



**LAMPIRAN-LAMPIRAN**

**Lampiran 01. Data Penjualan 5 Brand Skincare Ms Glow tahun 2021-2022 di E-commerce menurut *Compas.co.id***

No	Nama <i>Brand</i>	Periode	
		1-18 Februari 2021	April-Juni 2022
1	Ms Glow	38.5 %	29.4%
2	<i>Scarlett</i>	17.7%	40.9%
3	<i>Somethinc</i>	8.1%	53.2%
4	<i>Avoskin</i>	5.9 %	28.0%
5	<i>Wardah</i>	5.3%	18.3%

Sumber : *Compas.co.id*



**Lampiran 02. Data Penjualan *Skincare Ms Glow* di Singaraja Tahun 2020-2022**

Tahun	Produk	Data Penjualan		Total Penjualan
		Harga Per Paket	Volume	
2020	Skincare Ms Glow	Rp. 300.000	173 paket	Rp. 52.000.000
2021	Skincare Ms Glow	Rp. 300.000	186 paket	Rp. 56.000.000
2022	Skincare Ms Glow	Rp. 300.000	140 paket	Rp. 42.000.000



**Lampiran 03. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah, dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, dan Minat Beli Ulang**

**Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal citra merek.**

**1. 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 pertanyaan x jumlah responden
  - b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai

Tertinggi = 5

Nilai

Terendah = 1

Jumlah

Pertanyaan = 3

Jumlah

Responden = 1

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

= 15

Skor Terendah =  $1 \times 3 \times$

$1 = 3$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{5} = \frac{15-3}{5} = 2,5$$

Interval

5

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
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 kualitas produk.**

1. 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 pertanyaan x jumlah responden
  - b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 6

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi =  $5 \times 6 \times 1 = 30$

Skor Terendah =  $1 \times 6 \times 1 = 6$

Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{5} = \frac{30-6}{5} = 4,8 = 5$

Interval 5

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
21-30	Sangat Tinggi
17-20	Tinggi
13-16	Sedang
7-12	Rendah
1-6	Sangat Rendah

**Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal minat beli ulang.**

1. 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 pertanyaan x jumlah responden
- b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 4

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi =  $5 \times 4 \times 1 = 20$

Skor Terendah =  $1 \times 4 \times 1 = 4$

Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{5} = \frac{20-4}{5} = 3,2 = 3$

Interval 5

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
17-20	Sangat Tinggi
13-16	Tinggi
9-12	Sedang
5-8	Rendah
1-4	Sangat Rendah

**Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal citra merek secara total.**

1. 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 pertanyaan x jumlah responden
- b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 3

Jumlah Responden = 10

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

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

Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{150 - 30}{5} = 24$

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
120-150	Sangat Tinggi
91-120	Tinggi
74-90	Sedang
31-73	Rendah
1-30	Sangat Rendah



**Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal kualitas produk secara total.**

1. 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 pertanyaan x jumlah responden
- b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 6

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi =  $5 \times 6 \times 10 = 300$

Skor Terendah =  $1 \times 6 \times 10 = 60$

Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{300-60}{5} = 48$

Interval 5

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
201-300	Sangat Tinggi
161-200	Tinggi
121-160	Sedang
61-120	Rendah
1-60	Sangat Rendah

**Ketentuan skor tertinggi, skor terendah, dan interval rentangan skor kuesioner awal minat beli ulang secara total.**

1. 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 pertanyaan x jumlah responden

b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 4

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi =  $5 \times 4 \times 10 = 200$

Skor Terendah =  $1 \times 4 \times 10 = 40$

Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{200-40}{5} = 32$

Interval 5

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
161-200	Sangat Tinggi
121-160	Tinggi
88-120	Sedang
41-87	Rendah
1-40	Sangat Rendah

**Lampiran 04. Kuesioner Penelitian****KUESIONER PENELITIAN  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN  
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

---

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i

Hal: Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha pada program Studi Strata 1 Manajemen, dengan ini saya mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk *Skincare Ms Glow*”**.

Maka saya harapkan kesediaan bapak/ibu/saudara/i untuk berkenan berpartisipasi dalam penelitian ini dengan mengisi kuesioner terlampir. Data yang saya kumpulkan merupakan murni untuk tujuan penelitian dan diperlakukan secara konfidensial. Demikian saya sampaikan, atas perhatian dan kesediaan bapak/ibu/saudara/i mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Singaraja, 16 Desember 2022

Peneliti

Ni Nyoman Murniasih  
NIM. 1917041104

## KUESIONER PENELITIAN

### Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang Produk Skincare Ms Glow

#### Identitas Responden

Responden diharapkan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut dengan mengisi bagian yang kosong atau memberi tanda (✓) pada jawaban yang tersedia.

