

DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha, 2003, *Azas-azas Marketing*, Liberty, Yogyakarta.
- Bob Sabran 2009. *Manajemen Pemasaran*, Erlangg: Jakarta
- Catur E. Rismiati dan Ig. Bondan Suratno, 2001, *Pemasaran Barang Dan Jasa*, Kanisius, Yogyakarta
- Fitria Engla Sagita, 2013, Pengaruh Brand Image dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Produk Kentucky Fried Shicken (KFC) Di Cabang Bakso Grand Mall Oleh Mahasiswa Negeri Padang, *Junral ekonomi Universitas Padang*..
- Hendra Noky Anrianto, Idris, 2013, Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Jenis MPV Merek Toyota Kijang Innova di Semarang, *Diponegoro Journal of Management*, Vol. 2 No. 3 Tahun 2013.
- Hendry Simamora, 2004, *Manajemen Pamasaran*, Gramedia, Jakarta.
- Ida Ayu Harmaita Wijayanti, 2013, Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Perilaku Pembelian Handphone Blackberry Dengan Merek sebagai Pemoderasi, *Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Bali.
- Imam Ghozali, 2005, *Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*, Edisi Ketiga, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kotler, Philip. 2009, *Manajemen Pemasaran : Analisis, Perencanaan dan Pengendalian Jilid II*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, and Keller, 2007, *Marketing Management: The Millenium Edition*. Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall, Inc.
- Mandey, Sylvia L. 2009. *Pengaruh Faktor Gaya hidup Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Vol6(1) 2009:92-100
- Marwan Asri, 2000, *Manajemen Pemasaran*, BPFE, Yogyakarta.
- Masri Singarimbun, Dan Sofyan Effendi, 2001, *Metode Penelitian Survey*, Edisi ke Keempat, LP3ES, Jakarta.
- Plumer, Joseph. 2007. *The Online Advertising Book*. Son's Inc

Rambat Lumpiyoadi, 2008, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Salemba, Jakarta.

Sugiyono, 2004, *Metode Penelitian Bisnis*, Alfabeta Bandung.

William J. Stanton, 2002, *Prinsip Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.

Jurnal:

Andi Suryanandi, 2011, Pengaruh Gaya Hidup, Fitur dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Balckberry Curve 9300, *Jurnal Ilmu Manajemen* Volume 1 No. 1 Januari 2013.

Cristian Lasander, 2013, Citra Merek, Kualitas Produk, dan Promosi Pengaruhnya Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Makanan Tradisional, *Jurnal EMBA* vol. 1 No. 3 September 2013. ISSN 2303-1174.

Dahmiri, 2009, Pengaruh Bauran Penjualan Eceran (Retailed Mix) Terhadap Citra Departement Store (Studi Pada Ramayana Departement Store Kota Jambi), *Jurnal Manajemen Pemasaran Modern* Vol. No. 1 Januari-Juni 2009.

Dian Ayu Puspita ardy, 2013, Pengaruh Gaya Hidup, Fitur dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Balckberry Curve 9300. *Jurnal Ilmu Manajemen* Vol. 1 Nom. 1 Januari 2013..

Nila Kusuma Dewi, dkk, 2012, Pengaruh Iklan, Citra Merek dan Kepuasan Konsumen Terhadap Loyalitas Konsumen Dalam Menggunakan Vaseline Hand Body Lotion di Kota Padang (Studi Kasus di Universitas Cabang Padang), *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Vol 3 No. 2 Mei 2012 ISSN : 2086-5031.

Sunarto dalam sylvya. 2009. *Pengertian Prestasi belajar*. Jurnal. 3April 2010

Sumarwan dan Listyorini. 2012. *Pengaruh Periklanan Hubungan Masyarakat dan Gaya hidup Terhadap Ekuitas Merek* . Jurnal Manajemen

Zhu, Feng and Zhang, Xiaoquan, 2010, Impact of Online Consumer Rviews on Sales: The Moderating Role of Product and Consumer Characteristics, *Journal of Marketing* Vol. 74 (March 2010).

KUESIONER

PENGARUH GAYA HIDUP DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE APPLE PADA MAHASISWA PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI MEDAN AREA

Bapak/Ibu, Saudara/I responden yang terhormat, dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian dan kepentingan ilmiah, saya mohon kesediannya menjawab dan mengisi beberapa pertanyaan dari kuesioner yang diberikan di bawah ini.

I DATA RESPONDEN (No. Responden:)

1. Nama : _____
2. Usia : a. 20 - 25 Thn b. 26 - 30 Thn c. 31 – 35 Thn d. > 36 Thn
3. Jenis kelamin : a. Pria b. Wanita
4. Pendidikan : a. SMU b. D3 c. S1 d. S2

II PETUNJUK PENGISIAN

Berilah tanda contreng /*checklist* (✓) pada kolom yang anda anggap sesuai. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban.

