

## LAMPIRAN 01: KUESIONER PENELITIAN

### Petunjuk Pengisian Kuesioner

Dalam pengisian kuesioner yang dibatasi oleh jarak ini, dan proses pengisian data dilakukan secara daring. Maka diharapkan rekan-rekan Mahasiswa/i mengisi secara lengkap dan benar daftar isian pada identitas responden dan daftar pernyataan yang telah tersusun secara sistematis. Sebelum masuk ke kuesioner terlebih dahulu harus masuk pada link berikut : ..... Kemudian untuk menjawab kuesioner rekan-rekan cukup mengklik salah satu pilihan jawaban yang tersedia pada bagian bawah pernyataan.

Jawaban Pernyataan tersebut sesuai persepsi rekan-rekan dengan pilihan jawaban sebagai berikut :

Sangat Setuju = 5

Setuju = 4

Netral = 3

Tidak Setuju = 2

Sangat Tidak Setuju = 1

Identitas Responden

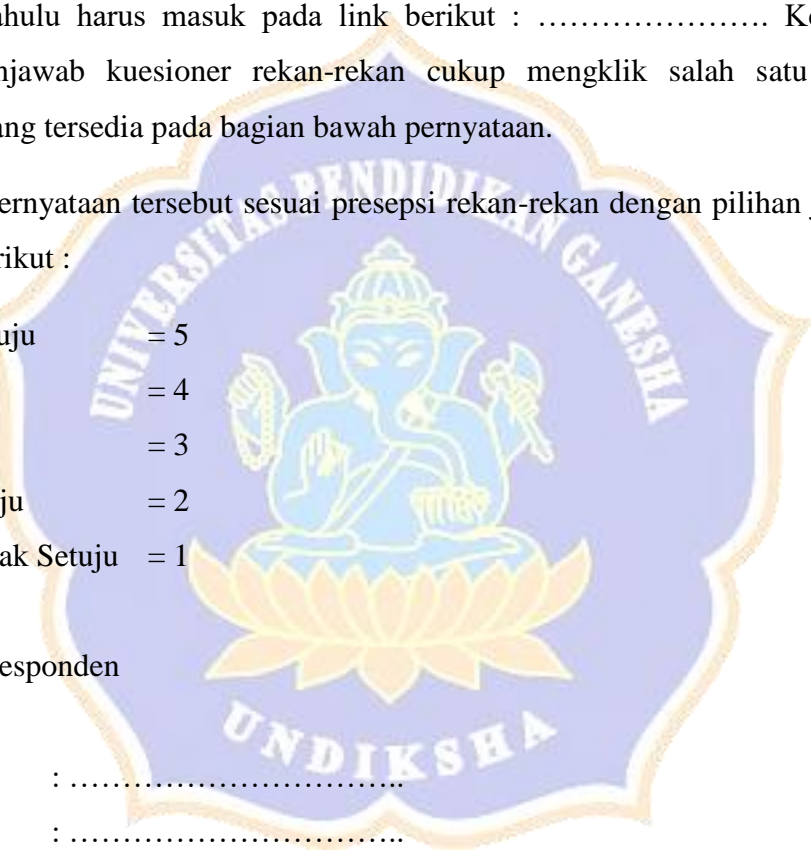
Nama : .....

NIM : .....

Jurusan : .....

Semester : .....

Jenis Kelamin : .....



(\*) coret yang tidak perlu

N O	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	ST S
	MEDIA IKLAN TELEVISI	5	4	3	2	1
1	Periklanan yang dilakukan kartu simpati di televise meningkatkan minat beli saya terhadap kartu simpati					
2	Musik yang digunakan dalam iklan kartu simpati mampu menarik perhatian saya					
3	Iklan kartu simpati menggunakan ilustrasi cerita yang mampu meningkatkan minat beli					
4	Bintang iklan kartu simpati mampu memberikan ketertarikan untuk saya membeli kartu simpati					

N O	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	ST S
	CITRA MEREK	5	4	3	2	1
1	Kartu simpati sudah dikenal dipercaya banyak orang					
2	Kartu simpati memberikan kesan positif terhadap konsumen					
3	Kartu simpati dikenal sebagai paket data yang peduli terhadap kebutuhan konsumen					

