



LAMPIRAN

LAMPIRAN

Lampiran 01. Observasi Awal Variabel Keputusan Pembelian

No	Skor Keputusan Pembelian						Total	Kategori
	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆		
1	5	5	4	5	4	4	27	Tinggi
2	5	4	4	4	5	4	26	Tinggi
3	2	3	3	1	1	3	13	Rendah
4	1	3	3	1	1	3	12	Rendah
5	4	5	4	2	2	3	20	Sedang
6	5	4	4	5	4	4	26	Tinggi
7	4	5	4	1	3	4	21	Sedang
8	1	4	3	1	1	3	13	Rendah
9	4	4	5	5	5	4	27	Tinggi
10	4	5	5	5	2	4	25	Tinggi
Jumlah	35	42	39	30	28	36	210	Sedang

Dengan dasar perhitungan sebagai berikut:

- Nilai Tertinggi = Jumlah item x Jumlah penilaian tertinggi
 $= 6 \times 5$
 $= 30$
- Nilai Terendah = Jumlah item x Jumlah penilaian terendah
 $= 6 \times 1$
 $= 6$
- Interval $= \frac{\text{Skor maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Jumlah kategori}}$
 $= \frac{30 - 6}{3} = \frac{24}{3}$
 $= 8$
- Rentang
 $= \text{Rendah} (6 - 14)$
 $= \text{Sedang} (15 - 22)$
 $= \text{Tinggi} (23 - 30)$

Lampiran 02. Observasi Awal Variabel Citra Merek

No	Skor Citra Merek			Total	Kategori
	X ₁	X ₂	X ₃		
1	5	5	5	15	Tinggi
2	5	5	3	13	Tinggi
3	3	2	2	8	Sedang
4	4	4	2	10	Sedang
5	4	4	4	12	Tinggi
6	5	4	3	12	Tinggi
7	4	4	3	11	Tinggi
8	3	3	3	9	Sedang
9	4	5	5	14	Tinggi
10	5	5	4	14	Tinggi
Jumlah	42	41	34	118	Tinggi

Dengan dasar perhitungan sebagai berikut:

- Nilai Tertinggi = Jumlah item x Jumlah penilaian tertinggi
 $= 3 \times 5$
 $= 15$
- Nilai Terendah = Jumlah item x Jumlah penilaian terendah
 $= 3 \times 1$
 $= 3$
- Interval = $\frac{\text{Skor maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Jumlah kategori}}$
 $= \frac{15 - 3}{3} = \frac{12}{3}$
 $= 4$
- Rentang = Rendah (3 – 7)
 = Sedang (8 – 11)
 = Tinggi (12 – 15)

Lampiran 03. Observasi Awal Variabel *Brand Image*

No	Skor Kualitas Produk				Total	Kategori
	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄		
1	4	5	5	4	18	Tinggi
2	4	4	5	5	18	Tinggi
3	2	3	1	2	8	Rendah
4	2	3	2	2	9	Rendah
5	5	4	2	3	14	Sedang
6	4	4	5	5	18	Tinggi
7	5	4	2	2	13	Sedang
8	3	2	2	2	9	Rendah
9	4	4	5	5	18	Tinggi
10	5	5	5	5	20	Tinggi
Jumlah	38	38	34	35	145	Sedang

Dengan dasar perhitungan sebagai berikut:

- Nilai Tertinggi = Jumlah item x Jumlah penilaian tertinggi
 $= 4 \times 5$
 $= 20$
- Nilai Terendah = Jumlah item x Jumlah penilaian terendah
 $= 4 \times 1$
 $= 4$
- Interval
 $= \frac{\text{Skor maksimum} - \text{Skor Minimum}}{\text{Jumlah kategori}}$
 $= \frac{20 - 4}{3} = \frac{16}{3}$
 $= 5,33$
- Rentang
 $= \text{Rendah } (4 - 9,33)$
 $= \text{Sedang } (9,34 - 14,67)$
 $= \text{Tinggi } (14,68 - 20)$

