klasifikasi batik, design serta kualitas batik dan juga segmentasi pasar yang sejalan dengan perkembangan waktu dan kondisi sosial dari konsumen. Dengan memberikan kualitas produk yang lebih baik, lebih menarik, memiliki banyak varian corak/design serta karakteristik dan ciri khas yang membuat konsumen tergerak untuk melakukan pembelian produk. Dengan demikian diharapkan konsumen memiliki keyakinan yang lebih baik terhadap batik lokal dan meningkatkan keputusan pembelian terhadap batik lokal khususnya Batik Ceta Bacorak.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmadi, R.N., & Hidayat, A.M. (2018). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian produk Honda Beat di Kota Bandung tahun 2017. *eProceedings of Applied Science*, 2018,4.1.
- Alib, M (2021). 10 Oleh-Oleh Khas Sijunjung yang Paling Populer. Retrieved from andalastourism.com: <https://www.andalastourism.com/oleh-oleh-khas-sijunjung>
- Asbut, M. (2020, Februari 2020). HJK Sijunjung Ke-71, Bupati Yuswir Arifin Launching Batik Ceta Bacorak. Retrieved from Portal Berita Info Publik: <https://infopublik.sijunjung.go.id/hjk-sijunjung-ke-71-bupati-yuswir-arifin-launching-batik-ceta-bacorak/>
- Dwi Santy, R & Ihsan Izharuddin Adhipratama, M. (2013). Display Toko, Gaya Hidup dan Pembelian Impulsif (Penelitian Pada Konsumen Surf Inc Bandung). *Majalah Ilmiah UNIKOM*, 11(1), 87-102.
- Fauzi, F. (2020). PENGARUH ETNOSENTRISME, CITRA MEREK DAN GAYA HIDUP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK (Studi pada Konsumen di wilayah Jakarta Barat). *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 14, No. 2 Hal 86–95, 86.
- Halim, E. S. (2018). Faktor-Faktor Yang Menjadikan Brand La Classique Tidak Dikenal. *Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis*, 3(1).
- Huda, N. (2020). Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian motor scuter matic yamaha di Makassar. *Jurnal Asy-Syarikah: Jurnal Lembaga Keuangan, Ekonomi dan Bisnis Islam*, 2(1), 37-43.
- I.E Alamsyah (2019). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Digital Marketing. Retrieved from Republika: <https://www.republika.co.id/berita/r1vsji349/pemanfaatan-media-sosial-untuk-digital-marketing> (Diakses pada 4 Februari 2022 15.20 WIB)
- Iffan, M., & Soegoto, H. S. (2014). Pengaruh Iklan, Endorser, dan Display terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus pada Konsumen Sepeda Motor Yamaha di JG Motor Ujungberung Bandung) (Doctoral dissertation, Universitas Komputer Indonesia). *Jurnal Ilmiah Magister Manajemen Unikom*, 2 (2), 70-81.
- Indrawati, D. (2015). Pengaruh Citra Merek Dan Gaya Hidup Hedonis Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab “Zoya”. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*, 15(2), 302-319.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. (2016). *Marketing Management -15/E*. Essex, England: Pearson Education.

- Kriesmawati, Y. (2021, Juni 1). AKSENTUASI STRATEGI PEMASARAN INDUSTRI BATIK DI INDONESIA SEBAGAI UPAYA MEMAKSIMALKAN POTENSI UMKM MELALUI EKONOMI KREATIF. Retrieved from KSEI FEBI IAIN JEMBER: <https://www.kseifebi-iainjember.web.id/2021/06/aksentuasi-strategi-pemasaran-industri.html?m=1>
- Lasander, C. (2013). Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen pada Makanan Tradisional. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(3)
- Machfoedz, M. 2013. Pengantar Pemasaran Modern. Yogyakarta : Akademi Manajemen Pemasaran YPKPN
- Malik, M. Ehsan, et al. 2013. Impact of Brand Image and Advertisement on Consumer Buying Behavior. *World Applied Sciences Journal* 23 (1): 117-122, 2013. ISSN 1818-4952. DOI: 10.5829/idosi.wasj.2013.23.01.824
- Mlati (2019). Tergerus Produk Impor Batik Lokal Kurang Diminati Pasar. Retrieved from Sorot Sleman: <https://sleman.sorot.co/berita-1354-tergerus-produk-impor-batik-lokal-kurang-diminati-pasar.html>
- Nulufi, K. (2015). MINAT BELI SEBAGAI MEDIASI PENGARUH CITRA MEREK DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK DI PEKALONGAN (Studi Kasus pada Konsumen International Batik Center dan Pasar Grosir Setono). SKRIPSI, 46.
- Pamungkas, A. (2021, 19 Mei). Mengenal Komponen Sistem Pembayaran untuk Bisnis. Retrieved from: Aplikasi Wirausaha Majoo: <https://majoo.id/solusi/detail/sistem-pembayaran>
- Rezkiawaty, S. U. (2011). Studi Pendapat Konsumen Terhadap Brand Awareness Brand Equity Dan Brand Image Minuman Coca-cola Di Kota Makassar. *Jurnal Ilmu dan Teknologi Peternakan*, 411-422.
- Rizan, M., & Andika, F. (2011). Pengaruh Kualitas Produk Dan Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan (Survei Pelanggan Suzuki, Dealer Fatmawati, Jakarta Selatan). *JRMSI-Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia*, 2(2), 130-150
- Sentosa, B., & Tsalisah, M. N. (2021). PENGARUH PROMOSI, CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK TENUN IKAT (Studi Kasus CV Paradila Parengan Maduran). *J-MACC: Journal of Management and Accounting*, 4(2), 49-59.

