

**PENGARUH CITRA MEREK, HARGA DAN LAYANAN  
PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN  
SMARTPHONE VIVO PADA MAHASISWA DI JAKARTA**

**AMMAR KHAN ALFARROS**

**8135162783**



**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 IMPACT OF BRAND IMAGE, PRICE AND AFTER SALES  
TOWARD PURCHASE DECISION *SMARTPHONE VIVO* ON  
STUDENT IN JAKARTA**

**AMMAR KHAN ALFARROS**

**8135162783**



*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

**AMMAR KHAN ALFARROS**, Pengaruh Citra Merek, Harga dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Vivo pada Mahasiswa di Jakarta.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh antara citra merek, harga dan layanan purna jual terhadap keputusan pembelian *smartphone* Vivo pada mahasiswa di Jakarta. Penelitian ini dilakukan di 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 mahasiswa yang berkuliah di Jakarta yang pernah membeli atau menggunakan *smartphone* Vivo dalam 6 bulan terakhir. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan teknik *purposive sampling* sebanyak 150 orang. Persamaan regresi yang dihasilkan adalah  $Y = 3,670 + 0,336 X_1 + 0,429 X_2 + 0,359 X_3$  Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas dengan uji *Kolmogorov-Smirnov* dengan tingkat signifikansi ( $\alpha$ ) = 5% atau 0,05 dan menghasilkan tingkat signifikan residual sebesar 0,200 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 pengaruh yang linier. Selanjutnya, dilakukan uji t dan dihasilkan Y atas  $X_1$   $t_{hitung} = 3,746$  dan  $t_{tabel} = 1,65536$ , Y atas  $X_2$   $t_{hitung} = 5,147$  dan  $t_{tabel} = 1,65536$  dan Y atas  $X_3$   $t_{hitung} = 4,312$  dan  $t_{tabel} = 1,65536$ . Nilai koefisien korelasi antara variabel citra merek ( $X_1$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,336, harga ( $X_2$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,429 dan nilai koefisien korelasi antara variabel layanan purna jual ( $X_3$ ) terhadap keputusan pembelian (Y) sebesar 0,359. Jadi, terdapat pengaruh positif dan signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian, serta pengaruh positif dan signifikan antara harga dengan keputusan pembelian dan terdapat pengaruh positif dan signifikan antara layanan purna jual dengan keputusan pembelian. Dengan demikian, dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara citra merek, harga dan layanan purna jual dengan keputusan pembelian. Koefisien determinasi Y atas  $X_1$ ,  $X_2$  dan  $X_3$  yang diperoleh sebesar 0,444 yang menunjukkan bahwa 44,4% variabel keputusan pembelian ditentukan citra merek, harga dan layanan purna jual Sementara itu, sisanya 55,6% dipengaruhi oleh faktor lain.

**Kata Kunci:** *Keputusan Pembelian, Citra Merek, Harga, Layanan Purna Jual*

## ABSTRACT

**AMMAR KHAN ALFARROS**, *The Impact of Brand Image, Price and After Sales Towards Purchase Decision Smartphone Vivo on Student in the Jakarta.*