N O	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	ST S
	KEPUTUSAN PEMBELIAN	5	4	3	2	1
1	Ketika saya membutuhkan paket data saya memutuskan membeli kartu simpati					
2	Kartu simpati mudah diingat membuat saya memutuskan membeli kartu simpati					
3	Kartu simpati mudah di temukan di counter-counter terdekat membuat saya memutuskan membeli kartu simpati					
4	Kualitas sinyal yang diberikan membuat saya memutuskan untuk membeli kartu simpati					

**LAMPIRAN 02 : TABULASI DATA KUESIONER SAMPEL KECIL**

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TMIT	X2.1	X2.2	X2.3	TCM	Y1	Y2	Y3	Y4	TKP
1	3	4	5	5	17	4	4	5	13	5	2	4	5	16
2	4	4	5	5	18	5	5	5	15	4	5	5	4	18
3	4	4	4	5	17	4	4	4	12	4	4	5	4	17
4	4	4	4	4	16	3	4	4	11	4	5	5	5	19
5	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
6	3	4	4	4	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16
7	5	4	4	4	17	4	4	4	12	3	3	4	4	14
8	5	5	5	5	20	5	5	5	15	2	2	2	2	8
9	5	5	5	5	20	3	3	2	8	1	2	2	2	7
10	3	4	2	4	13	5	4	5	14	4	4	4	4	16



## LAMPIRAN 03 : HASIL OBSERVASI AWAL

Responden	Skor media iklan televisi				Total	Kategori
	perhatian	ketertarikan	keinginan	tindakan		
A	3	4	5	5	17	SANGAT TINGGI
B	4	4	5	5	18	SANGAT TINGGI
C	4	4	4	5	17	SANGAT TINGGI
D	4	4	4	4	16	TINGGI
E	4	4	4	4	16	TINGGI
F	3	4	4	4	15	TINGGI
G	5	4	4	4	17	SANGAT TINGGI
H	5	5	5	5	20	SANGAT TINGGI
I	5	5	5	5	20	SANGAT TINGGI
J	3	4	2	4	13	TINGGI
<b>Jumlah</b>	<b>40</b>	<b>42</b>	<b>42</b>	<b>45</b>	<b>169</b>	<b>SANGAT TINGGI</b>

Responden	Skor Pernyataan Citra Merek			Total	Kategori
	Citra Pembuat	Citra Pemakai	Citra Produk		
A	4	2	3	9	SEDANG
B	5	4	4	13	SANGAT TINGGI
C	4	2	4	10	TINGGI
D	4	5	5	14	SANGAT TINGGI
E	4	4	4	12	TINGGI
F	4	4	4	12	TINGGI
G	4	3	3	10	TINGGI
H	5	5	5	15	SANGAT TINGGI
I	3	3	2	8	SEDANG
J	4	3	2	9	SEDANG
<b>Jumlah</b>	<b>41</b>	<b>35</b>	<b>36</b>	<b>112</b>	<b>TINGGI</b>

Responden	Skor Pernyataan Keputusan Pembelian				Total	Kategori
	Kemantapan Produk	Kebiasaan Membeli	Rekomendasi	Pembelian Ulang		
A	5	2	4	5	16	TINGGI
B	4	5	5	4	18	SANGAT TINGGI
C	4	4	5	4	17	SANGAT TINGGI
D	4	5	5	5	19	SANGAT TINGGI
E	4	4	4	4	16	TINGGI
F	4	4	4	4	16	TINGGI
G	3	3	4	4	14	TINGGI
H	2	2	2	2	8	RENDAH
I	1	2	2	2	7	RENDAH
J	4	4	4	4	16	TINGGI
<b>Jumlah</b>	<b>35</b>	<b>35</b>	<b>39</b>	<b>38</b>	<b>147</b>	<b>TINGGI</b>



## Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah Dan Interval Rentangan Skor Kuesioner

### 1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Setiap Responden Media Iklan Televisi

1. Apabila Jawaban Sangat Setuju = 5
2. Apabila Jawaban Setuju = 4
3. Apabila Jawaban Netral = 3
4. Apabila Jawaban Tidak Setuju = 2
5. Apabila Jawaban Sangat Tidak Setuju = 1

- a. Skor tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- b. Skor terendah = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- c. Interval Kategori =  $\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Jumlah pertanyaan}}$

Nilai tertinggi = 5  
 Nilai terendah = 1  
 Jumlah responden = 10  
 Jumlah pertanyaan = 4

SKOR TERINGGI =  $5 \times 4 \times 1 = 20$   
 SKOR TERENDAH =  $1 \times 4 \times 1 = 4$   
 INTERVAL =  $\frac{20 - 4}{5} = 3,2 (3)$