- Sianturi et al. Sikap Dan Pengambilan Keputusan Konsumen Dalam Membeli Daging Ayam Di Kota Bandar Lampung.2012
- Sopiah, Sangadji. 2013. Prilaku Konsumen. Jilid. Yogyakarta: CV Andi Ofset.
- Sugiono. 2009 *Metodologi Penelitian Bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d)*. Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Administrasi. Alfabeta, Bandung
- Sugiono. 2009 *Metodologi Penelitian Bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan r&d)*.
- Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Administrasi. Alfabeta, Bandung
- Sumarwan, Ujang. 2011. Prilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran. Cetakan kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Supriyadi, S., Wiyani, W., & Nugraha, G. I. K. (2017). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal bisnis dan manajemen*, 4(1).
- Susilawati, E., & Dhaniawaty, R. P. (2019). Pengaruh Ict Dan Promosi Online Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Sistem Informasi Unikom Pengguna Online Shop). *Majalah ilmiah UNIKOM*, 17(1), 43-52.
- Tengku Putri Lindung Bulan, Khairul Fazrin, Dan Muhammad Rizal Pengaruh Label Halal Dan Bonus Dalam Kemasan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Kinder Joy Pada Masyarakat Kota Langsa.2017
- Tjiptono, F. (2011). Manajemen dan Strategi Merek. Yogyakarta: Andi.
- Umi Narimawati, Sri Dewi, Anggadini, Linna Ismawati. 2010. Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif. Edisi Pertama. . Pondok Gede. Bekasi: Genesis.
- Umi Narimawati. 2007. Riset Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: Agung Media
- Umi Narimawati. 2010. *Penulisan Karya Ilmiah*. Bekasi: Penerbit Ganes
- Utari Wijayati Rahma Wahdiniwaty Pengaruh Kelompok Acuan, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas *Exsport Pada Pt. Eksonindo Multi Product Industry* Di Bandung Selatan Vol. 02 No.01 ISSN:2460-089x
- Wahyu. (2020, Februari 21). Batik Ceta Bacorak Resmi Diluncurkan Menjadi Batik Khas Sijunjung. Retrieved from Padang Expo: <https://www.padangexpo.com/2020/02/1881/> (Diakses pada 23 Januari 2022 19.50 WIB)

Weenas, J. R. (2013). Kualitas produk, harga, promosi dan kualitas pelayanan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian Spring Bed Comforta. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).

LAMPIRAN
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN BATIK CETA
BACORAK DI KABUPATEN SIJUNJUNG

Dengan Hormat,

Kuesioner ini disusun untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Batik Ceta Bacorak di Kabupaten Sijunjung, saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner ini dengan sangat mengharapkan informasi yang jujur, benar dan akurat agar hasil penelitian dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Atas perhatian dan kerjasama bapak/ibu, saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk Pengisian:

1. Daftar pernyataan di bawah ini hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka penyelesaian studi.
2. Jawablah pernyataan di bawah ini sesuai dengan pendapat bapak/ibu/saudara(i).
3. Berikan tanda CEKLIS (v) pada pernyataan di bawah ini yang menurut pendapat bapak/ibu/saudara(i) paling sesuai.

Karakteristik Responden:

Nama :

Usia : 17-19 thn 20-35 thn 36-40 thn
 41-50 >50

Jenis Kelamin : Laki – Laki Perempuan

Perkerjaan : Pegawai negeri Pegawai swasta
 Mahasiswa/Pelajar Mahasiswa/Pelajar
 Wirausaha Ibu Rumah Tangga

Pengeluaran belanja : Rp 100.000 - Rp 300.000 Rp 300.000 – Rp 500.000
pakaian perbulan Rp 500.000 - Rp 1000.000

Keterangan :

STS= Sangat tidak setuju

TS= Tidak setuju

RR= Ragu-Ragu

S= setuju

SS= Sangat setuju

1. Citra Merek

No	Citra Merek	Jawaban				
	Pernyataan	STS	ST	RR	S	SS
1.	<i>Quality</i>					
	Menurut saya Batik Ceta Bacorak memiliki kualitas yang baik					
	Saya membeli produk batik Ceta Bacorak karena sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	<i>Awareness</i>					
	Menurut saya Batik Ceta Bacorak sudah dikenal oleh banyak masyarakat luas					
	Menurut saya produk Batik Ceta Bacorak mudah diingat dan dikenal					

3.	Kepribadian					
	Menurut saya Batik Ceta Bacorak di Kabupaten Sijunjung memiliki motif dan karakteristik yang khas.					
	Menurut Saya Batik Ceta Bacorak memiliki motif yang bervariasi					
4.	Citra Diri					
	Menurut Saya Batik Ceta Bacorak dapat meningkatkan percaya diri terhadap penggunanya					
	Menurut Saya Batik Ceta Bacorak dapat menciptakan kesan positif terhadap penggunanya					

2. Keputusan Pembelian

No	Keputusan Pembelian	Jawaban				
	Pernyataan	STS	ST	RR	S	SS
1.	Pemilihan Produk					
	Saya membeli batik Ceta Bacorak karena produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik					
	Saya membeli batik Ceta Bacorak karena produk yang ditawarkan memiliki ciri khas tersendiri.					
2.	Pemilihan Merek					
	Apabila saya berkeinginan untuk membeli batik, saya akan membeli batik Ceta Bacorak					
	Saya membeli merek batik Ceta Bacorak karena merasa telah terbiasa dengan kehadiran merek tersebut.					
3.	Pemilihan Saluran Pembelian					
	Produk batik Ceta Bacorak tersedia dan dapat dibeli di banyak tempat					
	Saya membeli Batik Ceta Bacorak karena lokasi toko dapat dijangkau dengan mudah					

