

**PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PRODUK IPHONE PADA DEWASA AWAL**



Oleh:

Fildza Angolia Zhafarina Nasution

1801617201

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar
Sarjana Psikologi**

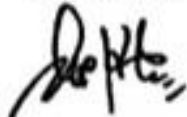
**PROGRAM STUDI PSIKOLOGI
FAKULTAS PENDIDIKAN PSIKOLOGI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING
DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI**

Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone pada Dewasa Awal

Nama Mahasiswa : Fildza Angolia Zhafarina Nasution
 NIM : 1801617201
 Program Studi : Psikologi
 Tanggal Ujian : 28 Januari 2021

Pembimbing I



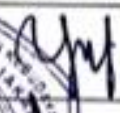
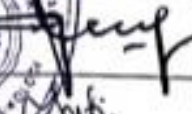

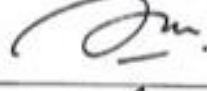
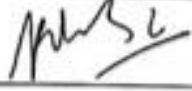
Dwi Kencana Wulan, M.Psi
 NIP. 198212122014042001

Pembimbing II



Erik, M.Si
 NIDK. 8844660018

Panitia Ujian Sidang Skripsi

Nama	Tandatangan	Tanggal
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi (Penanggungjawab)*		22/2-2021.
Dr. Gungum Gumelar, M.Si (Wakil Penanggungjawab)*		23/02/21
Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi (Ketua Penguji)***		18 Februari 2021
Dr. Lussy Dwiutami Wahyuni, M.Pd (Anggota)****		18 Februari 2021
Rahmadianty Gazadinda, M.Sc (Anggota)****		18 Februari 2021

Catatan:

- * Dekan FPPsi
- ** Wakil Dekan I
- *** Ketua Penguji
- **** Dosen Penguji selain pembimbing

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini, mahasiswa Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta:

Nama : Fildza Angolia Zhafarina Nasution
NIM : 1801617201
Program Studi : Psikologi

Menyatakan bahwa skripsi yang dibuat dengan judul "**Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone pada Dewasa Awal**" adalah:

1. Dibuat dan diselesaikan oleh saya sendiri, berdasarkan data yang diperoleh dari hasil penelitian pada bulan Desember 2020 sampai dengan bulan Januari 2021.
2. Bukan merupakan duplikasi skripsi/karya inovasi yang pernah dibuat orang lain atau jiplakan karya tulis orang lain dan bukan terjemahan karya tulis orang lain.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan saya bersedia menanggung segala akibat yang ditimbulkan jika pernyataan saya ini tidak benar.

Jakarta, 1 Maret 2021

Yang membuat pernyataan,

The image shows a handwritten signature in black ink over a yellow official stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem at the top, the text 'METERA TEMPEL' in the center, and the identification number '796AJX060553972' at the bottom.

(Fildza Angolia Zhafarina N)

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademik Program Studi Psikologi, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fildza Angolia Zhafarina Nasution

NIM : 1801617201

Program Studi : Psikologi

Fakultas : Pendidikan Psikologi

Jenis karya : Skripsi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul:

**“Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone
pada Dewasa Awal”**

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif ini Program Studi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada tanggal: 1 Maret 2021

Yang menyatakan,



(Fildza Angolia Zhafarina N)



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
UPT PERPUSTAKAAN

Jalan Rawamangun Muka Jakarta 13220
Telepon/Faksimili: 021-4894221
Laman: lib.unj.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai civitas akademika Universitas Negeri Jakarta, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : Fildza Angolia Zhafarina Nasution
NIM : 1801617201
Fakultas/Prodi : Psikologi
Alamat email : fildzangoliaz30@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah:

Skripsi Tesis Disertasi Lain-lain

yang berjudul:

"Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone pada Dewasa Awal"

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/memublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, 1 Maret 2021
Yang menyatakan,

(Fildza Angolia Zhafarina N)

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

*“You can’t go back and change the beginning
But you can start where you are and change the ending”*

(C. S. Lewis)

What goes around comes back around

Skripsi ini saya persembahkan untuk Mama, Ayah dan Dede yang selama ini selalu memberikan kasih sayang tiada henti, selalu ada untuk menyemangati serta memberi motivasi hingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Saya juga mempersembahkan skripsi ini untuk diri saya sendiri sebagai bentuk apresiasi karena sudah hebat dapat bertahan sampai saat ini dan selalu percaya pada kemampuan yang saya miliki.