Lampiran 04. Kuesioner Penelitian

**KUESIONER PENELITIAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

Hal: Pengisian Kuesioner

Kepada
Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i
Di-
Tempat

Dengan hormat,

Perkenalkan, saya Made Putra Widyasana, mahasiswa Program Studi S1 Manajemen, Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Dalam rangka menyelesaikan studi pada program sarjana di Universitas Pendidikan Ganesha, saya akan melaksanakan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian pada Mie Gacoan di Singaraja.” Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi dengan mengisi kuesioner penelitian ini. Seluruh data yang diberikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan akademik. Atas waktu dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Singaraja, 10 Februari 2026

Made Putra Widyasana
NIM. 2217041046

A. IDENTITAS RESPONDEN

(Berikan tanda ✓ pada kotak jawaban)

1. Nama Lengkap :
2. Alamat Domisili :
3. Usia : Tahun
4. Jenis Kelamin :
 - ☐ Laki-Laki
 - ☐ Perempuan

B. PERTANYAAN UTAMA

1. Apakah Anda pernah membeli produk pada Mie Gacoan Singaraja?
 - ☐ Iya
 - ☐ Tidak
2. Berapa kali anda membeli produk Mie Gacoan Singaraja dalam sebulan??
 - ☐ 1 Kali
 - ☐ 2 Kali
 - ☐ 3 Kali
 - ☐ Lebih Dari 3 Kali

C. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Pengisian kuesioner ini menggunakan metode Skala Likert. Mohon kepada responden untuk memilih jawaban yang paling sesuai dengan kondisi atau pendapat yang sebenarnya dengan memberikan tanda centang (✓) pada kolom yang dianggap tepat.

1. Skor 1 : Untuk Jawaban Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Skor 2 : Untuk Jawaban Tidak Setuju (TS)
3. Skor 3 : Untuk Jawaban Cukup Setuju (CS)
4. Skor 4 : Untuk Jawaban Setuju (S)
5. Skor 5 : Untuk Jawaban Sangat Setuju (SS)

D. PERNYATAAN-PERNYATAAN

No	Keputusan Pembelian (Y)	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
Pilihan Produk						
1.	Saya melakukan pembelian produk Mie Gacoan karena pilihan produk yang ditawarkan beragam dan memiliki keunggulan yang dapat menarik konsumen.					

No	Keputusan Pembelian (Y)	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
Pilihan Merek						
2.	Saya membeli Mie Gacoan karena kepopulerannya dan citra merek yang baik pada Mie Gacoan di Singaraja.					
Pilihan Penyalur						
3.	Saya membeli Mie Gacoan karena mudah ditemukan dan mudah dalam melakukan pemesanan.					
Jumlah Pembelian						
4	Saya membeli beberapa jenis produk Mie Gacoan dalam sekali pembelian.					
Waktu Pembelian						
5	Saya membeli produk Mie Gacoan minimal sekali dalam seminggu.					
Metode Pembayaran						
6	Saya membeli Mie Gacoan karena metode pembayaran yang mudah dan beragam baik secara tunai maupun non tunai.					

No	Citra Merek (X ₁)	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
Kekuatan Asosiasi Merek						
1.	Menurut saya, Mie Gacoan merupakan produk mie pedas yang memang memiliki logo, nama, serta slogan yang mudah diingat.					
Keuntungan Asosiasi Merek						
2.	Saya merasa bahwa diantara beberapa kompetitor yang ada, Mie Gacoan lebih dikenal oleh konsumen.					
Keunikan Asosiasi Merek						
3.	Mie Gacoan memiliki ciri khas tersendiri yang tidak dimiliki oleh kompetitor dengan produk yang serupa.					

No	Kualitas Produk (X ₂)	STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
Kesegaran Produk						
1.	Mie Gacoan dibuat langsung setelah dipesan sehingga disajikan dalam keadaan fresh.					
Tampilan						
2.	Produk Mie Gacoan disajikan dengan tampilan menarik dan membuat saya tertarik membelinya.					
Rasa						
3.	Mie Gacoan menawarkan rasa yang konsisten jika dibandingkan dengan kompetitor yang menjual produk serupa.					
Inovasi						
4.	Saya merasa Mie Gacoan terus melakukan pembaruan secara berkala untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.					