4.	Waktu Pembelian					
	Saya membeli batik Ceta Bacorak saat saya membutuhkan.					
	Karena sesuai kebutuhan maka saya akan melakukan pembelian batik Ceta Bacorak kembali dilain waktu.					
5.	Cara Pembayaran					
	Saya membeli Batik Ceta Bacorak karena memiliki metode pembayaran yang mudah					
	Belanja Batik Ceta Bacorak dapat dilakukan dengan berbagai metode pembayaran (tunai atau non tunai)					

Lampiran 2. Nilai Tabel

- Tabel r untuk df = 51-100

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931

66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

● Titik Persentase Distribusi t (df = 81 –110)

PR Df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
81	0.67753	1.29209	1.66388	1.98969	2.37327	2.63790	3.19392
82	0.67749	1.29196	1.66365	1.98932	2.37269	2.63712	3.19262
83	0.67746	1.29183	1.66342	1.98896	2.37212	2.63637	3.19135
84	0.67742	1.29171	1.66320	1.98861	2.37156	2.63563	3.19011
85	0.67739	1.29159	1.66298	1.98827	2.37102	2.63491	3.18890
86	0.67735	1.29147	1.66277	1.98793	2.37049	2.63421	3.18772
87	0.67732	1.29136	1.66256	1.98761	2.36998	2.63353	3.18657
88	0.67729	1.29125	1.66235	1.98729	2.36947	2.63286	3.18544
89	0.67726	1.29114	1.66216	1.98698	2.36898	2.63220	3.18434
90	0.67723	1.29103	1.66196	1.98667	2.36850	2.63157	3.18327
91	0.67720	1.29092	1.66177	1.98638	2.36803	2.63094	3.18222
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374
101	0.67693	1.28999	1.66008	1.98373	2.36384	2.62539	3.17289
102	0.67690	1.28991	1.65993	1.98350	2.36346	2.62489	3.17206
103	0.67688	1.28982	1.65978	1.98326	2.36310	2.62441	3.17125

Y1.7	Pearson Correlation	,227*	,213*	,307**	,190	,043	-,071	1	,227*	,142	,200*	,445**
	Sig. (2-tailed)	,023	,033	,002	,059	,673	,483		,023	,159	,047	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.8	Pearson Correlation	,195	,225*	,230*	,281**	,127	,067	,227*	1	,193	,476**	,585**
	Sig. (2-tailed)	,052	,024	,021	,005	,209	,510	,023		,054	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.9	Pearson Correlation	,111	,239*	,198*	,345**	,143	,108	,142	,193	1	,295**	,524**
	Sig. (2-tailed)	,272	,017	,048	,000	,155	,287	,159	,054		,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1.10	Pearson Correlation	,269*	,209*	,222*	,317**	,154	,192	,200*	,476*	,295*	1	,640**
	Sig. (2-tailed)	,007	,037	,027	,001	,127	,056	,047	,000	,003		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	,523*	,580**	,635**	,673**	,380**	,326**	,445**	,585*	,524*	,640**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

Uji Reliabilitas (X)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,675	8

Uji Reliabilitas (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0

Excluded ^a	0	,0
Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,717	10

Lampiran 4 – Tabulasi

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10
4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
4	4	3	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4
5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5
5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5
5	4	4	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5
5	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	3	5	5
4	4	3	5	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	5	5	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4
5	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	5	3	5
4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	3	5	5
4	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	4	2	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4
5	4	2	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
4	4	2	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4
4	4	2	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4
5	4	2	5	4	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	5
4	4	2	5	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4
3	4	2	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	5	4	3	4	3
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5
3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	5	3	4	3
5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	5
2	4	3	3	2	3	2	3	4	4	4	3	3	4	3	3	2	2
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5
4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4

4	4	2	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4
5	4	1	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5
4	4	1	4	3	3	4	3	5	1	3	3	4	5	5	4	3	4
4	4	3	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4
4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4
4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	5	3	5	4	4	4
4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
5	4	3	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5
2	5	3	3	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	2
4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	4
5	5	2	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5
4	4	2	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	5	2	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4
4	5	2	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4
5	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5
3	4	2	5	5	5	3	5	5	4	4	4	3	4	5	4	5	3
5	5	2	4	4	4	5	4	5	4	4	5	3	5	5	5	4	5
4	3	2	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	5	5	3	4	4
4	4	2	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4
5	5	2	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	5	5	4	5
5	5	2	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5
3	4	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4
5	5	2	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5
4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4
5	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
4	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5
5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4
4	5	3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4
4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4
5	5	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4
5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4
5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5
5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	3	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5
4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4
4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5

5	5	3	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4
4	5	3	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4
4	5	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
4	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5
4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
5	5	3	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5
4	5	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4
5	5	3	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	5	4	3	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4
5	5	3	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
5	5	3	3	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4
4	5	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	4	3	5	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4
4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
5	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Lampiran 5 – Uji MSI

