

**Lampiran 01. Tabulasi Data Kuesioner Awal Variabel Keputusan Pembelian (Y), Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Citra Merek (X<sub>2</sub>) terhadap Smartphone Merek Iphone di Kota Singaraja**

**A. Hasil Kuesioner Awal Variabel Keputusan Pembelian terhadap Smartphone Merek Iphone di Kota Singaraja**

No	Skor Keputusan Pembelian						Kategori
	Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>3</sub>	Y <sub>4</sub>	Y <sub>5</sub>	Total	
1	4	4	5	4	5	22	Sangat Tinggi
2	5	4	4	4	3	20	Sangat Tinggi
3	4	4	5	3	4	20	Sangat Tinggi
4	5	3	4	4	3	19	Tinggi
5	4	4	5	4	4	21	Sangat Tinggi
6	4	4	4	3	4	19	Tinggi
7	4	3	5	1	4	17	Tinggi
8	5	4	5	4	5	23	Sangat Tinggi
9	5	3	4	3	4	19	Tinggi
10	3	4	5	4	3	19	Tinggi
Total	43	37	46	34	39	199	Tinggi

**B. Hasil Kuesioner Awal Variabel Kualitas Produk terhadap Smartphone Merek Iphone di Kota Singaraja**

No	Skor Kualitas Produk										Kategori
	X <sub>1.1</sub>	X <sub>1.2</sub>	X <sub>1.3</sub>	X <sub>1.4</sub>	X <sub>1.5</sub>	X <sub>1.6</sub>	X <sub>1.7</sub>	X <sub>1.8</sub>	X <sub>1.9</sub>	Total	
1	3	5	5	5	4	4	4	3	3	36	Tinggi
2	4	5	4	5	4	3	4	5	5	39	Sangat Tinggi
3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	34	Tinggi
4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	35	Tinggi
5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	36	Tinggi
6	5	5	4	4	4	5	4	3	5	39	Sangat Tinggi
7	5	5	4	4	2	5	2	3	5	35	Tinggi
8	3	4	4	4	3	3	4	4	5	34	Tinggi
9	4	5	5	4	4	4	4	4	4	38	Sangat Tinggi
10	3	4	4	4	3	4	4	4	4	34	Tinggi
Total	39	45	43	44	34	38	36	38	43	360	Tinggi

C. Hasil Kuesioner Awal Variabel Citra Merek terhadap *Smartphone* Merek Iphone di Kota Singaraja

No	Skor Citra Merek				Kategori
	X <sub>2.1</sub>	X <sub>2.2</sub>	X <sub>2.3</sub>	Total	
1	3	4	4	11	Tinggi
2	5	5	5	15	Sangat Tinggi
3	4	4	4	12	Tinggi
4	4	4	4	12	Tinggi
5	4	4	4	12	Tinggi
6	5	4	5	14	Sangat Tinggi
7	3	4	3	10	Tinggi
8	5	5	5	15	Sangat Tinggi
9	4	4	3	11	Tinggi
10	4	5	5	14	Sangat Tinggi
Total	41	43	42	126	Sangat Tinggi



**Lampiran 02. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel Keputusan Pembelian, Kualitas Produk dan Citra Merek**

**Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Keputusan Pembelian.**

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- (1) Apabila jawaban (SS) diberikan skor 5
- (2) Apabila jawaban (S) diberikan skor 4
- (3) Apabila jawaban (N) diberikan skor 3
- (4) Apabila jawaban (TS) diberikan skor 2
- (5) Apabila jawaban (STS) diberikan skor 1

(a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah Pernyataan x jumlah responden

(b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah Pernyataan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pernyataan = 5

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi =  $5 \times 5 \times 1 = 25$

Skor Terendah =  $1 \times 5 \times 1 = 5$

Interval = 
$$\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Banyak Kelas}}$$

Interval = 
$$\frac{25 - 5}{5} = 4$$

<b>Rentangan Skor</b>	<b>Keterangan Responden</b>
21-25	Sangat Tinggi
15-20	Tinggi
11-15	Sedang
6-10	Rendah
1-5	Sangat Rendah

**Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Kualitas Produk.**

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- (1) Apabila jawaban (SS) diberikan skor 5
- (2) Apabila jawaban (S) diberikan skor 4
- (3) Apabila jawaban (N) diberikan skor 3
- (4) Apabila jawaban (TS) diberikan skor 2
- (5) Apabila jawaban (STS) diberikan skor 1

(a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah Pernyataan x jumlah responden

(b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah Pernyataan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pernyataan = 9

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi =  $5 \times 9 \times 1 = 45$

Skor Terendah =  $1 \times 9 \times 1 = 9$

Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Banyak Kelas}}$

Interval =  $\frac{45 - 9}{5} = 7,2 = 7$

<b>Rentangan Skor</b>	<b>Keterangan Responden</b>
37-45	Sangat Tinggi
28-36	Tinggi
19-27	Sedang
10-18	Rendah
1-9	Sangat Rendah

**Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Citra Merek.**

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- (1) Apabila jawaban (SS) diberikan skor 5
- (2) Apabila jawaban (S) diberikan skor 4
- (3) Apabila jawaban (N) diberikan skor 3
- (4) Apabila jawaban (TS) diberikan skor 2
- (5) Apabila jawaban (STS) diberikan skor 1

(a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah Pernyataan x jumlah responden

(b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah Pernyataan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pernyataan = 3

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi =  $5 \times 3 \times 1 = 15$

Skor Terendah =  $1 \times 3 \times 1 = 3$

Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Banyak Kelas}}$

Interval =  $\frac{15 - 3}{5} = 2,4 = 2$

<b>Rentangan Skor</b>	<b>Keterangan Responden</b>
13-15	Sangat Tinggi
10-12	Tinggi
7-9	Sedang
4-6	Rendah
1-3	Sangat Rendah

**Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Keputusan Pembelian Secara Total.**

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- (1) Apabila jawaban (SS) diberikan skor 5
- (2) Apabila jawaban (S) diberikan skor 4
- (3) Apabila jawaban (N) diberikan skor 3
- (4) Apabila jawaban (TS) diberikan skor 2
- (5) Apabila jawaban (STS) diberikan skor 1

(a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah Pernyataan x jumlah responden

(b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah Pernyataan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pernyataan = 5