Lampiran 05. Tabulasi Data Kuesioner Awal Variabel Citra Merek (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Keputusan Pembelian (Y)

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

Citra Merek (X₁)

No	Citra Merek			Total
	X1.1	X1.2	X1.3	
1	3	3	4	10
2	3	4	4	11
3	5	5	2	12
4	5	5	4	14
5	4	4	3	11
6	4	3	4	11
7	2	4	3	9
8	5	5	5	15
9	1	3	3	7
10	4	4	4	12
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12
13	4	4	4	12
14	4	4	4	12
15	4	4	4	12
16	5	5	5	15
17	5	5	5	15
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	5	5	5	15
21	4	5	3	12
22	5	5	3	13
23	4	4	5	13
24	5	5	5	15
25	5	5	4	14
26	5	5	5	15
27	4	4	3	11
28	5	5	5	15
29	5	5	5	15
30	4	4	4	12

Kualitas Produk (X₂)

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

Lampiran 06. Deskripsi Data Responden (Jenis Kelamin, Usia, dan Jumlah Pembelian)

Hasil Kuesioner Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
1	Laki-laki	52	50%
2	Perempuan	52	50%
Total		104	100%

Hasil Kuesioner Berdasarkan Usia

No.	Usia	Frekuensi	Presentase
1	17-24 tahun	58	55,77%
2	25-32 tahun	24	23,07%
3	33-40 tahun	10	9,62%
4	41-50 tahun	12	11,54%
Total		104	100%

Hasil Kuesioner Berdasarkan Jumlah Pembelian

No.	Jumlah Pembelian Dalam Sebulan	Frekuensi	Presentase
1	1 Kali	24	23,08%
2	2 Kali	33	31,73%
3	3 Kali	28	26,92%
4	Lebih Dari 3 Kali	19	18,27%
Total		104	100%

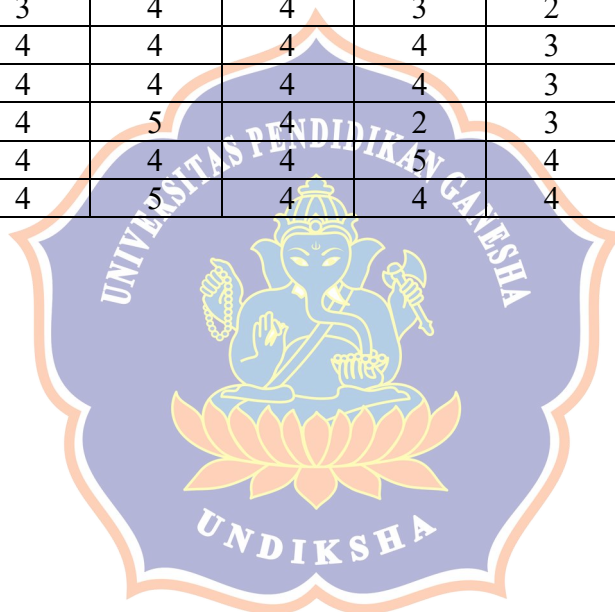
Lampiran 07. Tabulasi Data Sampel Penelitian

Keputusan Pembelian (Y)

No	Keputusan Pembelian						Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
1	4	5	4	4	4	4	25
2	5	5	5	4	5	5	29
3	4	4	4	4	3	5	24
4	5	5	5	5	5	5	30
5	4	5	3	4	5	4	25
6	4	2	3	4	1	5	19
7	4	5	5	5	1	5	25
8	5	3	5	3	2	5	23
9	4	3	4	3	2	3	19
10	3	3	2	4	4	3	19
11	4	4	4	4	4	4	24
12	5	5	5	5	3	5	28
13	4	4	3	5	2	6	24
14	4	4	5	4	4	5	26
15	5	5	4	4	4	5	27
16	4	5	4	5	4	4	26
17	2	3	5	5	5	5	25
18	5	5	5	5	5	5	30
19	4	4	5	5	2	4	24
20	4	3	4	5	3	4	23
21	4	5	5	4	4	4	26
22	3	5	5	5	2	5	25
23	5	4	5	4	3	4	25
24	3	5	4	2	2	4	20
25	4	4	4	5	4	5	26
26	5	4	4	5	5	5	28
27	4	5	4	5	3	5	26
28	4	4	4	4	3	5	24
29	3	2	3	2	2	3	15
30	4	5	5	4	2	5	25
31	4	4	4	4	2	4	22
32	4	5	4	5	5	5	28
33	4	3	4	5	2	4	22
34	3	4	3	3	2	2	17
35	4	2	5	5	4	4	24
36	3	3	3	4	5	4	22
37	4	4	4	3	4	5	24
38	5	4	4	5	5	4	27
39	5	5	5	5	4	5	29
40	4	4	4	3	1	4	20
41	3	3	4	4	2	4	20