1. Nama : .....
2. Usia : ..... tahun
3. Alamat : .....
4. Jenis Kelamin :  Laki-laki       Perempuan
5. Pekerjaan : .....
6. Penghasilan ( Uang Saku ) per bulan :
  - Rp.500.000-1.500.000
  - Rp.2.000.000-3.500.000
  - 4.000.000-5.000.000
7. Pernah melakukan pembelian pada Produk Skincare Ms Glow sekali dalam sebulan?  
 IYA       TIDAK
8. Sudah Berapa kali melakukan pembelian produk *skincare* Ms Glow
  - 1-2 kali
  - 3-4 kali
  - 4-6 kali

silahkan lanjutkan mengisi kuesioner, dengan memberikan tanda centang (v) pada setiap pernyataan yang sesuai dengan penilaian yang berkaitan dengan sikap anda pada minat beli ulang produk skincare Ms Glow.

### Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silakan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. R : Ragu-Ragu
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

### Daftar Pernyataan

#### Citra Merek

No	Pernyataan Citra Merek (X <sub>1</sub> )	SS	S	R	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Produk <i>skincare</i> Ms Glow memiliki kualitas yang baik dengan harga terjangkau					
2	Saya merasakan manfaat baik pada kulit wajah menjadi lebih sehat dan cerah.					
3	Produk <i>skincare</i> Ms Glow dibuat oleh perusahaan yang memiliki reputasi yang baik					

#### Kualitas Produk

No	Pernyataan Kualitas Produk (X <sub>2</sub> )	SS	S	R	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	<i>Skincare</i> Ms Glow terbuat dari bahan-bahan yang aman dan sudah BPOM					
2	<i>Skincare</i> Ms Glow memiliki tampilan produk yang simpel dan mudah didapatkan .					
3	<i>Skincare</i> Ms Glow cocok untuk kulit wajah dari remaja hingga dewasa					
4	<i>Skincare</i> Ms Glow dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama.					
5	<i>Skincare</i> Ms Glow memiliki keragaman produk sesuai jenis kulit					
6	Saya merasakan <i>skincare</i> Ms Glow dapat mencerahkan dan membuat kulit wajah menjadi sehat.					

**Minat Beli Ulang**

No	Pernyataan Minat Beli Ulang (Y)	SS	S	R	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya berniat untuk membeli kembali produk <i>skincare</i> Ms Glow terbaru dimasa yang akan datang sesuai kondisi kulit wajah.					
2	Saya akan merekomendasikan produk <i>skincare</i> Ms Glow kepada teman dan keluarga.					
3	Saya lebih tertarik untuk membeli produk <i>skincare</i> Ms Glow dibandingkan dengan merek <i>skincare</i> lain.					
4	Saya selalu mencari informasi mengenai produk <i>skincare</i> Ms Glow yang saya minati					



## Lampiran 05. Deskripsi Data Responden

### Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-laki	12 orang	13%
2	Perempuan	78 orang	87%
Total		90 orang	100%

### Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	17-22 tahun	68 orang	76%
2	23-30 tahun	14 orang	16%
3	31-38 tahun	5 orang	5%
4	39-45 tahun	3 orang	3%
Total		90 orang	100%

### Hasil Kuesioner Berdasarkan Pekerjaan, Penghasilan, dan Volume Pembelian

Keterangan	Frekuensi	Persentase
	N = 90	100%
<b>Pekerjaan :</b>		
Mahasiswa	58 orang	64%
Karyawan Swasta	18 orang	20%
Pegawai Kontrak	14 orang	16%
<b>Penghasilan:</b>		
Rp. 500.000 - 1.500.000	64 orang	71%
Rp. 2.000.000 - 3.500.000	21 orang	23%
Rp. 4.000.000 - 5.000.000	5 orang	6%
<b>Volume Pembelian :</b>		
1 – 2 kali	37 orang	41%
3 – 4 kali	43 orang	48%
5– 6 kali	10 orang	11%