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi =  $5 \times 5 \times 10 = 250$

Skor Terendah =  $1 \times 5 \times 10 = 50$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Banyak Kelas}}$$

$$\text{Interval} = \frac{250 - 50}{5} = 40$$

Rentangan Skor	Keterangan Responden
201-250	Sangat Tinggi
151-200	Tinggi
101-150	Sedang
51-100	Rendah
1-50	Sangat Rendah

**Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Kualitas Produk Secara Total.**

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- (1) Apabila jawaban (SS) diberikan skor 5
- (2) Apabila jawaban (S) diberikan skor 4
- (3) Apabila jawaban (N) diberikan skor 3
- (4) Apabila jawaban (TS) diberikan skor 2
- (5) Apabila jawaban (STS) diberikan skor 1

(a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah Pernyataan x jumlah responden

(b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah Pernyataan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pernyataan = 9

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi =  $5 \times 9 \times 10 = 450$

Skor Terendah =  $1 \times 9 \times 10 = 90$

Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Banyak Kelas}}$

Interval =  $\frac{450 - 90}{5} = 72$

<b>Rentangan Skor</b>	<b>Keterangan Responden</b>
361-450	Sangat Tinggi
271-360	Tinggi
181-270	Sedang
91-180	Rendah
1-90	Sangat Rendah

**Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Citra Merek Secara Total.**

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- (1) Apabila jawaban (SS) diberikan skor 5
- (2) Apabila jawaban (S) diberikan skor 4
- (3) Apabila jawaban (N) diberikan skor 3
- (4) Apabila jawaban (TS) diberikan skor 2
- (5) Apabila jawaban (STS) diberikan skor 1

(a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah Pernyataan x jumlah responden

(b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah Pernyataan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pernyataan = 3

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi =  $5 \times 3 \times 10 = 150$

Skor Terendah =  $1 \times 3 \times 10 = 30$

Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Banyak Kelas}}$

Interval =  $\frac{150 - 30}{5} = 24$

<b>Rentangan Skor</b>	<b>Keterangan Responden</b>
121-150	Sangat Tinggi
91-120	Tinggi
61-90	Sedang
31-60	Rendah
1-30	Sangat Rendah



**Lampiran 03. Kuesioner Penelitian**



**UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**JURUSAN MANAJEMEN**

Jalan Udayana No. 11, Singaraja, Telepon. (0362) 26830

Email : [jurusanmanajemen.undiksha@gmail.com](mailto:jurusanmanajemen.undiksha@gmail.com)

---

Kepada

Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Hal: Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Undiksha pada Jurusan Manajemen, dengan ini saya mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Iphone di Kota Singaraja”**.

Maka dengan ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan sebenarnya sebagai data yang akan dipergunakan dalam penelitian. Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu, Saudara/i yang turut berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Singaraja, 10 Januari 2022

Peneliti,

Wayan Tasya Kapati Wadhaniah  
NIM. 1817041085

### A. Identitas Responden

(Beri tanda  $\surd$  pada kotak jawaban)

1. Nama : .....

2. Alamat : .....

3. Usia : tahun

Jenis Kelamin :  Perempuan  Laki-laki

4. Apakah anda sedang dan atau pernah menggunakan *smartphone* Iphone?

IYA  TIDAK

Jika anda menjawab IYA, silahkan lanjutkan mengisi kuesioner, namun jika menjawab TIDAK silahkan berhenti untuk mengisi kuesioner.

### B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda centang ( $\surd$ ) pada pilihan jawaban yang tersedia.

#### Keterangan.

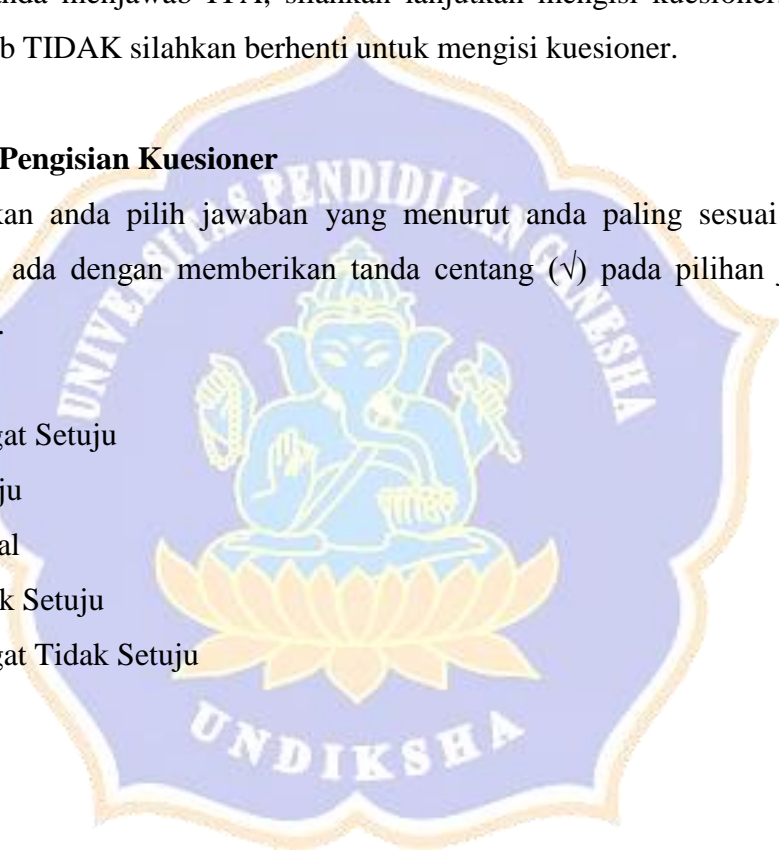
SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju



### C. Draft Pernyataan

#### Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Keputusan Pembelian	5	4	3	2	1
1	Saya menggunakan <i>smartphone</i> Iphone karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					
2	Saya memilih menggunakan <i>smartphone</i> Iphone karena informasi mengenai produk dijelaskan dengan baik					
3	Saya membeli <i>smartphone</i> Iphone karena merek sudah terkenal dan memiliki kualitas produk yang baik					
4	Saya memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk menggunakan <i>smartphone</i> Iphone					
5	Saya merasa puas menggunakan <i>smartphone</i> Iphone sehingga ingin melakukan pembelian ulang					