FILDZA ANGOLIA ZHAFARINA NASUTION
PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PRODUK IPHONE PADA DEWASA AWAL

Skripsi
Jakarta: Program Studi Psikologi, Fakultas Pendidikan Psikologi
Universitas Negeri Jakarta
2021

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra merek terhadap keputusan pembelian produk iPhone pada dewasa awal. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik pengambilan sampel insidental sampling. Sampel pada penelitian ini sebanyak 523 responden. Uji analisis statistik yang digunakan untuk menguji hipotesis adalah analisis regresi linear sederhana. Berdasarkan uji hipotesis pada penelitian ini, maka hasilnya menunjukkan bahwa $F_{hitung} = 599,882 > F_{tabel} = 3,86$ dan nilai $p = 0,00 < \alpha = 0,05$. Hasil tersebut menunjukkan bahwa citra merek berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk iPhone pada dewasa awal. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh citra merek sebesar 53,5%, sedangkan sisanya (46,5%) dipengaruhi oleh variabel lain diluar penelitian ini.

Kata kunci: Citra Merek, Keputusan Pembelian, iPhone

FILDZA ANGOLIA ZHAFARINA NASUTION
THE EFFECT OF BRAND IMAGE ON IPHONE PURCHASE DECISIONS IN
EARLY ADULTHOOD

Undergraduate Thesis
Jakarta: Psychology, Faculty of Psychology Education
State University of Jakarta
2021

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of brand image on iPhone purchase decisions in early adulthood. This research uses a quantitative approach with incidental sampling technique. The sample in this research were 523 respondents. The statistical analysis that used to test the hypothesis of this research is simple linear regression analysis. Based on the hypothesis test, the results show that F value = 599,882 > F table = 3,86 and p value = 0,00 < α = 0,05. These results indicate that brand image has a positive and significant effect on iPhone purchase decisions in early adulthood. The purchase decision is influenced by brand image is equally to 53,5%, while the remaining (46,5%) is influenced by other variables that not examined in this research.

Keywords: *Brand Image, Purchase Decision, iPhone*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT karena atas rahmat dan karunia-Nya peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Produk iPhone pada Dewasa Awal”. Skripsi ini sebagai bukti pertanggungjawaban peneliti dan sebagai salah satu syarat untuk mendapatkan gelar sarjana Psikologi pada Program Studi Psikologi Universitas Negeri Jakarta.

Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan. Namun, peneliti juga menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tentu tidak terlepas dari adanya berbagai bantuan, dukungan, dan dorongan semangat dari banyak pihak. Oleh sebab itu, saya selaku peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada:

1. Ibu Prof. Dr. Yufiarti, M.Psi selaku Dekan Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
2. Bapak Dr. Gumgum Gumelar, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, Ibu Ratna Dyah Suryaratri, Ph.D selaku Wakil Dekan II Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta, dan Ibu Mira Ariyani, Ph.D selaku Wakil Dekan III Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
3. Ibu Dr. phil. Zarina Akbar, M.Psi selaku Koordinator Program Studi Psikologi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.
4. Ibu Dwi Kencana Wulan, M.Psi selaku Dosen Pembimbing I yang telah sabar dan meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan masukan, saran, motivasi dan semangat selama proses penyusunan skripsi.
5. Bapak Erik, M.Si selaku Dosen Pembimbing II yang telah sabar dan meluangkan waktunya untuk membimbing, memberikan masukan, saran, motivasi dan semangat selama proses penyusunan skripsi.
6. Ibu Fitri Lestari Issom, M.Psi selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing dan memberikan masukan selama masa perkuliahan di Program Studi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta.