**Lampiran 06. Hasil Kuesioner Pernyataan Responden Variabel Citra Merek,  
Kualitas Produk dan Minat Beli Ulang**

No	X1 ( Citra Merek)			Total	No	X2 ( Kualitas Produk)						Total
	X1.1	X1.2	X1.3			X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	5	5	4	14	1	4	4	4	4	5	5	26
2	5	5	5	15	2	4	4	4	4	4	5	25
3	5	4	4	13	3	3	4	4	4	4	4	23
4	4	4	4	12	4	5	5	5	5	4	4	28
5	5	5	5	15	5	3	4	4	4	4	4	23
6	5	4	5	14	6	5	4	5	4	5	4	27
7	5	5	5	15	7	3	3	4	3	3	4	20
8	3	5	4	12	8	4	4	4	4	4	5	25
9	5	4	4	13	9	4	4	4	5	4	4	25
10	5	3	3	11	10	4	4	4	4	4	3	23
11	5	5	4	14	11	3	3	3	3	3	3	18
12	5	5	5	15	12	5	5	5	4	5	5	29
13	5	5	5	15	13	4	4	4	4	5	5	26
14	5	3	3	11	14	4	5	4	4	4	5	26
15	5	5	5	15	15	4	4	5	4	4	5	26
16	5	4	4	13	16	5	4	5	4	4	5	27
17	4	4	4	12	17	4	4	4	4	5	5	26
18	5	5	5	15	18	4	5	5	5	5	5	29
19	5	4	5	14	19	4	4	4	5	4	5	26
20	5	5	5	15	20	4	4	5	4	5	5	27
21	3	5	4	12	21	5	4	5	5	4	4	27
22	5	4	4	13	22	4	4	4	4	4	5	25
23	5	3	3	11	23	4	4	5	5	5	5	28
24	5	5	4	14	24	3	3	4	4	4	4	22
25	5	5	5	15	25	3	3	3	3	4	4	20
26	5	5	5	15	26	3	3	3	3	3	4	19
27	5	3	3	11	27	4	5	3	4	5	5	26
28	5	5	5	15	28	5	5	5	5	4	4	28
29	5	3	3	11	29	5	4	4	4	3	2	22
30	3	3	3	9	30	4	4	5	5	4	4	26
31	4	4	4	12	31	5	5	5	5	3	5	28
32	4	5	4	13	32	5	5	5	5	3	3	26
33	3	3	3	9	33	5	5	4	4	1	2	21
34	1	3	1	5	34	5	5	5	5	5	5	30
35	5	5	5	15	35	4	3	4	3	5	5	24
36	5	5	5	15	36	4	5	5	5	3	5	27
37	4	5	4	13	37	5	5	4	4	5	5	28
38	5	5	5	15	38	4	4	5	5	4	4	26
39	4	4	4	12	39	5	4	5	5	5	5	29
40	5	5	4	14	40	5	5	4	5	5	4	28
41	5	4	5	14	41	5	5	5	4	4	4	27
42	5	4	3	12	42	4	5	5	5	3	3	25
43	4	4	3	11	43	4	4	5	5	3	4	25
44	5	4	4	13	44	4	5	5	4	4	4	26



