

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

- Achmad. Z (2009), **Aplikasi Pemasaran dan Salesmanship**. Penerbit : Mitra Wacana Media, Jakarta
- Amirullah (2010), **Pemasaran dan Strateginya**. Bandung: CV. Graha Ilmu.
- Ghozali, Imam. (2010). **Aplikasi Analisa Multivariate dengan Program SPSS**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Keller. G (2009). **Marketing dan Suctomer-Centered: Sebuah Dikotomi Untuk Mencapai Customer Loyalty**, Usahawan No. 03 Th. XXVI Maret.
- Kotler, Philip alih bahasa Sindoro (2009). **Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan dan Pengendalian**. Jakarta. Terjemahan Ellen Gunawan. Edisi Ketujuh. Jilid I. Erlangga.
- Kuncoro, Mudrajat (2006), **Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi**. Jakarta : Erlangga
- Kurniawan (2015), **Marketing Mix**. Jakarta : Penerbit PT. Raja Grafindo Persada
- Marius (2011), **Dasar-dasar Pemasaran**. Jakarta: PT. Raja Grafindo
- Rangkuti, Freddy (2009). **The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek**. Cetakan III, Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Rahman, Arif (2010). **Strategi Dahsyat Marketing Mix for Small Business Cara Jitu Merontokan Pesaing**. Cetakan Pertama Jakarta : Trans Media Pustaka
- Riyani (2009), **Manajemen Pemasaran**” Jakarta; PT. RajaGrafindo Persada
- Rochaety, Ety Ratih Tresnati dan H. Abdul Madjid Latief, (2009), **Metodologi Penelitian Bisnis Dengan Menggunakan Aplikasi SPSS**, Mitra Wacana Media, Jakarta
- Sugiyono. (2009). **Metode Penelitian Bisnis**, Bandung, Cetakan Kedelapan, Penerbit CV.Alfabeta.
- Supranto. J (2011). **Pengukuran Tingkat Kepuasan Pelanggan**. Jakarta : Rineka Cipta
- Tanuwidjaya (2009), **Pemasaran Produk dan Jasa**. Edisi Revisi, Cetakan Kesebelas. Jakarta: Penerbit Grasindo.

Jurnal :

Keller. G (2009). **Marketing Dan Customer-Centered: Sebuah Dikotomi Untuk Mencapai Customer Loyalty**, Usahawan No. 03 Th. XXVI Maret.

Kumala, Octaviantika Benazir. (2012). **Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan pembelian Konsumen Pada Tune Hotels Kuta Bali**. Skripsi. Universitas Indonesia, Jakarta

Novirina (2012). **Analisis pengaruh citra merek, kualitas produk dan harga terhadap keputusan pembelian produk Oriflame**.

Prawira dan Yasa (2013). **Pengaruh kualitas produk, citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian smart phone Samsung di Kota Denpasar**.

Sari, Ratna Dwi Kartika. (2012). **Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas produk, dan Word Of Mouth Communication Terhadap Keputusan Pembelian Mebelian pada CV. Mega Jaya Mebel Semarang**. Skripsi. Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Diponegoro

Sagita (2012). **Pengaruh brand image dan harga terhadap keputusan pembelian ulang produk Kentucky Fried Chiken (KFC) Cabang Bakso Grand Mall oleh mahasiswa Universitas Negeri Padang**.

Website :

Kementrian Perindustrian. www.kemenperin.go.id. diakses, 11 September 2016.

Lampiran

Lampiran 1. *Qustoner*

Medan, 2016

Kepada Yth, Bapak/Ibu
Konsumen *Indihome*
di

Kota Langsa

Perihal : Permohonan Menjadi Responden Penelitian

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : DWI DIAN UTARI
NPM : 128320301

Saya adalah mahasiswa Jurusan Manajemen Universitas Medan Area. Saat ini sedang melakukan penelitian dengan judul penelitian adalah : **"Pengaruh *Brand image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian IndiHome Pada PT.Telkom Langsa"**

Saya memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini. Saya menyadari permohonan ini sedikit banyak akan mengganggu ketenangan/kegiatan Bapak/Ibu. Saya akan menjamin kerahasiaan dari semua jawaban/opini yang telah Bapak/Ibu berikan. Penelitian ini semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penyelesaian skripsi saya, dan hanya ringkasan dari analisis yang akan dipublikasikan. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu untuk mengisi dan mengembalikan kuesioner ini saya mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya.

Hormat Saya,

(DWI DIAN UTARI)

PETUNJUK PENGISIAN ANGKET:

1. Berikanlah jawaban singkat pada bagian pertanyaan identitas responden yang membutuhkan jawaban tertulis Bapak/Ibu
2. Berikanlah tanda checklist (√) pada kolom yang Bapak/Ibu anggap Setuju dengan jawaban pada Bapak/Ibu.

