

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN IKLAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* OPPO PADA
MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DI UNIVERSITAS
NEGERI JAKARTA**

Clara Pramesthi

8135163035



**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan untuk Memperoleh Gelar
Sarjana Pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN BISNIS
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2020**

***THE EFFECT OF PRICE, BRAND IMAGE AND
ADVERTISEMENT TOWARDS STUDENT'S PURCHASE
DECISION OF OPPO SMARTPHONE IN THE FACULTY OF
ECONOMICS, UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA***

Clara Pramesthi

8135163035



*Mencerdaskan dan
Memartabatkan Bangsa*

*Thesis is Organized As One of The Requirements for Obtaining Bachelor of
Education at Faculty of Economics State University of Jakarta*

BUSINESS STUDIES EDUCATION PROGRAM

FACULTY OF ECONOMICS

UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

2020

ABSTRAK

CLARA PRAMESTHI, Pengaruh Harga, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara harga, citra merek dan iklan dengan keputusan pembelian *smartphone* Oppo pada mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, selama 6 bulan terhitung sejak Januari sampai dengan Juni 2020. Metode penelitian yang peneliti gunakan adalah metode survei dengan pendekatan korelasional, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 150 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah $Y = 23,016 + 0,499 X_1 + 0,373 X_2 + 0,218 X_3$. Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi (α) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan Y bernilai sebesar 0,100, X_1 bernilai sebesar 0,200, X_2 bernilai sebesar 0,200 dan X_3 bernilai sebesar 0,84. Karena tingkat signifikansi keempat variabel tersebut $> 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data tersebut berdistribusi normal dan dapat digunakan dalam analisis selanjutnya. Uji linieritas regresi Y atas X_1 , Y atas X_2 dan Y atas X_3 menghasilkan nilai signifikansi pada Linearity, yaitu $0,000 < 0,05$, sehingga disimpulkan bahwa memiliki hubungan yang linier. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas X_1 $t_{hitung} = 3,320$ dan $t_{tabel} = 1,65536$, Y atas X_2 $t_{hitung} = 3,338$ dan $t_{tabel} = 1,65536$ dan Y atas X_3 $t_{hitung} = 3,148$ dan $t_{tabel} = 1,65536$. Nilai koefisien korelasi antara variabel harga (X_1) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,475, citra merek (X_2) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,485 dan nilai koefisien korelasi antara variabel iklan (X_3) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,292. Jadi, terdapat hubungan positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian, serta hubungan positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian dan terdapat hubungan positif dan signifikan antara iklan dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara harga, citra merek dan iklan dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas X_1 , X_2 dan X_3 yang diperoleh sebesar 0,333 yang menunjukkan bahwa 33,3% variabel keputusan pembelian ditentukan oleh harga, citra merek dan iklan. Sementara itu, sisanya 66,7% dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata kunci: Keputusan Pembelian, Harga, Citra Merek, Iklan







ABSTRACT

CLARA PRAMESTHI, *The Effect of Price, Brand Image and Advertisement towards Student's Purchase Decision of Oppo Smartphone in the Faculty of Economics, Universitas Negeri Jakarta*

The purpose of this study is to determine the correlation between price, brand image and advertisement with purchase decisions smartphone Oppo in the Faculty Economics, Universitas Negeri Jakarta. This research was conducted at the Faculty of Economics, Jakarta State University, for 6 months starting from January to June 2020. The research method used is survey method with the correlation approach, population used are all student in The Faculty of Economics Student in State University of Jakarta. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as 150 people. The resulting regression equation is $Y = 23,016 + 0.499 X_1 + 0.373 X_2 + 0.218 X_3$. Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X1 with Kolmogorov-Smirnov test with significance level (α) = 5% or 0,05 estimates significance of Y equal to 0,100, X₁ equal to 0,200, X₂ equal to 0,200 and X₃ equal to 0,84. Because the significance level is > 0.05, it can be concluded that the data is normally distributed and can be used in further analysis. Testing linearity of regression Y on X₁, Y on X₂ and Y on X₃ yields a significance value on Linearity, that is 0,000 < 0.05, so it is concluded that it has a linear relationship. Then performed the test significance correlation coefficient using t test and the resulting Y on X₁ $t_{hitung} = 3.320$ and $t_{table} = 1.65536$, Y on X₂ $t_{hitung} = 3.338$ and $t_{table} = 1.65536$ and Y on X₃ $t_{hitung} = 3.148$ and $t_{table} = 1.65536$. The value of correlation coefficient between variable of price variable (X₁) to the purchase decision (Y) equal to 0.475, brand image (X₂) to the purchase decision (Y) equal to 0.485 and the value of the balance coefficient between the advertising variable (X₃) to the purchase decision (Y) equal to 0.292. So, there is a positive and significant relationship between price and purchasing decisions, as well as a positive and significant relationship between brand image and purchasing decisions and there is a positive and significant relationship between advertisement and purchasing decisions. Thus, it can conclude a positive and significant relationship between price, brand image and advertisement with purchasing decisions. The coefficient of determination Y on X₁, X₂ and X₃ obtained by 0.333 indicating that 33.3% variable purchase decision is determined by the price, brand image and advertisement. Meanwhile, the remaining 66.7% is influenced by other factors.