Keterangan :

- | | | |
|-----|-----------------------|------------------|
| SS | = Sangat Setuju | (diberi nilai 5) |
| S | = Setuju | (diberi nilai 4) |
| RR | = Ragu-Ragu | (diberi nilai 3) |
| TS | = Tidak Setuju | (diberi nilai 2) |
| STS | = Sangat Tidak Setuju | (diberi nilai 1) |

III DAFTAR PERNYATAAN

1. VARIABEL BEBAS GAYA HIDUP (X1)

NO	KETERANGAN	SS	S	RR	TS	STS
1	Memakai <i>Iphone</i> menambah kepercayaan diri saya ketika bergaul					
2	<i>Iphone</i> memberikan saya ketertarikan tersendiri dari produk Handphone lainnya.					
3	Menggunakan <i>Iphone</i> menunjang penampilan saya menjadi lebih berkelas					

2. VARIABEL BEBAS CITRA MEREK (X₂)

NO	KETERANGAN	SS	S	RR	TS	STS
4	saya memakai <i>iphone</i> karena mereknya sudah dikenal dan kualitasnya bagus					
5	Menggunakan <i>Iphone</i> Lebih membuat saya percaya diri					
6	<i>Iphone</i> memiliki tampilan yang kelas dan menarik					

3. VARIABEL TERIKAT KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO	KETERANGAN	SS	S	RR	TS	STS
7	Saya mengevaluasi beberapa merek smartphone sebelum akhirnya membeli <i>iphone</i>					
8	Saya mengambil keputusan membeli <i>iphone</i> karena telah membandingkannya dengan merek lain					
9	Saya yakin <i>Iphone</i> memiliki kualitas yang terjamin baik					
10	Saya membeli <i>iphone</i> karena lingkungan Saya banyak yang menggunakan <i>iphone</i>					
11	Saya akan terus menggunakan <i>iphone</i> karena kualitas dan fiturnya bagus.					

Terima kasih atas bantuan Bapak/Ibu, Saudara/Saudari yang telah mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan kerja samanya Saya ucapkan Terima Kasih banyak

LAMPIRAN

DISTRIBUSI JAWABAN RESPONDEN UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

No.	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4
7	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
9	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5
10	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4
14	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4



Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	3



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	12.67	1.952	.803	.776
VAR00002	12.73	1.781	.727	.802
VAR00003	12.67	2.238	.554	.868

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.936	3



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00004	12.93	1.781	.727	.802
VAR00005	16.87	4.124	.769	.933
VAR00006	16.87	3.981	.856	.919

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	15	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	15	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	5



Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00007	17.13	3.695	.805	.928
VAR00008	16.87	3.981	.856	.919
VAR00009	17.07	3.352	.906	.909
VAR00010	12.93	2.352	.638	.802
VAR00011	12.80	2.029	.811	.725

Hasil Jawaban Responden

No.	Gaya Hidup			Total Skor	Citra Merek			Total Skor	Keputusan Pembelian					Total Skor
	P1	P2	P3		P1	P2	P3		P1	P2	P3	P4	P5	
1	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	4	4	21
2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
3	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	5	4	5	22
4	4	4	5	13	4	5	4	13	4	5	5	5	4	23
5	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	4	5	4	21
6	5	5	5	15	4	5	4	13	4	4	4	5	4	21
7	5	4	4	13	4	5	5	14	4	5	4	5	4	22
8	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	5	4	21
10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	5	4	21
12	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	5	4	4	22
13	3	4	4	11	4	4	5	13	5	5	5	4	4	23
14	3	4	4	11	5	5	4	14	4	4	4	4	4	20
15	4	5	5	14	5	4	4	13	4	5	5	5	5	24
16	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
17	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	5	5	22
18	4	4	5	13	5	4	5	14	4	4	5	5	4	22
19	3	5	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
20	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	4	5	5	24
21	4	4	5	13	5	5	4	14	5	5	5	5	4	24
22	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
23	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	4	5	5	24
24	5	5	5	15	4	5	5	14	4	5	5	5	5	24
25	5	5	5	15	4	5	5	14	4	5	4	5	5	23
26	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	5	5	4	22
27	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
28	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	5	5	24
29	5	5	4	14	5	5	5	15	4	5	5	4	5	23
30	5	4	4	13	4	5	4	13	5	4	5	4	5	23
31	5	4	4	13	4	5	4	13	5	4	5	4	4	22

