



Lampiran 1. Daftar Nama Responden Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menyebar kuesioner kepada responden yaitu konsumen brand lokal diluar responden mahasiswa fakultas ekonomi universitas Pendidikan Ganesha. Dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Adapun daftar nama-nama uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut:

No. Res	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Alamat
1	Ketut Elo'Mutiara Maharani	22	Perempuan	Singaraja Bali
2	Patu Hatunnajah	23	Perempuan	Dusun barat jalan, des. Pegayaman, kec. Sukasada, kab. Buleleng, Bali
3	Dina Fitriyana	23	Perempuan	Banjar dinas barat jalan, Desa Pegayaman,kec Sukasada, kan. Buleleng, Bali
4	Warda Sahara	22	Perempuan	Kabupaten Gresik
5	Noer Inda Aisyah	22	Perempuan	Batam
6	Rika utami	23	Perempuan	Jakarta selatan
7	AW	18	Laki-laki	Badung
8	Atik Rahmatul Ummah	25	Perempuan	Banjar dinas barat jalan, Pegayaman
9	Wayan Yunisa Rahma	19	Perempuan	Jl.Poros Desa Sidomulyo Kec.Kombeng Kaltim
10	Evi Afipah	23	Perempuan	Desa Pegayaman, Sukasada, Buleleng, Bali.
11	Yaumil ramadanti	25	Perempuan	Nguling Pasuruan Jawa Timur
12	Laelatul Azizah	18	Perempuan	Br.Dinas Timur Jalan Pegayaman Buleleng Bali
13	Khudaebi Ikhtiara	19	Perempuan	Jatisawit, Kecamatan Bumiayu, Kab. Brebes, Jawa Tengah
14	Nengah Sofriani	28	Perempuan	Banjar Dinas Barat Jalan
15	Shiyanita Arifani	22	Perempuan	Singaraja
16	Fiqi Nialul Izzah	22	Perempuan	Pegayaman
17	ketut rona rosalina	19	Perempuan	pegayaman
18	Dewina	22	Perempuan	Pegayaman
19	Ayu Puspa	22	Perempuan	Denpasar

20	Lisa Anggraini	22	Perempuan	Jalan Danau Beratan no 87, Sanur Denpasar Selatan
21	Ana maharani	19	Perempuan	Desa pegayaman
22	Marisa Amaliyah	28	Perempuan	Pegayaman
23	Dese rika	22	Perempuan	Majalengka jawa barat
24	Bena Sakina	21	Perempuan	Singaraja
25	bobby zinedin	19	Laki-laki	jembrana
26	Gina sa'adah	22	Perempuan	Desa pegayaman
27	Lilis suprihartini	22	Perempuan	Jembrana
28	Tasya Safitri	22	Perempuan	Denpasar,Bali
29	Aditsi putri	22	Perempuan	Gianyar
30	Claresta Isabel Darmawan	18	Perempuan	Banjar Dinas Barat Jalan



Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

Kuesioner Penelitian

“Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Lokal (Studi Kasus Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha)”

Yth. Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha Singaraja

Dengan hormat, Dalam rangka memenuhi kelengkapan penyusunan skripsi, saya mahasiswa atas nama Dharojatunnazifah dengan NIM. 2017011017, Program S1 Pendidikan Ekonomi, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha bermaksud untuk memohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner sesuai dengan petunjuk pengisian yang tertera di bawah ini. Penelitian ini semata – mata bersifat ilmiah dan dipergunakan untuk keperluan penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat untuk dapat menyelesaikan program studi S1 pada Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Saya harap jawaban yang Saudara/i berikan adalah bersifat jujur dan terbuka, mengingat data yang diperlukan sangat besar artinya serta identitas dan jawaban yang diberikan akan dijamin kerahasiaannya.

Atas segala bantuan serta partisipasi yang Saudara/i berikan, saya ucapkan terima kasih. Hormat saya.

Dharojatunnazifah

NIM. 2017011017

A. Identitas Responden

1. Nama :

2. NIM :

3. Program Studi : S1 Pendidikan Ekonomi

S1 Akuntansi

S1 Manajemen

D4 Akuntansi Sektor Publik

D4 Pengelolaan Perhotelan

4. Usia : 18 Tahun

19 Tahun

20 Tahun

21 Tahun

22 Tahun

>22 Tahun

5. Jenis Kelamin:

Laki-laki Perempuan

6. Apakah sudah menggunakan produk *brand* lokal lebih dari 2 kali :

Ya Tidak

B. Petunjuk Pengisian

1. Mohon dengan hormat, bantuan dan kesediaan saudara/i untuk menjawab
2. seluruh pertanyaan/ Pernyataan dalam kuesioner ini.

3. Berikan tanda centang (√) pada jawaban yang saudara anggap paling sesuai.
4. Setelah mengisi kuesioner ini mohon saudara dapat memberikan kembali
5. kepada yang menyerahkan kuesioner ini pertama kali.
6. Terdapat 5 (lima) pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing
7. pernyataan, yaitu:

SS : Sangat Setuju, diberi Skor (5)

S : Setuju, diberi Skor (4)

KS : Kurang Setuju, diberi Skor (3)

TS : Tidak Setuju, diberi Skor (2)

STS : Sangat Tidak Setuju, diberi Skor (1)

Kuesioner

Brand ambassador (X1)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Transference.</i>						
1	Seorang brand ambassador dapat mempengaruhi daya beli anda untuk memilih produk yang di promosikan.					
2	Adanya brand ambassador mampu mempengaruhi pengambilan keputusan anda.					
<i>Kredibilitas.</i>						