No	X1 ( Citra Merek)			Total	No	X2 ( Kualitas Produk)						Total
	X1.1	X1.2	X1.3			X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
45	5	4	5	14	45	5	5	4	5	4	4	27
46	5	5	5	15	46	5	5	4	5	5	4	28
47	5	5	5	15	47	5	5	5	4	3	5	27
48	5	5	5	15	48	5	5	4	4	4	5	27
49	5	5	4	14	49	4	4	4	4	5	4	25
50	5	4	4	13	50	4	4	4	4	4	5	25
51	5	5	4	14	51	4	4	4	4	4	4	24
52	4	4	3	11	52	4	4	4	4	5	5	26
53	5	3	3	11	53	4	5	5	4	5	5	28
54	5	5	5	15	54	5	5	4	4	5	5	28
55	5	4	5	14	55	4	4	4	4	4	5	25
56	4	4	3	11	56	4	4	4	4	5	5	26
57	5	5	5	15	57	4	5	5	5	4	4	27
58	5	4	4	13	58	4	5	4	5	5	5	28
59	4	5	5	14	59	4	5	5	4	5	5	28
60	4	5	5	14	60	3	4	4	4	4	4	23
61	3	3	3	9	61	4	4	4	5	5	5	27
62	5	4	5	14	62	4	5	5	5	5	5	29
63	5	5	4	14	63	4	5	5	5	5	5	29
64	5	5	5	15	64	5	5	4	4	5	4	27
65	5	5	4	14	65	4	4	4	5	5	5	27
66	5	4	4	13	66	4	4	5	5	5	5	28
67	5	4	5	14	67	4	4	4	5	5	5	27
68	5	5	5	15	68	4	4	4	5	5	5	27
69	5	5	5	15	69	4	4	4	4	4	5	25
70	5	5	5	15	70	5	4	4	5	5	4	27
71	5	4	4	13	71	4	4	5	4	4	5	26
72	5	5	4	14	72	3	3	4	4	4	4	22
73	5	5	5	15	73	5	5	5	5	5	5	30
74	5	5	5	15	74	3	3	4	4	4	4	22
75	5	5	5	15	75	4	4	4	5	5	5	27
76	5	5	5	15	76	4	5	5	5	5	5	29
77	5	5	5	15	77	4	4	4	4	4	5	25
78	5	4	5	14	78	3	3	4	4	4	4	22
79	5	5	4	14	79	5	4	4	4	5	4	26
80	5	5	5	15	80	4	4	4	4	4	4	24
81	5	4	5	14	81	4	4	4	4	4	4	24
82	3	3	3	9	82	4	4	4	4	4	4	24
83	5	5	5	15	83	4	5	5	5	5	5	29
84	5	4	5	14	84	3	4	4	4	4	4	23
85	5	4	5	14	85	3	3	4	4	4	4	22
86	5	4	4	13	86	4	4	4	4	5	5	26
87	5	5	5	15	87	4	4	4	5	5	5	27
88	5	5	5	15	88	4	4	4	4	4	4	24
89	4	5	4	13	89	4	4	4	4	5	5	26
90	5	5	4	14	90	4	4	4	4	5	5	26

No	Y (Minat Beli Ulang)				Total	No	Y (Minat Beli Ulang)				Total
	Y1	Y2	Y3	Y4			Y1	Y2	Y3	Y4	
1	5	5	4	4	18	46	5	5	5	4	19
2	5	4	4	4	17	47	5	4	4	4	17
3	4	5	4	4	17	48	5	5	4	4	18
4	5	5	4	4	18	49	4	4	4	3	15
5	5	4	4	4	17	50	5	5	4	4	18
6	5	5	5	4	19	51	5	4	4	4	17
7	4	4	3	3	14	52	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16	53	5	5	5	4	19
9	5	4	4	4	17	54	5	5	4	4	18
10	5	5	4	4	18	55	5	4	4	4	17
11	4	4	4	4	16	56	5	4	4	4	17
12	5	5	5	4	19	57	5	5	4	4	18
13	5	4	4	4	17	58	5	5	4	5	19
14	5	5	4	4	18	59	5	5	4	4	18
15	5	5	5	4	19	60	4	4	4	3	15
16	5	5	4	4	18	61	5	4	4	4	17
17	5	4	4	4	17	62	5	4	5	4	18
18	5	5	5	5	20	63	5	5	5	5	20
19	5	5	5	4	19	64	5	5	5	4	19
20	5	5	5	4	19	65	5	5	5	5	20
21	5	4	4	4	17	66	5	4	5	5	19
22	5	5	4	4	18	67	5	4	5	4	18
23	5	5	5	5	20	68	5	5	5	4	19
24	4	4	4	4	16	69	5	4	4	4	17
25	4	4	4	4	16	70	5	5	5	4	19
26	5	4	4	4	17	71	4	5	5	4	18
27	5	5	5	4	19	72	5	4	4	4	17
28	5	5	5	4	19	73	5	4	5	5	19
29	4	4	4	4	16	74	5	4	4	4	17
30	4	4	4	4	16	75	5	5	5	5	20
31	5	4	4	4	17	76	5	4	5	5	19
32	5	4	4	4	17	77	5	4	5	4	18
33	4	3	3	3	13	78	5	4	4	4	17
34	4	4	4	4	16	79	5	5	5	4	19
35	5	4	4	4	17	80	5	5	4	4	18
36	5	5	4	4	18	81	4	4	4	4	16
37	5	4	4	4	17	82	4	4	4	4	16
38	5	5	4	4	18	83	5	5	5	4	19
39	5	5	5	4	19	84	5	5	5	4	19
40	5	5	5	5	20	85	4	4	4	4	16
41	5	5	4	4	18	86	5	4	5	4	18
42	5	5	4	4	18	87	5	5	5	4	19
43	5	4	4	4	17	88	4	4	4	4	16
44	5	5	4	4	18	89	5	5	4	4	18
45	5	5	5	4	19	90	5	4	4	4	17