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10
	2,8	3,3	1,0							1,0	2,6	3,9	2,7		2,3	3,0	
2,88	8	9	0	3,06	2,63	3,03	2,46	2,46	2,96	0	2	1	0	2,67	0	3	3,02
	2,8	3,3	3,3							2,9	2,6	3,9	2,7		2,3	3,0	
2,88	8	9	4	3,06	2,63	3,03	2,46	2,46	2,96	2	2	1	0	2,67	0	3	3,02
	2,8	3,3	4,6							2,9	4,1	3,9	4,2		3,6	4,5	
2,88	8	9	7	4,58	4,14	3,03	3,92	2,46	2,96	2	2	1	2	2,67	8	4	3,02
	2,8	4,5	4,6							2,9	4,1	2,4	4,2		3,6	4,5	
4,33	8	6	7	3,06	4,14	4,39	3,92	2,46	2,96	2	2	7	2	2,67	8	4	4,52
	2,8	4,5	4,6							2,9	4,1	3,9	2,7		3,6	4,5	
4,33	8	6	7	3,06	2,63	4,39	2,46	2,46	2,96	2	2	1	0	2,67	8	4	4,52
	2,8	4,5	4,6							2,9	4,1	2,4	4,2		2,3	4,5	
4,33	8	6	7	3,06	2,63	4,39	2,46	1,00	2,96	2	2	7	2	2,67	0	4	4,52
	2,8	3,3	4,6							2,9	2,6	1,0	4,2		1,0	4,5	
4,33	8	9	7	3,06	4,14	4,39	3,92	3,90	4,43	2	2	0	2	2,67	0	4	4,52
	2,8	3,3	4,6							2,9	4,1	2,4	2,7		3,6	4,5	
2,88	8	9	7	3,06	2,63	3,03	2,46	1,00	4,43	2	2	7	0	2,67	8	4	3,02
	2,8	4,5	3,3							2,9	2,6	2,4	4,2		2,3	4,5	
2,88	8	6	4	4,58	2,63	3,03	2,46	2,46	4,43	2	2	7	2	2,67	0	4	3,02
	2,8	4,5	4,6							2,9	1,0	3,9	2,7		3,6	3,0	
2,88	8	6	7	3,06	4,14	3,03	3,92	2,46	2,96	2	0	1	0	2,67	8	3	3,02