32	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	4	4	21
33	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	5	21
34	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	5	4	5	22
35	4	4	5	13	4	5	4	13	4	5	5	5	4	23
36	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	4	5	4	21
37	5	5	5	15	4	5	4	13	4	4	4	5	4	21
38	5	4	4	13	4	5	5	14	4	5	4	5	4	22
39	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
40	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	5	4	21
41	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	4	20
42	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	5	4	21
43	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	5	4	4	22
44	3	4	4	11	4	4	5	13	5	5	5	4	4	23
45	3	4	4	11	5	5	4	14	4	4	4	4	4	20
46	4	5	5	14	5	4	4	13	4	5	5	5	5	24
47	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
48	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	5	5	22
49	4	4	5	13	5	4	5	14	4	4	5	5	4	22
50	3	5	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
51	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	4	5	5	24
52	4	4	5	13	5	5	4	14	5	5	5	5	4	24
53	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
54	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	4	5	5	24
55	5	5	5	15	4	5	5	14	4	5	5	5	5	24
56	5	5	5	15	4	5	5	14	4	5	4	5	5	23
57	4	4	4	12	4	5	5	14	4	4	5	5	4	22
58	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
59	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	5	5	24
60	5	5	4	14	5	5	5	15	4	5	5	4	5	23

Frequency Table

p1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	10.0	10.0	10.0
	4	32	53.3	53.3	63.3
	5	22	36.7	36.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

p2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	38	63.3	63.3	63.3
	5	22	36.7	36.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

p3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	32	53.3	53.3	53.3
	5	28	46.7	46.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

p4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	34	56.7	56.7	56.7
	5	26	43.3	43.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

p5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	28	46.7	46.7	46.7
	5	32	53.3	53.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

p6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	34	56.7	56.7	56.7
	5	26	43.3	43.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

p7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	36	60.0	60.0	60.0
	5	24	40.0	40.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

p8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	30	50.0	50.0	50.0
	5	30	50.0	50.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

p9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	30	50.0	50.0	50.0
	5	30	50.0	50.0	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

p10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	20	33.3	33.3	33.3
	5	40	66.7	66.7	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

p11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4	31	51.7	51.7	51.7
	5	29	48.3	48.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

Regression

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Produktivitas Kerja	17.98	1.467	60
Motivasi	17.53	1.420	60
Kompensasi	22.37	1.756	60

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kompensasi, Motivasi ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Produktivitas Kerja

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.799 ^a	.639	.626	.897	1.620

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Gaya Hidup

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	81.105	2	40.552	50.383	.000 ^a
	Residual	45.878	57	.805		
	Total	126.983	59			

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Gaya Hidup

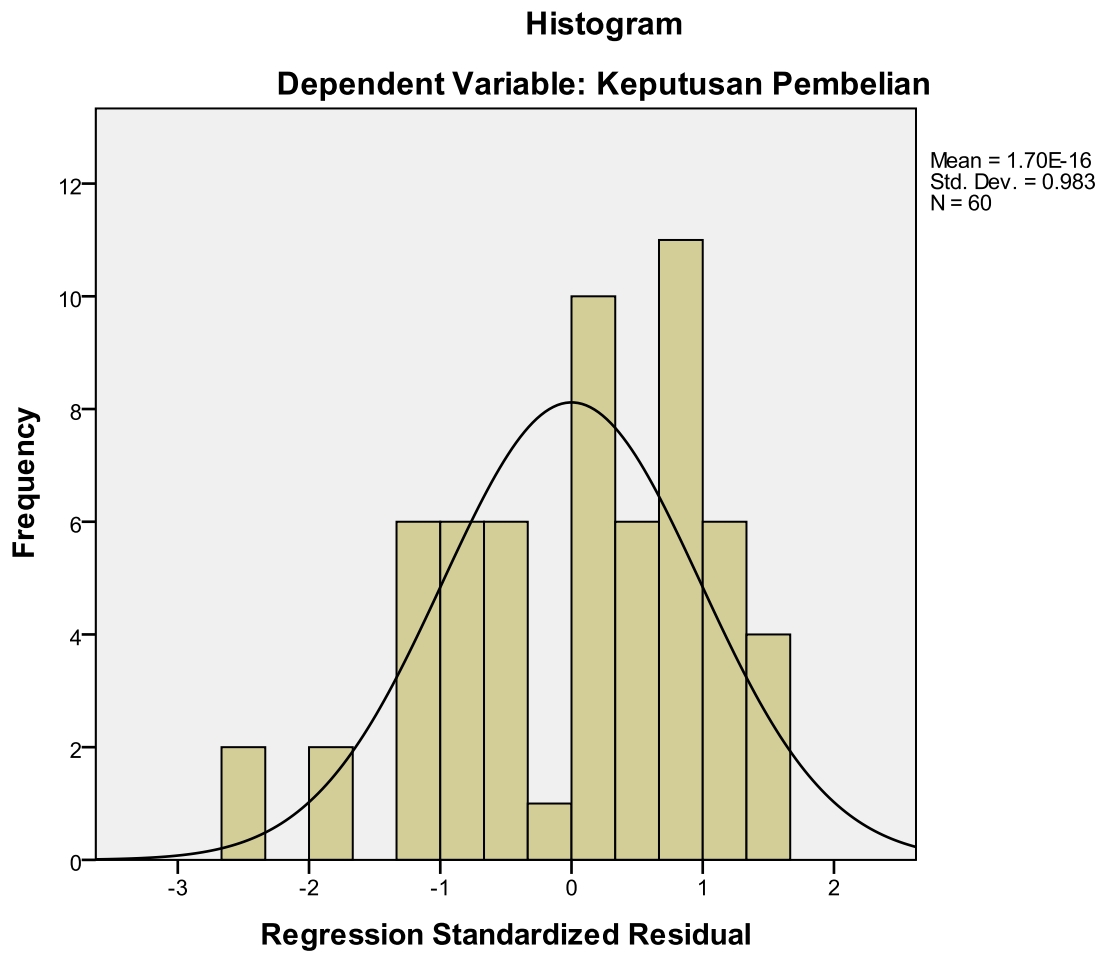
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.480	1.679		.882	.382		
	Gaya Hidup	.604	.097	.585	6.218	.000	.717	1.395
	Citra Merek	.264	.079	.316	3.365	.001	.717	1.395