3	Seorang brand ambassador harus lebih mengetahui referensi tentang produk yang di promosikan.					
4	Seorang brand ambassador harus memberikan informasi yang revelan dengan sumber-sumber yang jelas					
<i>Daya Tarik.</i>						
5	Seorang brand ambassador harus dapat mempengaruhi citra atau presepsi anda merasa terhadap produk yang di promosikan					
6	Seorang Brand Ambassador harus memiliki karakteristik atau nilai yang mempu menarik konsumen.					
<i>Power.</i>						
7	Seorang brand ambassador harus mampu dalam menarik merek dipasar yang sangat kompetitif.					
8	Seorang brand ambassador harus memiliki keterkaitan dengan suatu brand dalam memengaruhi calon konsumen untuk memperlajari lebih lanjut mengenai produk yang di promosikan					

Brand image (X2)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
<i>Corporate Image</i> (citra pembuat).						
1	Jika Produk ingin memiliki citra merek yang baik dimata konsumen harus memiliki nilai-nilai yang mencerminkan perusahaannya.					
2	Perusahaan perlu memberikan kesan yang profesionalisme dan kualitas yang baik untuk memiliki citra merek yang bagus.					
<i>User Image</i> (citra pemakai).						
3	Perusahaan harus mampu membuat produk yang mencerminkan nilai-nilai yang sesuai referensi dan kebutuhan konsumen untuk mendapatkan citra merek yang baik.					
4	Perusahaan harus berani menerima kritikan atau dibandingkan tentang kualitas produk dengan pesaing, untuk mendapatkan citra merek yang baik.					
<i>Product Image</i> (citra produk),						
5	Dalam memberikan citra produk yang baik perusahaan dapat memberikan identifikasi yang mudah pada produknya dibandingkan dengan produk pesaingnya.					
6	Dalam membangun citra produk yang baik Perusahaan dapat menjalin hubungan yang baik dengan konsumennya.					

Keputusan pembelian (Y)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
Pembelian produk						
1	Saya menggunakan <i>brand</i> kecantikan lokal karena kualitas yang bagus dan sama dengan kualitas <i>brand</i> kecantikan internasional.					
2	Saya menggunakan <i>brand</i> Kecantikan lokal karena sudah banya testimoni mengenai <i>brand</i> kecantikan lokal.					
Pembelian merek.						
3	Saya menggunakan <i>brand</i> kecantikan lokal karena sudah memiliki reputasi yang baik dan banyak dikenal kalangan.					
4	Saya menggunakan <i>brand</i> kecantikan lokal karena sudah sering digunakan dan mudah didapatkan.					
Pemilihan saluran pembelian.						
5	Saya menggunakan <i>brand</i> kecantikan lokal karena harga yang lebih terjangkau dibandingkan <i>brand</i> kecantikan luar.					
6	Saya menggunakan <i>brand</i> kecantikan lokal karena mudah untuk didapatkan dalam toko online maupun offline.					
Penentuan waktu pembelian						
7	Saya lebih memilih <i>brand</i> kecantikan lokal karena saya sudah lebih dari 2 kali menggunakan <i>brand</i> kecantikan lokal					

8	Saya menggunakan <i>brand</i> kecantikan lokal karena sudah melakukan penelusuran terlebih dahulu mengenai kualitas dan manfaatnya.					
Jumlah						
9	Saya menggunakan <i>brand</i> kecantikan lokal karena sudah melakukan pertimbangan yang matang untuk memilihnya.					



Lampiran 3. Rekapitulasi Hasil Uji Coba

1. Uji validitas

Uji validitas merupakan uji yang berfungsi untuk melihat apakah suatu alat ukur tersebut valid atau tidak valid. Alat ukur yang dimaksud disini merupakan pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan-pertanyaan tersebut pada kuesioner dapat mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner. Menurut Sugiyono (2014;24), validitas menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Sehingga, kuesioner dapat dinyatakan valid apabila kuesioner tersebut mampu mengungkapkan sesuatu yang diukur oleh kuesioner tersebut. Menurut Ghonzali (2006), untuk menentukan apakah suatu item layak digunakan atau tidak dengan melakukan uji signifikansi koefisien korelasi jika $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05, maka pernyataan dinyatakan valid, serta jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ dengan taraf signifikansi 0,05, maka pernyataan dinyatakan tidak valid. Pengolahan data ini dapat dilakukan dengan bantuan program Statistical Package for Social Science (SPSS) 25 for Windows. Dengan tingkatan signifikansi dua arah, dimana N jumlah data (N) = 30, $df = N - 2$ ($30 - 2 = 28$), maka dalam penelitian ini menggunakan r_{tabel} ialah 0,3610 dengan jumlah responden 30 orang dan taraf signifikannya 5% atau 0,05. Berikut adalah hasil Uji Validitas pada table 1.

Table 1
Hasil Uji Validitas

Variable	Pernyataan	r Hitung	r tabel	keterangan
<i>Brand Ambassador (X1)</i>	X1.1	0,937	0,3610	VALID
	X1.2	0,874	0,3610	VALID
	X1.3	0,959	0,3610	VALID
	X1.4	0,961	0,3610	VALID
	X1.6	0,943	0,3610	VALID
	X1.7	0,963	0,3610	VALID
	X1.8	0,869	0,3610	VALID
<i>Brand Image (X2)</i>	X2.1	0,894	0,3610	VALID
	X2.2	0,954	0,3610	VALID
	X2.3	0,950	0,3610	VALID
	X2.4	0,962	0,3610	VALID
	X2.5	0,949	0,3610	VALID
	X2.6	0,969	0,3610	VALID
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0,890	0,3610	VALID
	Y2	0,929	0,3610	VALID
	Y3	0,964	0,3610	VALID
	Y4	0,959	0,3610	VALID
	Y5	0,869	0,3610	VALID
	Y6	0,955	0,3610	VALID
	Y7	0,867	0,3610	VALID
	Y8	0,917	0,3610	VALID
	Y9	0,957	0,3610	VALID
	Y10	0,947	0,3610	VALID

Sumber : SPSS 25 for Windows,2024

Berdasarkan tabel diatas bahwa setiap pernyataan yang terdapat pada variabel dapat diketahui nilai rhitung > rtabel dan p-value < alpha (α) 0,05, maka dapat diketahui bahwa item pertanyaan atau kuesioner tersebut dinyatakan valid sebanyak dua puluh empat pertanyaan.