No	Keputusan Pembelian						Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
42	3	4	3	5	2	3	20
43	3	2	2	3	3	4	17
44	4	4	4	4	4	4	24
45	5	5	5	5	3	5	28
46	5	4	5	5	5	5	29
47	5	5	5	5	1	4	25
48	4	5	5	5	3	5	27
49	5	5	4	4	3	5	26
50	4	2	4	5	1	5	21
51	4	4	4	5	5	5	27
52	3	3	4	4	1	4	19
53	5	5	5	4	1	3	23
54	3	4	3	3	2	4	19
55	5	5	5	5	4	5	29
56	4	4	4	4	1	4	21
57	5	5	5	5	3	5	28
58	3	3	4	3	1	3	17
59	4	4	4	3	3	4	22
60	5	4	4	4	2	4	23
61	3	3	2	3	4	4	19
62	3	3	3	3	4	4	20
63	3	4	3	1	3	4	18
64	4	5	5	3	3	5	25
65	4	3	4	4	2	3	20
66	4	2	4	5	3	4	22
67	4	4	4	4	2	4	22
68	5	5	5	5	5	5	30
69	1	1	1	3	5	1	12
70	2	4	4	1	1	4	16
71	3	4	3	4	4	4	22
72	4	4	4	4	3	4	23
73	3	2	2	4	4	4	19
74	4	4	4	4	2	4	22
75	5	5	5	5	4	5	29
76	4	4	4	4	4	5	25
77	4	4	4	4	4	5	25
78	4	4	4	4	4	5	25
79	4	5	5	4	4	5	27
80	4	5	4	2	3	5	23
81	3	5	5	1	1	5	20
82	2	4	5	3	1	4	19
83	4	5	5	5	5	5	29
84	4	4	4	4	4	4	24
85	3	3	3	3	1	4	17

No	Keputusan Pembelian						Total
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	
86	4	4	4	4	3	4	23
87	5	4	4	5	2	3	23
88	5	5	5	4	4	5	28
89	4	4	4	4	2	5	23
90	5	4	4	4	4	4	25
91	4	5	5	4	4	5	27
92	4	4	4	5	4	5	26
93	4	5	4	4	4	5	26
94	3	4	4	2	3	5	21
95	4	4	5	3	4	4	24
96	4	4	4	3	4	4	23
97	4	4	4	3	4	4	23
98	5	5	5	3	3	4	25
99	3	4	4	3	2	3	19
100	4	4	4	4	3	4	23
101	4	4	4	4	3	4	23
102	4	5	4	2	3	5	23
103	4	4	4	5	4	5	26
104	4	5	4	4	4	5	26

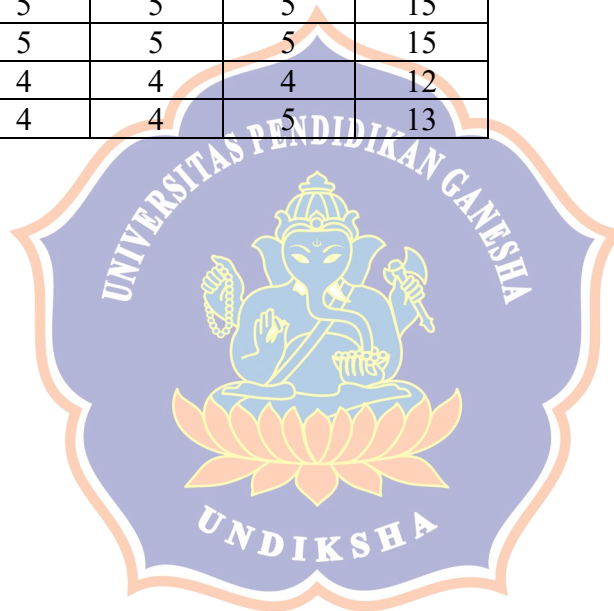


Citra Merek (X₁)