Identitas Responden

| | | |
|-----------------------|---|--|
| 1. No. Responden | : | _____ |
| 2. Usia | : | _____ Tahun |
| 3. Jenis Kelamin | : | <input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Perempuan |
| 4. Status | : | <input type="checkbox"/> Menikah <input type="checkbox"/> Belum Menikah |
| 5. Agama | : | <input type="checkbox"/> Islam <input type="checkbox"/> Kristen <input type="checkbox"/> Hindu <input type="checkbox"/> Budha |
| 6. Penghasilan | : | Rp. _____ |
| 7. Tingkat Pendidikan | : | <input type="checkbox"/> S2 <input type="checkbox"/> S1 <input type="checkbox"/> D3 <input type="checkbox"/> SLTA <input type="checkbox"/> Lainnya |

Brand Image (X₁)

| No | Pernyataan | Opsi Jawaban | | | | |
|----|---|---------------|--------|---------------|--------------|---------------------|
| | | Sangat Setuju | Setuju | Kurang Setuju | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
| | | 5 | 4 | 3 | 2 | 1 |
| 1 | Produk Indihome memiliki citra merek yang terkenal dari Telkom | | | | | |
| 2 | Indihome merupakan produk yang terpercaya aman digunakan dan tidak sulit digunakan | | | | | |
| 3 | Produk Indihome terkesan profesional karena mempunyai karakteristik atau ciri khas yang menarik dan cocok digunakan pada segala jenis usia. | | | | | |
| 4 | Produk Indihome terkesan profesional dilihat dari merek yang sudah terkenal dari Telkom. | | | | | |
| 5 | Produk Indihome memiliki kesan yang modern dikalangan pemakainya. | | | | | |
| 6 | Walaupun perangkatnya sederhana namun produk Indihome terkesan modern. | | | | | |
| 7 | Produk Indihome sudah populer di seluruh Indonesia. | | | | | |
| 8 | Populeritas Indihome sudah diakui di dunia telekomunikasi. | | | | | |



Kualitas Produk (X₂)

| No | Pernyataan | Jawaban | | | | |
|----|---|---------------|--------|---------------|--------------|---------------------|
| | | Sangat Setuju | Setuju | Kurang Setuju | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
| 1 | Bentuk atau tampilan produk Indihome menarik dan disukai banyak orang. | | | | | |
| 2 | Indihome mudah di gunakan dan praktis. | | | | | |
| 3 | Indihome memiliki keistimewaan jangkauan jaringan yang luas. | | | | | |
| 4 | Indihome dapat digunakan sebagai media internet <i>browsing</i> maupun TV online. | | | | | |
| 5 | Mutu Indihome sesuai dengan harganya. | | | | | |
| 6 | Mutu Indihome sesuai dengan indikasi penggunaan yang tertera pada label kemasan. | | | | | |
| 7 | Indihome memiliki daya tahan yang baik karena dirancang dengan moderen. | | | | | |
| 8 | Indihome dapat diandalkan karena sudah banyak digunakan. | | | | | |



Keputusan Pembelian (Y)

| No | Pernyataan | Opsi Jawaban | | | | |
|----|--|---------------|--------|---------------|--------------|---------------------|
| | | Sangat Setuju | Setuju | Kurang Setuju | Tidak Setuju | Sangat Tidak Setuju |
| 1 | Saya membeli Produk Indihome karena sadar akan kualitas yang dijanjikan. | | | | | |
| 2 | Saya membeli Produk Indihome karena sadar produknya aman digunakan. | | | | | |
| 3 | Saya berminat membeli produk Indihome karena produknya sudah teruji di dalam maupun luar negeri. | | | | | |
| 4 | Saya berminat membeli Indihome karena kebutuhan akan browsing internet. | | | | | |
| 5 | Saya selalu mengevaluasi produk Indihome dengan produk yang lain sebelum membeli. | | | | | |
| 6 | Saya selalu mengevaluasi perkembangan setelah menggunakan produk Indihome. | | | | | |
| 7 | Saya berniat membeli produk Indihome karena ingin mencoba saja. | | | | | |
| 8 | Saya ingin membeli produk Indihome karena banyak teman-teman yang sudah mencobanya. | | | | | |
| 9 | Saya akan merekomendasikan kepada teman dan keluarga setelah menggunakan Indihome | | | | | |
| 10 | Saya akan menggunakan selalu Indihome setelah lama berlangganan. | | | | | |

Lampiran 2.