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel. Ghazali (2011) menyatakan suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten dari waktu ke waktu. Jika suatu data dinyatakan reliabilitas apabila dua atau lebih peneliti dalam objek yang sama menghasilkan sebuah data yang sama pula atau penelitian yang sama dalam kurun waktu yang berbeda sehingga nantinya dapat menghasilkan hasil dari sebuah data yang sama pula (Sugiyono, 2018:168). Uji reliabilitas dapat dilakukan secara bersamaan terhadap seluruh butir pertanyaan. Jika nilai $Alpha > 0,60$ maka dikatakan reliabel dengan menggunakan bantuan SPSS 23 for windows. Berikut adalah hasil uji reliabilitas pada table 2.

Table 2
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	<i>Standard Alpha</i>	Keterangan
<i>Brand Ambassador (X)</i>	0,976	0,60	Reliabel
<i>Brand Image (X)</i>	0,977	0,60	Reliabel
Keputusan Pembelia (Y)	0,980	0,60	Reliabel

Sumber : SPSS 23 for windows 2024

Berdasarkan data tabel diatas menunjukkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* pada variabel (X1) sebesar 0,976 dan nilai tersebut $> 0,60$, jadi dapat disimpulkan bahwa delapan pertanyaan tersebut dapat digunakan pada kuesioner adalah reliabel. Serta *Cronbach's Alpha* Variabel (X2) sebesar 0,977 dan nilai tersebut $> 0,60$, jadi dapat disimpulkan bahwa keenam pertanyaan tersebut dapat digunakan pada kuesioner

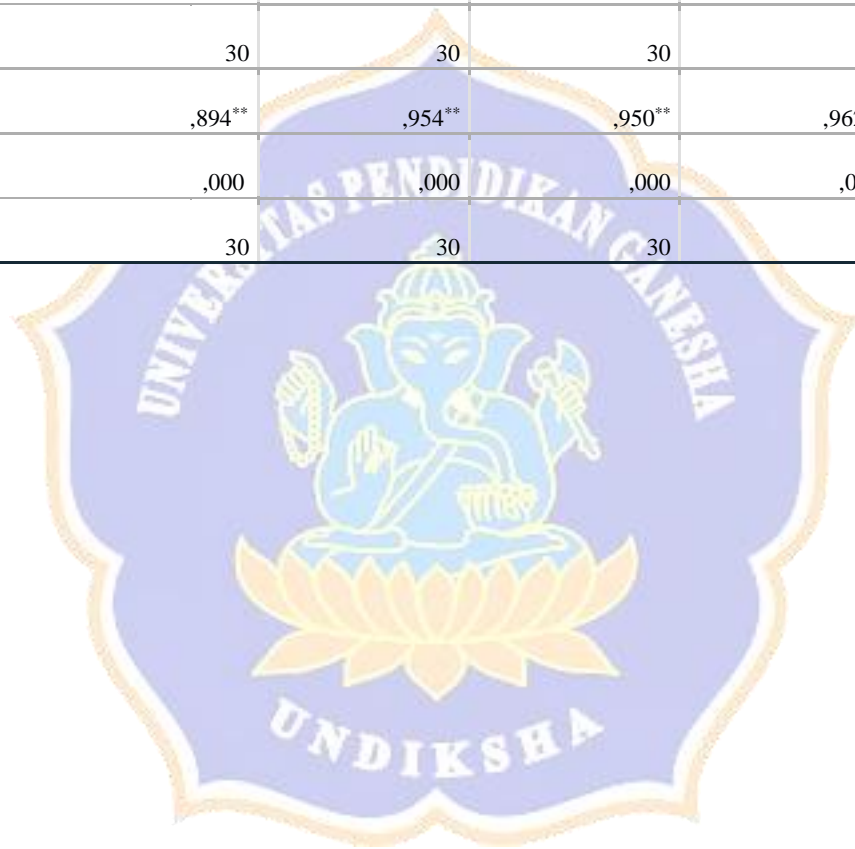
adalah reliabel. Begitupun pada nilai *Cronbach's Alpha* Variabel (Y) sebesar 0,980 dan nilai tersebut $> 0,60$, sehingga dapat dinyatakan bahwa sepuluh pertanyaan tersebut dapat digunakan pada kuesioner adalah reliabel.