**Lampiran 07. Hasil Output Perhitungan SPSS 25 For Windows Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang**

**1. Hasil Uji Validitas**

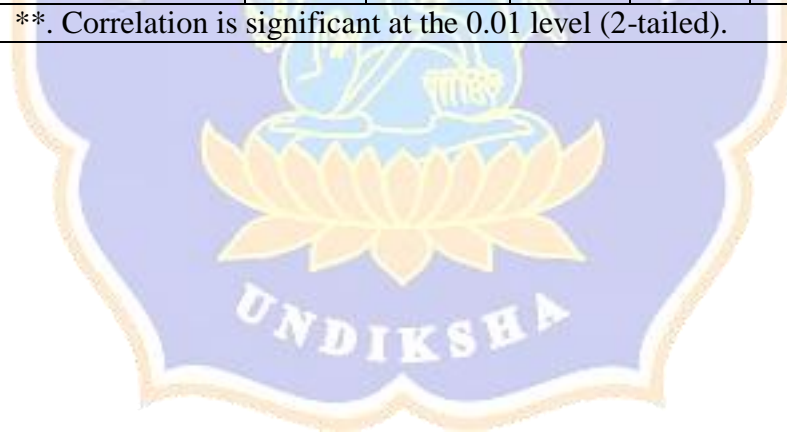
Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	Citra Merek
X1.1	Pearson Correlation	1	.346*	.586*	.766**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000
	N	90	90	90	90
X1.2	Pearson Correlation	.346*	1	.682*	.810**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000
	N	90	90	90	90
X1.3	Pearson Correlation	.586*	.682*	1	.919**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	90	90	90	90
Citra Merek	Pearson Correlation	.766*	.810*	.919*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90

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

Correlations								
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Kualitas Produk
X2.1	Pearson Correlation	1	.653**	.403**	.383**	.110	.025	.647**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.301	.812	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.2	Pearson Correlation	.653**	1	.493**	.496**	.110	.139	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.304	.191	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.3	Pearson Correlation	.403**	.493**	1	.527**	.043	.154	.635**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.688	.146	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.4	Pearson Correlation	.383**	.496**	.527**	1	.214*	.135	.682**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.043	.204	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.5	Pearson Correlation	.110	.110	.043	.214*	1	.618*	.596**
	Sig. (2-tailed)	.301	.304	.688	.043		.000	.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
X2.6	Pearson Correlation	.025	.139	.154	.135	.618**	1	.578**
	Sig. (2-tailed)	.812	.191	.146	.204	.000		.000
	N	90	90	90	90	90	90	90
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.647**	.725**	.635**	.682**	.596**	.578*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90	90	90
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).								

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	Minat Beli Ulang
Y1	Pearson Correlation	1	.415**	.377*	.372*	.701**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90	90
Y2	Pearson Correlation	.415*	1	.467*	.278*	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.008	.000
	N	90	90	90	90	90
Y3	Pearson Correlation	.377*	.467**	1	.498*	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	90	90	90	90	90
Y4	Pearson Correlation	.372*	.278**	.498*	1	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.008	.000		.000
	N	90	90	90	90	90
Minat Beli Ulang	Pearson Correlation	.701*	.761**	.810*	.689*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	90	90	90	90	90

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



## 2. Uji Reliabilitas

### 1. Citra Merek

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.781	3

### 2. Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.708	6

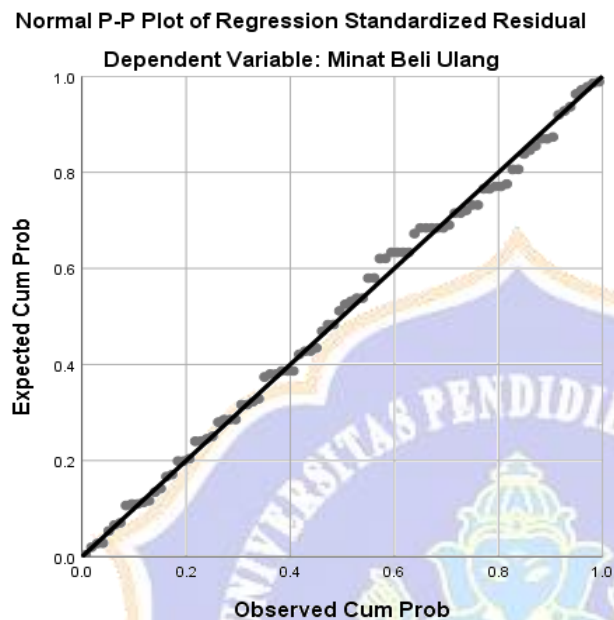
### 3. Minat Beli Ulang

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.724	4



**Lampiran 08. Hasil Output Perhitungan SPSS 25 For Windows Uji Asumsi Klasik Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang**

