

Lampiran 01. Kuisisioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN

Kepada

Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Hal : Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dengan rangka menyelesaikan Studi di Undiksha pada Jurusan Manajemen, dengan ini saya mengadakan penelitian berjudul “**Pengaruh Kualitas Produk *Brand Image* dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Merek Acer (Studi Kasus Pada Pengguna Laptop Acer di Kecamatan Buleleng).**”

Maka dengan ini, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner ini. Atas kesediaan dan bantuan Saudara/i yang turut berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Singaraja, 27 Desember 2022

Peneliti

I Gede Diki Pratama

NIM. 1917041023

A. Identitas Responden

(Beri tanda (√) pada kotak jawaban)

1. Nama :
2. Alamat :
3. Usia :
4. Jenis kelamin :
 - Laki-laki
 - Perempuan
5. Apakah anda pernah melakukan pembelian laptop merek Acer?
 - 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 (√) pada pilihan jawaban yang tersedia

Keterangan

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Draft Pernyataan

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Kualitas Poduk	5	4	3	2	1
1	Saya membeli laptop Acer memperhatikan kemampuan kecepatan yang baik dalam membantu menyelesaikan pekerjaan					
2	Saya membeli laptop Acer memperhatikan kecanggihan yang dimiliki					
3	Saya merasakan laptop Acer tidak mudah rusak					
4	Saya membeli laptop Acer memperhatikan bentuk yang dimiliki					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<i>Brand Image</i>	5	4	3	2	1
1	Saya membeli laptop Acer karena memiliki popularitas yang baik.					
2	Saya membeli laptop Acer karena memiliki kualitas dan mutu yang bagus.					
3	Saya membeli laptop Acer karena dapat menunjukkan status sosial					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<i>Promosi</i>	5	4	3	2	1
1	Saya tertarik melakukan pembelian laptop Acer karena pengaruh media sosial					
2	Saya tertarik melakukan pembelian laptop Acer karena adanya diskon.					
3	Adanya event Expo mampu membujuk saya untuk membeli laptop Acer					
4	Saya lebih yakin dengan orang yang menyampaikan langsung informasi tentang laptop Acer daripada melalui iklan					

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<i>Keputusan Pembelian</i>	5	4	3	2	1
1	Saya melakukan pembelian laptop Acer dengan memperhatikan kebutuhan.					
2	Saya melakukan pembelian laptop Acer memperhatikan nilai produknya					

3	Saya membeli laptop Acer mempertimbangkan lokasi					
4	Saya membeli laptop Acer karena menerima dorongan dari oranglain					



Lampiran 02. Tabulasi Data 30 Responden

Tabulasi Data Pengujian Instrumen Penelitian

No. Res	Kualitas Produk (X1)					Brand Image (X2)			
	P1X1	P2X1	P3X1	P4X1	Total X1	P1X2	P2X2	P3X2	Total X2
1	5	4	5	4	18	4	4	5	13
2	3	3	3	3	12	4	3	3	10
3	5	5	5	4	19	5	5	5	15
4	5	5	5	5	20	5	5	4	14
5	5	5	5	4	19	5	5	5	15
6	5	4	5	5	19	5	5	4	14
7	5	4	5	5	19	5	4	5	14
8	4	5	4	5	18	4	5	4	13
9	4	4	4	5	17	5	5	4	14
10	4	4	5	5	18	4	4	4	12
11	5	5	5	5	20	5	5	4	14
12	5	5	4	5	19	5	5	5	15
13	4	4	5	5	18	4	4	4	12
14	3	5	4	4	16	4	5	3	12
15	5	5	4	4	18	5	4	5	14
16	4	4	5	5	18	5	5	5	15
17	4	4	5	5	18	4	5	4	13
18	2	3	2	3	10	4	3	3	10
19	4	4	4	4	16	4	4	4	12
20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
21	4	5	5	4	18	5	4	4	13
22	2	3	2	2	9	3	3	4	10
23	4	3	3	4	14	3	4	4	11
24	4	4	5	4	17	3	5	4	12
25	4	4	4	4	16	4	4	5	13
26	4	2	3	4	13	4	4	4	12
27	2	4	3	3	12	2	4	5	11
28	5	5	5	5	20	5	5	5	15
29	4	5	5	5	19	4	5	4	13
30	2	3	2	2	9	3	3	3	9