2. variable *Brand Image* (X2)

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,819**	,843**	,826**	,808**	,812**	,894**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,819**	1	,931**	,903**	,869**	,897**	,954**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,843**	,931**	1	,874**	,844**	,902**	,950**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	,826**	,903**	,874**	1	,918**	,935**	,962**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	,808**	,869**	,844**	,918**	1	,949**	,949**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30

X2.6	Pearson Correlation	,812**	,897**	,902**	,935**	,949**	1	,969**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson Correlation	,894**	,954**	,950**	,962**	,949**	,969**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30



3. Keputusan pembelian (Y)

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	,900**	,861**	,761**	,761**	,829**	,707**	,778**	,802**	,864**	,890**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	,900**	1	,896**	,866**	,717**	,894**	,752**	,843**	,870**	,880**	,929**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	,861**	,896**	1	,922**	,838**	,912**	,778**	,901**	,927**	,906**	,964**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	,761**	,866**	,922**	1	,833**	,919**	,877**	,861**	,914**	,904**	,959**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	,761**	,717**	,838**	,833**	1	,881**	,745**	,682**	,773**	,796**	,869**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	,829**	,894**	,912**	,919**	,881**	1	,835**	,818**	,885**	,859**	,955**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000

Uji Reabilitas

Brand Ambassador (X1)

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,976	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	28,73	46,271	,917	,972
X1.2	28,90	49,679	,844	,977
X1.3	28,77	43,082	,942	,972
X1.4	28,67	44,368	,947	,971
X1.5	28,70	46,217	,907	,973
X1.6	28,60	46,386	,926	,972
X1.7	28,63	46,654	,952	,971
X1.8	28,60	48,800	,835	,977

Brand Image (X2)
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,977	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	20,23	22,599	,856	,979
X2.2	20,13	21,154	,934	,971
X2.3	20,13	20,602	,926	,972
X2.4	20,00	20,552	,943	,970
X2.5	20,10	21,059	,927	,972
X2.6	20,07	20,409	,954	,969

Keutusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,980	10

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	35,77	62,668	,865	,979
Y2	35,67	61,816	,912	,978
Y3	35,77	62,737	,957	,977
Y4	35,80	59,752	,948	,977
Y5	35,80	61,338	,836	,981
Y6	35,70	61,666	,944	,977
Y7	35,93	61,168	,833	,981
Y8	35,73	61,444	,897	,978
Y9	35,77	60,530	,946	,977
Y10	35,67	60,989	,933	,977



Variable *Brand Image* (X2)

No. Res	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL X2
1	3	3	2	4	4	3	19
2	4	4	5	5	4	5	27
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	5	4	4	28
6	4	4	4	4	4	4	24
7	3	5	5	5	5	5	28
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	4	5	5	5	5	29
10	5	5	5	5	5	5	30
11	4	5	4	5	4	5	27
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	5	4	4	25
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	5	5	5	27
16	5	5	5	5	5	5	30
17	3	4	4	3	3	3	20
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	4	4	4	24
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	5	5	5	5	5	29
23	2	2	2	2	2	2	12
24	4	4	4	4	5	5	26
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24

23	3	3	3	2	1	2	2	4	3	3	26
24	5	4	3	3	4	4	4	3	3	4	37
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40



Lampiran 6. Responden Penelitian

Penelitian dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu konsumen brand lokal pada mahasiswa fakultas ekonomi. Dengan jumlah responden sebanyak 100 orang. Adapun responden penelitian sebagai berikut:

Daftar Responden					
No. Res	Nama	Nim	Program Studi	Jenis Kelamin	Usia
1	I Gusti Ayu Wulandari	2117011001	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	20
2	Ni Kadek Dita Karmelia Dewi	2017011020	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	23
3	Kadek ayu handayani	2017011009	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	23
4	Ni Wahyu Purnami Dewi	2017011012	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	23
5	Ni Luh Mariani	2017011032	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	21
6	Lia Rizkia	2017011023	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
7	Nova Aulia Ramdani	2017011018	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	20
8	Ni Kadek Wina Febiyanti	2117011032	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	20
9	I Made Handreana	2017011083	S1 Pendidikan Ekonomi	Laki-laki	22
10	Rena Gita Br Ginting	2017011025	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
11	Iklasni Rohayani Jawak	2017011028	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
12	Kadek Dwi Lestari	2117011056	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	21
13	Kadek Era Rikayani	2117011014	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	21
14	Luh Theresa Okta Devi	2017011055	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
15	Difia Febriana Br. Surbakti	2017011153	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	20
16	Ni Luh Diah Putri Lestari	2017011089	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	23
17	Ria Agustin	2017011054	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	23

18	Antasya Rohma	2017011073	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	23
19	Nyoman Devi Apriani	2017011002	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	21
20	Komang Trisna Savitri	2117011019	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	21
21	Kadek Aprilda Chiselita	2117011065	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	20
22	Amalia Agustin	2017011076	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	23
23	Ni Kadek sintiya devi	2117011076	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	21
24	Ni Kadek Mita Handayani	2117011023	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	21
25	Panji Gumilang	2017011090	S1 Pendidikan Ekonomi	Laki-laki	23
26	Ayun Pramesti Woro Hapsari	2017011024	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
27	Lisa tiara	2017011022	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
28	Noprsta Br.Sitepu	2017011053	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
29	Putu Monika Sari	2017011035	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
30	Komang Indah Maharani	2017011030	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	23
31	Ni Putu Widhiani	2117011063	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	23
32	Mey Linda	2017011045	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	23
33	Mila Faizah	2117011022	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
34	Ni Luh Diah Putri Lestari	201701189	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
35	Ni Kadek Novi Widyantari	201701172	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
36	Ummy Khairunnisa	201701165	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
37	Salsabila Jawza Puteri	2117011021	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
38	Kadek Ayu Nopiani	201701103	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	23
39	Selfiana	2117011027	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
40	Himmyatul Fiqriyah	2117011030	S1 Pendidikan Ekonomi	Perempuan	22
41	Ni Kadek Anggi Riska	2217051004	S1 Akuntansi	Perempuan	20
42	Putu Amrita Krisaryanti	2017051212	S1 Akuntansi	Perempuan	22