Keyword: *Purchase Decision, Price, Brand Image, Advertisement*

LEMBAR PENGESAHAN

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI			
Penanggung Jawab Dekan Fakultas Ekonomi  Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd NIP. 197207152001121001			
No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	Dr. Corry Yohana, M.M NIP. 195909181985032011 (Ketua)		16 Juni 2020
2	Nadva Fadillah F, S.Pd, M.Pd NIP. 199302202019032022 (Sekretaris)		24 Juni 2020
3	Dra. Dientje Griandini, M.Pd NIP. 195507221982102001 (Penguji Ahli)		24 Juni 2020
4	Drs. Nurdin Hidavat, M.M., M.Si NIP. 196610302000121001 (Pembimbing 1)		26 Juni 2020
5	Ryna Parlyna, MBA NIP. 197701112008122003 (Pembimbing 2)		11 Juni 2020
Nama : Clara Pramesthi No. Registrasi : 8135163035 Program Studi : Pendidikan Bisnis Tanggal Lulus : 24 Juli 2020			

Catatan : - diketik dengan huruf times new roman ukuran 12
- dibuat rangkap lima tanda tangan asli dengan bolpoint warna biru

F072020

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum dipublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidak benaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, Juni 2020



Clara Pramesthi

NIM. 8135163035

LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI



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

Nama : Clara Pramesthi
NIM : 8135163035
Fakultas/Prodi : Fakultas Ekonomi / Pendidikan Bisnis
Alamat email : clarapramesthi@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 Harga, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan
Pembelian Smartphone Oppo pada mahasiswa Fakultas
Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini UPT Perpustakaan Universitas Negeri Jakarta berhak menyimpan, mengalihmediakan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (*database*), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di internet atau media lain secara *fulltext* untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin 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

Penulis

(Clara Pramesthi)
nama dan tanda tangan

LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

“In life there is no limit to struggling”

”Allah tidak membebani seseorang itu melainkan sesuai dengan kesanggupannya” (QS. Al-Baqarah: 286)

“Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan, tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lainnya)” (QS. Al-Insyirah: 6 – 7)

“Keridaan Allah tergantung kepada keridaan orang tua dan kemurkaan Allah tergantung kepada kemurkaan orang tua” (HR. Tirmidzi)

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT, berkat rahmat dan hidayah-Nya penulis menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini Saya persembahkan untuk Ibu, Bapak dan adik Saya yang selalu memberikan Doa, dukungan dan menyayangi Saya dengan tulus untuk mengejar cita-cita Saya. Saya persembahkan juga skripsi ini untuk Bapak Nurdin dan Mam Ryna yang telah banyak berjasa dalam membimbing dan mengarahkan saya sehingga skripsi ini terselesaikan.

KATA PENGANTAR

Puji syukur Peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kemudahan dan karunia-Nya sehingga Peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Citra Merek dan Iklan terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta”.

Skripsi ini disusun sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana pendidikan pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, Peneliti menyadari masih terdapat kekurangan dan skripsi ini tidak mungkin terselesaikan tanpa bantuan dari berbagai pihak.