4,33	2,8	4,5	3,3							2,9	2,6	3,9	2,7		3,6	1,6	
	8	6	4	1,60	2,63	4,39	2,46	1,00	2,96	2	2	1	0	2,67	8	0	4,52
2,88	2,8	4,5	2,1							2,9	4,1	2,4	2,7		2,3	3,0	
	8	6	6	3,06	4,14	3,03	3,92	2,46	2,96	2	2	7	0	2,67	0	3	3,02
4,33	2,8	4,5	3,3							2,9	2,6	3,9	4,2		1,0	4,5	
	8	6	4	4,58	4,14	4,39	3,92	3,90	2,96	2	2	1	2	2,67	0	4	4,52
2,88	1,0	3,3	3,3							2,9	2,6	2,4	2,7		1,0	3,0	
	0	9	4	3,06	1,00	3,03	1,00	2,46	2,96	2	2	7	0	2,67	0	3	3,02
2,88	2,8	2,3	3,3							2,9	4,1	2,4	4,2		2,3	4,5	
	8	3	4	4,58	4,14	3,03	3,92	3,90	4,43	2	2	7	2	2,67	0	4	3,02
4,33	2,8	2,3	3,3							2,9	2,6	2,4	4,2		3,6	3,0	
	8	3	4	3,06	2,63	4,39	2,46	3,90	4,43	2	2	7	2	2,67	8	3	4,52
2,88	2,8	2,3	3,3							2,9	2,6	2,4	4,2		3,6	4,5	
	8	3	4	4,58	2,63	3,03	2,46	2,46	1,68	2	2	7	2	2,67	8	4	3,02
2,88	2,8	2,3	3,3							2,9	2,6	2,4	2,7		3,6	4,5	
	8	3	4	4,58	2,63	3,03	2,46	2,46	4,43	2	2	7	0	2,67	8	4	3,02
4,33	2,8	2,3	4,6							2,9	4,1	1,0	4,2		3,6	3,0	
	8	3	7	3,06	4,14	4,39	3,92	3,90	4,43	2	2	0	2	2,67	8	3	4,52
2,88	2,8	2,3	4,6							2,9	2,6	1,0	2,7		3,6	3,0	
	8	3	7	3,06	4,14	3,03	3,92	2,46	2,96	2	2	0	0	2,67	8	3	3,02
1,65	2,8	2,3	3,3							2,9	1,0	1,0	4,2		1,0	3,0	
	8	3	4	3,06	1,00	1,90	1,00	1,00	1,68	2	0	0	2	2,67	0	3	1,65
2,88	2,8	4,5	4,6							2,9	2,6	2,4	2,7		2,3	4,5	
	8	6	7	4,58	2,63	3,03	2,46	2,46	2,96	2	2	7	0	2,67	0	4	3,02
4,33	2,8	4,5	3,3							2,9	2,6	2,4	4,2		3,6	4,5	
	8	6	4	4,58	4,14	4,39	3,92	3,90	2,96	2	2	7	2	2,67	8	4	4,52
1,65	2,8	4,5	3,3							2,9	2,6	2,4	1,0		1,0	3,0	
	8	6	4	3,06	2,63	1,90	2,46	2,46	4,43	2	2	7	0	4,25	0	3	1,65
4,33	2,8	4,5	3,3							2,9	2,6	3,9	2,7		3,6	3,0	
	8	6	4	3,06	4,14	4,39	3,92	3,90	1,68	2	2	1	0	4,25	8	3	4,52
1,00	2,8	3,3	2,1							2,9	1,0	1,0	2,7		1,0	1,0	
	8	9	6	1,00	1,00	1,00	1,00	2,46	2,96	2	0	0	0	1,00	0	0	1,00
2,88	2,8	3,3	3,3							4,5	2,6	2,4	2,7		3,6	3,0	
	8	9	4	3,06	1,00	3,03	1,00	2,46	2,96	0	2	7	0	4,25	8	3	3,02
4,33	2,8	3,3	4,6							4,5	4,1	2,4	4,2		3,6	3,0	
	8	9	7	3,06	4,14	4,39	3,92	3,90	2,96	0	2	7	2	4,25	8	3	4,52
2,88	2,8	4,5	4,6							2,9	2,6	2,4	4,2		3,6	4,5	
	8	6	7	4,58	2,63	3,03	2,46	2,46	4,43	2	2	7	2	4,25	8	4	3,02
2,88	2,8	4,5	3,3							4,5	4,1	2,4	4,2		2,3	3,0	
	8	6	4	3,06	2,63	3,03	2,46	2,46	4,43	0	2	7	2	4,25	0	3	3,02
2,88	2,8	2,3	4,6							4,5	2,6	2,4	2,7		2,3	4,5	
	8	3	7	4,58	4,14	3,03	3,92	2,46	4,43	0	2	7	0	4,25	0	4	3,02
4,33	2,8	1,0	4,6							4,5	4,1	2,4	2,7		3,6	4,5	
	8	0	7	4,58	4,14	4,39	3,92	3,90	2,96	0	2	7	0	4,25	8	4	4,52
2,88	2,8	1,0	3,3							1,0	1,0	2,4	4,2		2,3	1,6	
	8	0	4	1,60	1,00	3,03	1,00	3,90	1,00	0	0	7	2	4,25	0	0	3,02
2,88	2,8	3,3	4,6							2,9	2,6	2,4	4,2		2,3	4,5	
	8	9	7	4,58	2,63	3,03	2,46	3,90	2,96	2	2	7	2	4,25	0	4	3,02
2,88	2,8	3,3	3,3							4,5	4,1	2,4	2,7		3,6	3,0	
	8	9	4	3,06	2,63	3,03	2,46	3,90	4,43	0	2	7	0	4,25	8	3	3,02
2,88	2,8	3,3	3,3							2,9	2,6	3,9	1,0		2,3	3,0	
	8	9	4	3,06	1,00	3,03	1,00	1,00	2,96	2	2	1	0	4,25	0	3	3,02
2,88	2,8	3,3	3,3							2,9	2,6	3,9	2,7		2,3	3,0	
	8	9	4	3,06	2,63	3,03	2,46	3,90	2,96	2	2	1	0	4,25	0	3	3,02
4,33	2,8	3,3	3,3							4,5	2,6	2,4	2,7		3,6	3,0	
	8	9	4	3,06	2,63	4,39	2,46	3,90	4,43	0	2	7	0	4,25	8	3	4,52
4,33	2,8	3,3	3,3							2,9	4,1	2,4	1,0		3,6	4,5	
	8	9	4	4,58	2,63	4,39	2,46	3,90	4,43	2	2	7	0	4,25	8	4	4,52