Rentangan skor variabel Media Iklan Televisi

RENTANGAN SKOR	KATEGORI
17 - 20	Sangat tinggi
13 - 16	Tinggi
9 - 12	Sedang
5 - 8	Rendah
1 - 4	Sangat rendah

#### Skor Total Seluruh Responden

Nilai tertinggi = 5  
 Nilai terendah = 1  
 Jumlah responden = 10  
 Jumlah pertanyaan = 4

$$\text{SKOR TERINGGI} = 5 \times 4 \times 10 = 200$$

$$\text{SKOR TERENDAH} = 1 \times 4 \times 10 = 40$$

$$\text{INTERVAL} = \frac{200 - 40}{5} = 32$$

Rentangan skor total variabel Media Iklan Televisi

RENTANGAN SKOR	KATEGORI
168 - 200	Sangat tinggi
135 - 167	Tinggi
102 - 134	Sedang
69 - 101	Rendah
36 - 68	Sangat rendah

## 2. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor

### Kuesioner Setiap Responden Citra Merek

1. Apabila Jawaban Sangat Setuju = 5
2. Apabila Jawaban Setuju = 4
3. Apabila Jawaban Netral = 3
4. Apabila Jawaban Tidak Setuju = 2
5. Apabila Jawaban Sangat Tidak Setuju = 1

d. Skor tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden

e. Skor terendah = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden

f. Interval Kategori =  $\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{jumlah pertanyaan}}$

$$\text{Nilai tertinggi} = 5$$

$$\text{Nilai terendah} = 1$$

$$\text{Jumlah responden} = 10$$

$$\text{Jumlah pertanyaan} = 3$$

$$\text{SKOR TERINGGI} = 5 \times 3 \times 10 = 150$$

$$\text{SKOR TERENDAH} = 1 \times 3 \times 10 = 30$$

$$\text{INTERVAL} = \frac{150 - 30}{5} = 24$$

Rentangan skor variabel Media Iklan Televisi

<b>RENTANGAN SKOR</b>	<b>KATEGORI</b>
13 - 15	Sangat tinggi
10 - 12	Tinggi
7 - 9	Sedang
5 - 7	Rendah
2 - 4	Sangat rendah

### Skor Total Seluruh Responden

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Jumlah responden = 10

Jumlah pertanyaan = 4

SKOR TERINGGI =  $5 \times 3 \times 10 = 150$

SKOR TERENDAH =  $1 \times 3 \times 10 = 30$

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

Rentangan skor total variabel Media Iklan Televisi

<b>RENTANGAN SKOR</b>	<b>KATEGORI</b>
126 - 150	Sangat tinggi
101 - 125	Tinggi
76 - 100	Sedang
51 - 75	Rendah
26 - 50	Sangat rendah

### 3. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor

#### Kuesioner Setiap Responden Keputusan Pembelian

1. Apabila Jawaban Sangat Setuju = 5
2. Apabila Jawaban Setuju = 4
3. Apabila Jawaban Netral = 3
4. Apabila Jawaban Tidak Setuju = 2
5. Apabila Jawaban Sangat Tidak Setuju = 1

g. Skor tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden

h. Skor terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

i. Interval = skor tertinggi - skor terendah



## Kategori

Nilai tertinggi = 5  
 Nilai terendah = 1  
 Jumlah responden = 10  
 Jumlah pertanyaan = 4

SKOR TERINGGI =  $5 \times 4 \times 1 = 20$

SKOR TERENDAH =  $1 \times 4 \times 1 = 4$

INTERVAL =  $\frac{20 - 4}{5} = 3,2 (3)$

Rentangan skor variabel Media Iklan Televisi

RENTANGAN SKOR	KATEGORI
17 - 20	Sangat tinggi
13 - 16	Tinggi
9 - 12	Sedang
5 - 8	Rendah
1 - 4	Sangat rendah

**Skor Total Seluruh Responden**

Nilai tertinggi = 5  
 Nilai terendah = 1  
 Jumlah responden = 10  
 Jumlah pertanyaan = 4

SKOR TERINGGI =  $5 \times 4 \times 10 = 200$

SKOR TERENDAH =  $1 \times 4 \times 10 = 40$

INTERVAL =  $\frac{200 - 40}{5} = 32$

Rentangan skor total variabel Media Iklan Televisi

RENTANGAN SKOR	KATEGORI
168 - 200	Sangat tinggi
135 - 167	Tinggi
102 - 134	Sedang
69 - 101	Rendah
36 - 68	Sangat rendah