Promosi (X3)					Keputusan Pembelian (Y)				
P1X3	P2X3	P3X3	P4X3	Total X3	P1Y1	P2Y1	P3Y1	P4Y1	Total Y
4	2	3	4	13	5	4	5	5	19
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	4	5	5	19	5	4	4	5	18
4	5	5	4	18	5	4	4	5	18
4	5	5	4	18	5	5	5	5	20
5	3	5	2	15	3	4	3	4	14
4	4	4	4	16	3	4	4	5	16
5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	3	4	4	5	16
5	3	5	4	17	3	4	3	2	12
3	5	4	4	16	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
5	4	3	5	17	5	5	5	5	20
2	2	2	2	8	3	3	3	3	12
4	4	5	5	18	5	5	5	4	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	4	5	17	5	4	4	4	17
2	2	2	2	8	3	4	2	3	12
4	4	4	3	15	3	4	4	3	14
5	4	4	4	17	3	4	4	4	15
4	5	5	5	19	4	4	5	4	17
3	3	3	3	12	3	4	4	4	15
4	5	2	5	16	4	3	5	5	17
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	4	5	5	19	5	5	3	5	18
3	3	3	3	12	3	4	4	4	15

Lampiran 03. Hasil Uji Instrumen

1. Hasil Uji Validitas

Variabel Kualitas Produk (X₁)

		Correlations				
		P1X1	P2X1	P3X1	P4X1	TOTAL.X1
P1X1	Pearson Correlation	1	.572**	.797**	.760**	.899**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
P2X1	Pearson Correlation	.572**	1	.682**	.545**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30
P3X1	Pearson Correlation	.797**	.682**	1	.805**	.940**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
P4X1	Pearson Correlation	.760**	.545**	.805**	1	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL.X1	Pearson Correlation	.899**	.783**	.940**	.887**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

Variabel Brand Image (X₂)

		Correlations			
		P1X2	P2X2	P3X2	TOTAL.X2
P1X2	Pearson Correlation	1	.495**	.334	.812**
	Sig. (2-tailed)		.005	.072	.000
	N	30	30	30	30
P2X2	Pearson Correlation	.495**	1	.384*	.803**
	Sig. (2-tailed)	.005		.036	.000
	N	30	30	30	30
P3X2	Pearson Correlation	.334	.384*	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.072	.036		.000
	N	30	30	30	30
TOTAL.X2	Pearson Correlation	.812**	.803**	.712**	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30

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

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

Variabel Promosi (X₃)

		Correlations				
		P1X3	P2X3	P3X3	P4X3	TOTAL.X3
P1X3	Pearson Correlation	1	.531**	.703**	.673**	.856**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
P2X3	Pearson Correlation	.531**	1	.580**	.696**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.003		.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
P3X3	Pearson Correlation	.703**	.580**	1	.519**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.003	.000
	N	30	30	30	30	30
P4X3	Pearson Correlation	.673**	.696**	.519**	1	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL.X3	Pearson Correlation	.856**	.833**	.833**	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations				
		P1Y	P2Y	P3Y	P4Y	TOTAL.Y
P1Y	Pearson Correlation	1	.677**	.655**	.648**	.891**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
P2Y	Pearson Correlation	.677**	1	.561**	.511**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.004	.000
	N	30	30	30	30	30
P3Y	Pearson Correlation	.655**	.561**	1	.657**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000

	N	30	30	30	30	30
P4Y	Pearson Correlation	.648**	.511**	.657**	1	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL.Y	Pearson Correlation	.891**	.788**	.856**	.840**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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



2. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel Kualitas Produk (X₁)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.902	4

Variabel *Brand Image* (X₂)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.670	3

Variabel Promosi (X₃)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.865	4

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.863	4

Lampiran 04. Tabulasi Data 75 Responden

Tabulasi Data Keseluruhan

No. Res	Kualitas Produk (X1)					Brand Image (X2)			
	P1X1	P2X1	P3X1	P4X1	Total X1	P1X2	P2X2	P3X2	Total X2
1	5	4	5	4	18	4	4	5	13
2	3	3	3	3	12	4	3	3	10
3	5	5	5	4	19	5	5	5	15
4	5	5	5	5	20	5	5	4	14
5	5	5	5	4	19	5	5	5	15
6	5	4	5	5	19	5	5	4	14
7	5	4	5	5	19	5	4	5	14
8	4	5	4	5	18	4	5	4	13
9	4	4	4	5	17	5	5	4	14
10	4	4	5	5	18	4	4	4	12
11	5	5	5	5	20	5	5	4	14
12	5	5	4	5	19	5	5	5	15
13	4	4	5	5	18	4	4	4	12
14	3	5	4	4	16	4	5	3	12
15	5	5	4	4	18	5	4	5	14
16	4	4	5	5	18	5	5	5	15
17	4	4	5	5	18	4	5	4	13
18	2	3	2	3	10	4	3	3	10
19	4	4	4	4	16	4	4	4	12
20	5	5	5	5	20	5	5	5	15
21	4	5	5	4	18	5	4	4	13
22	2	3	2	2	9	3	3	4	10
23	4	3	3	4	14	3	4	4	11
24	4	4	5	4	17	3	5	4	12
25	4	4	4	4	16	4	4	5	13
26	4	2	3	4	13	4	4	4	12
27	2	4	3	3	12	2	4	5	11
28	5	5	5	5	20	5	5	5	15
29	4	5	5	5	19	4	5	4	13
30	2	3	2	2	9	3	3	3	9
31	4	4	4	4	16	4	4	4	12