7. Seluruh Dosen Program Studi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu selama peneliti menjalani perkuliahan.
8. Seluruh Staf Administrasi dan Karyawan Administrasi Fakultas Pendidikan Psikologi Universitas Negeri Jakarta yang telah membantu peneliti dalam mengurus berbagai keperluan administrasi dan surat menyurat selama menjalani perkuliahan.
9. Ibu saya tercinta, yang telah membesarkan, mendidik saya sampai bisa berada pada tahap ini sekarang, menyusun tugas akhir yaitu skripsi. Ibu yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, dukungan, semangat serta selalu percaya bahwa saya bisa menjadi apapun yang saya mau.
10. Ayah saya tercinta, yang selalu menanyakan keadaan saya, memberikan dukungan, semangat serta selalu percaya bahwa saya bisa menjadi apapun yang saya mau.
11. Adik saya tercinta, yang selalu memberikan dorongan, semangat dan banyak membantu saya selama ini.
12. Muhammad Aldrich Rinaldi yang tidak pernah lelah menemani perjalanan saya dari semester satu perkuliahan hingga seluruh rangkaian penelitian ini selesai. Terima kasih karena selalu meluangkan waktu untuk membantu perkuliahan saya, memberikan semangat, dukungan dan selalu percaya bahwa saya bisa melakukan apapun yang saya kerjakan. *Thank you!*
13. Isabela dan Dian, yang selalu meluangkan waktunya untuk bertukar kabar dan menjadi tempat ternyaman saya untuk bercerita. Terima kasih sudah selalu berusaha jadi teman yang terbaik. Saya selalu bersyukur bisa mengenal kalian.
14. Piasche selaku teman dekat saya selama masa perkuliahan. Indah, Tazkia, Maulia, Kharissa, Frya dan Chika terima kasih untuk canda tawanya selama masa perkuliahan ini. Tanpa kalian, masa perkuliahan tidak akan asik.
15. Eliana Manalu selaku rekan penelitian saya. Terima kasih untuk waktu, canda tawa, dukungan, tangisan dan kerjasamanya selama ini sehingga kita bisa menyelesaikan apa yang kita mulai. *We did it!*

16. Moumoi selaku teman dekat saya sejak SMA. Venska, Fania, Shinta, Viga, Novia, Della, Dini dan Dilla terima kasih sudah banyak menghibur dan selalu siap sedia untuk dijadikan tempat pulang.
17. Nutella selaku teman dekat saya sejak SMA. Aura, Firas, Dindun, Andiny, Shasong, Isabela dan Dian terima kasih sudah banyak menghibur dan selalu siap sedia untuk dijadikan tempat pulang.
18. Teman-teman psikologi, terima kasih sudah mau membantu, bertukar informasi dan cerita selama masa perkuliahan.
19. Kepada pihak-pihak yang telah bersedia membantu peneliti dalam pengisian kuesioner penelitian ini yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Selain mengucapkan terima kasih, peneliti juga tidak lupa untuk memohon maaf atas segala kekurangan dalam penilititan ini dikarenakan masih jauh dari kata sempurna. Semoga penelitian ini bermanfaat bagi peneliti selanjutnya maupun bagi pengembangan ilmu pengetahuan khususnya dalam bidang psikologi dan bagi para pembaca.