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

No	Citra Merek			Total
	X1.1	X1.2	X1.3	
44	4	4	4	12
45	4	4	3	11
46	5	5	5	15
47	5	3	5	13
48	5	5	5	15
49	5	5	4	14
50	4	4	2	10
51	4	4	5	13
52	4	5	2	11
53	3	5	5	13
54	4	4	4	12
55	5	5	5	15
56	5	5	5	15
57	5	5	5	15
58	4	4	4	12
59	4	4	4	12
60	4	4	4	12
61	3	3	4	10
62	3	4	4	11
63	5	5	2	12
64	5	5	4	14
65	4	4	3	11
66	4	3	4	11
67	2	4	3	9
68	5	5	5	15
69	1	3	3	7
70	4	4	4	12
71	4	4	4	12
72	4	4	4	12
73	4	4	4	12
74	4	4	4	12
75	4	4	4	12
76	5	5	5	15
77	5	5	5	15
78	4	4	4	12
79	4	4	4	12
80	5	5	5	15
81	4	5	3	12
82	5	5	3	13
83	4	4	5	13
84	5	5	5	15
85	5	5	4	14
86	5	5	5	15
87	4	4	3	11

No	Citra Merek			Total
	X1.1	X1.2	X1.3	
88	5	5	5	15
89	5	5	5	15
90	4	4	4	12
91	4	4	4	12
92	4	4	4	12
93	4	4	5	13
94	5	3	3	11
95	5	3	3	11
96	4	4	3	11
97	4	4	3	11
98	5	4	3	12
99	4	4	3	11
100	5	5	5	15
101	5	5	5	15
102	5	5	5	15
103	4	4	4	12
104	4	4	5	13



Kualitas Produk (X₂)

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

No	Kualitas Produk				Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
44	3	3	4	4	14
45	3	4	3	4	14
46	5	5	4	4	18
47	5	5	5	5	20
48	5	4	3	3	15
49	5	5	4	4	18
50	4	4	3	3	14
51	4	4	5	5	18
52	3	3	4	3	13
53	3	5	5	5	18
54	3	3	3	4	13
55	5	5	5	5	20
56	5	5	3	3	16
57	5	4	5	4	18
58	3	3	3	4	13
59	4	4	4	4	16
60	4	4	4	4	16
61	4	3	3	4	14
62	3	4	4	4	15
63	5	5	4	4	18
64	4	4	3	4	15
65	3	3	3	3	12
66	4	3	4	5	16
67	4	3	4	3	14
68	5	5	5	5	20
69	1	2	1	3	7
70	4	4	4	4	16
71	4	4	4	4	16
72	4	4	4	4	16
73	4	4	4	4	16
74	4	4	4	4	16
75	5	4	4	4	17
76	5	5	5	5	20
77	5	4	4	4	17
78	5	4	4	4	17
79	5	5	4	4	18
80	4	3	2	2	11
81	4	4	3	2	13
82	3	5	2	3	13
83	5	4	5	4	18
84	5	5	5	4	19
85	4	4	5	4	17
86	4	4	4	4	16
87	4	4	4	4	16

No	Kualitas Produk				Total
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	
88	5	5	5	5	20
89	5	5	5	4	19
90	4	4	4	4	16
91	5	4	4	4	17
92	4	4	4	4	16
93	5	4	4	4	17
94	3	4	2	3	12
95	4	4	2	2	12
96	3	4	3	3	13
97	3	4	3	3	13
98	3	5	3	3	14
99	3	3	3	3	12
100	4	4	4	4	16
101	4	4	4	4	16
102	4	3	2	2	11
103	4	4	4	4	16
104	5	4	4	4	17



Lampiran 08. Output SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Sampel Penelitian

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations						
		Y01	Y02	Y03	Y04	Y05	Y06	TOTAL_Y
Y01	Pearson Correlation	1	.550**	.586**	.620**	.220	.510**	.854**
	Sig. (2-tailed)		.002	.001	.000	.243	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y02	Pearson Correlation	.550**	1	.826**	-.006	-.042	.755**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.974	.825	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y03	Pearson Correlation	.586**	.826**	1	.208	-.183	.674**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.270	.334	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y04	Pearson Correlation	.620**	-.006	.208	1	.444*	.064	.618**
	Sig. (2-tailed)	.000	.974	.270		.014	.737	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y05	Pearson Correlation	.220	-.042	-.183	.444*	1	.060	.434*
	Sig. (2-tailed)	.243	.825	.334	.014		.754	.017
	N	30	30	30	30	30	30	30
Y06	Pearson Correlation	.510**	.755**	.674**	.064	.060	1	.712**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.737	.754		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.854**	.716**	.724**	.618**	.434*	.712**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.017	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