32	3	5	5	5	18	5	5	5	15
33	4	4	4	4	16	4	4	5	13
34	4	3	3	3	13	4	3	2	9
35	4	4	4	4	16	5	4	4	13
36	2	2	2	2	8	2	2	2	6
37	4	4	4	4	16	4	4	5	13
38	5	5	5	5	20	5	5	5	15
39	3	3	3	3	12	3	3	3	9
40	5	5	5	4	19	5	5	5	15
41	4	4	4	4	16	4	4	4	12
42	3	3	3	3	12	2	2	3	7
43	5	5	5	4	19	5	4	4	13
44	2	3	3	2	10	2	2	3	7
45	5	5	5	4	19	5	4	4	13
46	3	4	4	4	15	4	3	3	10
47	4	4	4	4	16	4	5	5	14
48	3	4	3	4	14	2	3	5	10
49	5	5	5	5	20	5	5	5	15
50	4	4	4	4	16	4	4	4	12
51	5	5	5	5	20	5	5	5	15
52	4	3	4	4	15	4	4	5	13
53	4	4	4	4	16	4	4	4	12
54	4	4	4	4	16	4	4	5	13
55	5	5	5	5	20	4	5	5	14
56	4	4	4	5	17	4	4	5	13
57	3	2	3	2	10	2	2	2	6
58	4	5	5	5	19	5	5	5	15
59	3	3	3	2	11	2	3	3	8
60	5	5	5	5	20	5	5	5	15
61	4	4	4	4	16	4	4	4	12
62	4	4	4	4	16	4	4	4	12
63	3	4	3	3	13	5	5	5	15
64	2	3	2	2	9	4	3	3	10
65	4	2	2	3	11	3	4	3	10
66	5	5	5	5	20	4	5	5	14
67	4	4	4	4	16	4	4	5	13
68	3	3	4	2	12	5	5	4	14
69	4	4	4	5	17	5	5	5	15
70	5	5	5	5	20	4	4	4	12

71	5	5	5	5	20	5	5	5	15
72	5	5	5	4	19	4	5	4	13
73	5	5	5	5	20	5	5	5	15
74	5	5	5	4	19	5	5	4	14
75	5	5	5	5	20	4	3	5	12

Promosi (X3)					Keputusan Pembelian (Y)				
P1X3	P2X3	P3X3	P4X3	Total X3	P1Y1	P2Y1	P3Y1	P4Y1	Total Y
4	2	3	4	13	5	4	5	5	19
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
5	4	4	5	18	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	4	5	5	19	5	4	4	5	18
4	5	5	4	18	5	4	4	5	18
4	5	5	4	18	5	5	5	5	20
5	3	5	2	15	3	4	3	4	14
4	4	4	4	16	3	4	4	5	16
5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
5	5	4	4	18	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	3	4	4	5	16
5	3	5	4	17	3	4	3	2	12
3	5	4	4	16	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
5	4	3	5	17	5	5	5	5	20
2	2	2	2	8	3	3	3	3	12
4	4	5	5	18	5	5	5	4	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	4	5	17	5	4	4	4	17
2	2	2	2	8	3	4	2	3	12
4	4	4	3	15	3	4	4	3	14
5	4	4	4	17	3	4	4	4	15
4	5	5	5	19	4	4	5	4	17
3	3	3	3	12	3	4	4	4	15
4	5	2	5	16	4	3	5	5	17
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20

5	4	5	5	19	5	5	3	5	18
3	3	3	3	12	3	4	4	4	15
4	4	5	4	17	5	5	5	5	20
5	5	4	4	18	4	5	5	4	18
4	5	5	5	19	4	4	5	4	17
3	2	2	2	9	3	2	3	2	10
4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
2	2	2	2	8	2	2	2	2	8
4	5	5	5	19	5	4	4	4	17
5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
3	3	3	3	12	3	3	2	3	11
5	5	5	5	20	5	4	4	4	17
4	4	5	5	18	4	5	5	5	19
2	3	3	2	10	3	3	3	3	12
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
2	3	2	3	10	2	3	4	2	11
4	4	4	4	16	5	5	5	4	19
3	3	4	4	14	2	3	2	3	10
5	5	4	4	18	4	4	4	3	15
1	1	3	3	8	3	3	4	5	15
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	5	4	4	17	3	4	4	2	13
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	5	5	5	19	5	5	5	5	20
5	5	5	5	20	4	4	4	5	17
4	5	5	5	19	5	4	5	5	19
2	2	2	2	8	3	2	3	2	10
5	5	5	5	20	5	5	5	4	19
3	3	3	3	12	3	3	3	2	11
5	5	4	5	19	4	5	5	5	19
4	4	5	5	18	5	5	5	4	19
4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
4	4	5	5	18	5	4	4	5	18
3	4	2	4	13	4	3	4	3	14
3	3	3	3	12	3	3	3	3	12
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	5	5	5	19	4	4	4	5	17