**LAMPIAN 04: PENELITIAN SAMPEL BESAR**

UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN  
PRODI MANAJEMEN

Kepada

Yth. Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi

Hal : Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha pada Jurusan Manajemen dengan ini saya mengadakan penelitian yang berjudul “PENGARUH MEDIA IKLAN TELEVISI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SIMPATI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNDIKSHA”. Maka dengan ini saya mohon kesediaan rekan-rekan mahasiswa/i di lingkungan Fakultas Ekonomi untuk berkenan mengisi kuesioner penelitian ini. Atas kesediaan dan bantuan rekan-rekan mahasiswa/i yang turut berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini saya ucapkan terima kasih.

Singaraja, ..../..../2022

Gede Sukadana  
NIM. 1817041135

## KUESIONER PENGARUH MEDIA IKLAN TELEVISI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KARTU SIMPATI PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI UNDIKSHA

### Petunjuk Pengisian Kuesioner

Dalam pengisian kuesioner yang dibatasi oleh jarak ini, dan proses pengisian data dilakukan secara daring. Maka diharapkan rekan-rekan Mahasiswa/i mengisi secara lengkap dan benar daftar isian pada identitas responden dan daftar pernyataan yang telah tersusun secara sistematis. Sebelum masuk ke kuesioner terlebih dahulu harus masuk pada link berikut : ..... Kemudian untuk menjawab kuesioner rekan-rekan cukup mengklik salah satu pilihan jawaban yang tersedia pada bagian bawah pernyataan.

Jawaban Pernyataan tersebut sesuai persepsi rekan-rekan dengan pilihan jawaban sebagai berikut :

Sangat Setuju	= 5
Setuju	= 4
Netral	= 3
Tidak Setuju	= 2
Sangat Tidak Setuju	= 1

### Identitas Responden

Nama : .....

NIM : .....

Jurusan : .....

Semester : .....

Jenis Kelamin : .....

(\*) coret yang tidak perlu

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
	MEDIA IKLAN TELEVISI	5	4	3	2	1
1	Periklanan yang dilakukan kartu simpati di televise meningkatkan minat beli saya terhadap kartu simpati					
2	Musik yang digunakan dalam iklan kartu simpati mampu menarik perhatian saya					
3	Iklan kartu simpati menggunakan ilustrasi cerita yang mampu meningkatkan minat beli					
4	Bintang iklan kartu simpati mampu memberikan ketertarikan untuk saya membeli kartu simpati					

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
	CITRA MEREK	5	4	3	2	1
1	Kartu simpati sudah dikenal dipercaya banyak orang					
2	Kartu simpati memberikan kesan positif terhadap konsumen					
3	Kartu simpati dikenal sebagai paket data yang peduli terhadap kebutuhan konsumen					

NO	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
	KEPUTUSAN PEMBELIAN	5	4	3	2	1
1	Ketika saya membutuhkan paket data saya memutuskan membeli kartu simpati					
2	Kartu simpati mudah diingat membuat saya memutuskan membeli kartu simpati					
3	Kartu simpati mudah di temukan di counter-counter terdekat membuat saya memutuskan membeli kartu simpati					
4	Kualitas sinyal yang diberikan membuat saya memutuskan untuk membeli kartu simpati					



**LAMPIRAN 05 : TABULASI DATA KUESIONER SAMPEL BESAR**

TABULASI DATA KUESIONER

RESP.	JUR.	SMS T.	X1				TMIT	X2			TCM	Y				TKP
			1	2	3	4		1	2	3		1	2	3	4	
1	4	3	4	4	4	4	16	5	5	4	14	5	5	5	5	20
2	2	4	3	4	3	3	13	5	5	5	15	4	4	3	5	16
3	2	1	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	2	4	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
5	2	4	4	3	4	4	15	5	4	3	12	4	3	4	4	15
6	2	4	5	4	4	5	18	5	4	4	13	4	4	3	4	15
7	2	3	4	4	4	4	16	5	4	4	13	4	4	4	4	16
8	2	4	2	4	3	3	12	4	3	3	10	2	3	4	5	14
9	2	4	4	3	4	3	14	5	5	4	14	5	4	5	5	19
10	2	4	5	3	2	4	14	3	5	3	11	4	3	4	3	14
11	4	3	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12
12	2	4	4	3	4	5	16	5	5	4	14	5	4	5	5	19
13	2	4	5	4	5	4	18	5	4	5	14	4	4	4	4	16
14	4	3	5	4	5	5	19	5	5	3	13	3	3	3	5	14
15	2	4	4	4	5	4	17	5	4	4	13	4	3	4	4	15
16	2	4	3	4	4	5	16	5	5	5	15	5	5	5	5	20
17	2	2	3	3	4	3	13	3	3	3	9	3	4	3	3	13
18	1	4	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
19	1	4	2	2	3	3	10	4	4	3	11	3	4	3	5	15
20	1	4	3	3	3	3	12	4	3	2	9	2	3	3	4	12