1,00	4,4	3,3	2,1							2,9	2,6	2,4	2,7		2,3	3,0	
	4	9	6	3,06	2,63	1,00	2,46	1,00	2,96	2	2	7	0	4,25	0	3	1,00
2,88	4,4	2,3	3,3							2,9	2,6	2,4	2,7		2,3	3,0	
	4	3	4	3,06	2,63	3,03	2,46	2,46	2,96	2	2	7	0	4,25	0	3	3,02
2,88	2,8	2,3	3,3							2,9	2,6	2,4	2,7		1,0	3,0	
	8	3	4	3,06	2,63	3,03	2,46	3,90	2,96	2	2	7	0	4,25	0	3	3,02
4,33	4,4	2,3	3,3							2,9	2,6	2,4	2,7		3,6	3,0	
	4	3	4	3,06	2,63	4,39	2,46	3,90	4,43	2	2	7	0	4,25	8	3	4,52
2,88	2,8	2,3	3,3							2,9	2,6	2,4	2,7		2,3	4,5	
	8	3	4	4,58	2,63	3,03	2,46	1,00	2,96	2	2	7	0	2,67	0	4	3,02
2,88	4,4	2,3	4,6							4,5	2,6	3,9	2,7		1,0	4,5	
	4	3	7	4,58	4,14	3,03	3,92	2,46	4,43	0	2	1	0	2,67	0	4	3,02
2,88	4,4	2,3	4,6							4,5	2,6	2,4	2,7		2,3	3,0	
	4	3	7	3,06	2,63	3,03	2,46	2,46	4,43	0	2	7	0	4,25	0	3	3,02
4,33	2,8	2,3	3,3							4,5	4,1	1,0	4,2		3,6	4,5	
	8	3	4	4,58	4,14	4,39	3,92	3,90	4,43	0	2	0	2	4,25	8	4	4,52
1,65	2,8	2,3	4,6							2,9	2,6	1,0	2,7		2,3	4,5	
	8	3	7	4,58	4,14	1,90	3,92	3,90	2,96	2	2	0	0	4,25	0	4	1,65
4,33	4,4	2,3	3,3							2,9	4,1	1,0	4,2		3,6	3,0	
	4	3	4	3,06	2,63	4,39	2,46	3,90	2,96	2	2	0	2	4,25	8	3	4,52
2,88	1,0	2,3	4,6							4,5	4,1	1,0	4,2		1,0	3,0	
	0	3	7	3,06	2,63	3,03	2,46	2,46	2,96	0	2	0	2	4,25	0	3	3,02
2,88	2,8	2,3	4,6							2,9	2,6	1,0	2,7		2,3	4,5	
	8	3	7	4,58	4,14	3,03	3,92	2,46	2,96	2	2	0	0	4,25	0	4	3,02
4,33	4,4	2,3	4,6							2,9	2,6	1,0	4,2		3,6	3,0	
	4	3	7	3,06	2,63	4,39	2,46	2,46	4,43	2	2	0	2	4,25	8	3	4,52
4,33	4,4	2,3	3,3							4,5	4,1	2,4	2,7		3,6	4,5	
	4	3	4	4,58	2,63	4,39	2,46	2,46	4,43	0	2	7	0	4,25	8	4	4,52
1,65	2,8	2,3	2,1							2,9	2,6	2,4	2,7		2,3	3,0	
	8	3	6	3,06	2,63	1,90	2,46	2,46	2,96	2	2	7	0	2,67	0	3	1,65
2,88	2,8	2,3	3,3							2,9	2,6	2,4	2,7		2,3	4,5	
	8	3	4	4,58	2,63	3,03	2,46	2,46	2,96	2	2	7	0	4,25	0	4	3,02
2,88	2,8	2,3	3,3							2,9	4,1	2,4	2,7		2,3	3,0	
	8	3	4	3,06	2,63	3,03	2,46	2,46	4,43	2	2	7	0	4,25	0	3	3,02
4,33	4,4	2,3	3,3							2,9	4,1	2,4	2,7		3,6	3,0	
	4	3	4	3,06	2,63	4,39	2,46	2,46	4,43	2	2	7	0	4,25	8	3	4,52
2,88	2,8	2,3	3,3							2,9	2,6	2,4	4,2		2,3	3,0	
	8	3	4	3,06	2,63	3,03	2,46	3,90	2,96	2	2	7	2	4,25	0	3	3,02
2,88	2,8	4,5	2,1							2,9	4,1	2,4	4,2		2,3	3,0	
	8	6	6	3,06	2,63	3,03	2,46	2,46	4,43	2	2	7	2	4,25	0	3	3,02
4,33	2,8	2,3	3,3							4,5	4,1	2,4	4,2		3,6	4,5	
	8	3	4	4,58	4,14	4,39	3,92	3,90	4,43	0	2	7	2	4,25	8	4	4,52
2,88	4,4	3,3	3,3							4,5	4,1	3,9	4,2		2,3	4,5	
	4	9	4	4,58	4,14	4,39	3,92	3,90	4,43	0	2	1	2	4,25	0	4	4,52
4,33	4,4	3,3	3,3							4,5	2,6	2,4	4,2		2,3	4,5	
	4	9	4	4,58	2,63	4,39	2,46	2,46	2,96	0	2	7	2	4,25	0	4	4,52
4,33	4,4	3,3	4,6							4,5	4,1	3,9	4,2		3,6	4,5	
	4	9	7	4,58	4,14	4,39	3,92	3,90	4,43	0	2	1	2	4,25	8	4	4,52
4,33	4,4	3,3	4,6							4,5	2,6	3,9	2,7		3,6	4,5	
	4	9	7	4,58	4,14	4,39	3,92	2,46	4,43	0	2	1	0	4,25	8	4	4,52
4,33	4,4	3,3	3,3							4,5	4,1	3,9	2,7		3,6	4,5	
	4	9	4	4,58	4,14	4,39	3,92	2,46	4,43	0	2	1	0	4,25	8	4	3,02
2,88	4,4	3,3	4,6							2,9	2,6	2,4	2,7		2,3	4,5	
	4	9	7	4,58	4,14	4,39	3,92	3,90	2,96	2	2	7	0	4,25	0	4	3,02
2,88	4,4	3,3	3,3							2,9	2,6	3,9	4,2		2,3	4,5	
	4	9	4	4,58	4,14	4,39	3,92	3,90	2,96	2	2	1	2	4,25	0	4	3,02
4,33	4,4	3,3	3,3							2,9	2,6	2,4	2,7		3,6	4,5	
	4	9	4	4,58	4,14	4,39	3,92	2,46	4,43	2	2	7	0	4,25	8	4	3,02