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
.739	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y01	18.8000	10.993	.767	.622
Y02	18.6000	11.903	.561	.679
Y03	18.6000	11.834	.572	.676
Y04	18.9000	12.300	.398	.727
Y05	19.3333	13.885	.145	.808
Y06	18.2667	12.478	.582	.680

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Citra Merek (X₁)

Correlations

		X101	X102	X103	TOTAL_X1
X101	Pearson Correlation	1	.787**	.441*	.916**
	Sig. (2-tailed)		.000	.015	.000
	N	30	30	30	30
X102	Pearson Correlation	.787**	1	.301	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000		.106	.000
	N	30	30	30	30
X103	Pearson Correlation	.441*	.301	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.015	.106		.000
	N	30	30	30	30
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.916**	.828**	.715**	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).

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
.749	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X101	8.3667	1.413	.738	.456
X102	8.2000	2.234	.663	.607
X103	8.5000	2.328	.405	.849

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas variabel Kualitas Produk (X₂)

Correlations

		X201	X202	X203	X204	TOTAL_X2
X201	Pearson Correlation	1	.662**	.757**	.468**	.869**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.009	.000
	N	30	30	30	30	30
X202	Pearson Correlation	.662**	1	.608**	.440*	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.015	.000
	N	30	30	30	30	30
X203	Pearson Correlation	.757**	.608**	1	.702**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X204	Pearson Correlation	.468**	.440*	.702**	1	.764**
	Sig. (2-tailed)	.009	.015	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.869**	.798**	.924**	.764**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

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
.861	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X201	11.7667	4.461	.750	.805
X202	11.9000	5.128	.659	.843
X203	12.0667	3.857	.835	.768
X204	12.0667	5.375	.616	.859

Lampiran 09. Output SPSS Uji Asumsi Klasik

Hasil Uji Normalitas

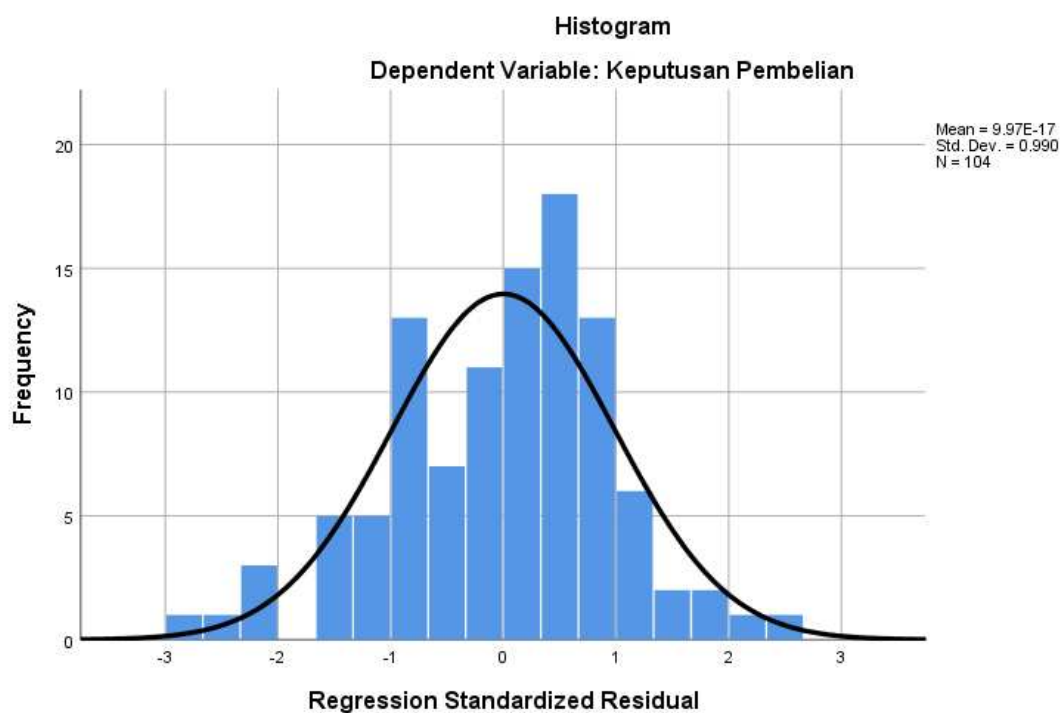
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