Variabel *Brand Image* (X1)

| No. | Jawaban Responden | | | | | | | | Total |
|-------|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Res | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | Skor |
| 1 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 33 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 31 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 7 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 28 |
| 8 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 11 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 14 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 15 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 38 |
| 16 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 35 |
| 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 35 |
| 19 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 37 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 37 |
| 21 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 22 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 24 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 35 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 35 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 33 |
| 33 | 4 | 5 | 4 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 34 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 35 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 36 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 32 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 3 | 5 | 3 | 5 | 3 | 28 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 30 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 29 |
| 42 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 35 |
| 43 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 44 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| Total | 194 | 184 | 193 | 192 | 199 | 193 | 201 | 195 | 1.551 |

Sumber : Hasil Penelitian Angket Tahun 2016

Lampiran 3

Variabel Kualitas (X2)

| No. | Jawaban Responden | | | | | | | | Total |
|-------|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Res | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | Skor |
| 1 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 36 |
| 2 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 35 |
| 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 37 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 35 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 34 |
| 6 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 36 |
| 7 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 39 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 9 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 34 |
| 10 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 35 |
| 11 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 34 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 13 | 4 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |
| 14 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 37 |
| 15 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 35 |
| 16 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 34 |
| 17 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 35 |
| 18 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 36 |
| 19 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 36 |
| 21 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 3 | 30 |
| 23 | 5 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 29 |
| 24 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 38 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 26 | 4 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 3 | 4 | 31 |
| 27 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39 |
| 28 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 37 |
| 29 | 3 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 34 |
| 30 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 37 |
| 31 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 32 | 4 | 3 | 4 | 3 | 5 | 5 | 5 | 4 | 33 |
| 33 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 38 |
| 34 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 37 |
| 35 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 35 |
| 36 | 4 | 3 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 37 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 36 |
| 38 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 39 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 39 |
| 40 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 37 |
| 41 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39 |
| 42 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 38 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 40 |
| 44 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 37 |
| 45 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 39 |
| Total | 200 | 200 | 204 | 199 | 204 | 203 | 198 | 198 | 1.606 |

Sumber : Hasil Penelitian Angket Tahun 2016

Lampiran 4

Variabel Keputusan (Y)

| No. | Jawaban Responden | | | | | | | | | | Total |
|-------|-------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-------|
| Res | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | Skor |
| 1 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 3 | 3 | 41 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 39 |
| 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 39 |
| 6 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 7 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 36 |
| 8 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 46 |
| 9 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 10 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 11 | 4 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 39 |
| 12 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 40 |
| 13 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 39 |
| 14 | 4 | 3 | 4 | 5 | 3 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 37 |
| 15 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 3 | 44 |
| 16 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 43 |
| 17 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 45 |
| 18 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 5 | 4 | 5 | 44 |
| 19 | 4 | 4 | 5 | 2 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 44 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 47 |
| 21 | 5 | 4 | 5 | 3 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 46 |
| 22 | 5 | 4 | 2 | 2 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 37 |
| 23 | 2 | 4 | 5 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 37 |
| 24 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 45 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 26 | 2 | 4 | 4 | 2 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 2 | 36 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 40 |
| 28 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 29 | 4 | 4 | 2 | 2 | 2 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 36 |
| 30 | 4 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 45 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 32 | 4 | 4 | 2 | 2 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 5 | 36 |
| 33 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 47 |
| 34 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 48 |
| 35 | 4 | 4 | 2 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 41 |
| 36 | 4 | 4 | 2 | 2 | 5 | 4 | 2 | 4 | 4 | 4 | 35 |
| 37 | 3 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 5 | 3 | 4 | 4 | 41 |
| 38 | 4 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 45 |
| 39 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 50 |
| 40 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 47 |
| 41 | 4 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 42 |
| 42 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 46 |
| 43 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 49 |
| 44 | 5 | 4 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 47 |
| 45 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 5 | 44 |
| Total | 190 | 185 | 192 | 188 | 193 | 193 | 199 | 195 | 186 | 197 | 1.918 |

Sumber : Hasil Penelitian Angket Tahun 2016

**Lampiran 5. Uji Validitas dan Reliabilitas
Variabel *Brand image***

Reliability

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .826 | 8 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| q1 | 30.1556 | 7.998 | .762 | .778 |
| q2 | 30.3778 | 8.831 | .332 | .839 |
| q3 | 30.1778 | 7.968 | .788 | .776 |
| q4 | 30.2000 | 8.936 | .376 | .829 |
| q5 | 30.0444 | 8.862 | .362 | .832 |
| q6 | 30.1778 | 7.968 | .788 | .776 |
| q7 | 30.0000 | 8.773 | .383 | .829 |
| q8 | 30.1333 | 7.891 | .789 | .774 |

Variabel Kualitas Produk

Reliability

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .674 | 8 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| q9 | 31.2444 | 5.962 | .360 | .645 |
| q10 | 31.2444 | 5.643 | .443 | .625 |
| q11 | 31.1556 | 5.907 | .338 | .649 |
| q12 | 31.2667 | 5.564 | .362 | .645 |
| q13 | 31.1556 | 5.771 | .352 | .646 |
| q14 | 31.1778 | 5.831 | .329 | .652 |
| q15 | 31.2889 | 5.710 | .382 | .639 |
| q16 | 31.2889 | 5.892 | .352 | .646 |

Variabel Keputusan beli

Reliability

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .762 | 10 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| q17 | 38.4000 | 15.427 | .575 | .722 |
| q18 | 38.5111 | 16.983 | .418 | .745 |
| q19 | 38.3556 | 14.007 | .604 | .712 |
| q20 | 38.4444 | 14.798 | .379 | .758 |
| q21 | 38.3333 | 15.909 | .316 | .762 |
| q22 | 38.3333 | 16.682 | .514 | .736 |
| q23 | 38.2000 | 16.527 | .337 | .754 |
| q24 | 38.2889 | 16.256 | .596 | .727 |
| q25 | 38.4889 | 17.028 | .394 | .747 |
| q26 | 38.2444 | 16.734 | .348 | .752 |



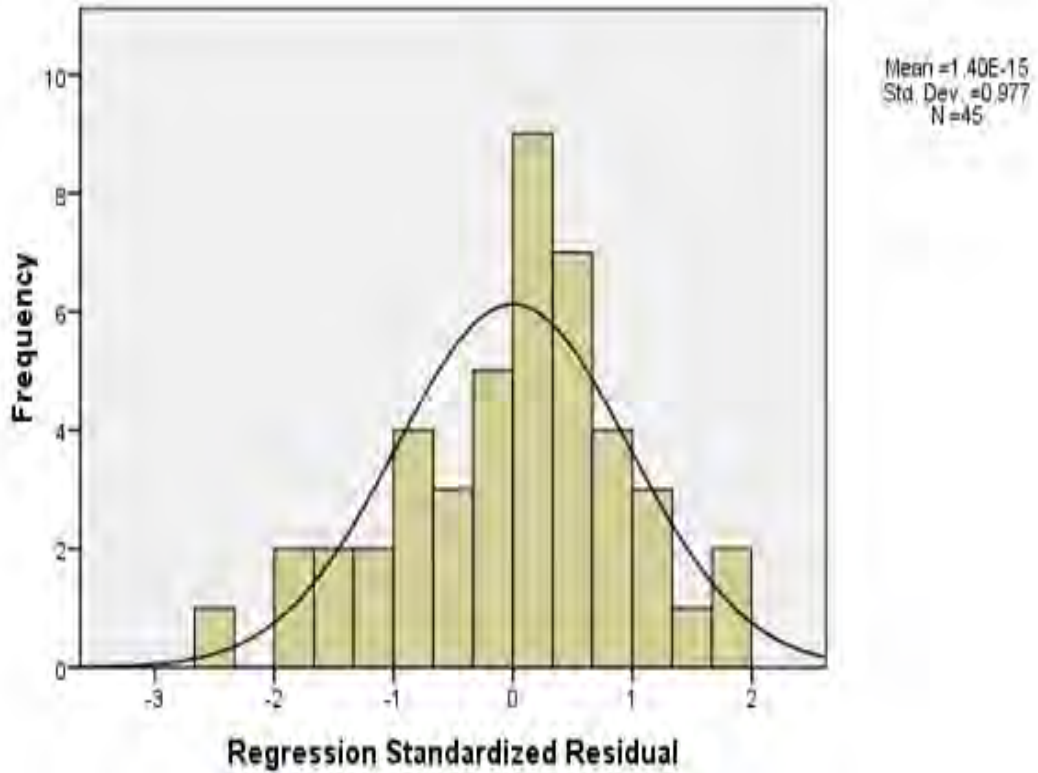
Lampiran 6.
Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas Data

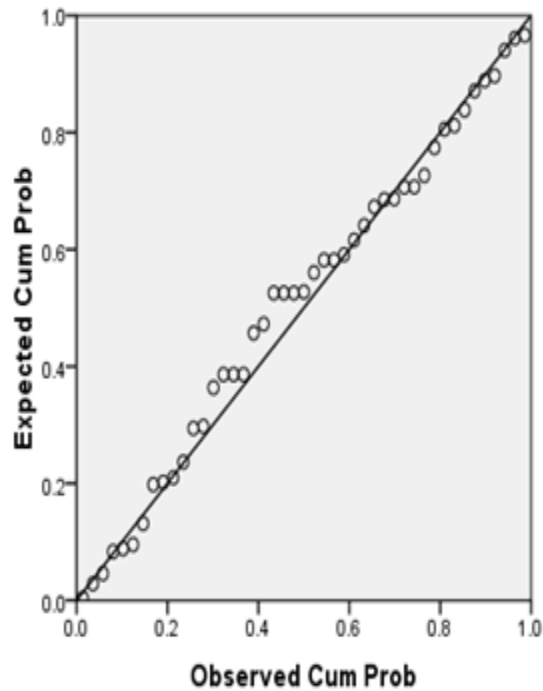
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Bran Image | Kualitas Produk | Keputusan |
|---------------------------------|----------------|------------|-----------------|-----------|
| N | | 45 | 45 | 45 |
| Normal Parameters ^a | Mean | 34.4667 | 35.6889 | 42.6222 |
| | Std. Deviation | 3.27247 | 2.68686 | 4.39157 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .108 | .109 | .090 |
| | Positive | .108 | .087 | .089 |
| | Negative | -.092 | -.109 | -.090 |
| Kolmogorov-Smirnov Z | | .723 | .734 | .602 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .672 | .654 | .861 |
| a. Test distribution is Normal. | | | | |

Histogram



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Uji Multikolinieritas

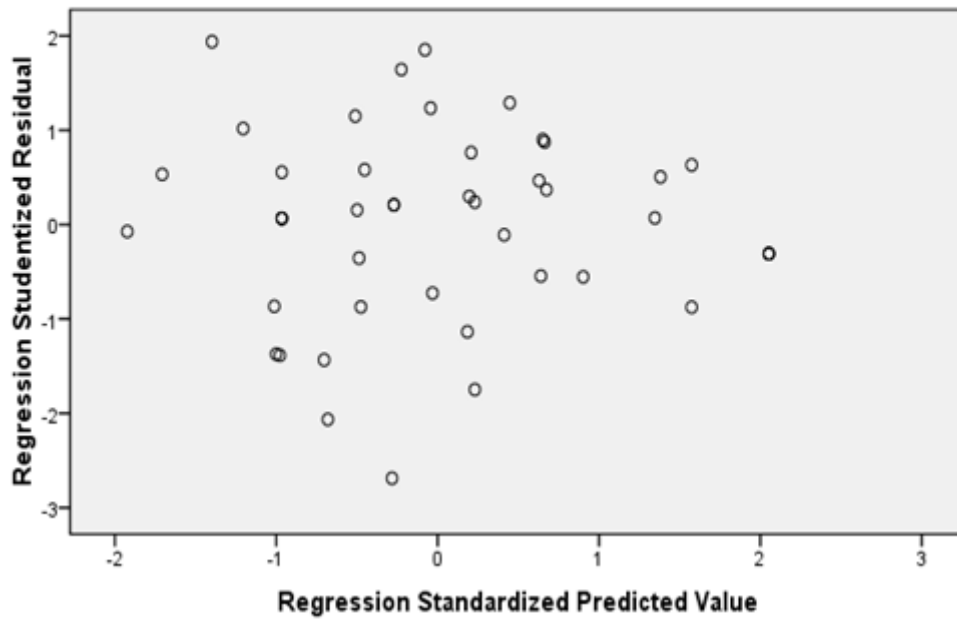
Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | Collinearity Statistics | |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | -21.113 | 5.266 | | | |
| | Bran Image | .886 | .096 | .660 | .999 | 1.001 |
| | Kualitas Produk | .931 | .117 | .569 | .999 | 1.001 |

a. Dependent Variable: Keputusan

3. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Lampiran 7.

Uji Hipotesis

1. Uji F

ANOVA^p

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 665.278 | 2 | 332.639 | 76.218 | .000 ^a |
| | Residual | 183.300 | 42 | 4.364 | | |
| | Total | 848.578 | 44 | | | |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Bran Image

b. Dependent Variable: Keputusan

2. Uji t dan Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|-----------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | -21.113 | 5.266 | | -4.009 | .000 |
| | Bran Image | .886 | .096 | .660 | 9.197 | .000 |
| | Kualitas Produk | .931 | .117 | .569 | 7.935 | .000 |

a. Dependent Variable: Keputusan

3. Uji Determinasi

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .885 ^a | .784 | .774 | 2.08909 |

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Bran Image

b. Dependent Variable: Keputusan