21	2	4	5	4	5	4	18	5	5	5	15	5	5	5	5	20
22	4	3	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
23	2	4	5	4	5	5	19	5	5	4	14	4	5	5	5	19
24	2	4	4	3	4	4	15	3	4	4	11	5	4	4	4	17
25	2	4	4	4	4	3	15	5	4	4	13	4	4	5	4	17
26	2	2	5	5	4	4	18	5	4	4	13	5	4	4	4	17
27	2	4	4	3	4	4	15	4	4	4	12	4	4	4	5	17
28	2	3	4	3	4	3	14	5	4	4	13	4	4	5	5	18
29	1	4	4	4	4	4	16	5	5	4	14	4	4	4	5	17
30	1	4	5	4	4	5	18	5	5	4	14	4	5	4	5	18
31	2	3	3	3	4	4	14	4	4	4	12	4	3	4	4	15
32	1	4	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
33	1	4	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	5	5	18
34	2	4	3	3	4	3	13	4	4	2	10	4	3	4	3	14
35	1	4	4	3	4	4	15	5	5	4	14	4	4	5	5	18
36	3	4	4	5	4	5	18	4	4	5	13	4	5	4	4	17
37	1	4	3	3	4	4	14	5	4	3	12	3	3	4	4	14
38	2	4	3	4	3	4	14	4	5	5	14	5	4	5	4	18
39	2	2	5	5	5	5	20	5	4	4	13	3	4	5	5	17
40	2	3	4	4	4	5	17	5	5	5	15	4	5	5	5	19
41	4	2	3	3	3	3	12	5	3	1	9	3	3	5	4	15
42	3	4	3	3	3	3	12	3	3	2	8	4	3	3	1	11
43	3	4	2	2	2	2	8	4	5	5	14	5	3	4	5	17
44	3	4	5	4	5	4	18	4	4	5	13	5	4	5	4	18
45	3	4	3	3	3	3	12	4	5	3	12	3	3	3	5	14
46	1	4	5	5	4	4	18	4	5	5	14	4	4	5	4	17

47	2	4	5	5	5	4	19	5	4	4	13	4	5	4	4	17
48	1	1	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
49	4	3	3	4	3	4	14	3	4	4	11	3	4	3	4	14
50	2	4	5	5	4	5	19	4	5	5	14	5	4	4	5	18
51	2	4	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
52	2	4	4	5	5	5	19	5	4	4	13	5	4	5	4	18
53	2	4	4	3	4	4	15	4	3	4	11	4	4	4	4	16
54	2	4	4	5	4	4	17	5	5	4	14	5	4	5	4	18
55	3	3	5	4	5	4	18	4	4	4	12	4	3	4	5	16
56	2	1	5	4	5	5	19	5	5	4	14	4	5	5	5	19
57	5	3	3	3	3	3	12	3	3	3	9	3	3	3	3	12
58	2	3	2	2	2	2	8	2	2	2	6	1	1	2	2	6
59	3	3	3	3	3	3	12	4	4	4	12	3	3	4	5	15
60	2	4	5	4	4	4	17	5	5	5	15	5	4	5	5	19
61	1	4	3	4	4	4	15	5	4	5	14	3	3	5	3	14
62	2	4	4	4	4	4	16	5	5	5	15	5	5	5	5	20
63	1	3	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
64	1	1	4	4	4	4	16	5	4	4	13	4	4	5	5	18
65	1	4	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	4	16
66	3	4	3	3	4	2	12	4	3	3	10	3	4	5	5	17
67	3	4	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
68	1	4	2	2	3	3	10	4	4	5	13	5	3	5	5	18
69	2	4	4	3	3	3	13	4	4	4	12	3	3	4	4	14
70	2	4	3	2	4	4	13	5	5	4	14	3	4	3	3	13
71	1	4	4	4	4	4	16	4	4	3	11	3	4	4	4	15
72	2	4	4	2	3	4	13	5	4	2	11	3	4	5	5	17