Dalam kesempatan ini Peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

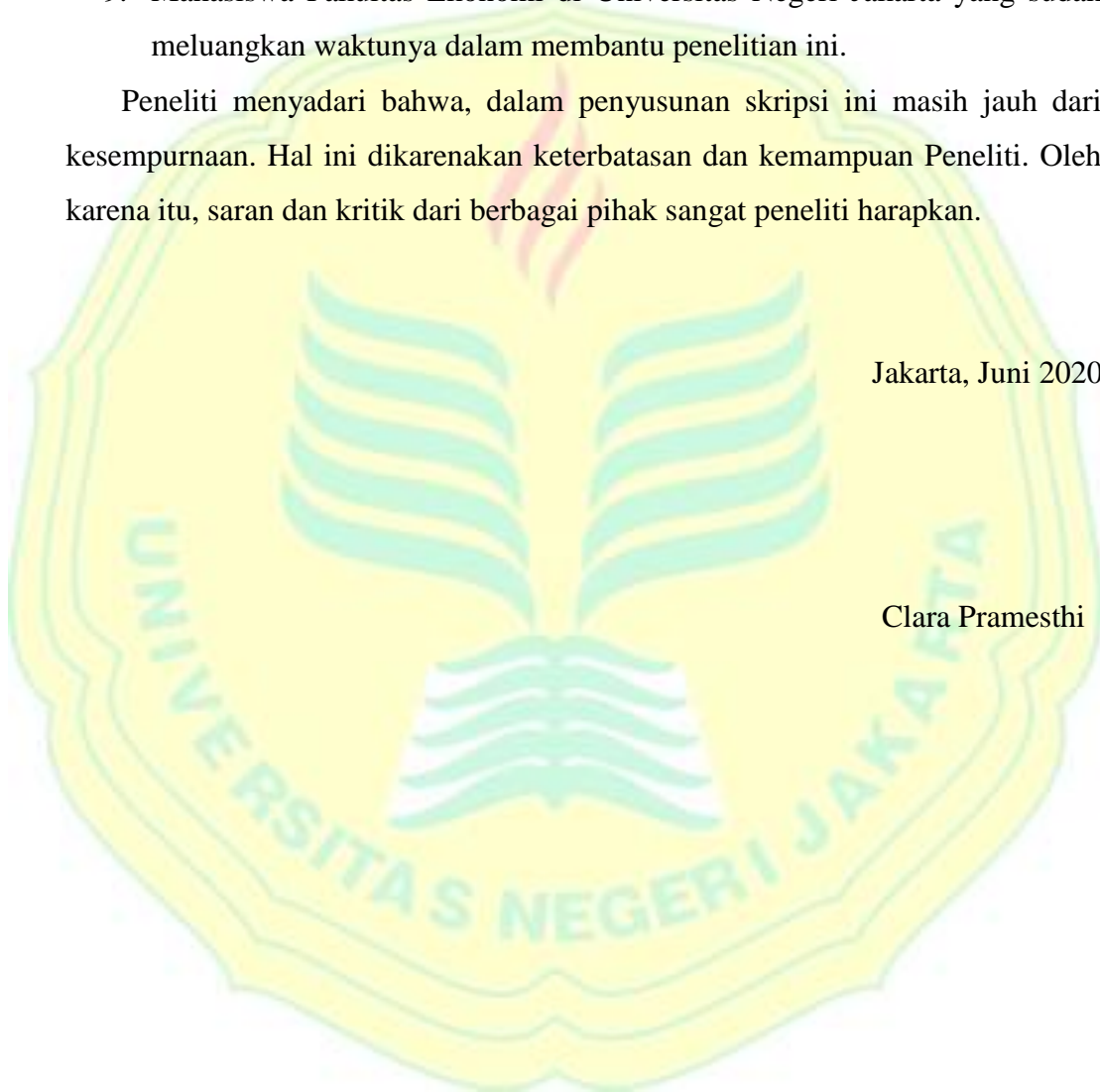
1. Drs. Nurdin Hidayat, M.M, M.Si selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, saran dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Ryna Parlyna, MBA sebagai dosen pembimbing II sekaligus Koordinator Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah banyak berjasa dalam memberikan ilmu, arahan, saran dan dukungan dalam membimbing penelitian ini.
3. Usep Suhud Ph.D selaku dosen pembimbing akademik yang telah membimbing dan mengarahkan saya selama perkuliahan.
4. Dr. Ari Saptono, SE., M.Pd selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
5. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi, khususnya dosen-dosen Program Studi Pendidikan Bisnis yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat.
6. Kedua orang tua tercinta saya, yaitu Ibu Kanastri Nila Wijaya dan Bapak Nurmungin, serta kakak saya Kinanti Ajeng Drastyana yang selalu mendukung, menemani dan menyayangi saya dengan tulus.