2	3	2	3	10	3	5	3	4	15
5	5	4	4	18	4	5	4	3	16
5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
5	4	5	4	18	5	5	5	5	20
4	4	5	5	18	5	5	4	5	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	3	4	4	16	5	5	4	4	18
3	5	4	5	17	5	5	5	5	20



Lampiran 05. Deskripsi Data Responden Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	21	28.0	28.0	28.0
	Perempuan	54	72.0	72.0	100.0
Total		75	100.0	100.0	

Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18 Tahun	6	8.0	8.0	8.0
	19 Tahun	22	29.3	29.3	37.3
	20 Tahun	26	34.7	34.7	72.0
	21 Tahun	15	20.0	20.0	92.0
	22 Tahun	6	8.0	8.0	100.0
Total		75	100.0	100.0	

Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Kualitas Produk (X₁)

Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
P1X1	26	34,7	31	41,3	11	14,7	7	9,3	0	0	75	100
P2X1	29	38,7	29	38,7	13	17,3	4	5,3	0	0	75	100
P3X1	33	44,0	24	32,0	12	16,0	6	8,0	0	0	75	100
P4X1	28	37,3	31	41,3	8	10,7	8	10,7	0	0	75	100

Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel *Brand Image* (X₂)

Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
P1X2	29	38,7	33	44,0	6	8,0	7	9,3	0	0	75	100
P2X2	32	42,7	28	37,3	11	14,7	4	5,3	0	0	75	100
P3X2	33	44,0	28	37,3	11	14,7	3	4,0	0	0	75	100

Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Promosi (X₃)

Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
P1X3	29	38,7	27	36,0	11	9,3	7	9,3	1	1,3	75	100
P2X3	31	41,3	24	32,0	13	17,3	6	8,0	1	1,3	75	100
P3X3	34	45,3	22	29,3	10	13,3	9	12,0	0	0	75	100
P4X3	35	46,7	23	30,7	10	13,3	7	9,3	0	0	75	100

Distribusi Jawaban Responden Terhadap Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Pernyataan	SS		S		N		TS		STS		Total	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
P1Y	36	48,0	16	21,3	20	26,7	3	4,0	0	0	75	100
P2Y	35	46,7	26	34,7	11	14,7	3	4,0	0	0	75	100
P3Y	34	45,3	26	34,7	11	14,7	4	5,3	0	0	75	100
P4Y	37	49,3	20	26,7	11	14,7	7	9,3	0	0	75	100

Lampiran 06. Hasil Uji Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		75
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.75285504
Most Extreme Differences	Absolute	.083
	Positive	.041
	Negative	-.083
Test Statistic		.083
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

2. Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
Model		B	Std. Error	Beta	t		
1	(Constant)	2.409	1.162		2.073	.042	
	Kualitas Produk	.298	.120	.311	2.483	.015	.261
	Brand Image	.400	.178	.282	2.249	.028	.260
	Promosi	.274	.116	.304	2.363	.021	.248

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.205	.708		3.113	.003
	Kualitas Produk	-.019	.073	-.059	-.257	.798
	Brand Image	-.098	.108	-.208	-.904	.369
	Promosi	.043	.071	.143	.606	.547

a. Dependent Variable: Abs_Res



Lampiran 07. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.409	1.162		2.073	.042
	Kualitas Produk	.298	.120	.311	2.483	.015
	Brand Image	.400	.178	.282	2.249	.028
	Promosi	.274	.116	.304	2.363	.021

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 08. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.709	.697	1.790

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Produk, Brand Image

Lampiran 09. Hasil Uji Hipotesis

1. Uji t (Parsial)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	2.409	1.162		2.073	.042
	Kualitas Produk	.298	.120	.311	2.483	.015
	Brand Image	.400	.178	.282	2.249	.028
	Promosi	.274	.116	.304	2.363	.021

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Hasil Uji F (Simultan)

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	555.302	3	185.101	57.802	.000 ^b
	Residual	227.365	71	3.202		
	Total	782.667	74			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Produk, Brand Image