#### Kualitas Produk

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Kualitas Produk	5	4	3	2	1
1	Saya memilih menggunakan <i>smartphone</i> Iphone karena memiliki bentuk dan ukuran yang nyaman untuk digunakan sehari-hari					
2	Saya memilih menggunakan <i>smartphone</i> Iphone karena memiliki fitur yang berbeda dengan <i>smartphone-smartphone</i> merek lain					
3	Saya memilih menggunakan <i>smartphone</i> Iphone karena tidak terdapat kecacatan pada produk yang ditawarkan					
4	Saya memilih menggunakan <i>smartphone</i> Iphone karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk					
5	Saya memilih membeli <i>smartphone</i> Iphone karena memiliki daya tahan yang kuat					
6	Saya memilih membeli <i>smartphone</i> Iphone karena produk yang di produksi selalu meningkatkan kualitasnya sehingga menarik bagi saya					
7	Saya memilih menggunakan <i>smartphone</i> Iphone karena mudah digunakan dan diperbaiki					

8	Saya memilih membeli <i>smartphone</i> Iphone karena produk dapat melengkapi gaya hidup saya					
9	Saya memilih membeli <i>smartphone</i> Iphone karena memiliki tampilan desain yang elegan					

### Citra Merek

No	Pernyataan Citra Merek	SS 5	S 4	N 3	TS 2	STS 1
1	Saya memilih menggunakan <i>smartphone</i> Iphone karena logo dan merek produk mudah dikenali					
2	Saya memilih menggunakan <i>smartphone</i> Iphone karena memiliki reputasi dan popularitas yang baik di mata konsumen					
3	Saya memilih menggunakan <i>smartphone</i> Iphone karena merek produk mudah untuk diingat					



## Lampiran 04. Deskripsi Data Responden

### Statistics

		Umur	Jenis Kelamin
N	Valid	128	128
	Missing	0	0

### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Perempuan	82	64.1	64.1	64.1
	Laki-laki	46	35.9	35.9	100.0
Total		128	100.0	100.0	

### Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17	7	5.5	5.5	5.5
	18	11	8.6	8.6	14.1
	19	12	9.4	9.4	23.4
	20	16	12.5	12.5	35.9
	21	19	14.8	14.8	50.8
	22	23	18.0	18.0	68.8
	23	13	10.2	10.2	78.9
	24	7	5.5	5.5	84.4
	25	5	3.9	3.9	88.3
	26	5	3.9	3.9	92.2
	27	2	1.6	1.6	93.8
	28	3	2.3	2.3	96.1
	29	3	2.3	2.3	98.4
	30	2	1.6	1.6	100.0
Total		128	100.0	100.0	

**Lampiran 05. Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Kecil**

No	Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )									Total
	X <sub>1.1</sub>	X <sub>1.2</sub>	X <sub>1.3</sub>	X <sub>1.4</sub>	X <sub>1.5</sub>	X <sub>1.6</sub>	X <sub>1.7</sub>	X <sub>1.8</sub>	X <sub>1.9</sub>	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
2	4	5	3	4	4	4	3	3	5	35
3	5	5	5	5	5	5	4	3	5	42
4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	40
5	3	3	3	2	3	4	3	2	4	27
6	5	4	4	5	5	5	4	5	4	41
7	4	5	4	5	5	5	4	4	4	40
8	5	4	5	3	3	4	4	4	5	37
9	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43
10	5	5	5	5	4	3	5	4	5	41
11	5	4	4	5	5	4	5	5	5	42
12	5	5	3	5	4	4	2	4	4	36
13	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
14	5	4	5	4	5	5	5	5	5	43
15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
16	3	2	4	3	2	3	3	4	5	29
17	4	5	3	4	4	4	3	4	4	35
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
19	3	5	2	4	5	4	3	3	5	34
20	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43
21	4	5	5	4	5	5	4	5	5	42
22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
24	5	5	4	5	5	5	4	4	5	42
25	5	4	4	4	4	3	5	4	5	38
26	3	4	3	2	3	3	3	4	4	29
27	4	5	4	4	3	3	2	2	5	32
28	3	3	3	3	2	3	3	4	5	29
29	5	5	4	4	5	5	4	4	5	41
30	4	4	3	2	4	4	3	3	2	29

No	Citra Merek (X <sub>2</sub> )			Total
	X <sub>2.1</sub>	X <sub>2.2</sub>	X <sub>2.3</sub>	
1	5	5	5	15
2	4	4	4	12
3	5	5	4	14
4	4	5	5	14
5	3	3	2	8
6	5	5	4	14
7	5	5	4	14
8	4	4	4	12
9	5	5	5	15
10	5	5	4	14
11	4	5	5	14
12	4	4	4	12
13	5	5	5	15
14	5	5	5	15
15	5	5	5	15
16	3	3	3	9
17	4	4	4	12
18	5	5	5	15
19	5	4	3	12
20	5	5	5	15
21	5	5	5	15
22	3	3	3	9
23	4	4	4	12
24	5	5	5	15
25	4	5	4	13
26	3	3	3	9
27	4	4	3	11
28	4	4	3	11
29	5	5	5	15
30	3	3	3	9

No	Keputusan Pembelian (Y)					Total
	Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>3</sub>	Y <sub>4</sub>	Y <sub>5</sub>	
1	5	5	5	5	5	25
2	5	4	3	4	4	20
3	5	5	5	4	5	24
4	5	5	5	4	5	24
5	4	3	3	3	4	17
6	5	5	5	5	5	25
7	5	5	4	4	5	23
8	5	4	4	3	4	20
9	5	5	5	4	5	24
10	5	4	4	5	5	23
11	5	4	5	5	5	24
12	5	4	3	3	5	20
13	5	5	5	5	5	25
14	5	5	5	4	4	23
15	5	5	5	5	5	25
16	4	3	3	4	3	17
17	5	3	4	4	5	21
18	5	5	5	5	5	25
19	4	3	4	4	5	20
20	5	4	5	5	5	24
21	5	5	5	4	5	24
22	4	3	4	3	3	17
23	5	4	4	4	4	21
24	5	5	4	5	5	24
25	5	4	4	4	5	22
26	4	3	3	4	4	18
27	4	3	4	4	4	19
28	5	4	3	3	5	20
29	4	5	5	5	5	24
30	4	3	3	4	4	18



**Lampiran 06. Hasil Data Pernyataan Responden Sampel Besar**

No	Kualitas Produk (X <sub>1</sub> )									TOTAL
	X <sub>1.1</sub>	X <sub>1.2</sub>	X <sub>1.3</sub>	X <sub>1.4</sub>	X <sub>1.5</sub>	X <sub>1.6</sub>	X <sub>1.7</sub>	X <sub>1.8</sub>	X <sub>1.9</sub>	
1	5	4	5	4	5	4	5	4	4	40
2	4	5	4	5	4	5	4	5	5	41
3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	42
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
5	5	3	5	4	5	5	5	5	5	42
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
7	4	5	4	4	3	5	3	5	5	38
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
10	5	4	5	4	5	4	5	4	4	40
11	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
12	4	3	4	2	3	3	2	3	4	28
13	4	3	3	4	3	4	2	5	5	33
14	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
15	5	5	5	5	4	5	4	4	5	42
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	3	2	3	3	4	3	3	3	4	28
19	5	5	4	4	4	5	4	5	5	41
20	2	5	5	5	4	5	4	4	3	37
21	3	3	3	4	2	3	2	4	4	28
22	5	5	3	4	4	5	4	5	5	40
23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
24	5	4	4	4	5	4	4	4	5	39
25	4	5	4	5	5	5	5	5	5	43
26	5	5	4	5	3	4	5	5	5	41
27	4	5	4	5	4	5	4	4	5	40
28	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
29	3	3	3	4	4	4	4	3	3	31
30	4	4	3	5	4	4	4	3	4	35
31	3	5	3	4	3	4	2	3	3	30
32	5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
33	4	5	4	5	4	5	4	5	5	41
34	4	4	4	4	3	4	3	5	5	36
35	4	5	4	5	4	5	4	3	4	38
36	4	5	4	3	5	4	4	3	2	34

<b>37</b>	4	4	3	3	4	3	3	3	4	31
<b>38</b>	4	5	4	5	4	4	4	4	3	37
<b>39</b>	5	4	3	4	3	4	3	4	5	35
<b>40</b>	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
<b>41</b>	5	4	4	4	4	4	2	3	5	35
<b>42</b>	3	5	4	4	4	4	2	4	4	34
<b>43</b>	4	4	4	4	4	5	3	4	4	36
<b>44</b>	5	5	4	4	5	5	4	5	5	42
<b>45</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
<b>46</b>	5	5	5	5	4	5	4	4	5	42
<b>47</b>	5	5	4	5	4	5	4	4	5	41
<b>48</b>	3	2	3	3	3	5	3	3	4	29
<b>49</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
<b>50</b>	4	3	3	3	4	4	4	4	3	32
<b>51</b>	5	5	5	5	5	5	3	3	5	41
<b>52</b>	4	5	3	4	4	4	3	4	4	35
<b>53</b>	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
<b>54</b>	4	5	3	4	3	4	3	4	4	34
<b>55</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
<b>56</b>	4	4	5	5	4	5	5	5	5	42
<b>57</b>	3	2	3	4	4	2	3	4	4	29
<b>58</b>	5	5	4	5	4	4	5	5	5	42
<b>59</b>	4	4	3	3	4	4	3	5	5	35
<b>60</b>	4	4	5	4	4	5	4	5	4	39
<b>61</b>	3	3	3	4	3	3	3	3	3	28
<b>62</b>	5	5	5	5	5	5	4	3	4	41
<b>63</b>	5	5	3	3	4	5	4	5	5	39
<b>64</b>	5	5	5	4	5	5	4	5	5	43
<b>65</b>	5	4	4	5	4	4	5	5	5	41
<b>66</b>	4	3	3	3	2	4	2	4	4	29
<b>67</b>	5	4	5	4	3	4	5	5	5	40
<b>68</b>	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43
<b>69</b>	5	5	5	5	4	5	4	5	5	43
<b>70</b>	4	5	5	5	5	5	4	4	5	42
<b>71</b>	5	5	5	5	4	5	5	4	5	43
<b>72</b>	5	5	5	5	5	5	4	5	5	44
<b>73</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
<b>74</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
<b>75</b>	4	4	5	5	4	4	3	5	5	39
<b>76</b>	5	5	5	4	4	5	4	5	5	42
<b>77</b>	5	4	4	4	4	4	3	5	4	37

<b>78</b>	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
<b>79</b>	5	3	3	4	3	4	5	5	4	36
<b>80</b>	4	3	3	3	3	3	3	3	4	29
<b>81</b>	3	4	2	4	3	3	3	3	4	29
<b>82</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
<b>83</b>	5	5	3	5	4	4	4	3	5	38
<b>84</b>	4	4	4	3	3	4	3	3	5	33
<b>85</b>	5	5	4	4	3	4	5	5	4	39
<b>86</b>	5	5	5	4	5	5	5	5	4	43
<b>87</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
<b>88</b>	3	5	4	4	3	4	3	4	5	35
<b>89</b>	5	5	5	5	5	5	3	5	5	43
<b>90</b>	5	4	5	5	4	5	4	5	5	42
<b>91</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
<b>92</b>	4	5	4	5	4	5	5	5	5	42
<b>93</b>	5	5	4	5	4	5	5	4	5	42
<b>94</b>	4	5	5	5	2	4	2	5	5	37
<b>95</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
<b>96</b>	5	5	4	5	5	5	4	4	5	42
<b>97</b>	5	5	5	5	3	5	4	4	5	41
<b>98</b>	5	4	3	4	2	4	3	3	5	33
<b>99</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
<b>100</b>	4	5	3	4	4	4	3	3	5	35
<b>101</b>	5	5	5	5	5	5	4	3	5	42
<b>102</b>	5	5	4	4	5	5	4	4	4	40
<b>103</b>	3	3	3	2	3	4	3	2	4	27
<b>104</b>	5	4	4	5	5	5	4	5	4	41
<b>105</b>	4	5	4	5	5	5	4	4	4	40
<b>106</b>	5	4	5	3	3	4	4	4	5	37
<b>107</b>	5	5	4	5	4	5	5	5	5	43
<b>108</b>	5	5	5	5	4	3	5	4	5	41
<b>109</b>	5	4	4	5	5	4	5	5	5	42
<b>110</b>	5	5	3	5	4	4	2	4	4	36
<b>111</b>	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
<b>112</b>	5	4	5	4	5	5	5	5	5	43
<b>113</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
<b>114</b>	3	2	4	3	2	3	3	4	5	29
<b>115</b>	4	5	3	4	4	4	3	4	4	35
<b>116</b>	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
<b>117</b>	3	5	2	4	5	4	3	3	5	34
<b>118</b>	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43