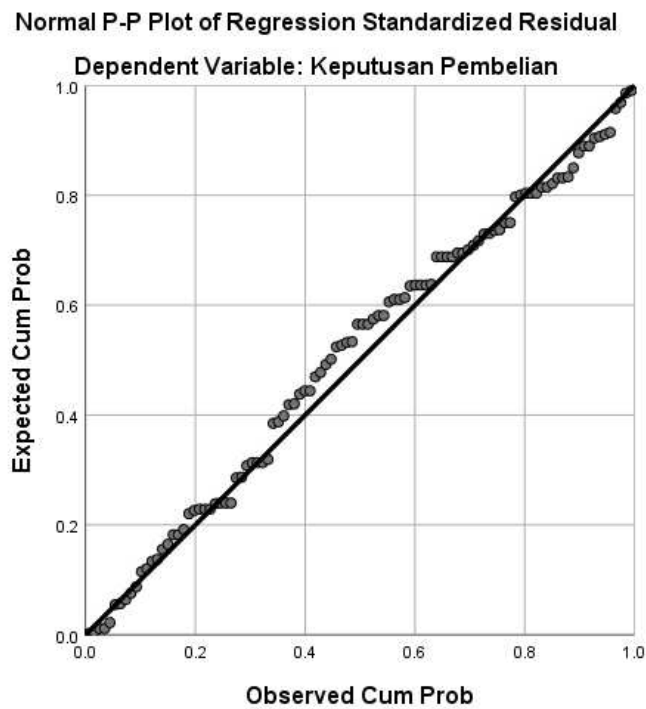
		Unstandardized Residual
N		104
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.86708891
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.049
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.166 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.





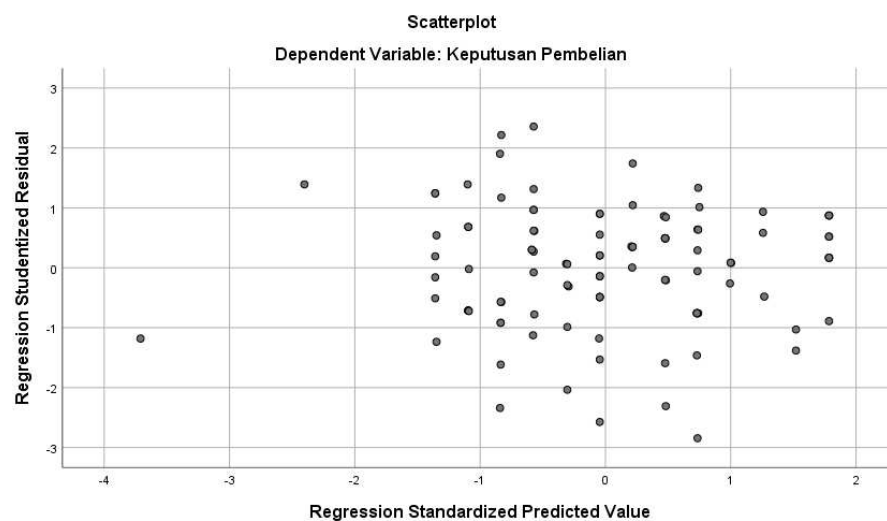
Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	6.940	2.224		3.120	.002		
	Citra Merek	.582	.205	.270	2.833	.006	.676	1.478
	Kualitas Produk	.593	.134	.423	4.441	.000	.676	1.478

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji Heterokedastisitas



Lampiran 10. Output SPSS Uji Analisi Regresi Linier Berganda

Uji Parsial (Uji T) Variabel Citra Merek (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	6.940	2.224		.002
	Citra Merek	.582	.205	.270	.006
	Kualitas Produk	.593	.134	.423	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Simultan (Uji F) Variabel Citra Merek (X₁) dan Kualitas Produk (X₂) terhadap Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA ^a					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
1	Regression	521.310	2	260.655	.000 ^b
	Residual	846.680	101	8.383	
	Total	1367.990	103		

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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

Uji Koefisien Determinan (R²)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.617 ^a	.381	.369	2.89534

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

Lampiran 11. Dokumentasi