*The purpose of this study is to determine the correlation between brand image, price and after sales toward purchase decisions smartphone Vivo on student in Jakarta. This research was conducted at the, Jakarta for 6 months starting from January to June 2020. The research method used is survey method with the correlation approach, population used are college student in Jakarta, have used or buying smartphone Vivo in last 6 (six) months. The sampling technique used technique of purposive sampling as many as 150 people. The resulting regression equation is  $Y = 3,670 + 0.336 X_1 + 0.429 X_2 + 0.359 X_3$ . Test requirements analysis that estimates the error normality test regression of Y on X<sub>1</sub> with Kolmogorov-Smirnov test with significance level ( $\alpha$ ) = 5% or 0,05 estimates significance to 0,200. 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 X<sub>1</sub>, Y on X<sub>2</sub> and Y on X<sub>3</sub> 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 X<sub>1</sub>  $t_{hitung} = 3.746$  and  $t_{table} = 1.65536$ , Y on X<sub>2</sub>  $t_{hitung} = 5,147$  and  $t_{table} = 1.65536$  and Y on X<sub>3</sub>  $t_{hitung} = 4,312$  and  $t_{table} = 1.65536$ . The value of correlation coefficient between variable of brand image variable (X<sub>1</sub>) to the purchase decision (Y) equal to 0.336, price (X<sub>2</sub>) to the purchase decision (Y) equal to 0.429 and the value of the balance coefficient between after sales variable (X<sub>3</sub>) to the purchase decision (Y) equal to 0.359. So, there is a positive and significant relationship between brand image and purchasing decisions, as well as a positive and significant relationship between price and purchasing decisions and there is a positive and significant relationship between after sales and purchasing decisions. Thus, it can conclude a positive and significant relationship between brand image, price and after sales with purchasing decisions. The coefficient of determination Y on X<sub>1</sub>, X<sub>2</sub> and X<sub>3</sub> obtained by 0.444 indicating that 44.4% variable purchase decision is determined by the brand image, price and after sales. Meanwhile, the remaining 55.6% is influenced by other factors.*

**Keyword:** *Purchase Decision, Brand Image, Price, After Sales*



## PERNYATAAN ORISINALITAS

### 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 di kemudian 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



Ammar Khan Alfarros

NIM.8135162783

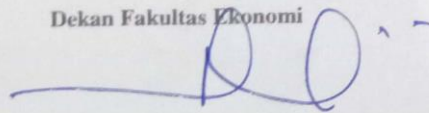
## LEMBAR PENGESAHAN

Lembar Pengesahan Skripsi

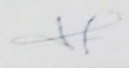
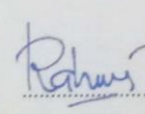
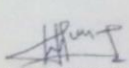
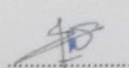
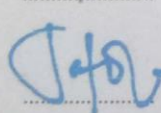
### LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab

Dekan Fakultas Ekonomi



**Dr. Ari Saptono, S.E., M.Pd**  
NIP. 197207152001121001

No	Nama	Tanda Tangan	Tanggal
1	<b><u>Ryna Parlyna, MBA</u></b> (Ketua) NIP. 197701112008122003		24 Agustus 2020 .....
2	<b><u>Rahmi, S.E., M.S.M</u></b> (Sekretaris) NIP. 198305012018032001		23 Agustus 2020 .....
3	<b><u>Drs. Nurdin Hidayat, M.M. M.Si</u></b> (Penguji Ahli) NIP. 196610302000121001		23 Agustus 2020 .....
4	<b><u>Dra. Corry Yohana, M.M</u></b> NIP. 195909181985032011 (Pembimbing 1)		18 Agustus 2020 .....
5	<b><u>Terrylina Arvinta M. SE., MM</u></b> Nidk. 8854660018 (Pembimbing 2)		18 Agustus 2020 .....

Nama : Ammar Khan Alfarros  
No. Registrasi : 8135162783  
Program Studi : Pendidikan Bisnis  
Tanggal Lulus : 19 Agustus 2020

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

FG72020

## 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](http://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 : Ammar Khan Alfarros  
NIM : 8135162783  
Fakultas/Prodi : Ekonomi/Pendidikan Bisnis  
Alamat email : [ammarkhanalfarros@gmail.com](mailto:ammarkhanalfarros@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, HARGA DAN LAYANAN PURNA JUAL TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN SMARTPHONE VIVO PADA MAHASISWA DI 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 31 Agustus 2020

Penulis

( Ammar Khan Alfarros  
nama dan tanda tangan )

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

Motto:

*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)

*“Whatever happens, happens”*

(Spike Spiegel: Cowboy Bebop)