7. Zafar, Arya, Diana, Sonia, dan Prita yang telah memberikan semangat dan motivasi, serta membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. Teman-teman Pendidikan Bisnis 2016 dan juga teman-teman sebimbingan yang saling membantu sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
9. Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta yang sudah meluangkan waktunya dalam membantu penelitian ini.

Peneliti menyadari bahwa, dalam penyusunan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Hal ini dikarenakan keterbatasan dan kemampuan Peneliti. Oleh karena itu, saran dan kritik dari berbagai pihak sangat peneliti harapkan.

Jakarta, Juni 2020

Clara Pramesthi



DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	i
ABSTRACT.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iv
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI	v
LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Kebaruan Penelitian	8
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
A. Latar Belakang Teori.....	11
1. Keputusan Pembelian (<i>Purchase Decision</i>)	11
2. Harga (<i>Price</i>)	16
3. Citra Merek (<i>Brand Image</i>)	19
4. Iklan (<i>Advertisement</i>).....	24

B.	Kerangka Teoritik dan Hipotesis	31
1.	Kerangka Teoritik	31
2.	Hipotesis	33
BAB III METODOLOGI PENELITIAN		34
A.	Tempat dan Waktu Penelitian	34
1.	Tempat Penelitian	34
2.	Waktu Penelitian.....	34
B.	Pendekatan Penelitian	34
1.	Metode	34
2.	Konstelasi Pengaruh Antar Variabel.....	36
C.	Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel.....	37
1.	Populasi.....	37
2.	Sampel	37
D.	Penyusunan Instrumen	38
1.	Keputusan Pembelian (Variabel Y)	38
2.	Harga (Variabel X1)	42
3.	Citra Merek (Variabel X2).....	46
4.	Iklan (Variabel X3).....	50
E.	Teknik Pengumpulan Data.....	53
F.	Teknik Analisis Data.....	55
1.	Uji Persyaratan Analisis.....	55
2.	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	56
3.	Uji Hipotesis	57
4.	Analisis Korelasi Ganda	57

5.	Perhitungan Koefisien Determinasi	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		59
A.	Deskripsi Data.....	59
1.	Profil Responden.....	59
2.	Profil Data.....	62
B.	Pengujian Hipotesis.....	75
1.	Pengujian Persyaratan Analisis.....	75
2.	Persamaan Regresi Linier Berganda.....	78
3.	Pengujian Hipotesis Penelitian	81
4.	Pengujian Analisis Korelasi Ganda	82
5.	Pengujian Koefisien Determinasi	83
C.	Pembahasan.....	86
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN		91
A.	Kesimpulan	91
B.	Implikasi.....	92
C.	Keterbatasan Penelitian	93
D.	Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya.....	94
DAFTAR PUSTAKA		97
LAMPIRAN.....		103
DAFTAR RIWAYAT HIDUP		206

DAFTAR GAMBAR

Halaman

Gambar I. 1 Data Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia Menurut <i>Databoks</i>	2
Gambar I. 2 Indonesia Top <i>Smartphone</i>	3
Gambar I. 3 Hasil Survei Awal <i>Smartphone</i> Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta	6
Gambar I. 4 Hasil Survei Awal <i>Smartphone</i> Oppo pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi di Universitas Negeri Jakarta	6
Gambar II. 1 Tahapan Keputusan Pembelian	13
Gambar II. 2 Dimensi Citra Merek	22
Gambar III. 1 Konstelasi X1, X2 dan X3 (Harga, Citra Merek dan Iklan) dengan Y (Keputusan Pembelian)	36
Gambar IV. 1 Grafik Usia Responden	60
Gambar IV. 2 Grafik Program Studi Responden	61
Gambar IV. 3 Grafik Histogram Keputusan Pembelian	64
Gambar IV. 4 Grafik Histogram Harga	68
Gambar IV. 5 Grafik Histogram Citra Merek	71
Gambar IV. 6 Grafik Histogram Iklan	74
Gambar IV. 7 Grafik Hubungan antara Harga, Citra Merek dan Iklan dengan Keputusan Pembelian Persamaan Regresi $\hat{Y} = 23,016 + 0,499 X1 + 0,373 X2 + 0,218 X3$	80