Jakarta, 21 Januari 2021

Peneliti,
Fildza Angolia Zhafarina N

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING DAN PENGESAHAN PANITIA SIDANG SKRIPSI.....	ii
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	iv
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS.....	v
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT.....	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	10
1.3 Pembatasan Masalah.....	10
1.4 Rumusan Masalah.....	10
1.5 Tujuan Penelitian.....	11
1.6 Manfaat Penelitian.....	11
1.6.1 Manfaat Teoritis.....	11
1.6.2 Manfaat Praktis.....	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
2.1 Keputusan Pembelian.....	12
2.1.1 Definisi Keputusan Pembelian.....	12
2.1.2 Faktor-faktor yang Memengaruhi Keputusan Pembelian.....	13
2.1.3 Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen.....	15

2.2 Citra Merek.....	15
2.2.1 Definisi Merek.....	15
2.2.2 Definisi Citra Merek.....	16
2.2.3 Faktor-faktor Pembentuk Citra Merek.....	17
2.3 Hubungan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	19
2.4 Kerangka Pemikiran.....	19
2.5 Hipotesis.....	20
2.6 Hasil Penelitian yang Relevan.....	21

BAB III METODE PENELITIAN..... 22

3.1 Tipe Penelitian.....	22
3.2 Identifikasi dan Operasional Variabel Penelitian.....	22
3.2.1 Identifikasi Variabel Penelitian.....	22
3.2.1.1 Variabel Terikat (<i>Dependent</i>).....	22
3.2.1.2 Variabel Bebas (<i>Independent</i>).....	23
3.2.2 Definisi Konseptual Variabel.....	23
3.2.2.1 Definisi Konseptual Keputusan Pembelian.....	23
3.2.2.2 Definisi Konseptual Citra Merek.....	23
3.2.3 Definisi Operasional Variabel.....	23
3.2.3.1 Definisi Operasional Keputusan Pembelian.....	23
3.2.3.2 Definisi Operasional Citra Merek.....	23
3.3 Populasi dan Sampel Penelitian.....	24
3.3.1 Populasi.....	24
3.3.2 Sampel.....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data	24
3.4.1 Instrumen Keputusan Pembelian	25
3.4.1.1 <i>Blueprint</i> Instrumen Keputusan Pembelian.....	26
3.4.2 Instrumen Citra Merek.....	27
3.4.2.1 <i>Blueprint</i> Instrumen Citra Merek.....	28
3.4.3 Populasi Tempat Uji Coba Instrumen dengan Validitas dan Reliabilitasnya.....	28
3.4.3.1 Instrumen Keputusan Pembelian.....	28

3.4.3.2 Instrumen Citra Merek.....	29
3.4.4 Bagian yang Dimodifikasi.....	29
3.4.4.1 Instrumen Keputusan Pembelian.....	30
3.4.4.2 Instrumen Citra Merek.....	31
3.5 Uji Coba Instrumen.....	32
3.5.1 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	33
3.5.1.1 Instrumen Keputusan Pembelian.....	34
3.5.1.2 Instrumen Citra Merek.....	36
3.6 Analisis Data.....	37
3.6.1 Analisis Deskriptif.....	38
3.6.2 Uji Normalitas.....	38
3.6.3 Uji Linearitas.....	38
3.6.4 Uji Korelasi.....	39
3.6.5 Uji Regresi.....	39
3.6.6 Hipotesis Statistik.....	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	40
4.1 Gambaran Responden/Subjek Penelitian.....	40
4.1.1 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin.....	40
4.1.2 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Usia Subjek.....	41
4.1.3 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Pekerjaan Subjek.....	43
4.1.4 Gambaran Subjek Penelitian Berdasarkan Pemasukan Subjek.....	44
4.2 Prosedur Penelitian.....	45
4.2.1 Persiapan Penelitian.....	45
4.2.2 Pelaksanaan Penelitian.....	47
4.3 Hasil Analisis Data Penelitian.....	47
4.3.1 Data Deskriptif Keputusan Pembelian.....	47
4.3.1.1 Kategorisasi Skor Keputusan Pembelian.....	48
4.3.2 Data Deskriptif Citra Merek.....	49
4.3.2.1 Kategorisasi Skor Citra Merek.....	50
4.3.3 Uji Normalitas.....	51
4.3.4 Uji Linearitas.....	52