119	4	5	5	4	5	5	4	5	5	42
120	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
122	5	5	4	5	5	5	4	4	5	42
123	5	4	4	4	4	3	5	4	5	38
124	3	4	3	2	3	3	3	4	4	29
125	4	5	4	4	3	3	2	2	5	32
126	3	3	3	3	2	3	3	4	5	29
127	5	5	4	4	5	5	4	4	5	41
128	4	4	3	2	4	4	3	3	2	29

No	Citra Merek (X <sub>2</sub> )			TOTAL
	X <sub>2.1</sub>	X <sub>2.2</sub>	X <sub>2.3</sub>	
1	5	5	4	14
2	5	5	4	14
3	5	5	5	15
4	4	5	4	13
5	5	5	5	15
6	5	3	4	12
7	4	5	5	14
8	5	5	5	15
9	5	5	5	15
10	5	5	5	15
11	5	5	5	15
12	3	4	3	10
13	4	4	4	12
14	5	5	5	15
15	5	5	5	15
16	5	5	5	15
17	5	5	4	14
18	3	3	3	9
19	5	5	5	15
20	4	4	4	12
21	3	3	3	9
22	5	4	5	14
23	3	3	3	9
24	5	4	5	14
25	5	5	5	15
26	5	5	5	15
27	5	5	5	15
28	5	5	5	15

<b>29</b>	3	3	3	9
<b>30</b>	4	4	5	13
<b>31</b>	3	4	4	11
<b>32</b>	5	5	4	14
<b>33</b>	5	5	5	15
<b>34</b>	4	4	4	12
<b>35</b>	4	5	4	13
<b>36</b>	4	4	4	12
<b>37</b>	4	3	5	12
<b>38</b>	5	3	5	13
<b>39</b>	4	4	4	12
<b>40</b>	3	3	3	9
<b>41</b>	4	4	4	12
<b>42</b>	4	5	4	13
<b>43</b>	4	4	4	12
<b>44</b>	5	5	5	15
<b>45</b>	4	4	4	12
<b>46</b>	5	5	5	15
<b>47</b>	5	5	5	15
<b>48</b>	2	3	4	9
<b>49</b>	5	5	5	15
<b>50</b>	4	4	3	11
<b>51</b>	5	5	5	15
<b>52</b>	4	4	4	12
<b>53</b>	4	4	4	12
<b>54</b>	4	4	4	12
<b>55</b>	5	5	5	15
<b>56</b>	4	5	5	14
<b>57</b>	3	3	3	9
<b>58</b>	5	5	5	15
<b>59</b>	4	4	4	12
<b>60</b>	4	5	4	13
<b>61</b>	3	3	3	9
<b>62</b>	4	5	5	14
<b>63</b>	3	5	5	13
<b>64</b>	5	5	5	15
<b>65</b>	5	4	5	14
<b>66</b>	3	4	2	9
<b>67</b>	4	5	5	14
<b>68</b>	5	5	5	15
<b>69</b>	5	5	4	14

<b>70</b>	5	5	4	14
<b>71</b>	5	5	5	15
<b>72</b>	5	5	5	15
<b>73</b>	5	5	5	15
<b>74</b>	5	5	5	15
<b>75</b>	4	5	4	13
<b>76</b>	5	5	5	15
<b>77</b>	4	4	4	12
<b>78</b>	4	4	4	12
<b>79</b>	4	4	4	12
<b>80</b>	3	3	3	9
<b>81</b>	3	3	3	9
<b>82</b>	5	5	5	15
<b>83</b>	5	4	4	13
<b>84</b>	4	3	4	11
<b>85</b>	4	5	4	13
<b>86</b>	5	5	5	15
<b>87</b>	5	5	5	15
<b>88</b>	4	4	4	12
<b>89</b>	5	5	5	15
<b>90</b>	5	5	5	15
<b>91</b>	5	5	5	15
<b>92</b>	5	5	5	15
<b>93</b>	5	5	5	15
<b>94</b>	4	5	4	13
<b>95</b>	5	5	5	15
<b>96</b>	5	5	5	15
<b>97</b>	5	4	5	14
<b>98</b>	4	4	4	12
<b>99</b>	5	5	5	15
<b>100</b>	4	4	4	12
<b>101</b>	5	5	4	14
<b>102</b>	4	5	5	14
<b>103</b>	3	3	2	8
<b>104</b>	5	5	4	14
<b>105</b>	5	5	4	14
<b>106</b>	4	4	4	12
<b>107</b>	5	5	5	15
<b>108</b>	5	5	4	14
<b>109</b>	4	5	5	14
<b>110</b>	4	4	4	12

111	5	5	5	15
112	5	5	5	15
113	5	5	5	15
114	3	3	3	9
115	4	4	4	12
116	5	5	5	15
117	5	4	3	12
118	5	5	5	15
119	5	5	5	15
120	3	3	3	9
121	4	4	4	12
122	5	5	5	15
123	4	5	4	13
124	3	3	3	9
125	4	4	3	11
126	4	4	3	11
127	5	5	5	15
128	3	3	3	9

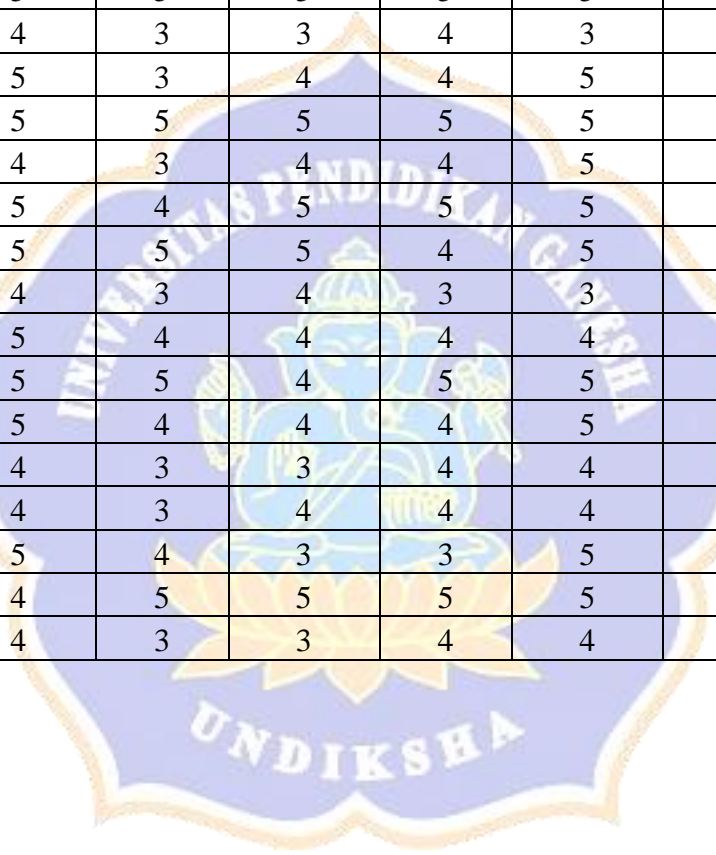
No	Keputusan Pembelian (Y)					TOTAL
	Y <sub>1</sub>	Y <sub>2</sub>	Y <sub>3</sub>	Y <sub>4</sub>	Y <sub>5</sub>	
1	5	5	4	4	5	23
2	5	4	5	5	5	24
3	5	5	4	5	5	24
4	5	4	4	5	4	22
5	5	5	5	4	5	24
6	4	4	4	4	4	20
7	5	5	4	4	5	23
8	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25
10	5	4	5	5	5	24
11	5	5	5	5	4	24
12	4	4	3	3	3	17
13	5	4	3	4	4	20
14	5	5	5	5	5	25
15	5	5	5	4	5	24
16	5	4	5	5	5	24
17	5	5	5	4	5	24
18	4	3	3	2	4	16
19	5	5	5	4	5	24
20	5	3	3	3	5	19

<b>21</b>	3	3	3	3	3	15
<b>22</b>	5	4	5	4	5	23
<b>23</b>	3	3	3	3	3	15
<b>24</b>	5	4	5	4	5	23
<b>25</b>	4	5	5	5	5	24
<b>26</b>	5	4	5	5	5	24
<b>27</b>	5	4	5	5	5	24
<b>28</b>	5	5	5	5	5	25
<b>29</b>	4	3	4	3	3	17
<b>30</b>	4	4	4	4	4	20
<b>31</b>	4	4	3	4	4	19
<b>32</b>	5	5	4	4	5	23
<b>33</b>	5	4	5	5	5	24
<b>34</b>	5	4	4	3	4	20
<b>35</b>	5	4	5	4	5	23
<b>36</b>	4	3	4	4	5	20
<b>37</b>	5	3	3	4	5	20
<b>38</b>	5	5	4	3	4	21
<b>39</b>	5	5	4	3	4	21
<b>40</b>	3	3	3	3	3	15
<b>41</b>	4	3	4	3	5	19
<b>42</b>	5	4	4	4	4	21
<b>43</b>	5	4	4	4	4	21
<b>44</b>	4	5	5	4	5	23
<b>45</b>	4	4	4	4	4	20
<b>46</b>	5	5	5	5	5	25
<b>47</b>	5	5	5	5	4	24
<b>48</b>	4	3	3	3	4	17
<b>49</b>	5	5	5	5	5	25
<b>50</b>	4	3	4	5	5	21
<b>51</b>	5	5	5	5	5	25
<b>52</b>	5	4	4	4	5	22
<b>53</b>	4	4	4	4	4	20
<b>54</b>	5	3	5	3	4	20
<b>55</b>	5	5	5	5	5	25
<b>56</b>	5	5	4	5	5	24
<b>57</b>	4	4	4	3	4	19
<b>58</b>	5	5	5	5	5	25
<b>59</b>	3	4	4	4	4	19
<b>60</b>	4	5	5	5	4	23
<b>61</b>	4	3	4	3	4	18



<b>62</b>	4	5	5	3	5	22
<b>63</b>	5	4	5	5	4	23
<b>64</b>	4	4	5	5	5	23
<b>65</b>	5	5	4	3	5	22
<b>66</b>	4	3	4	4	5	20
<b>67</b>	5	3	4	5	5	22
<b>68</b>	4	4	5	4	5	22
<b>69</b>	5	4	5	5	5	24
<b>70</b>	5	5	4	4	4	22
<b>71</b>	5	4	4	5	5	23
<b>72</b>	5	5	5	4	4	23
<b>73</b>	5	5	5	5	5	25
<b>74</b>	5	5	5	5	5	25
<b>75</b>	5	4	4	3	5	21
<b>76</b>	5	5	5	4	5	24
<b>77</b>	4	4	4	4	4	20
<b>78</b>	5	4	4	3	4	20
<b>79</b>	4	5	4	5	4	22
<b>80</b>	4	4	4	3	4	19
<b>81</b>	4	3	3	4	4	18
<b>82</b>	5	5	5	5	5	25
<b>83</b>	5	4	4	3	5	21
<b>84</b>	3	4	4	3	4	18
<b>85</b>	5	5	4	4	5	23
<b>86</b>	5	5	5	4	5	24
<b>87</b>	5	5	5	5	5	25
<b>88</b>	4	4	4	4	4	20
<b>89</b>	5	5	5	5	5	25
<b>90</b>	5	5	5	4	5	24
<b>91</b>	5	5	5	5	5	25
<b>92</b>	5	5	5	5	4	24
<b>93</b>	5	5	5	4	4	23
<b>94</b>	4	4	4	4	4	20
<b>95</b>	5	5	5	5	5	25
<b>96</b>	5	4	5	4	5	23
<b>97</b>	5	5	5	5	5	25
<b>98</b>	4	3	5	4	4	20
<b>99</b>	5	5	5	5	5	25
<b>100</b>	5	4	3	4	4	20
<b>101</b>	5	5	5	4	5	24
<b>102</b>	5	5	5	4	5	24

<b>103</b>	4	3	3	3	4	17
<b>104</b>	5	5	5	5	5	25
<b>105</b>	5	5	4	4	5	23
<b>106</b>	5	4	4	3	4	20
<b>107</b>	5	5	5	4	5	24
<b>108</b>	5	4	4	5	5	23
<b>109</b>	5	4	5	5	5	24
<b>110</b>	5	4	3	3	5	20
<b>111</b>	5	5	5	5	5	25
<b>112</b>	5	5	5	4	4	23
<b>113</b>	5	5	5	5	5	25
<b>114</b>	4	3	3	4	3	17
<b>115</b>	5	3	4	4	5	21
<b>116</b>	5	5	5	5	5	25
<b>117</b>	4	3	4	4	5	20
<b>118</b>	5	4	5	5	5	24
<b>119</b>	5	5	5	4	5	24
<b>120</b>	4	3	4	3	3	17
<b>121</b>	5	4	4	4	4	21
<b>122</b>	5	5	4	5	5	24
<b>123</b>	5	4	4	4	5	22
<b>124</b>	4	3	3	4	4	18
<b>125</b>	4	3	4	4	4	19
<b>126</b>	5	4	3	3	5	20
<b>127</b>	4	5	5	5	5	24
<b>128</b>	4	3	3	4	4	18





	Sig. (2-tailed)	.000	.222	.000	.002	.002	.004	.000	.018	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	.557**	.171	.548**	.541**	.442*	.511**	.731**	1	.342
	Sig. (2-tailed)	.001	.365	.002	.002	.014	.004	.000	.064	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	.338	.245	.477**	.490**	.158	.176	.430*	.342	1
	Sig. (2-tailed)	.068	.193	.008	.006	.405	.353	.018	.064	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TX1	Pearson Correlation	.856**	.637**	.730**	.849**	.800**	.768**	.809**	.728**	.529**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Hasil Uji Validitas Sampel Kecil Variabel Citra Merek (X<sub>2</sub>)

		X2.1	X2.2	X2.3	TX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.886**	.720**	.919**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.886**	1	.850**	.971**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.720**	.850**	1	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
TX2	Pearson Correlation	.919**	.971**	.922**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Hasil Uji Validitas Sampel Kecil Variabel Keputusan Pembelian (Y)

### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TY
Y1	Pearson Correlation	1	.674**	.438*	.256	.592**	.698**
	Sig. (2-tailed)		.000	.015	.172	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.674**	1	.719**	.483**	.599**	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.438*	.719**	1	.613**	.510**	.857**
	Sig. (2-tailed)	.015	.000		.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.256	.483**	.613**	1	.476**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.172	.007	.000		.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.592**	.599**	.510**	.476**	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.004	.008		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TY	Pearson Correlation	.698**	.886**	.857**	.733**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Hasil Uji Validitas Sampel Besar Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)

### Correlations

X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9 TX1

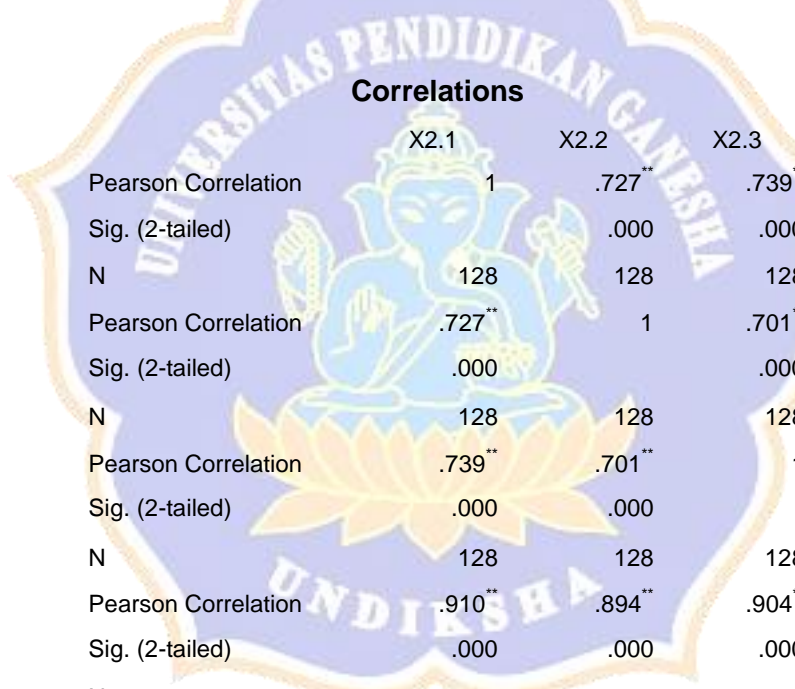


X1.9	Pearson	.531**	.323**	.408**	.457**	.206*	.394**	.304**	.471**	1	.606**
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.020	.000	.000	.000		.000
	N	128	128	128	128	128	128	128	128	128	128
TX1	Pearson	.766**	.699**	.757**	.757**	.708**	.790**	.766**	.687**	.606**	1
	Correlation										
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	128	128	128	128	128	128	128	128	128	128

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

### Hasil Uji Validitas Sampel Besar Variabel Citra Merek (X<sub>2</sub>)



		X2.1	X2.2	X2.3	TX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.727**	.739**	.910**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	128	128	128	128
X2.2	Pearson Correlation	.727**	1	.701**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	128	128	128	128
X2.3	Pearson Correlation	.739**	.701**	1	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	128	128	128	128
TX2	Pearson Correlation	.910**	.894**	.904**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	128	128	128	128

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Hasil Uji Validitas Sampel Besar Variabel Keputusan Pembelian (Y)

#### Correlations

Y1    Y2    Y3    Y4    Y5    TY

Y1	Pearson Correlation	1	.527**	.451**	.390**	.578**	.727**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	128	128	128	128	128	128
Y2	Pearson Correlation	.527**	1	.621**	.457**	.435**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	128	128	128	128	128	128
Y3	Pearson Correlation	.451**	.621**	1	.590**	.526**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	128	128	128	128	128	128
Y4	Pearson Correlation	.390**	.457**	.590**	1	.477**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	128	128	128	128	128	128
Y5	Pearson Correlation	.578**	.435**	.526**	.477**	1	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	128	128	128	128	128	128
TY	Pearson Correlation	.727**	.797**	.833**	.770**	.753**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	128	128	128	128	128	128

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

### Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	9

### Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil Variabel Citra Merek (X<sub>2</sub>)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	3

### Hasil Uji Reliabilitas Sampel Kecil Variabel Keputusan Pembelian (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.846	5



### Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ )

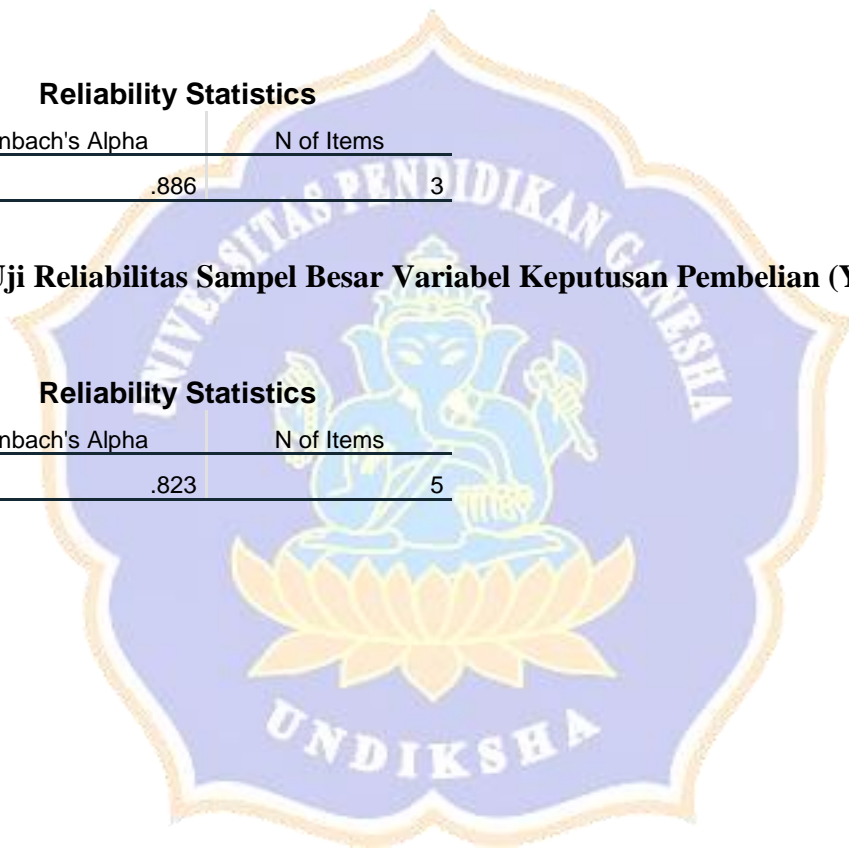
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.887	9

### Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar Variabel Citra Merek ( $X_2$ )

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.886	3

### Hasil Uji Reliabilitas Sampel Besar Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.823	5



### Lampiran 08. Hasil Analisis Jalur (*Path Analysis*)

### Pengaruh Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Citra Merek ( $X_2$ ) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables	Variables	Method
	Entered	Removed	
1	Citra Merek, Kualitas Produk <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics			Sig. F Change	
				R Square	F	df1		df2
1	.927 <sup>a</sup>	.860	1.00183	.860	384.174	2	125	.000

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Produk

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	771.160	2	385.580	384.174	.000 <sup>b</sup>
	Residual	125.457	125	1.004		
	Total	896.617	127			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Produk

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta	T		Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	5.135	.608		8.447	.000			
	Kualitas Produk	.187	.050	.377	3.743	.000	.919	.317	.118
	Citra Merek	.738	.130	.570	5.661	.000	.929	.452	.178

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Pengaruh Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) terhadap Citra Merek (X<sub>2</sub>)

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables	Variables	Method
	Entered	Removed	

1	Kualitas Produk <sup>b</sup>	.	Enter
---	------------------------------	---	-------

a. Dependent Variable: Citra Merek

b. All requested variables entered.

### Model Summary

Model	R	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
					F Change	df1	df2	
1	.950 <sup>a</sup>	.902	.63441	.902	1159.710	1	126	.000

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	466.757	1	466.757	1159.710	.000 <sup>b</sup>
	Residual	50.712	126	.402		
	Total	517.469	127			

a. Dependent Variable: Citra Merek

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Correlations			
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	-.763	.410		-1.862	.065			
	Kualitas Produk	.363	.011	.950	34.203	.000	.950	.950	.950

a. Dependent Variable: Citra Merek

## Lampiran 09. Sumbangan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> terhadap Y

### Perhitungan Sumbangan Pengaruh Langsung dan Tidak Langsung X<sub>1</sub> dan X<sub>2</sub> terhadap Y

Keterangan	Besar Sumbangan
Besar pengaruh langsung $X_1$ terhadap $Y$	$P_{YX_1}$
Besar pengaruh tidak langsung $X_1$ terhadap $Y$ melalui $X_2$	$P_{X_2X_1} \cdot P_{YX_2}$
Besar pengaruh total $X_1$ terhadap $Y$	$(P_{YX_1}) + (P_{YX_1} \cdot P_{X_2X_1} \cdot P_{YX_2})$
Besar pengaruh langsung $X_2$ terhadap $Y$	$P_{YX_2}$
Besar pengaruh total $X_1$ dan $X_2$ terhadap $Y$	$R^2_{YX_1X_2}$
Besar pengaruh lain terhadap $Y$	$1 - R^2_{YX_1X_2}$

**Sumbangan Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada *Smartphone* Merek Iphone di Kota Singaraja**

Keterangan	Besar	Persentase
Besar pengaruh $X_1$ terhadap $Y$	0,317	31,7%
Besar pengaruh tidak langsung $X_1$ terhadap $Y$ melalui $X_2$	0,429	42,9%
Besar pengaruh total $X_1$ terhadap $Y$	0,453	45,3%
Besar pengaruh langsung $X_2$ terhadap $Y$	0,452	45,2%
Besar pengaruh total $X_1$ dan $X_2$ terhadap $Y$	0,860	86%
Besar pengaruh lain terhadap $Y$	0,140	14%
Total	1,000	100%