**1. Uji Normalitas**



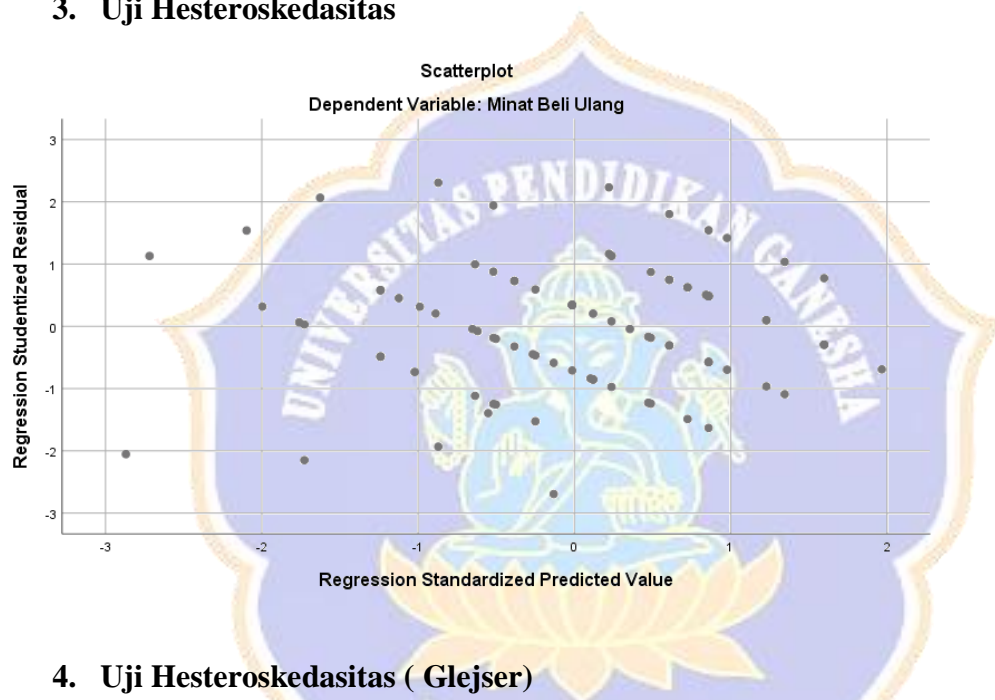
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.94489897
Most Extreme Differences	Absolute	.055
	Positive	.044
	Negative	-.055
Test Statistic		.055
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

## 2. Uji Multikolienaritas

Coefficients <sup>a</sup>			
Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Citra Merek	.997	1.003
	Kualitas Produk	.997	1.003

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

## 3. Uji Heteroskedastisitas



## 4. Uji Heteroskedastisitas ( Glejser)

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.067	.779		2.652	.010
	Citra Merek	-.035	.032	-.116	-1.097	.276
	Kualitas Produk	-.033	.024	-.143	-1.349	.181

a. Dependent Variable: ABS\_RES



**Lampiran 09. Hasil Output Perhitungan SPSS 25 For Windows Uji Regresi  
Liner Berganda, Koefisien Determinasi ( $R^2$ ), Uji Hipotesis  
Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Minat Beli Ulang**

**1. Regresi Linier Berganda**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.879	1.327		3.677	.000
	Citra Merek	.250	.055	.338	4.573	.000
	Kualitas Produk	.367	.041	.660	8.919	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

**2. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )**

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.725 <sup>a</sup>	.525	.514	.956

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Citra Merek  
b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

**2. Uji Hipotesis**

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>			
Model		T	Sig.
1	(Constant)	3.677	.000
	Citra Merek	4.573	.000
	Kualitas Produk	8.919	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	87.827	2	43.913	48.079	.000 <sup>b</sup>
	Residual	79.462	87	.913		
	Total	167.289	89			

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang  
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Citra Merek