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel II. 1 Hipotesis Penelitian.....	33
Tabel III. 1 Kisi-kisi Instrumen Keputusan Pembelian.....	39
Tabel III. 2 Skala Instrumen Penilaian Keputusan Pembelian.....	40
Tabel III. 3 Kisi-kisi Instrumen Harga.....	43
Tabel III. 4 Skala Instrumen Penilaian Harga.....	44
Tabel III. 5 Kisi-kisi Instrumen Citra Merek.....	47
Tabel III. 6 Skala Instrumen Penilaian Citra Merek.....	47
Tabel III. 7 Kisi-kisi Instrumen Iklan.....	50
Tabel III. 8 Skala Instrumen Penilaian Iklan.....	51
Tabel IV. 1 Profil Usia Responden.....	59
Tabel IV. 2 Profil Program Studi Responden.....	61
Tabel IV. 3 Statistika Deskriptif Keputusan Pembelian.....	63
Tabel IV. 4 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	63
Tabel IV. 5 Rata-rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian.....	65
Tabel IV. 6 Statistika Deskriptif Harga.....	67
Tabel IV. 7 Distribusi Frekuensi Harga.....	67
Tabel IV. 8 Rata-rata Hitung Skor Indikator Harga.....	69
Tabel IV. 9 Statistika Deskriptif Citra Merek.....	70
Tabel IV. 10 Distribusi Frekuensi Citra Merek.....	70
Tabel IV. 11 Rata-rata Hitung Skor Indikator Citra Merek.....	72
Tabel IV. 12 Statistika Deskriptif Iklan.....	73
Tabel IV. 13 Distribusi Frekuensi Iklan.....	73
Tabel IV. 14 Rata-rata Hitung Skor Indikator Iklan.....	75
Tabel IV. 15 Uji Normalitas.....	76
Tabel IV. 16 Uji Linieritas Variabel X1 terhadap Y.....	77

Tabel IV. 17 Uji Linieritas Variabel X2 terhadap Y.....	77
Tabel IV. 18 Uji Linieritas Variabel X3 terhadap Y.....	78
Tabel IV. 19 Uji Persamaan Regresi Linier Berganda.....	79
Tabel IV. 20 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	81
Tabel IV. 21 Uji Analisis Korelasi Ganda	82
Tabel IV. 22 Uji Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan	83
Tabel IV. 23 Uji Koefisien Determinasi Harga (X1) terhadap Keputusan Pembelian.....	84
Tabel IV. 24 Uji Koefisien Determinasi Citra Merek (X2) terhadap Keputusan Pembelian.....	85
Tabel IV. 25 Uji Koefisien Determinasi Iklan (X3) terhadap Keputusan Pembelian.....	85



DAFTAR LAMPIRAN

	Halaman
Lampiran 1 Surat Penelitian.....	103
Lampiran 2 Kartu Konsultasi Bimbingan Penulisan Skripsi	104
Lampiran 3 Format Saran dan Perbaikan Penulisan Skripsi	105
Lampiran 4 Survei Awal Penelitian	106
Lampiran 5 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	108
Lampiran 6 Skor Uji Coba Instrumen Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	111
Lampiran 7 Perhitungan Analisis Butir Variabel Y (Keputusan Pembelian)	112
Lampiran 8 Data Perhitungan Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	113
Lampiran 9 Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	114
Lampiran 10 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian)	115
Lampiran 11 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X1 (Harga)	116
Lampiran 12 Skor Uji Coba Instrumen Variabel X1 (Harga).....	118
Lampiran 13 Perhitungan Analisis Butir Variabel X1 (Harga)	119
Lampiran 14 Data Perhitungan Validitas Variabel X1 (Harga).....	120
Lampiran 15 Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel X1 (Harga)	121
Lampiran 16 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel X1 (Harga)	122
Lampiran 17 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X2 (Citra Merek)	123
Lampiran 18 Skor Uji Coba Instrumen Variabel X2 (Citra Merek)	125
Lampiran 19 Perhitungan Analisis Butir Variabel X2 (Citra Merek).....	126
Lampiran 20 Data Perhitungan Validitas Variabel X2 (Citra Merek)	127