4.3.5 Uji Korelasi.....	53
4.3.6 Uji Hipotesis.....	53
4.4 Pembahasan.....	56
4.5 Keterbatasan Penelitian.....	58
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN.....	59
5.1 Kesimpulan.....	59
5.2 Implikasi.....	59
5.3 Saran.....	60
5.3.1 Perusahaan Apple.....	60
5.3.2 Responden Penelitian.....	60
5.3.2 Peneliti Selanjutnya.....	60
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	66
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	76



DAFTAR TABEL

Tabel 3.1	Keterangan Jawaban Instrumen Keputusan Pembelian.....	26
Tabel 3.2	<i>Blueprint</i> Instrumen Keputusan Pembelian.....	26
Tabel 3.3	Keterangan Jawaban Instrumen Citra Merek.....	27
Tabel 3.4	<i>Blueprint</i> Instrumen Citra Merek.....	28
Tabel 3.5	Modifikasi Instrumen Keputusan Pembelian.....	30
Tabel 3.6	Modifikasi Instrumen Citra Merek.....	31
Tabel 3.7	Koefisien Reliabilitas Guilford.....	33
Tabel 3.8	Uji Coba Validitas Instrumen Keputusan Pembelian.....	34
Tabel 3.9	<i>Blueprint</i> Instrumen Keputusan Pembelian Setelah Uji Coba.....	35
Tabel 3.10	Koefisien Reliabilitas Instrumen Keputusan Pembelian.....	35
Tabel 3.11	Uji Coba Validitas Instrumen Citra Merek.....	36
Tabel 3.12	<i>Blueprint</i> Instrumen Citra Merek Setelah Uji Coba.....	37
Tabel 3.13	Koefisien Reliabilitas Instrumen Citra Merek.....	37
Tabel 4.1	Jenis Kelamin Subjek.....	40
Tabel 4.2	Usia Subjek Rentang 18 – 40 Tahun.....	41
Tabel 4.3	Pekerjaan Subjek.....	43
Tabel 4.4	Pemasukan Subjek.....	44
Tabel 4.5	Distribusi Deskriptif Keputusan Pembelian.....	47
Tabel 4.6	Kategorisasi Skor Keputusan Pembelian.....	49
Tabel 4.7	Distribusi Deskriptif Citra Merek.....	49
Tabel 4.8	Kategorisasi Skor Citra Merek.....	51
Tabel 4.9	Hasil Uji Normalitas.....	51
Tabel 4.10	Hasil Uji Linearitas.....	52
Tabel 4.11	Hasil Uji Korelasi.....	53
Tabel 4.12	Uji Persamaan Regresi.....	54
Tabel 4.13	Model Summary.....	55
Tabel 4.14	Uji Signifikansi Keseluruhan.....	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Penetrasi <i>Smartphone</i> di Indonesia.....	2
Gambar 1.2 Sepuluh <i>Smartphone</i> Terlaris di Dunia pada Kuartal-III 2020.....	3
Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran.....	20
Gambar 4.1 Diagram Jenis Kelamin Subjek.....	41
Gambar 4.2 Diagram Usia Subjek.....	43
Gambar 4.3 Diagram Pekerjaan Subjek.....	44
Gambar 4.4 Diagram Pemasukan Subjek.....	45
Gambar 4.5 Histogram Keputusan Pembelian.....	48
Gambar 4.6 Histogram Citra Merek.....	50
Gambar 4.7 Hasil Uji Linearitas.....	52



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Instrumen Keputusan Pembelian.....	66
Lampiran 2. Instrumen Citra Merek.....	67
Lampiran 3. Hasil Uji Coba Reliabilitas.....	68
Lampiran 4. Hasil Uji Coba Validitas.....	68
Lampiran 5. Data Deskriptif.....	70
Lampiran 6. Kategorisasi Skor.....	72
Lampiran 7. Uji Normalitas Data.....	72
Lampiran 8. Uji Linearitas.....	73
Lampiran 9. Uji Korelasi.....	74
Lampiran 10. Uji Hipotesis.....	74