43	Putu Anisa Gayatri	2017051091	S1 Akuntansi	Perempuan	22
44	Komang Ela Karmian	2017051097	S1 Akuntansi	Perempuan	22
45	Ni Putu Novi Ariyati	2217051088	S1 Akuntansi	Perempuan	20
46	Luh Anggi Wahyuni	2217051021	S1 Akuntansi	Perempuan	20
47	Ni Luh Putu Diah Maharani	2217051145	S1 Akuntansi	Perempuan	20
48	Kadek Ayu Kunia Setiani	2017051225	S1 Akuntansi	Perempuan	23
49	Kadek Tina Prenitayani	2017051208	S1 Akuntansi	Perempuan	23
50	Ni Putu Novi Ariyati	2217051088	S1 Akuntansi	Perempuan	20
51	Komang Trisna Ayu Widari	2017051004	S1 Akuntansi	Perempuan	22
52	I Made Dimas Adiguna	2217051217	S1 Akuntansi	Laki-laki	20
53	Nur Syafaah	2017051025	S1 Akuntansi	Perempuan	22
54	Ni Putu Listia Agustini	2217051175	S1 Akuntansi	Perempuan	20
55	Deni Fitrianita	2017051032	S1 Akuntansi	Perempuan	23
56	Luh Putu Listya Dewi Anindhita	2017051067	S1 Akuntansi	Perempuan	23
57	Supian Susanti	2217051257	S1 Akuntansi	Perempuan	20
58	Rahmalia Fitri Manik Wulandari	2217051293	S1 Akuntansi	Perempuan	20
59	Putu Ayu Mita Sapitri	2017041035	S1 Manajemen	Perempuan	22
60	Kadek Laksmi Savita Desi	2017041081	S1 Manajemen	Perempuan	23
61	Devy Hariani Putri	2017041087	S1 Manajemen	Perempuan	22
62	Ni Kadek Feby Valentina Anggie Mulyani	2217041109	S1 Manajemen	Perempuan	20
63	Luh Sri Suastini	2017041011	S1 Manajemen	Perempuan	22
64	Faisal Nugraha	2017041019	S1 Manajemen	Laki-laki	23
65	Ayu Surasti Wijaya	2017041022	S1 Manajemen	Perempuan	22
66	Faddilah Rahmawati	2217041142	S1 Manajemen	Perempuan	22

67	Putu Meira Cahyani	2017041040	S1 Manajemen	Perempuan	22
68	Komang Riska Dewi Ardiswari	2117041005	S1 Manajemen	Perempuan	21
69	Sakinah Umar	2117041014	S1 Manajemen	Perempuan	20
70	Ni Kadek Widiantri	2217041131	S1 Manajemen	Perempuan	21
71	Komang Fadila Maharani	2117041086	S1 Manajemen	Perempuan	20
72	Ketut Sulistiawati	2117041106	S1 Manajemen	Perempuan	20
73	Ni Komang Eka Rienels Saraswati	2117041115	S1 Manajemen	Perempuan	21
74	Putu Listiani	2217041087	S1 Manajemen	Perempuan	20
75	Elvina Darmayani	2117041160	S1 Manajemen	Perempuan	20
76	Diana Oktaviani	2117041223	S1 Manajemen	Perempuan	20
77	Linda Widyasari	2017041037	S1 Manajemen	Perempuan	22
78	Auliya Maulidah	2017041091	S1 Manajemen	Perempuan	22
79	Luh Putu Sri Winanti	2017041116	S1 Manajemen	Perempuan	22
80	Putu Priantini	2017041144	S1 Manajemen	Perempuan	22
81	Cica Nur Cholisa	2017041169	S1 Manajemen	Perempuan	22
82	Alya Maharani	2017041192	S1 Manajemen	Perempuan	23
83	Putu Linda Sari	2017041134	S1 Manajemen	Perempuan	22
84	Shema Astron Esperanse Manalu	2257023028	D4 Akuntansi Sektor Publik	Perempuan	20
85	Luh Dewi Antari	2257023020	D4 Akuntansi Sektor Publik	Perempuan	20
86	Ni Komang Paramitha Oktaviani	2257023025	D4 Akuntansi Sektor Publik	Perempuan	21
87	Putu Sintia Ariani	2257023023	D4 Akuntansi Sektor Publik	Perempuan	21
88	I Gusti Agung Ananda Hadi Sanjaya	2257023021	D4 Akuntansi Sektor Publik	Laki-laki	21
89	I Komang Mahena Kerta	2257023035	D4 Akuntansi Sektor Publik	Laki-laki	20
90	Nayla Ananda	2257023033	D4 Akuntansi Sektor Publik	Perempuan	21
91	I Gusti Ayu Made Inta Dewi	2257023022	D4 Akuntansi Sektor Publik	Perempuan	20

92	Gede Wira Saputra	2257013011	D4 Pengelolaan Perhotelan	Laki-laki	20
93	Ni Kadek Meriana	2257013004	D4 Pengelolaan Perhotelan	Perempuan	21
94	Komang Devi tri wahyuni	2257013009	D4 Pengelolaan Perhotelan	Perempuan	20
95	Komang Lenni Mertasih	2257013019	D4 Pengelolaan Perhotelan	Perempuan	21
96	Kadek Mila Suciati	2257013007	D4 Pengelolaan Perhotelan	Perempuan	21
97	Kadek Sri Widayanti	2257013015	D4 Pengelolaan Perhotelan	Perempuan	20
98	Kadek Suriyastika	2257013023	D4 Pengelolaan Perhotelan	Perempuan	20
99	I Nyoman Ardy Widyadnyana	2257013010	D4 Pengelolaan Perhotelan	Laki-laki	21
100	Ketut Mela Amelia	2257013016	D4 Pengelolaan Perhotelan	Perempuan	20