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 kedua adik Saya yang selalu memberikan doa, dukungan dan menyayangi Saya dengan tulus untuk mengejar cita-cita Saya. Saya persembahkan juga skripsi ini untuk Ibu Corry dan Ibu Terry 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 Citra Merek, Harga dan Layanan Purna Jual terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Vivo pada Mahasiswa di 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. Dr. Corry Yohana, M.M selaku dosen pembimbing I yang telah banyak berjasa dalam memberikan bimbingan, ilmu, saran dan motivasi dalam membimbing penulisan skripsi ini.
2. Terrylina Arvinta Monoarfa, SE., M.M sebagai dosen pembimbing II 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 Rosmaniar Femilia dan Bapak Almanto, serta kedua adik saya Muhammad Rafi Alfarros dan Alda Ridha Siti Aisyah yang selalu mendukung, menemani dan menyayangi saya dengan tulus
7. Devi, Naufal, Fadil, Sonia, dan Egi 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 yang berkuliah di 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.

Ammar Khan Alfarros



## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>i</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>ii</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS .....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xv</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
<b>    A. Latar Belakang Masalah.....</b>	<b>1</b>
<b>    B. Perumusan Masalah.....</b>	<b>8</b>
<b>    C. Tujuan Penelitian .....</b>	<b>8</b>
<b>    D. Kebaharuan Penelitian .....</b>	<b>9</b>
<b>BAB II.....</b>	<b>11</b>
<b>KAJIAN PUSTAKA.....</b>	<b>11</b>

<b>A. Latar Belakang Teori.....</b>	<b>11</b>
1. Keputusan Pembelian.....	11
2. Citra Merek (Brand Image) .....	14
3. Harga (Price).....	16
4. Layanan Purna Jual ( <i>After Sales</i> ).....	18
<b>B. Kerangka Teori dan Hipotesis.....</b>	<b>20</b>
1. Citra Merek dan Keputusan Pembelian .....	20
2. Harga dan Keputusan Pembelian.....	21
3. Layanan Purna Jual dan Keputusan Pembelian.....	21
<b>C. Hipotesis.....</b>	<b>23</b>
<b>BAB III.....</b>	<b>24</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>24</b>
<b>A. Tempat dan Waktu Penelitian.....</b>	<b>24</b>
1. Tempat Penelitian .....	24
2. Waktu Penelitian .....	24
<b>B. Pendekatan Penelitian.....</b>	<b>24</b>
1. Metode Penelitian .....	25
2. Konstelasi Pengaruh Antar Variabel.....	26
<b>C. Populasi dan Teknik Pengambilan Sampel .....</b>	<b>28</b>
1. Populasi .....	28
2. Sampel .....	28
<b>D. Penyusunan Instrumen .....</b>	<b>29</b>
1. Keputusan Pembelian.....	29
2. Citra Merek.....	32



3. Harga .....	35
4. Layanan Purna Jual .....	38
<b>E. Teknik Pengumpulan Data .....</b>	<b>42</b>
<b>F. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>43</b>
1. Uji Persyaratan Analisis .....	43
2. Persamaan Regresi Linier Berganda .....	44
3. Uji Hipotesis .....	44
4. Analisis Korelasi Pearson.....	45
5. Perhitungan Koefisien Determinasi .....	45
<b>BAB IV.....</b>	<b>46</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>46</b>
<b>A. Deskripsi Data .....</b>	<b>46</b>
1. Profil Responden.....	46
2. Profil Data.....	49
1. Data Keputusan Pembelian.....	50
2. Data Citra Merek.....	53
3. Data Harga .....	56
4. Layanan Purna Jual .....	59
<b>B. Teknik Analisis Data .....</b>	<b>62</b>
1. Pengujian Persyaratan Analisis .....	62
a. Uji Normalitas .....	62
b. Uji Linieritas .....	64
2. Persamaan Regresi Linier Berganda.....	66
3. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	67
4. Pengujian Analisis Korelasi Ganda .....	69