4,33	4,4	3,3	4,6							4,5	4,1	2,4	2,7	2,3	4,5		
	4	9	7	4,58	4,14	4,39	3,92	2,46	4,43	0	2	7	0	4,25	0	4	3,02
4,33	4,4	3,3	4,6							4,5	2,6	2,4	2,7	2,3	3,0		
	4	9	7	3,06	2,63	4,39	2,46	2,46	4,43	0	2	7	0	4,25	0	3	4,52
4,33	4,4	3,3	4,6							4,5	4,1	3,9	2,7	3,6	4,5		
	4	9	7	4,58	4,14	4,39	3,92	3,90	4,43	0	2	1	0	4,25	8	4	4,52
2,88	2,8	4,5	4,6							2,9	2,6	2,4	2,7	2,3	3,0		
	8	6	7	3,06	2,63	3,03	2,46	2,46	4,43	2	2	7	0	4,25	0	3	3,02
4,33	4,4	3,3	3,3							4,5	4,1	3,9	2,7	3,6	4,5		
	4	9	4	4,58	2,63	4,39	2,46	2,46	4,43	0	2	1	0	4,25	8	4	4,52
2,88	2,8	3,3	4,6							2,9	4,1	2,4	2,7	2,3	3,0		
	8	9	7	3,06	2,63	3,03	2,46	2,46	4,43	2	2	7	0	4,25	0	3	3,02
2,88	4,4	3,3	3,3							2,9	4,1	2,4	2,7	2,3	3,0		
	4	9	4	3,06	2,63	3,03	2,46	2,46	2,96	2	2	7	0	4,25	0	3	3,02
2,88	2,8	4,5	3,3							2,9	2,6	2,4	2,7	3,6	3,0		
	8	6	4	3,06	2,63	4,39	2,46	2,46	4,43	2	2	7	0	4,25	8	3	4,52
4,33	4,4	3,3	4,6							2,9	4,1	3,9	2,7	2,3	4,5		
	4	9	7	4,58	2,63	4,39	2,46	2,46	4,43	2	2	1	0	4,25	0	4	4,52
2,88	2,8	4,5	3,3							2,9	2,6	2,4	2,7	2,3	3,0		
	8	6	4	3,06	2,63	3,03	2,46	2,46	4,43	2	2	7	0	4,25	0	3	3,02
2,88	4,4	3,3	4,6							4,5	2,6	2,4	2,7	3,6	3,0		
	4	9	7	3,06	2,63	3,03	2,46	2,46	4,43	0	2	7	0	4,25	8	3	3,02
2,88	4,4	3,3	4,6							4,5	4,1	3,9	4,2	2,3	3,0		
	4	9	7	3,06	2,63	3,03	2,46	3,90	4,43	0	2	1	2	4,25	0	3	3,02
2,88	2,8	3,3	3,3							2,9	4,1	2,4	2,7	2,3	4,5		
	8	9	4	4,58	4,14	3,03	3,92	2,46	4,43	2	2	7	0	4,25	0	4	3,02
4,33	4,4	4,5	4,6							4,5	2,6	3,9	2,7	3,6	3,0		
	4	6	7	3,06	2,63	4,39	2,46	2,46	4,43	0	2	1	0	4,25	8	3	4,52
4,33	4,4	4,5	4,6							4,5	2,6	2,4	4,2	3,6	3,0		
	4	6	7	3,06	2,63	4,39	2,46	2,46	4,43	0	2	7	2	4,25	8	3	4,52
2,88	4,4	4,5	4,6							2,9	2,6	3,9	4,2	2,3	3,0		
	4	6	7	3,06	4,14	3,03	3,92	2,46	2,96	2	2	1	2	4,25	0	3	3,02
2,88	2,8	4,5	4,6							2,9	2,6	2,4	4,2	3,6	3,0		
	8	6	7	3,06	2,63	3,03	3,92	3,90	2,96	2	2	7	2	4,25	8	3	3,02
2,88	2,8	4,5	3,3							4,5	4,1	3,9	4,2	2,3	3,0		
	8	6	4	3,06	2,63	3,03	3,92	3,90	4,43	0	2	1	2	2,67	0	3	3,02
2,88	2,8	4,5	3,3							2,9	2,6	2,4	4,2	2,3	3,0		
	8	6	4	3,06	2,63	3,03	3,92	2,46	2,96	2	2	7	2	2,67	0	3	3,02
4,33	4,4	3,3	4,6							2,9	2,6	2,4	4,2	3,6	4,5		
	4	9	7	4,58	2,63	4,39	3,92	3,90	2,96	2	2	7	2	4,25	8	4	4,52
2,88	4,4	3,3	3,3							2,9	2,6	2,4	4,2	3,6	3,0		
	4	9	4	3,06	2,63	3,03	3,92	3,90	4,43	2	2	7	2	4,25	8	3	3,02
4,33	4,4	3,3	4,6							4,5	4,1	3,9	4,2	3,6	4,5		
	4	9	7	4,58	2,63	1,90	3,92	3,90	4,43	0	2	1	2	4,25	8	4	3,02
4,33	4,4	4,5	3,3							2,9	2,6	2,4	2,7	2,3	4,5		
	4	6	4	4,58	2,63	1,90	3,92	2,46	2,96	2	2	7	0	2,67	0	4	3,02
4,33	4,4	4,5	2,1							4,5	4,1	2,4	2,7	3,6	4,5		
	4	6	6	4,58	2,63	1,90	2,46	3,90	4,43	0	2	7	0	4,25	8	4	3,02
4,33	4,4	3,3	2,1							4,5	4,1	3,9	4,2	3,6	4,5		
	4	9	6	4,58	2,63	3,03	2,46	3,90	4,43	0	2	1	2	4,25	8	4	3,02
4,33	4,4	3,3	2,1							4,5	4,1	3,9	4,2	3,6	4,5		
	4	9	6	4,58	2,63	1,90	2,46	3,90	4,43	0	2	1	2	4,25	8	4	3,02
2,88	4,4	3,3	3,3							2,9	2,6	2,4	2,7	2,3	3,0		
	4	9	4	4,58	2,63	1,90	2,46	2,46	2,96	2	2	7	0	2,67	0	3	3,02
4,33	4,4	4,5	2,1							4,5	4,1	2,4	2,7	3,6	3,0		
	4	6	6	4,58	2,63	1,90	3,92	3,90	4,43	0	2	7	0	2,67	8	3	3,02
2,88	2,8	4,5	2,1							4,5	4,1	3,9	4,2	2,3	3,0		
	8	6	6	3,06	2,63	3,03	3,92	3,90	4,43	0	2	1	2	2,67	0	3	3,02

2,88	2,8	4,5	2,1	3,06	2,63	3,03	3,92	3,90	4,43	4,5	4,1	3,9	4,2	2,67	2,3	3,0	3,02
4,33	2,8	4,5	2,1	3,06	2,63	4,39	3,92	2,46	2,96	2,9	2,6	2,4	2,7	2,67	2,3	3,0	3,02
4,33	2,8	4,5	2,1	4,58	2,63	4,39	3,92	2,46	2,96	2	2	7	0	2,67	2,3	3,0	3,02

Lampiran 6 – Hasil Output SPSS 20.0

a. Hasil Uji Regresi Berganda Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,013	2,341		5,132	,000
Citra Merek	,766	,086	,670	8,926	,000

Sumber: Olah data SPSS 20.0 terlampir, 2022

b. Hasil Uji Asumsi Klasik

- **Uji Normalitas**

Uji Normalitas dengan Uji Kolmogorov - Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

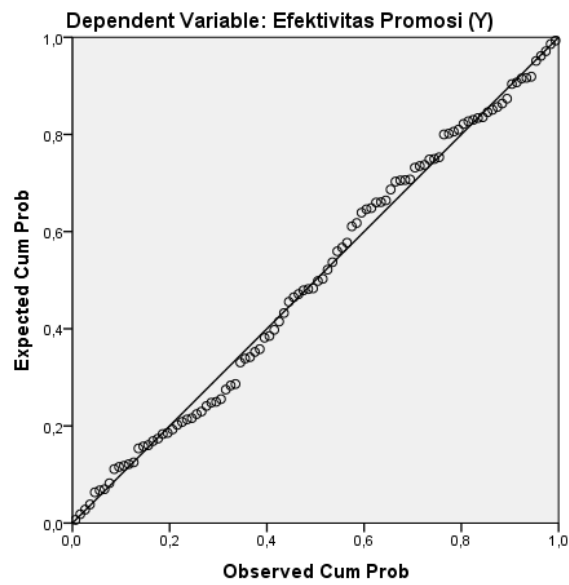
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3,34684193
	Absolute	,057
Most Extreme Differences	Positive	,057
	Negative	-,048
Kolmogorov-Smirnov Z		,566
Asymp. Sig. (2-tailed)		,906

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Sumber: Olah data SPSS 20.0 terlampir, 2022

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



- Uji Heteroskedastisitas

Correlations

		Citra Merek	Abs_RES
Spearman's rho	Correlation Coefficient	1,000	,079
	Citra Merek Sig. (2-tailed)	.	,436
	N	100	100
	Correlation Coefficient	,079	1,000
	Abs_RES Sig. (2-tailed)	,436	.
	N	100	100

Sumber: Olah data SPSS 20.0 terlampir, 2022

- Analisis Koefisien Korelasi

Correlations			
		Citra Merek (X)	Keputusan Pembelian (Y)
Citra Merek (X)	Pearson Correlation	1	,670**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Keputusan Pembelian (Y)	Pearson Correlation	,670**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

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

Sumber: Olah data SPSS 20.0 terlampir, 2022

- Hasil Analisis Determinasi Simultan

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,670 ^a	,448	,443	3,364

a. Predictors: (Constant), Citra Merek

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

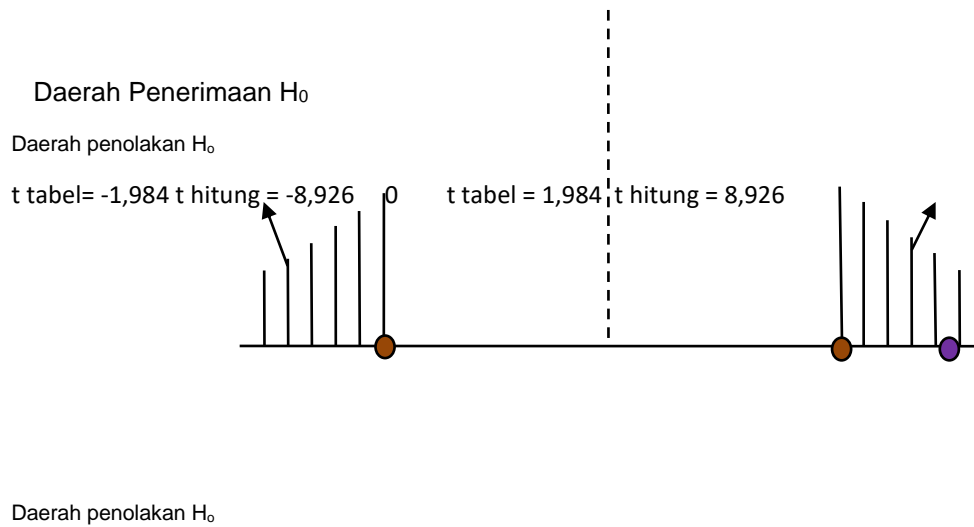
Sumber: Olah data SPSS 20.0 terlampir, 2022

- Uji Hipotesis

❖ Uji Hipotesis (Uji – T)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	12,013	2,341		5,132	,000
Citra Merek	,766	,086	,670	8,926	,000

Sumber: Olah data SPSS 20.0 terlampir, 2022



Gambar 4.10