Lampiran 7. Data Ordinal Kuesioner Penelitian

1. Variabel *Brand Ambassador* (X1)

Brand Ambassador									
No. Res	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
1	3	3	2	4	4	3	4	3	26
2	5	4	5	5	4	5	5	5	38
3	4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	3	3	3	4	4	5	4	4	30
6	5	4	5	4	4	5	5	4	36
7	3	3	5	5	4	5	5	5	35
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	5	4	5	5	5	5	5	5	39
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40
11	5	4	5	5	5	5	5	4	38
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	4	4	3	4	4	4	4	4	31
14	4	4	4	5	4	5	4	4	34
15	5	4	5	5	5	5	5	5	39
16	5	5	5	5	5	5	5	5	40
17	4	4	5	5	5	4	4	5	36
18	5	5	5	5	5	5	5	5	40
19	5	5	5	4	4	4	4	4	35
20	5	5	5	5	5	5	5	5	40
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	5	4	5	5	5	5	5	5	39
23	5	5	5	5	5	5	5	4	39
24	4	4	4	4	5	4	4	5	34
25	5	5	5	5	5	5	5	5	40
26	5	5	5	5	5	5	5	5	40
27	4	4	4	4	4	4	4	4	32
28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
31	4	4	5	4	4	5	5	5	36

32	4	5	4	5	4	4	5	5	36
33	5	3	4	4	5	4	3	4	32
34	4	4	5	5	5	4	4	4	35
35	5	4	4	5	4	5	5	4	36
36	3	3	4	4	4	4	4	4	30
37	4	5	4	4	5	4	5	3	34
38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
39	4	4	5	4	4	3	4	4	32
40	4	3	5	5	5	4	5	5	36
41	3	4	4	3	4	3	3	4	28
42	4	5	5	5	5	5	5	5	39
43	4	3	3	2	3	3	4	4	26
44	2	4	4	3	4	3	4	4	28
45	3	4	4	3	3	4	4	4	29
46	4	4	4	3	4	4	4	3	30
47	4	4	4	4	5	4	4	4	33
48	2	4	3	3	4	3	5	3	27
49	4	4	4	4	4	4	4	4	32
50	3	4	5	4	4	3	5	4	32
51	3	3	4	3	4	4	5	4	30
52	4	4	4	5	4	4	4	4	33
53	4	5	3	5	4	4	4	5	34
54	4	4	5	4	4	4	4	4	33
55	4	5	4	4	4	4	4	5	34
56	4	4	4	4	4	4	4	4	32
57	2	3	4	5	5	4	3	2	28
58	3	4	5	4	4	4	5	3	32
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	4	3	4	4	5	4	5	4	33
61	3	4	5	4	4	3	5	5	33
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	4	4	5	5	5	4	4	5	36
64	3	4	4	4	4	4	4	4	31
65	2	3	4	4	4	4	4	4	29
66	3	3	3	3	3	3	3	3	24
67	4	3	3	2	3	4	5	3	27

2. *Brand Image (X2)*

Brand Image							
No. Res	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X5	X6	TOTAL
1	5	5	5	4	4	5	28
2	4	4	5	5	4	5	27
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	4	5	5	4	28
5	5	5	5	5	4	4	28
6	4	4	4	4	4	4	24
7	3	5	5	5	5	5	28
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	4	5	5	5	5	29
10	5	5	5	5	5	5	30
11	4	5	4	5	4	5	27
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	4	5	4	4	25
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	4	4	5	5	5	27
16	5	5	5	5	4	4	28
17	3	4	4	3	3	3	20
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	4	4	4	4	24
20	5	5	5	5	5	5	30
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	5	5	5	5	5	29
23	5	5	5	5	4	4	28
24	4	4	4	4	5	5	26
25	5	5	5	5	5	5	30
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	3	4	4	5	3	23
32	4	5	5	5	4	4	27

33	4	3	3	4	4	5	23
34	4	4	4	4	4	5	25
35	4	4	5	5	5	5	28
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	5	4	4	5	26
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	5	5	4	26
40	4	4	3	5	4	3	23
41	4	4	5	4	4	4	25
42	4	3	4	4	4	5	24
43	3	4	4	5	5	4	25
44	5	5	5	5	5	4	29
45	5	4	5	4	5	4	27
46	4	4	4	4	4	5	25
47	4	5	4	4	4	4	25
48	4	4	4	3	5	3	23
49	5	5	5	5	5	3	28
50	5	5	5	5	5	4	29
51	2	3	4	5	4	3	21
52	5	4	4	4	5	3	25
53	4	3	4	4	3	4	22
54	3	4	4	3	4	4	22
55	3	4	5	4	4	5	25
56	5	4	4	3	3	4	23
57	1	2	3	4	5	4	19
58	4	4	3	3	4	5	23
59	4	4	5	3	4	4	24
60	3	4	3	4	5	4	23
61	3	5	4	3	4	5	24
62	3	4	5	4	3	3	22
63	4	4	5	5	4	4	26
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	5	3	5	4	5	26
66	5	3	5	3	5	5	26
67	5	4	4	4	5	3	25
68	3	4	5	4	5	5	26