5. Pengujian Koefisien Determinasi .....	70
<b>C. Pembahasan .....</b>	<b>73</b>
1. Citra Merek, Harga dan Layanan Purna Jual dengan Keputusan Pembelian .....	73
2. Citra Merek dengan Keputusan Pembelian .....	74
3. Harga dengan Keputusan Pembelian .....	75
4. Layanan Purna Jual dengan Keputusan Pembelian .....	76
<b>BAB V .....</b>	<b>78</b>
<b>KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....</b>	<b>78</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>78</b>
1. Citra Merek dengan Keputusan Pembelian .....	78
2. Harga dengan Keputusan Pembelian .....	79
3. Layanan Purna Jual dengan Keputusan Pembelian .....	79
<b>B. Implikasi .....</b>	<b>79</b>
<b>C. Keterbatasan Penelitian .....</b>	<b>80</b>
<b>D. Rekomendasi Bagi Penelitian Selanjutnya .....</b>	<b>81</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>89</b>
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP .....</b>	<b>177</b>

## DAFTAR GAMBAR

### Halaman

Gambar 1.1 Hasil Survei Awal <i>Smartphone</i> Vivo pada 60 Mahasiswa di Jakarta .	3
Gambar 1.2 Hasil Survei Awal <i>Smartphone</i> Vivo pada 60 Mahasiswa di Jakarta .	5
Gambar 1.3 Hasil Survei Awal <i>Smartphone</i> Vivo pada Mahasiswa di Jakarta .....	6
Gambar 2.1 Model Kerangka Hipotesis .....	22
Gambar 3.1 Konstelasi X1, X2 dan X3 (Citra Merek, Harga, Layanan Purna Jual) dengan Y (Keputusan Pembelian) .....	27
Gambar 4.1 Grafik Umur Responden .....	47
Gambar 4.2 Grafik Universitas Responden.....	49
Gambar 4.3 Grafik Histogram Keputusan Pembelian .....	52
Gambar 4.4 Grafik Histogram Citra Merek .....	55
Gambar 4.5 Grafik Histogram Harga.....	58
Gambar 4.6 Grafik Histogram Layanan Purna Jual.....	61
Gambar 4.7 Pengaruh antara Citra Merek, Harga dan Layanan Purna Jual dengan Keputusan Pembelian Persamaan Regresi $\hat{Y} = 3,670 + 0,336X_1 + 0,429 X_2 + 0,359 X_3$ .....	67

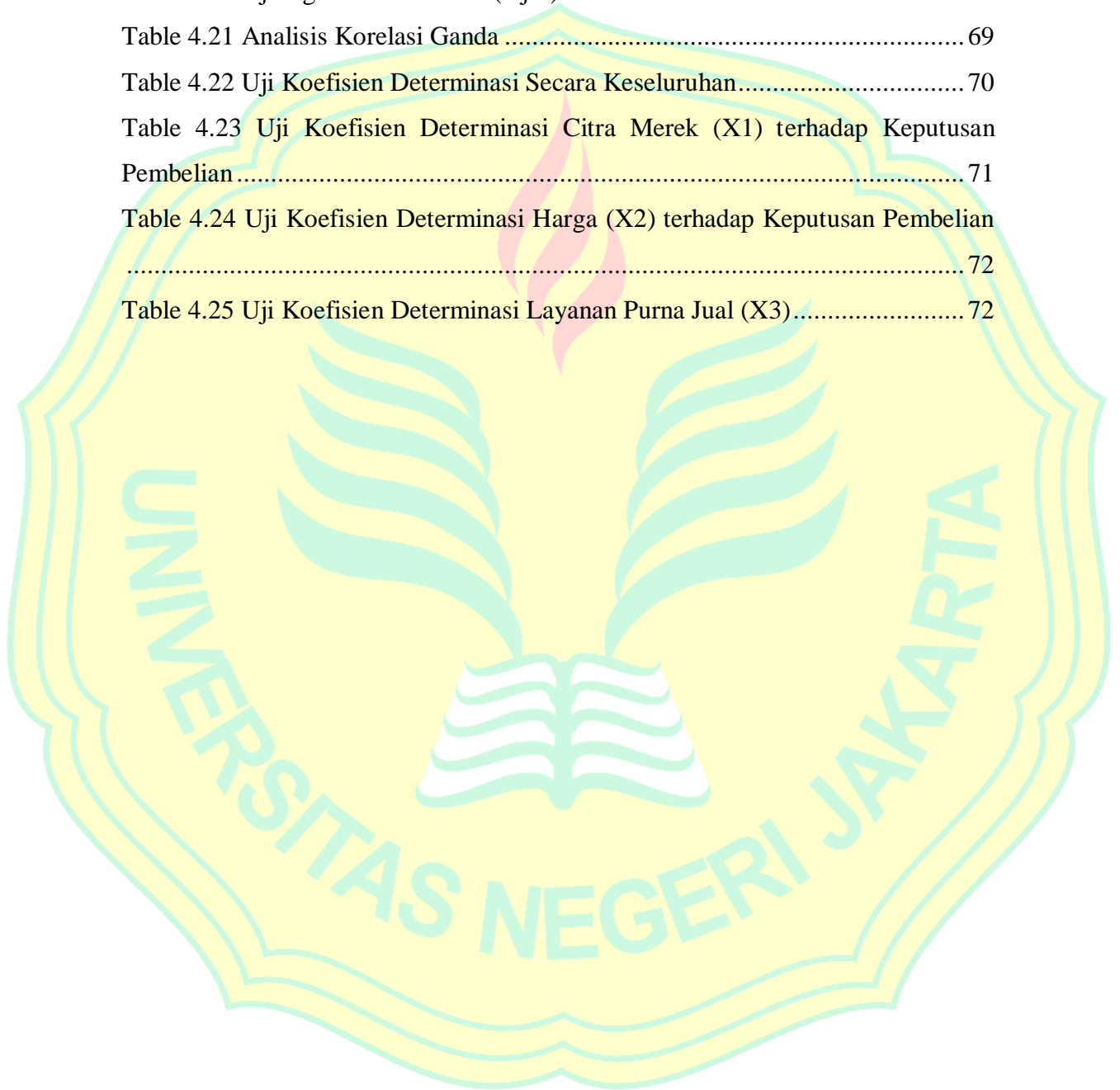
## DAFTAR TABEL

### Halaman

Table 1.1 Merek <i>Smartphone</i> Terlaris di Indonesia Menurut <i>Counterpoint</i> .....	2
Table 2.1 Kerangka Hipotesis .....	22
Table 3.1 Instrumen Keputusan Pembelian Raditya (Hlm:25)&Kaushal(Hlm:12) .....	29
Table 3.2 Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian.....	30
Table 3.3 Instrumen Citra Merek Raditya Bayu (Hlm: 25)& Sainy (hlm: 29) .....	32
Table 3.4 Skala Instrumen Penilaian Citra Merek.....	33
Table 3.5 Instrumen Harga Sainy (hlm: 29).....	36
Table 3.6 Skala Instrumen Penilaian Harga .....	37
Table 3.7 Instrumen Layanan Purna Suzuki & Schvaneveldt (Hlm: 12).....	39
Table 3.8 Skala Instrumen Penilaian Layanan Purna Jual.....	40
Table 4.1 Profil Usia Responden.....	46
Table 4.2 Profil Universitas di Jakarta.....	48
Table 4.3 Statistika Deskriptif Keputusan Pembelian .....	50
Table 4.4 Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian.....	51
Table 4.5 Rata-rata Hitung Skor Indikator Keputusan Pembelian .....	52
Table 4.6 Statistika Deskriptif Citra Merek .....	54
Table 4.7 Distribusi Frekuensi Citra Merek.....	54
Table 4.8 Rata-rata hitung Skor Indikator Citra Merek.....	55
Table 4.9 Statistika Deskriptif Harga.....	57
Table 4.10 Distribusi Frekuensi Harga .....	57
Table 4.11 Rata-rata Hitung Skor Indikator Harga .....	58
Table 4.12 Statistika Deskriptif Layanan Purna Jual.....	60
Table 4.13 Distribusi Frekuensi Layanan Purna Jual .....	60
Table 4.14 Rata-rata Hitung Skor Indikator Layanan Purna Jual.....	62
Table 4.15 Uji Normalitas .....	63
Table 4.16 Uji Linieritas Variabel X1 terhadap Y .....	64



Table 4.17 Uji Linieritas Variabel X2 dengan Variabel Y .....	64
Table 4.18 Uji Linieritas Variabel X3 terhadap Y .....	65
Table 4.19 Uji Persamaan Regresi Linier Berganda.....	66
Table 4.20 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	68
Table 4.21 Analisis Korelasi Ganda .....	69
Table 4.22 Uji Koefisien Determinasi Secara Keseluruhan.....	70
Table 4.23 Uji Koefisien Determinasi Citra Merek (X1) terhadap Keputusan Pembelian .....	71
Table 4.24 Uji Koefisien Determinasi Harga (X2) terhadap Keputusan Pembelian .....	72
Table 4.25 Uji Koefisien Determinasi Layanan Purna Jual (X3).....	72



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kartu Konsultasi Bimbingan Penulisan Skripsi .....	88
Lampiran 2 Format Saran dan Perbaikan Penulisan Skripsi .....	89
Lampiran 3 Survei Awal Penelitian.....	90
Lampiran 4 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel Y (Keputusan Pembelian) .	92
Lampiran 5 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	94
Lampiran 6 Perhitungan Analisis Butir Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	95
Lampiran 7 Data Perhitungan Validitas Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	96
Lampiran 8 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Realibilitas Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	97
Lampiran 9 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X1 (Citra Merek) .....	98
Lampiran 10 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X1 (Citra Merek) .....	100
Lampiran 11 Perhitungan Analisis Butir Variabel X1 (Citra Merek) .....	101
Lampiran 12 Data Perhitungan Validitas Variabel X1 (Citra Merek).....	102
Lampiran 13 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Realibilitas Variabel X1 (Citra Merek) .....	103
Lampiran 14 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X2 (Harga).....	104
Lampiran 15 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X2 (Harga) .....	106
Lampiran 16 Perhitungan Analisis Butir Variabel X2 (Harga).....	107
Lampiran 17 Data Perhitungan Validitas Variabel X2 (Harga) .....	108
Lampiran 18 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Realibilitas Variabel X2 (Harga).....	109
Lampiran 19 Kuesioner Uji Coba Penelitian Variabel X3 (Layanan Purna Jual) .....	110
Lampiran 20 Uji Validitas Data Uji Coba Instrumen Variabel X3 (Layanan Purna Jual).....	112
Lampiran 21 Perhitungan Analisis Butir Variabel X2 (Layanan Purna Jual) .....	113
Lampiran 22 Data Perhitungan Validitas Variabel X3 (Layanan Purna Jual) ....	114

Lampiran 23 Perhitungan Varians Butir, Varians Total dan Uji Realibilitas Variabel X3 (Layanan Purna Jual).....	115
Lampiran 24 Kuesioner Final Penelitian Variabel Y (Keputusan Pembelian) ...	116
Lampiran 25 Data Mentah Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	118
Lampiran 26 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel Y (Keputusan Pembelian).....	120
Lampiran 27 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	121
Lampiran 28 Skor Indikator Dominan Variabel Y (Keputusan Pembelian) .....	122
Lampiran 29 Kuesioner Uji Final Penelitian Variabel X1 (Citra Merek).....	123
Lampiran 30 Data Mentah Variabel X1 (Citra Merek) .....	125
Lampiran 31 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X1 (Citra Merek).....	127
Lampiran 32 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X1 (Citra Merek).....	128
Lampiran 33 Skor Indikator Dominan Variabel X1 (Citra Merek) .....	129
Lampiran 34 Kuesioner Uji Final Penelitian Variabel X2 (Harga) .....	130
Lampiran 35 Lampiran 35 Data Mentah Variabel X2 (Harga) .....	132
Lampiran 36 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X2 (Harga) .....	134
Lampiran 37 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X2 (Harga) .....	135
Lampiran 38 Skor Indikator Dominan Variabel X2 (Harga) .....	136
Lampiran 39 Kuesioner Uji Final Penelitian Variabel X3 (Layanan Purna Jual)	137
Lampiran 40 Data Mentah Variabel X3 (Layanan Purna Jual) .....	139
Lampiran 41 Perhitungan Range, Nilai Minimum, Nilai Maksimum, Jumlah Nilai, Rata-rata, Varian dan Simpangan Baku Variabel X3 (Layanan Purna Jual) .....	141
Lampiran 42 Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram Variabel X3 (Layanan Purna Jual) .....	142
Lampiran 43 Skor Indikator Dominan Variabel X3 (Layanan Purna Jual) .....	143

Lampiran 44 Data Mentah Variabel X1 (Citra Merek), X2 (Harga) dan X3 (Layanan Purna Jual) dengan Y (Keputusan Pembelian) .....	144
Lampiran 45 Perhitungan Uji Normalitas .....	148
Lampiran 46 Perhitungan Uji Kolinieran Regresi X <sub>1</sub> dengan Y .....	149
Lampiran 47 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_1$ ....	150
Lampiran 48 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X <sub>1</sub> dengan Y .....	151
Lampiran 49 Perhitungan Korelasi <i>Pearson Correlation</i> X <sub>1</sub> dengan Y .....	152
Lampiran 50 Perhitungan Koefisien Determinasi X1 dengan Y .....	153
Lampiran 51 Perhitungan Uji Kolinieran Regresi X <sub>2</sub> dengan Y .....	154
Lampiran 52 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_2$ ....	155
Lampiran 53 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X <sub>2</sub> dengan Y .....	156
Lampiran 54 Perhitungan Korelasi <i>Pearson Correlation</i> X <sub>2</sub> dengan Y .....	157
Lampiran 55 Perhitungan Koefisien Determinasi X <sub>2</sub> dengan Y .....	158
Lampiran 56 Perhitungan Uji Kolinieran Regresi X <sub>3</sub> dengan Y .....	159
Lampiran 57 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Sederhana $\hat{Y} = a + bX_3$ ....	160
Lampiran 58 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X <sub>3</sub> dengan Y .....	161
Lampiran 59 Perhitungan Korelasi <i>Pearson Correlation</i> X <sub>3</sub> dengan Y .....	162
Lampiran 60 Perhitungan Koefisien Determinasi X <sub>3</sub> dengan Y .....	163
Lampiran 61 Perhitungan Persamaan Regresi Linier Berganda $\hat{Y} = a + bX_1 + cX_2 + dX_3$ .....	164
Lampiran 62 Perhitungan Uji Keberartian Regresi X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> dan X <sub>3</sub> dengan Y ...	165
Lampiran 63 Perhitungan Koefisien Korelasi <i>Pearson Correlation</i> X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> dan X <sub>3</sub> dengan Y .....	166
Lampiran 64 Perhitungan Koefisien Determinasi X <sub>1</sub> , X <sub>2</sub> dan X <sub>3</sub> dengan Y .....	167
Lampiran 65 Uji Signifikansi Parsial (Uji t) .....	168
Lampiran 66 Tabel Nilai-nilai r Product Moment dari Pearson.....	169
Lampiran 67 Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi F .....	170
Lampiran 68 Tabel Nilai-nilai untuk Distribusi t .....	171
Lampiran 69 Daftar Nama Responden Uji Coba.....	172
Lampiran 70 Daftar Nama Responden Survei Final.....	173