Lampiran 21 Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel X2 (Citra Merek).....	128
Lampiran 22 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel X2 (Citra Merek).....	129
Lampiran 23 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X3 (Iklan).....	130
Lampiran 24 Skor Uji Coba Instrumen Variabel X3 (Iklan)	132
Lampiran 25 Perhitungan Analisis Butir Variabel X3 (Iklan)	133
Lampiran 26 Data Perhitungan Validitas Variabel X3 (Iklan)	134
Lampiran 27 Perhitungan Kembali Data Uji Coba Setelah Validitas Variabel X3 (Iklan).....	135
Lampiran 28 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Realibilitas Variabel X3 (Iklan).....	136
Lampiran 29 Kuesioner Final Penelitian Variabel Y (Keputusan Pembelian)	137
Lampiran 30 Data Mentah Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	140
Lampiran 31 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	144
Lampiran 32 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	145
Lampiran 33 Skor Indikator Dominan Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	146
Lampiran 34 Kuesioner Final Penelitian Variabel X1 (Harga)	147
Lampiran 35 Data Mentah Variabel X1 (Harga)	149
Lampiran 36 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X1 (Harga).....	153
Lampiran 37 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X1 (Harga)	154
Lampiran 38 Skor Indikator Dominan Variabel X1 (Harga).....	155
Lampiran 39 Kuesioner Final Penelitian Variabel X2 (Citra Merek).....	156
Lampiran 40 Data Mentah Variabel X2 (Citra Merek).....	158

Lampiran 41 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X2 (Citra Merek)	162
Lampiran 42 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X2 (Citra Merek).....	163
Lampiran 43 Skor Indikator Dominan Variabel X2 (Citra Merek)	164
Lampiran 44 Kuesioner Final Penelitian Variabel X3 (Iklan)	165
Lampiran 45 Data Mentah Variabel X3 (Iklan).....	167
Lampiran 46 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X3 (Iklan)	171
Lampiran 47 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X3 (Iklan)	172
Lampiran 48 Skor Indikator Dominan Variabel X3 (Iklan).....	173
Lampiran 49 Data Mentah Variabel X1 (Harga), X2 (Citra Merek) dan X3 (Iklan) dengan Y (Keputusan Pembelian).....	174
Lampiran 50 Perhitungan Uji Normalitas	178
Lampiran 51 Perhitungan Uji Kelinearian Regresi X_1 dengan Y	179
Lampiran 52 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_1$	180
Lampiran 53 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X_1 dengan Y	181
Lampiran 54 Perhitungan Korelasi <i>Pearson Correlation</i> X_1 dengan Y	182
Lampiran 55 Perhitungan Koefisien Determinasi X_1 dengan Y	183
Lampiran 56 Perhitungan Uji Kelinearian Regresi X_2 dengan Y	184
Lampiran 57 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_2$	185
Lampiran 58 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X_2 dengan Y	186
Lampiran 59 Perhitungan Korelasi <i>Pearson Correlation</i> X_2 dengan Y	187
Lampiran 60 Perhitungan Koefisien Determinasi X_2 dengan Y	188
Lampiran 61 Perhitungan Uji Kelinearian Regresi X_3 dengan Y	189
Lampiran 62 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_3$	190
Lampiran 63 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X_3 dengan Y	191
Lampiran 64 Perhitungan Korelasi <i>Pearson Correlation</i> X_3 dengan Y	192

Lampiran 65 Perhitungan Koefisien Determinasi X_3 dengan Y	193
Lampiran 66 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Berganda $\hat{Y} = a + bX_1 + cX_2 + dX_3$	194
Lampiran 67 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X_1, X_2 dan X_3 dengan Y	195
Lampiran 68 Perhitungan Koefisien Korelasi Pearson Correlation X_1, X_2 dan X_3 dengan Y	196
Lampiran 69 Perhitungan Koefisien Determinasi X_1, X_2 dan X_3 dengan Y	197
Lampiran 70 Uji Signifikansi Parsial (Uji t).....	198
Lampiran 71 Tabel Nilai-nilai r Product Moment dari Pearson	199
Lampiran 72 Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi F	200
Lampiran 73 Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi t	201
Lampiran 74 Daftar Nama Responden Uji Coba	202
Lampiran 75 Daftar Nama Responden Survei Final	203