69	4	4	4	4	4	4	24
70	2	4	4	5	3	4	22
71	4	5	3	5	4	4	25
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	4	4	4	24
74	3	4	5	4	4	4	24
75	4	4	4	4	4	4	24
76	3	4	4	3	4	4	22
77	4	2	5	3	4	4	22
78	4	4	4	5	5	4	26
79	4	4	4	4	4	5	25
80	4	4	4	4	3	4	23
81	4	5	5	5	5	4	28
82	5	4	5	5	5	5	29
83	5	5	4	5	5	5	29
84	5	5	5	4	5	4	28
85	5	3	5	5	4	5	27
86	5	3	5	5	5	4	27
87	5	5	5	5	4	5	29
89	5	5	5	4	5	3	27
90	5	5	4	5	5	5	29
91	5	4	4	5	5	5	28
92	4	5	5	5	5	5	29
93	5	4	5	5	4	5	28
94	5	5	4	3	5	5	27
95	5	5	5	4	5	5	29
96	5	5	5	5	5	5	30
97	5	5	5	5	5	4	29
98	5	5	5	5	4	5	29
100	4	4	5	4	5	5	27

23	4	4	3	5	5	4	4	4	3	5	41
24	5	4	3	3	4	4	4	3	3	4	37
25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
31	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	45
32	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
33	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	44
34	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	46
35	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
37	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	41
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
40	4	4	3	5	3	3	3	3	4	4	36
41	4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	40
42	3	4	3	5	5	3	4	4	4	3	38
43	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	44
44	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	38
45	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
46	4	4	5	3	4	4	5	2	4	3	38
47	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	45

73	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
74	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	41
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
76	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
77	1	3	5	4	3	4	4	4	4	4	36
78	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	41
79	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
80	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
81	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
82	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
83	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
84	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
85	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
89	5	5	5	3	5	4	5	5	5	5	47
90	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
91	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	47
92	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
93	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
94	4	5	5	4	5	5	5	3	5	4	45
95	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	47
96	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
97	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
98	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	47

100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
-----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----



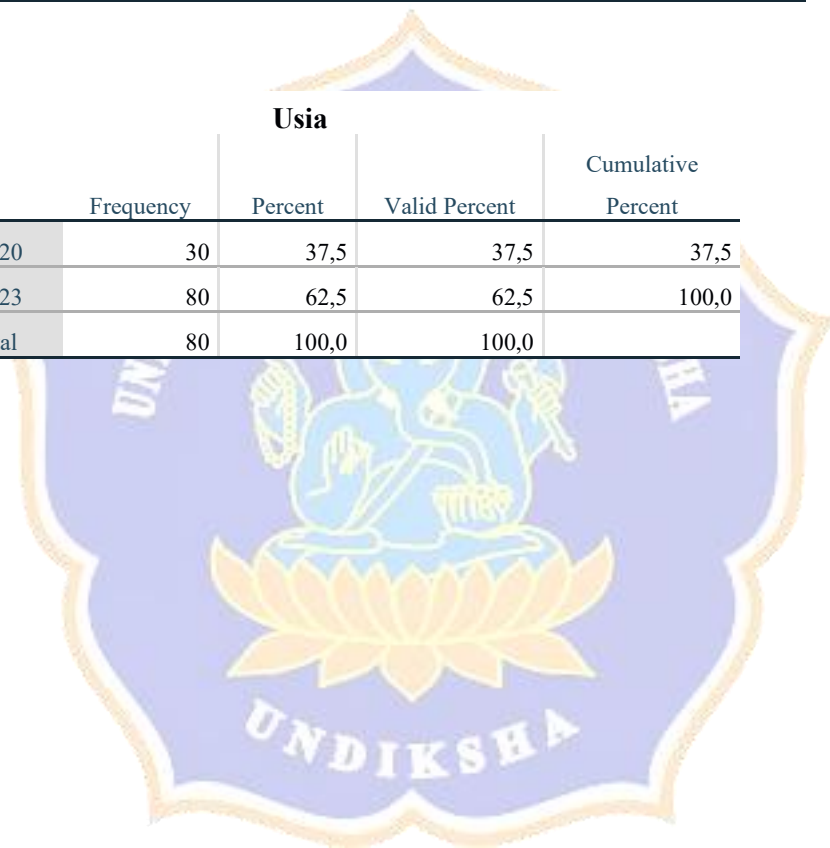
Lampiran 8. Hasil Uji Deskriptif Statistik Karakter Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	perempuan	92	90,0	90,0	90,0
	laki-laki	8	10,0	10,0	100,0
Total		80	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-20	30	37,5	37,5	37,5
	21-23	80	62,5	62,5	100,0
Total		80	100,0	100,0	



Lampiran 9. Hasil Analisis Deskriptif Statistik

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Brand Ambassador	100	10,00	40,00	32,0000	5,45639
Brand Image	100	7,00	30,00	23,9875	3,83024
Keputusan Pembelian	100	15,00	50,00	40,5000	6,18696
Valid N (listwise)	100				



Lampiran 10. Hasil Output Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,36712395
Most Extreme Differences	Absolute	,080
	Positive	,051
	Negative	-,080
Test Statistic		,080
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. Uji Multikolonieritas

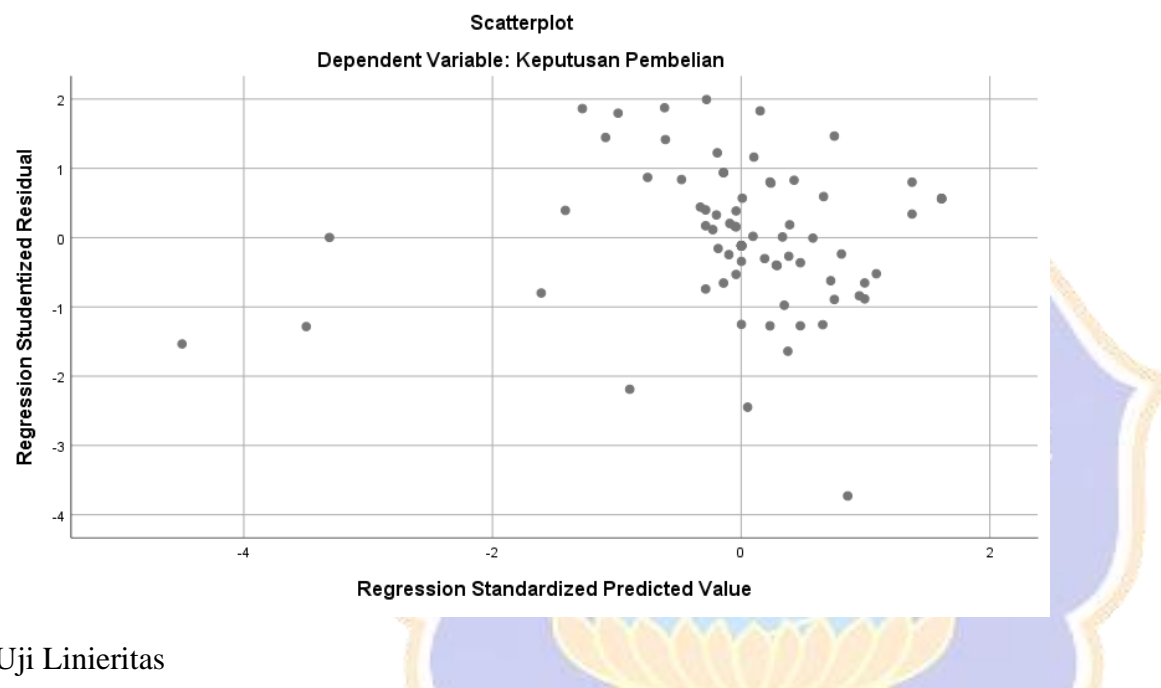
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	12,290	3,251		3,780	,000		
	Brand Ambassador	,409	,145	,361	2,816	,006	,393	2,543
	Brand Image	,630	,207	,390	3,040	,003	,393	2,543

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



3. Uji Heteroskedastisitas



4. Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Brand	Between Groups	(Combined)	70,764	7	10,109	,246	,972
Ambassador		Linearity	2,961	1	2,961	,072	,789
		Deviation from Linearity	67,803	6	11,300	,276	,947
	Within Groups		2953,236	72	41,017		
	Total		3024,000	79			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * Brand Image	Between Groups	(Combined)	170,747	4	42,687	1,122	,353
		Linearity	47,669	1	47,669	1,253	,267
		Deviation from Linearity	123,078	3	41,026	1,078	,363
	Within Groups		2853,253	75	38,043		
Total			3024,000	79			



Lampiran 11. Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Brand Image, Brand Ambassador ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,708 ^a	,502	,489	4,42348

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Brand Ambassador

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1517,330	2	758,665	38,772	,000 ^b
	Residual	1506,670	77	19,567		
	Total	3024,000	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand Image, Brand Ambassador

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,290	3,251		3,780	,000
	Brand Ambassador	,409	,145	,361	2,816	,006
	Brand Image	,630	,207	,390	3,040	,003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 12. Hasil Uji t dan Uji F

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables		Method
		Entered	Removed	
1	Brand Ambassador ^b			Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,665 ^a	,442	,435	4,65126

a. Predictors: (Constant), Brand Ambassador

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1336,534	1	1336,534	61,779	,000 ^b
	Residual	1687,466	78	21,634		
	Total	3024,000	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand Ambassador

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,378	3,113		5,261	,000
	Brand Ambassador	,754	,096	,665	7,860	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables		Method
		Entered	Removed	
1	Brand Image ^b	.		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,671 ^a	,450	,443	4,61572

a. Predictors: (Constant), Brand Image

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1362,217	1	1362,217	63,939	,000 ^b
	Residual	1661,783	78	21,305		
	Total	3024,000	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand Image

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,494	3,293		4,402	,000
	Brand Image	1,084	,136	,671	7,996	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables	Method
		Removed	
1	Brand Image, Brand Ambassador ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,708 ^a	,502	,489	4,42348

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Brand Ambassador

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1517,330	2	758,665	38,772	,000 ^b
	Residual	1506,670	77	19,567		
	Total	3024,000	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand Image, Brand Ambassador

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	12,290	3,251		3,780	,000
	Brand Ambassador	,409	,145	,361	2,816	,006
	Brand Image	,630	,207	,390	3,040	,003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

RIWAYAT HIDUP



Dharjatunnazifah lahir di Singaraja pada tanggal 20 Oktober 2001. Penulis lahir dari pasangan Bapak M. Idris Umar dan Ibu Siti Arhaniyah Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Islam. Alamat asli penulis berada di Desa Pegayaman, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali.

Penulis menyelesaikan pendidikan sekolah dasar di SDN 1 Pegayaman dan lulus pada tahun 2014. Kemudian penulis melanjutkan di SMP Maulana Pegayaman dan lulus pada tahun 2017. Pada tahun 2020, penulis lulus dari MAN 2 Jemberana, dan melanjutkan ke Program Studi Pendidikan Ekonomi, Jurusan Ekonomi dan Akuntansi, Fakultas Ekonomi, di Universitas Pendidikan Ganesha. Pada semester akhir tahun 2024 penulis telah menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Brand Ambassador Dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Brand Lokal (Studi Kasus Keputusan Pembelian Brand Lokal Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha)”