73	3	4	3	3	3	3	12	4	4	3	11	3	4	4	5	16
74	1	4	3	3	2	3	11	5	3	3	11	1	3	3	3	10
75	2	4	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
76	2	4	4	3	4	3	14	5	5	5	15	5	5	5	5	20
77	2	4	5	2	3	5	15	4	4	5	13	5	3	4	5	17
78	1	4	3	4	4	4	15	3	4	4	11	4	4	4	5	17
79	2	4	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	4	5	19
80	3	2	4	4	5	5	18	5	5	5	15	5	4	5	5	19
81	2	4	4	4	3	4	15	5	5	4	14	3	3	4	5	15
82	2	4	3	4	3	4	14	5	4	4	13	4	4	4	4	16
83	2	4	4	5	4	4	17	5	4	5	14	5	5	5	5	20
84	3	4	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	3	4	4	15
85	2	4	4	4	4	5	17	4	5	4	13	4	5	4	5	18
86	1	4	4	3	4	3	14	4	4	5	13	4	4	5	5	18
87	1	3	5	4	4	5	18	5	3	4	12	4	4	4	5	17
88	2	4	4	4	4	4	16	5	4	3	12	5	4	5	3	17
89	2	3	5	5	5	5	20	5	5	5	15	4	4	5	5	18
90	1	4	3	3	5	4	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
91	2	3	2	2	3	5	12	5	4	4	13	5	5	5	5	20
92	1	3	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20
93	2	2	4	5	4	4	17	5	4	5	14	5	4	5	5	19
94	5	2	4	3	4	4	15	5	4	4	13	3	4	4	5	16
95	2	3	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	5	5	5	20
96	2	4	4	4	5	4	17	4	5	4	13	5	5	5	5	20
97	3	4	4	4	3	4	15	5	4	3	12	5	5	5	5	20
98	1	3	5	4	5	4	18	5	5	5	15	5	5	5	5	20

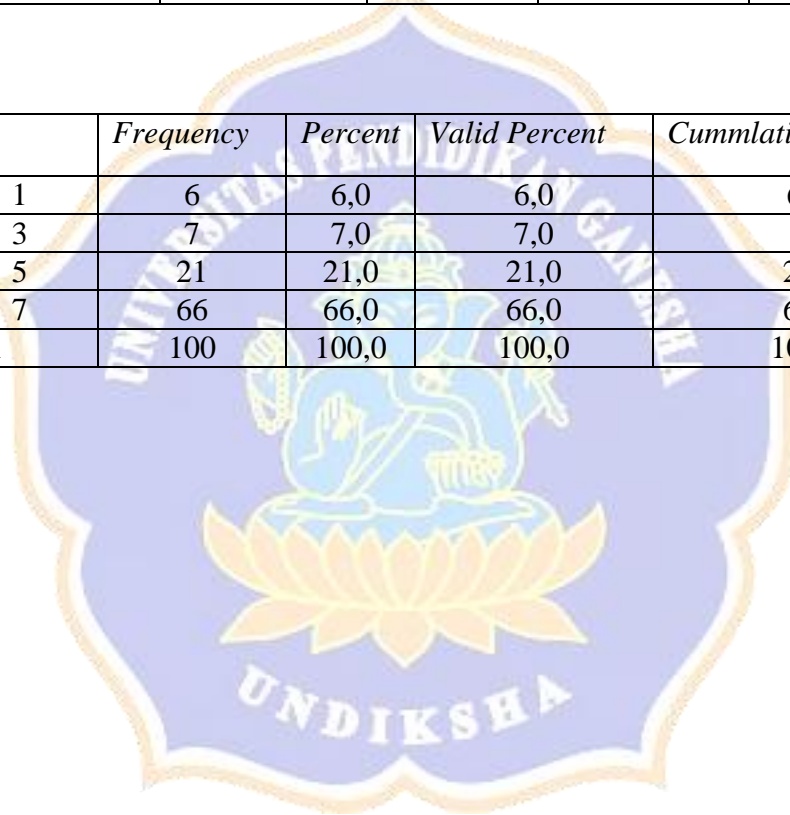
99	2	3	4	4	4	5	17	5	5	5	15	5	5	5	5	20
100	2	3	4	3	4	3	14	5	4	4	13	4	5	5	5	19