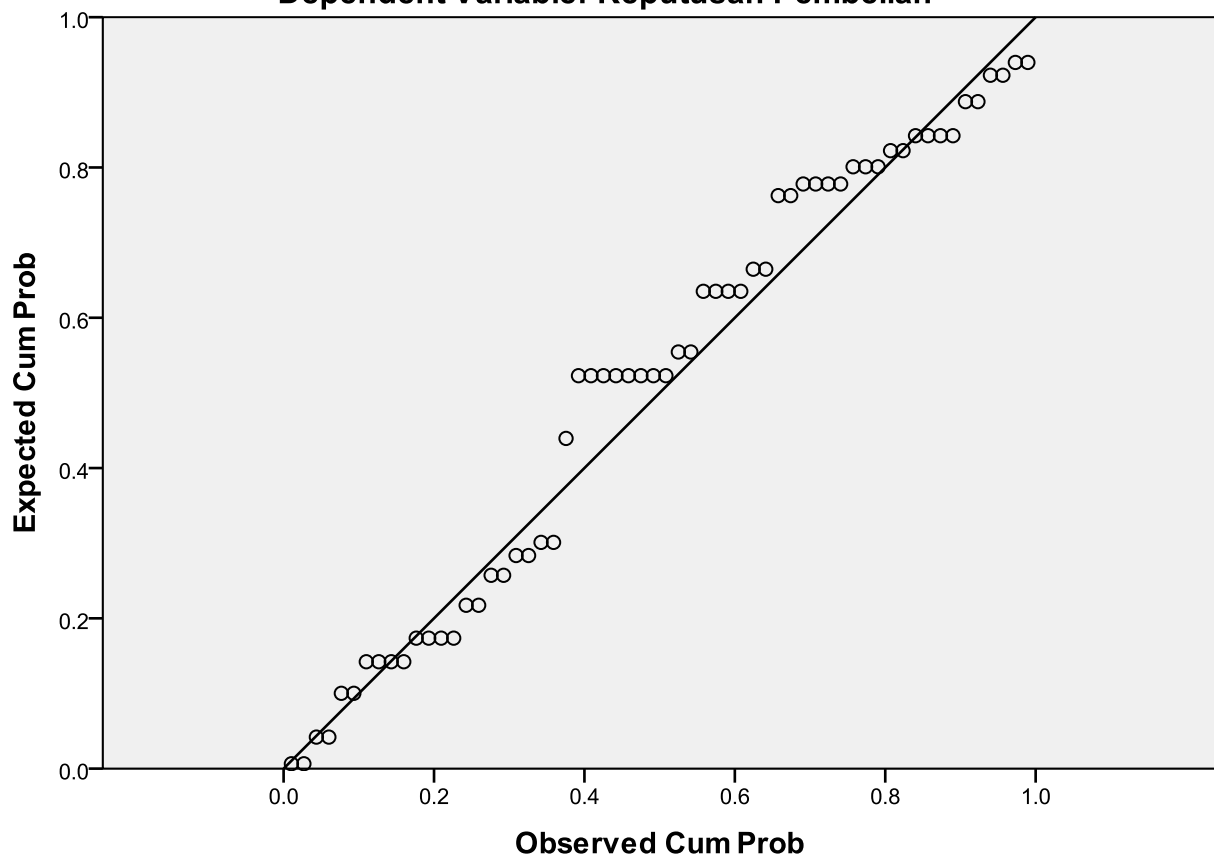
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Scatterplot

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