**LAMPIRAN 06 : DESKRIPSI DATA RESPONDEN**

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cummlative Percent</i>
<b>Valid</b>	Akuntansi S1	23	23,0	23,0	23 %
	Manajemen	54	54,0	54,0	54 %
	Pendidikan Ekonomi	13	13,0	13,0	13 %
	Perhotelan D3	7	7,0	7,0	7 %
	Akuntansi D3	3	3,0	3,0	3 %
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100 %</b>

		<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cummlative Percent</i>
<b>Valid</b>	1	6	6,0	6,0	6 %
	3	7	7,0	7,0	7%
	5	21	21,0	21,0	21%
	7	66	66,0	66,0	66%
<b>Total</b>		<b>100</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>	<b>100 %</b>



## LAMPIRAN 07 : HASIL UJI VALIDITAS DAN RELIABILITAS

### 1. UJI VALIDITAS

#### MEDISA IKLAN TELEVISI (X1)

##### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TMIT
X1.1	Pearson Correlation	1	.650**	.675**	.648**	.877**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.650**	1	.626**	.596**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.675**	.626**	1	.610**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.648**	.596**	.610**	1	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TMIT	Pearson Correlation	.877**	.849**	.849**	.832**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

#### CITRA MEREK (X2)

##### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	TCM
X2.1	Pearson Correlation	1	.496**	.370**	.731**

	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.496**	1	.623**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.370**	.623**	1	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
TCM	Pearson Correlation	.731**	.858**	.851**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).					

## KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	TKP
Y1	Pearson Correlation	1	.623**	.646**	.402**	.836**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.623**	1	.585**	.531**	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.646**	.585**	1	.529**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100

Y4	Pearson Correlation	.402**	.531**	.529**	1	.744**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
TKP	Pearson Correlation	.836**	.840**	.838**	.744**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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



## 2. UJI RELIABILITAS

### MEDIA IKLAN TELEVISI ( $X_1$ )

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.873	4

### CITRA MEREK ( $X_2$ )

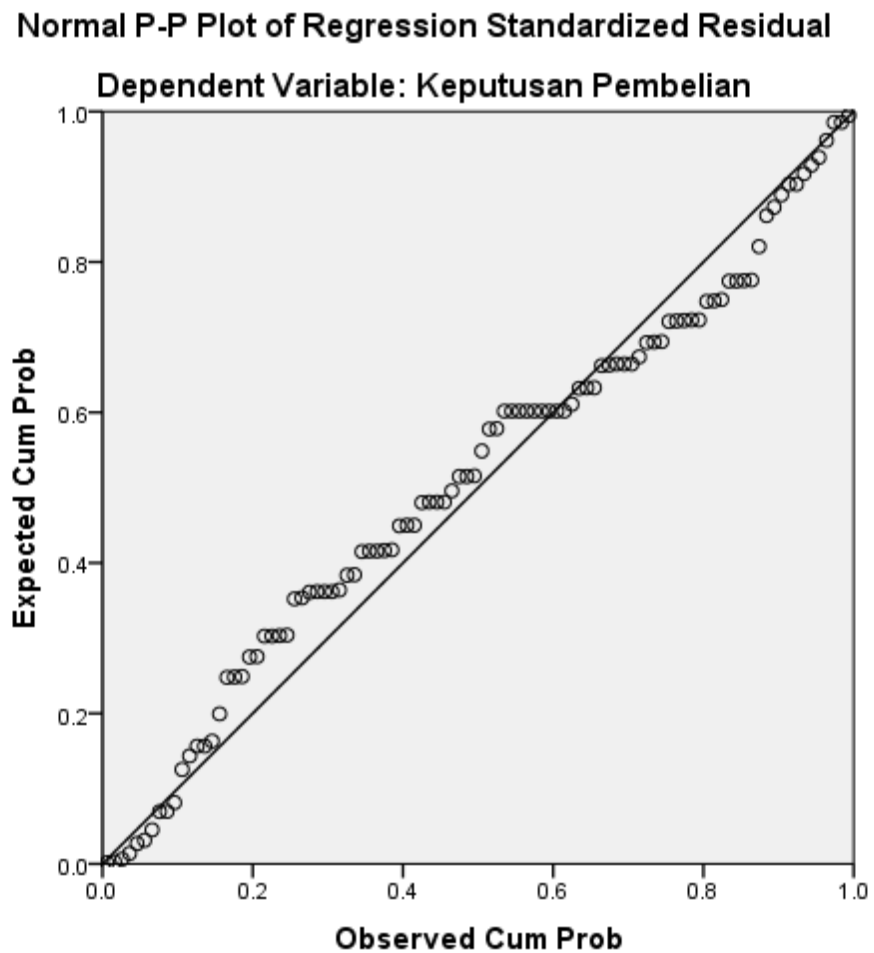
#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	3

### KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.829	4

**LAMPIRAN 09 : HASIL Uji ASUMSI KLASIK****UJI NORMALITAS**



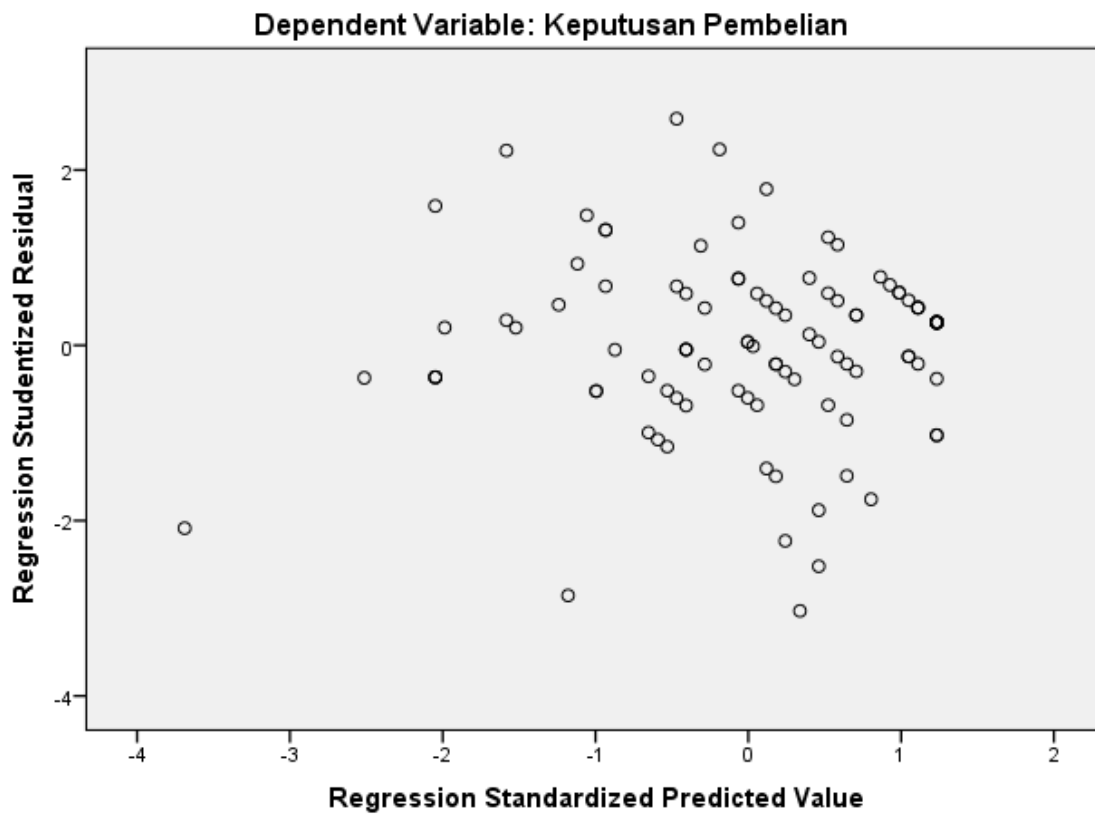
## UJI MULTIKOLINERITAS

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.006	1.118		1.794	.076		
	Media Iklan Televisi	.132	.073	.144	1.814	.073	.571	1.751
	Citra Merek	.997	.112	.707	8.932	.000	.571	1.751

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



### Scatterplot



**LAMPIRAN 09 : Hasil Analisis Regresi Berganda, Pengaruh Media Iklan Televisi  
(X<sub>1</sub>) dan Citra Merek (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

**Uji F (Simultan)**

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	454.986	2	227.493	91.274	.000b
	Residual	241.764	97	2.492		
	Total	696.750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Citra Merek, Media Iklan Televisi

**Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	2.006	1.118		1.794	.076			
Media Iklan Televisi	.132	.073	.144	1.814	.073	.606	.181	.108
Citra Merek	.997	.112	.707	8.932	.000	.801	.672	.534

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.808 <sup>a</sup>	.653	.646	1.57874	1.676

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Media Iklan Televisi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian