

**ANALISIS *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN UNTUK MEMILIH *SMARTPHONE* SAMSUNG
study pada Mahasiswa Ekonomi Manajemen Angkatan 2015**

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk
menyelesaikan program studi manajemen (S1)
Dan memperoleh gelar sarjana manajemen (SM)



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2019**

**ANALISIS *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN UNTUK MEMILIH *SMARTPHONE* SAMSUNG
study pada Mahasiswa Ekonomi Manajemen Angkatan 2015**



SKRIPSI

Oleh:

AHMAD FIRDAUSANI

15.1041.1033

Pembimbing :

Dosen Pembimbing Utama : Drs. Anwar, M.Sc

Dosen Pembimbing Pendamping : Nur Saidah, SE,MM



PENGESAHAN

Skripsi berjudul; Analisis *Brand Image* Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen Untuk Memilih Smartphone Samsung, telah diuji dan disahkan oleh Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember pada:

Hari : Selasa

Tanggal : 28 Mei 2019

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember

Tim Penguji,

Seno Sumowo, SE, MM

NPK 01 09 288

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. Anwar, M.Sc

NPK 85 03 125

Nursaidah, SE, MM

NPK 15 09 637

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi,

Dr. Arik Susbiyani, SE., M.Si.

NPK 01 09 289

Haris Hermawan, SE, MM

NPK 15 03 643

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur bagi Allah SWT, Rabb semua alam semesta beserta isinya, yang telah menciptakan makhluk-Nya dengan karunia rahmat dan nikmat-Nya yang tak terhingga. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurah pada Nabi Akhiru zaman Muhammad SAW, yang telah membawa umat manusia dari alam kegelapan menuju alam yang terang benderang yakni addinul islam. Juga atas keluarganya, para sahabat dan seluruh umatnya hingga tiba hari perhitungan kelak.

Peneliti menyadari bahwa terselesainya penulisan skripsi ini tidak lepas dari dukungan dan bantuan serta do'a dari berbagai pihak, oleh karena itu peneliti menghaturkan rasa syukur dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Drs. M Hazmi DESS, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Jember.
2. Ibu Dr. Arik Susbiyani, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
3. Bapak Haris Hermawan, SE, MM, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember.
4. Bapak Drs. Anwar, M.SC selaku Dosen Pembimbing I dan Ibu Nursaidah, SE, MM selaku Dosen Pembimbing II terima kasih telah memberikan banyak waktu, ilmu, masukan, bimbingan, motivasi dan bantuannya hingga terselesainya penelitian ini.
5. Bapak Seno Sumowo, SE, MM selaku Dosen Penguji Skripsi yang bersedia memberikan saran, bimbingan dan arahan yang bermanfaat demi kesempurnaan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang telah mengajarkan ilmunya kepada peneliti selama menempuh studi di Universitas Muhammadiyah Jember.
7. Staff pengajaran Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember yang banyak membantu dalam kelengkapan administrasi penyusunan skripsi ini.
8. Seluruh pengelola Perpustakaan Universitas Muhammadiyah jember.
9. Terima kasih Ayah Mu'in dan Mama Siti Muslikah yang tercinta dan tersayang, serta terima kasih untuk do'a dan support yang selalu ada disetiap helai nafas, untuk cinta, kasih sayang dan ketulusan yang tidak akan bisa digantikan oleh siapapun.
10. Semua saudara-saudara ku tercinta dan segenap keluarga lainnya yang senantiasa tulus dan ikhlas membantu dan memberikan motivasi serta biaya demi kesuksesan studi peneliti.

11. Terima kasih untuk kekasih yang tercinta dan tersayang Linda Dwi Febriyanti yang selalu setia menemani dan menyemangati.
12. Kepada teman-teman kelas Manajemen A dan seluruh teman KKN 01 terima kasih atas bantuan, dukungan semangat dan kerjasamanya dalam menyelesaikan penyusunan skripsi ini.
13. Teman-teman seperjuangan Prodi Manajemen 2015 yang telah memberikan semangat dan dukungan.
14. Semua pihak yang tidak bisa disebutkan semua namanya yang membantu peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini.

Dari sanalah semua kesuksesan ini berawal, Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat taufik dan hidayah-Nya kepada semua pihak yang dengan tulus membantu peneliti dan menyelesaikan penelitian skripsi ini. Mengingat segala kekurangan dan keterbatasan peneliti bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna, maka kritik dan saran yang membangun agar skripsi ini dapat lebih baik lagi. Pada akhirnya semoga hasil skripsi ini dapat bermanfaat ada para pembaca khususnya peneliti sendiri. Aamiin.

Jember, 28 Mei 2019

Peneliti

Ahmad Firdausani

NIM 1510411033

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
PERNYATAAN PENULIS	iii
PERSETUJUAN SKRIPSI	iv
PENGESAHAN SKRIPSI	v
ABSTRACT	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Tinjauan Teori Dan Penelitian Terdahulu	6
2.1.1 Pengertian keputusan Pembelian.....	6
2.1.2 Bauran Pemasaran	7
2.1.3 Proses Proses Dalam Keputusan Membeli.....	8
2.1.4 Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan Membeli.....	8
2.2 Penelitian Terdahulu	10
2.2.1 Pengertian <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	11
2.3 Studi Teoritis	11
2.3.1Strategi	11
2.3.2 Pemasaran	12
2.3.3 Strategi Pemasaran	12
BAB III METODELOGI PENELITIAN	15
3.1 Identifikasi Variabel.....	15
3.1.1 Variabel Independen / Bebas.....	15
3.1.2 Variabel Dependen / Terikat	15
3.2 Definisi Operasional Variabel.....	15
3.2.1 Brand Image (X_1).....	15
3.2.2 Harga (X_2).....	15
3.2.3 Keputusan Pembelian	15
3.3 Desain penelitian	16
3.3.1 Populasi Dan Sampel	16
3.3.1.1 Populasi	16
3.3.1.2 Sampel	17
3.4 Jenis Data	17
3.4.1 Data Sekunder	17

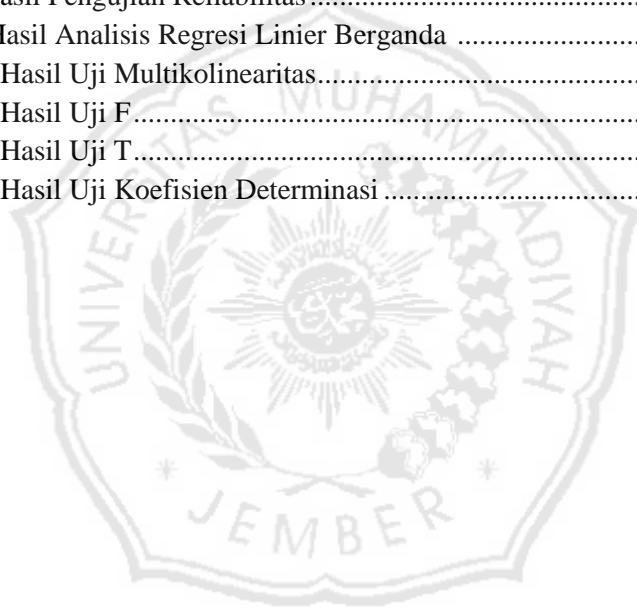
3.4.2 Data Primer	17
3.5 Teknik Pengumpulan Data	17
3.6 Teknik Analisis Data	18
3.6.1 Uji Instrumen Data	18
3.6.1.1 Uji Validitas	18
3.6.1.2 Uji Reliabilitas.....	18
3.6.2 Analisis Linier Berganda.....	19
3.6.3 Uji Asumsi Klasik	19
3.6.3.1 Uji Normalitas (<i>Normality</i>)	19
3.6.3.2 Uji Multikolinearitas	19
3.6.3.3 Uji Heterokedastisitas.....	20
3.6.4 Uji Hipotesis.....	20
3.6.4.1 Uji F.....	20
3.6.4.2 Uji T	20
3.6.4.3 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	21
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	22
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	22
4.1.1 Sejarah Singkat Perusahaan	22
4.2 Visi dan Misi perusahaan	23
4.2.1 Visi perusahaan	23
4.2.2 Misi Perusahaan	23
4.3 Deskriptif Statistik Responden.....	23
4.3.1 Deskriptif Statistik Responden Menurut Usia Dan Jenis Kelamin	23
4.3.2 <i>Brand Image</i>	24
4.3.3 Harga	26
4.3.4 Keputusan Pembelian.....	27
4.4 Analisis Data	28
4.4.1 Uji Instrumen Data	28
4.4.1.1 Pengujian Validitas Data	28
4.4.1.2 Pengujian Reliabilitas Data	29
4.5 Analisis Regresi Linier Berganda	30
4.6 Pengujian Asumsi Klasik	30
4.6.1 Pengujian Normalitas	30
4.6.2 Pengujian Multikolinearitas	31
4.6.3 Pengujian Heterokedastisitas.....	31
4.7 Pengujian Hipotesis.....	32
4.7.1 Uji F	32
4.7.2 Uji T	33
4.7.3 Koefisien Determinasi.....	33
4.8 Pembahasan.....	34
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	36
5.1 Kesimpulan	36
5.2 Saran.....	36

DAFTAR PUSTAKA
LAMPIRAN- LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	10
Tabel 4.1 Responden Menurut Usia.....	23
Tabel 4.2 Responden Menurut Jenis Kelamin	24
Tabel 4.3 Responden Menurut Lama Menjadi Pengguna samsung	24
Tabel 4.4 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Brand Image.....	25
Tabel 4.5 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Harga.....	26
Tabel 4.6 Frekuensi Pernyataan Responden Terhadap Keputusan pembelian	27
Tabel 4.7 Hasil Pengujian Validitas.....	29
Tabel 4.8 hasil Pengujian Reliabilitas	29
Tabel 4.9 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	30
Tabel 4.10 Hasil Uji Multikolinearitas.....	31
Tabel 4.11 Hasil Uji F.....	32
Tabel 4.12 Hasil Uji T.....	33
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	34



DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1: Hasil Uji Normalitas.....	31
Gambar 4.2 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	32
Gambar 4.1 Bagan Struktur Organisasi Sport Station.....	31



LAMPIRAN 1:
Pengantar Kuesioner



Pengantar Kuesioner



ANALISIS *BRAND IMAGE* DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2015 Yang Menggunakan *Smartphone* Samsung)

Kepada Yth.
Sdr/i. Pengguna *Smartphone* Samsung
di tempat

Berkaitan dengan kegiatan penelitian yang saya lakukan dengan judul “Analisis *Brand Image* Dan Harga Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Mahasiswa Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember Angkatan 2015 Yang Menggunakan *Smartphone* Samsung) sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Jember, maka dengan ini saya mengharapkan bantuan saudara untuk mengisi daftar Pernyataan yang saya sertakan di bawah ini.

Agar memperoleh masukan yang berarti, saya berharap kuesioner ini diisi dengan keadaan yang sebenarnya. Semua sumber dan data yang diperoleh dijamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan bantuannya saya mengucapkan banyak terima kasih.

Ahmad Firdausani
NIM. 15.10.411.033

LAMPIRAN 2:
Petunjuk Pengisian Kuesioner Penelitian



Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda cek list () pada jawaban yang dipilih.

1. Pendapat anda sangat setuju (SS)
2. Pendapat anda setuju (S)
3. Kurang setuju (KS)
4. Tidak setuju (TS)
5. Sangat tidak setuju (STS)

Identitas responden

1. Usia :
2. Jenis Kelamin :
3. Pendidikan Terakhir :
4. Lama Berlangganan :



LAMPIRAN 3:
Kuesioner Penelitian



1. Brand Image (X₁),

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya mudah mengingat lambang dan logo dari produk Samsung tersebut					
2	Merek mudah dikenali (terkenal)					
3	Saya percaya dengan merek Samsung					
4	Memiliki citra baik dimata public					
5	Memiliki makna positif					

2. Harga (X₂),

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Harga produk Samsung Terjangkau oleh semua kalangan konsumen.					
2	Harga yang dipatok oleh Samsung sesuai dengan kualitas.					
3	Samsung memberikan diskon kepada pelanggan ketika ada event.					
4	Harga produk Samsung lebih murah dibandingkan dengan <i>Smartphone</i> lainnya.					
5	Harga produk Samsung memiliki tingkatan sesuai kualitas dan spesifikasi barang.					

3. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya yakin terhadap produk Samsung					
2	Saya melakukan pertimbangan sebelum membeli produk Samsung					
3	Fitur produk Samsung sesuai dengan kebutuhan					
4	Saya tidak mudah terpengaruh ajakan orang lain untuk membeli merek selain Samsung					
5	Saya merekomendasikan produk Samsung kepada orang lain.					

LAMPIRAN 4:
Rekapitulasi Kuesioner



No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y	
1	5	5	5	5	4	24	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	5	4	24
2	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	5	21	5	4	4	5	4	22	
3	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	5	22	4	4	4	5	5	22	
4	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	5	23	5	5	5	4	4	23	
5	4	4	3	3	4	18	4	4	4	3	3	18	3	3	4	4	4	18	
6	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	4	22	5	4	5	4	4	22	
7	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	5	21	
8	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21	
9	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19	
10	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	5	23	
11	5	5	5	4	4	23	4	5	5	4	5	23	5	5	5	4	5	24	
12	4	4	4	4	5	21	4	5	4	5	3	21	5	4	5	4	4	22	
13	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	5	5	4	4	4	22	
14	4	5	5	5	5	24	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	4	24	
15	4	4	3	3	4	18	3	3	4	3	4	17	3	4	4	4	3	18	
16	5	4	5	5	4	23	5	4	4	4	5	22	5	5	5	4	5	24	
17	5	4	5	4	5	23	4	5	5	5	5	24	5	5	4	5	5	24	
18	3	3	3	4	3	16	4	3	3	3	4	17	3	4	4	4	3	18	
19	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	4	22	
20	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22	
21	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	5	21	4	5	5	5	5	24	
22	4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	22	
23	4	3	3	3	3	16	3	3	4	4	3	17	4	4	3	3	3	17	
24	4	4	4	5	4	21	4	5	5	5	4	23	5	5	4	4	5	23	
25	4	3	3	3	3	16	3	2	3	3	3	14	2	3	2	3	3	13	
26	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	5	22	
27	4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20	
28	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22	
29	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22	
30	5	5	5	4	5	24	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	4	22	
31	3	3	3	4	3	16	4	4	3	3	3	17	3	3	3	4	4	17	
32	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	5	21	
33	4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20	
34	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22	
35	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22	
36	5	5	5	4	5	24	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	4	22	
37	3	3	3	4	3	16	4	4	3	3	3	17	3	3	3	4	4	17	
38	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	5	21	
39	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	5	21	
40	4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20	
41	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22	
42	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22	
43	5	5	5	4	5	24	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	4	22	
44	3	3	3	4	3	16	4	4	3	3	3	17	3	3	3	4	4	17	
45	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	5	21	
46	5	5	5	5	4	24	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	4	24	
47	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	5	21	5	4	4	5	4	22	
48	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	5	22	4	4	4	5	5	22	
49	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	5	23	5	5	5	4	4	23	
50	4	4	3	3	4	18	4	4	4	3	3	18	3	3	4	4	4	18	
51	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	4	22	5	4	5	4	4	22	
52	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	5	21	
53	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	4	4	5	4	4	21	
54	3	4	4	4	4	19	4	3	4	4	4	19	4	4	4	3	4	19	
55	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	5	23	
56	5	5	5	4	4	23	4	5	5	4	5	23	5	5	5	4	5	24	
57	4	4	4	4	5	21	4	5	4	5	3	21	5	4	5	4	4	22	
58	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	5	5	4	4	4	22	
59	4	5	5	5	5	24	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	4	24	
60	4	4	3	3	4	18	3	3	4	3	4	17	3	4	4	4	3	18	
61	5	4	5	5	4	23	5	4	4	4	5	22	5	5	5	4	5	24	
62	5	4	5	4	5	23	4	5	5	5	5	24	5	5	4	5	5	24	
63	3	3	3	4	3	16	4	3	3	3	4	17	3	4	4	4	3	18	
64	5	5	4	5	5	24	5	5	5	4	4	23	4	4	5	5	4	22	
65	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22	
66	5	4	5	5	5	24	4	4	4	4	5	21	4	5	5	5	5	24	
67	4	5	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	22	
68	4	3	3	3	3	16	3	3	4	4	3	17	4	4	3	3	3	17	
69	4	4	4	5	4	21	4	5	5	5	4	23	5	5	4	4	5	23	
70	4	3	3	3	3	16	3	2	3	3	3	14	2	3	2	3	3	13	
71	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	5	22	
72	4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	4	22	4	4	4	4	4	20	
73	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22	
74	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22	
75	5	5	5	4	5	24	5	4	4	5	5	23	5	4	4	5	4	22	

Sumber: Data Primer Yang Di Olah 2019

LAMPIRAN 5:
Frekuensi Pernyataan Responden



Frekuensi Pernyataan Responden

Variabel *Brand Image* (X1)

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
N	Valid	75	75	75	75	75
	Missing	0	0	0	0	0

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	9.3	9.3	9.3
	4	36	48.0	48.0	57.3
	5	32	42.7	42.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	12.0	12.0	12.0
	4	38	50.7	50.7	62.7
	5	28	37.3	37.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	17.3	17.3	17.3
	4	36	48.0	48.0	65.3
	5	26	34.7	34.7	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	10.7	10.7	10.7
	4	45	60.0	60.0	70.7
	5	22	29.3	29.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	12.0	12.0	12.0
Valid 4	40	53.3	53.3	65.3
Valid 5	26	34.7	34.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Variabel Harga (X2)**Statistics**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
N	Valid	75	75	75	75	75
	Missing	0	0	0	0	0

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	6	8.0	8.0	8.0
Valid 4	49	65.3	65.3	73.3
Valid 5	20	26.7	26.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.7	2.7	2.7
Valid 3	8	10.7	10.7	13.3
Valid 4	41	54.7	54.7	68.0
Valid 5	24	32.0	32.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	7	9.3	9.3	9.3
Valid 4	50	66.7	66.7	76.0
Valid 5	18	24.0	24.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	11	14.7	14.7	14.7
Valid 4	48	64.0	64.0	78.7
Valid 5	16	21.3	21.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	11	14.7	14.7	14.7
Valid 4	30	40.0	40.0	54.7
Valid 5	34	45.3	45.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Variabel Keputusan Pembelian (Y)**Statistics**

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
N	Valid	75	75	75	75	75
	Missing	0	0	0	0	0

Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.7	2.7	2.7
Valid 3	9	12.0	12.0	14.7
Valid 4	30	40.0	40.0	54.7
Valid 5	34	45.3	45.3	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	7	9.3	9.3	9.3
Valid 4	42	56.0	56.0	65.3
Valid 5	26	34.7	34.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	2.7	2.7	2.7
Valid 3	5	6.7	6.7	9.3
Valid 4	42	56.0	56.0	65.3
Valid 5	26	34.7	34.7	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Y.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	6	8.0	8.0	8.0
Valid 4	45	60.0	60.0	68.0
Valid 5	24	32.0	32.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	

Y.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	8	10.7	10.7	10.7
Valid 4	43	57.3	57.3	68.0
5	24	32.0	32.0	100.0
Total	75	100.0	100.0	



LAMPIRAN 6:
Hasil Uji Validitas



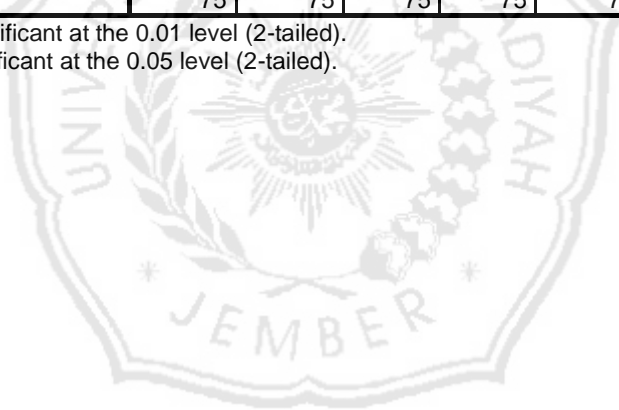
Brand Image (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.594**	.735**	.184	.561**	.780**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.114	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
X1.2	Pearson Correlation	.594**	1	.747**	.285*	.654**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.013	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
X1.3	Pearson Correlation	.735**	.747**	1	.491**	.711**	.934**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75
X1.4	Pearson Correlation	.184	.285*	.491**	1	.371**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.114	.013	.000		.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75
X1.5	Pearson Correlation	.561**	.654**	.711**	.371**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000
	N	75	75	75	75	75	75
X1	Pearson Correlation	.780**	.833**	.934**	.577**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75

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

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



Harga (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1 Pearson Correlation	1	.394**	.169	.363**	.527**	.663**
X2.1 Sig. (2-tailed)		.000	.148	.001	.000	.000
X2.1 N	75	75	75	75	75	75
X2.2 Pearson Correlation	.394**	1	.611**	.540**	.271*	.778**
X2.2 Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.018	.000
X2.2 N	75	75	75	75	75	75
X2.3 Pearson Correlation	.169	.611**	1	.571**	.323**	.721**
X2.3 Sig. (2-tailed)	.148	.000		.000	.005	.000
X2.3 N	75	75	75	75	75	75
X2.4 Pearson Correlation	.363**	.540**	.571**	1	.423**	.784**
X2.4 Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
X2.4 N	75	75	75	75	75	75
X2.5 Pearson Correlation	.527**	.271*	.323**	.423**	1	.710**
X2.5 Sig. (2-tailed)	.000	.018	.005	.000		.000
X2.5 N	75	75	75	75	75	75
X2 Pearson Correlation	.663**	.778**	.721**	.784**	.710**	1
X2 Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
X2 N	75	75	75	75	75	75

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

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

Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.776**	.508**	.322**	.321**	.827**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.005	.005	.000
	N	75	75	75	75	75	75
Y.2	Pearson Correlation	.776**	1	.467**	.202	.280*	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.082	.015	.000
	N	75	75	75	75	75	75
Y.3	Pearson Correlation	.508**	.467**	1	.463**	.390**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75
Y.4	Pearson Correlation	.322**	.202	.463**	1	.375**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.005	.082	.000		.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75
Y.5	Pearson Correlation	.321**	.280*	.390**	.375**	1	.635**
	Sig. (2-tailed)	.005	.015	.001	.001		.000
	N	75	75	75	75	75	75
Y	Pearson Correlation	.827**	.760**	.782**	.628**	.635**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75

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

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

LAMPIRAN 7:
Hasil Uji Reliabilitas



Brand Image (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	75	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	5

Harga (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	75	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	5

Keputusan Menggunakan Jasa (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	75	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	5

LAMPIRAN 8:
Hasil Uji Uji Regresi, Uji Asumsi Klasik Dan Uji Hipotesis



Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X2, X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.903 ^a	.815	.809	1.055

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	352.392	2	176.196	158.192	.000 ^b
	Residual	80.194	72	1.114		
	Total	432.587	74			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.224	1.141		1.073	.287		
	X1	.447	.072	.481	6.237	.000	.433	2.312
	X2	.504	.081	.483	6.257	.000	.433	2.312

a. Dependent Variable: Y

Coefficient Correlations^a

Model		X2	X1
1	Correlations	X2	1.000
		X1	-.753
	Covariances	X2	.006
		X1	-.004

a. Dependent Variable: Y

Collinearity Diagnostics^a

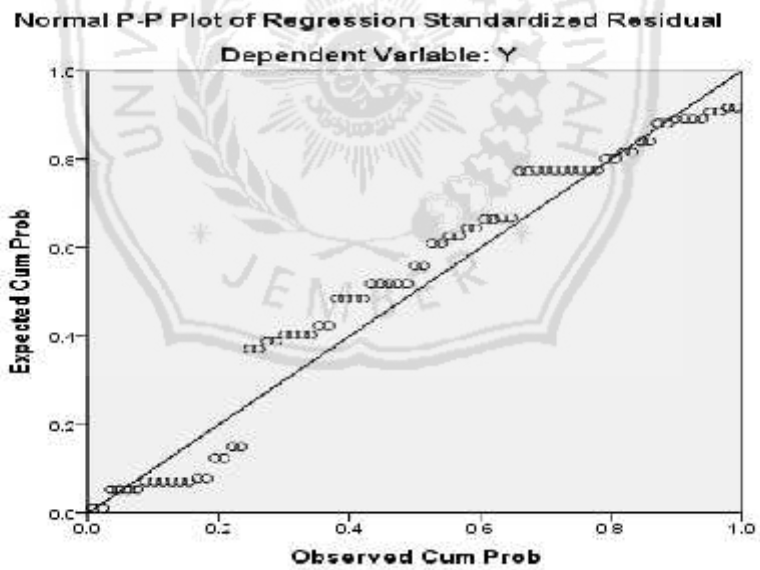
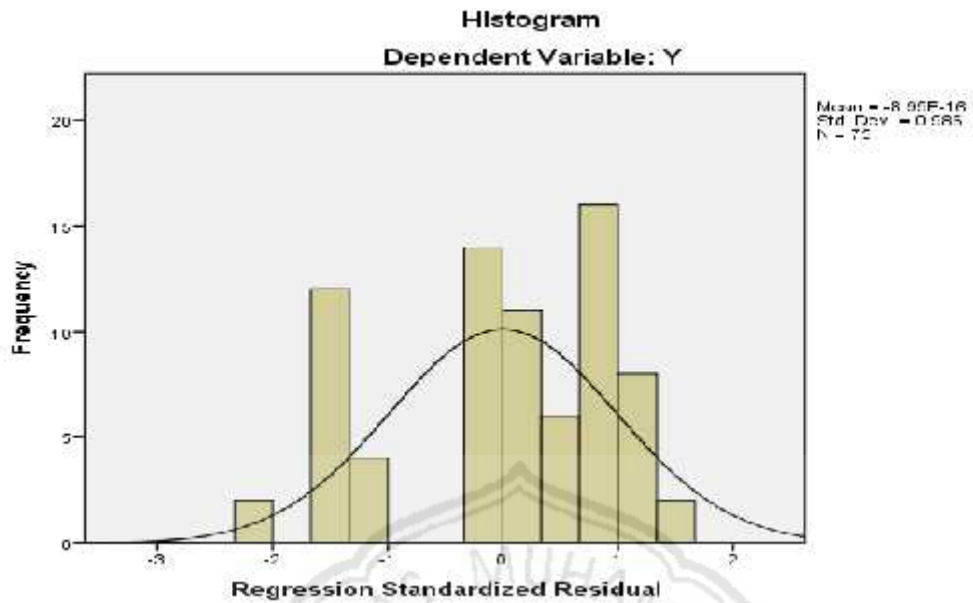
Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	X1	X2
1	1	2.989	1.000	.00	.00	.00
1	2	.008	19.404	.93	.22	.05
	3	.003	30.513	.07	.78	.95

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

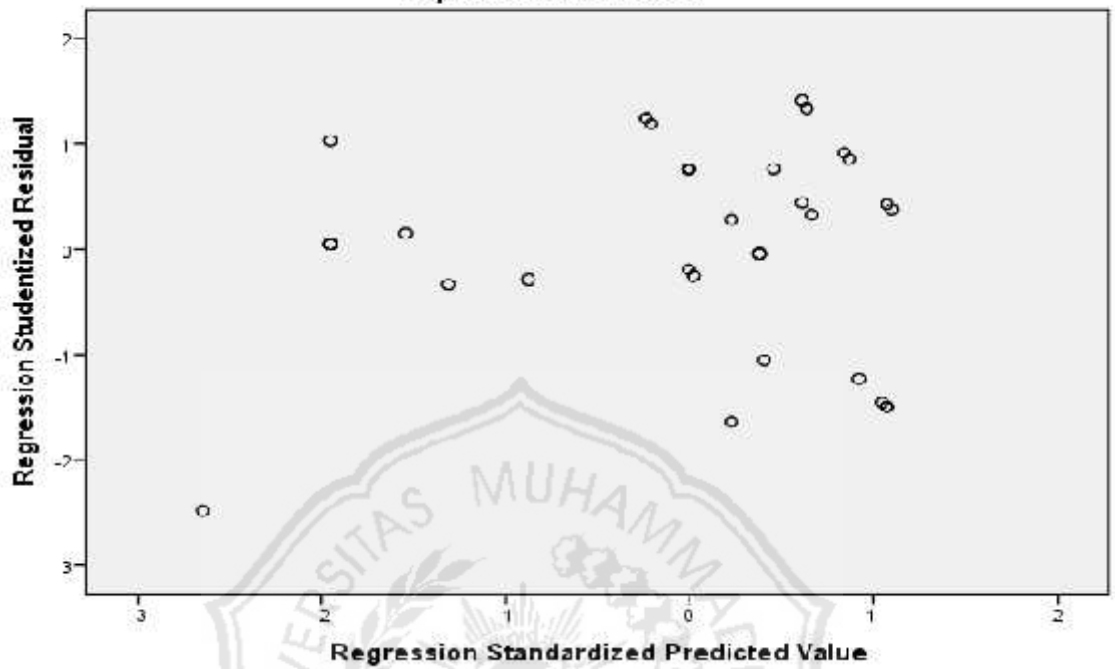
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	15.44	23.61	21.21	2.182	75
Std. Predicted Value	-2.647	1.098	.000	1.000	75
Standard Error of Predicted Value	.124	.386	.201	.065	75
Adjusted Predicted Value	15.82	23.60	21.23	2.168	75
Residual	-2.438	1.455	.000	1.041	75
Std. Residual	-2.310	1.379	.000	.986	75
Stud. Residual	-2.482	1.413	-.006	1.012	75
Deleted Residual	-2.815	1.527	-.012	1.097	75
Stud. Deleted Residual	-2.578	1.423	-.010	1.023	75
Mahal. Distance	.031	8.936	1.973	2.034	75
Cook's Distance	.000	.318	.018	.052	75
Centered Leverage Value	.000	.121	.027	.027	75

a. Dependent Variable: Y



Scatterplot

Dependent Variable: Y



LAMPIRAN 9:
Tabel r *Product Moment*, Tabel Distribusi F, dan Tabel Distribusi T



Tabel r product Moment (Sig = 0,05)

df	r	df	r	Df	r	df	r
1	0.9969	26	0.3739	51	0.2706	76	0.2227
2	0.9500	27	0.3673	52	0.2681	77	0.2213
3	0.8783	28	0.3610	53	0.2656	78	0.2199
4	0.8114	29	0.3550	54	0.2632	79	0.2165
5	0.7545	30	0.3494	55	0.2609	80	0.2162
6	0.7067	31	0.3440	56	0.2586	81	0.2159
7	0.6664	32	0.3388	57	0.2564	82	0.2146
8	0.6319	33	0.3388	58	0.2542	83	0.2133
9	0.6021	34	0.3291	59	0.2521	84	0.2120
10	0.5760	35	0.3246	60	0.2500	85	0.2108
11	0.5529	36	0.3202	61	0.2480	86	0.2096
12	0.5324	37	0.3160	62	0.2461	87	0.2084
13	0.5140	38	0.3120	63	0.2441	88	0.2072
14	0.4973	39	0.3081	64	0.2423	89	0.2061
15	0.4821	40	0.3044	65	0.2404	90	0.2050
16	0.4683	41	0.3008	66	0.2387	91	0.2039
17	0.4555	42	0.2973	67	0.2369	92	0.2028
18	0.4438	43	0.2940	68	0.2352	93	0.2017
19	0.4329	44	0.2907	69	0.2335	94	0.2006
20	0.4227	45	0.2876	70	0.2319	95	0.1996
21	0.4132	46	0.2845	71	0.2303	96	0.1986
22	0.4044	47	0.2816	72	0.2287	97	0.1975
23	0.3961	48	0.2787	73	0.2272	98	0.1966
24	0.3882	49	0.2759	74	0.2257	99	0.1956
25	0.3809	50	0.2732	75	0.2242	100	0.1946

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Tabel Distribusi F

DF 2	DF 1									
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	161.4476	199.5000	215.7073	224.5833	230.1619	233.986	236.7684	238.8827	240.5433	241.8818
2	18.5128	19.0000	19.1643	19.2468	19.2964	19.3295	19.3532	19.371	19.3848	19.3959
3	10.1280	9.5521	9.2766	9.1172	9.0135	8.9406	8.8867	8.8452	8.8123	8.7855
4	7.7086	6.9443	6.5914	6.3882	6.2561	6.1631	6.0942	6.041	5.9988	5.9644
5	6.6079	5.7861	5.4095	5.1922	5.0503	4.9503	4.8759	4.8183	4.7725	4.7351
6	5.9874	5.1433	4.7571	4.5337	4.3874	4.2839	4.2067	4.1468	4.099	4.06
7	5.5914	4.7374	4.3468	4.1203	3.9715	3.866	3.787	3.7257	3.6767	3.6365
8	5.3177	4.4590	4.0662	3.8379	3.6875	3.5806	3.5005	3.4381	3.3881	3.3472
9	5.1174	4.2565	3.8625	3.6331	3.4817	3.3738	3.2927	3.2296	3.1789	3.1373
10	4.9646	4.1028	3.7083	3.4780	3.3258	3.2172	3.1355	3.0717	3.0204	2.9782
11	4.8443	3.9823	3.5874	3.3567	3.2039	3.0946	3.0123	2.948	2.8962	2.8536
12	4.7472	3.8853	3.4903	3.2592	3.1059	2.9961	2.9134	2.8486	2.7964	2.7534
13	4.6672	3.8056	3.4105	3.1791	3.0254	2.9153	2.8321	2.7669	2.7144	2.671
14	4.6001	3.7389	3.3439	3.1122	2.9582	2.8477	2.7642	2.6987	2.6458	2.6022
15	4.5431	3.6823	3.2874	3.0556	2.9013	2.7905	2.7066	2.6408	2.5876	2.5437
16	4.4940	3.6337	3.2389	3.0069	2.8524	2.7413	2.6572	2.5911	2.5377	2.4935
17	4.4513	3.5915	3.1968	2.9647	2.8100	2.6987	2.6143	2.548	2.4943	2.4499
18	4.4139	3.5546	3.1599	2.9277	2.7729	2.6613	2.5767	2.5102	2.4563	2.4117
19	4.3807	3.5219	3.1274	2.8951	2.7401	2.6283	2.5435	2.4768	2.4227	2.3779
20	4.3512	3.4928	3.0984	2.8661	2.7109	2.599	2.514	2.4471	2.3928	2.3479
21	4.3248	3.4668	3.0725	2.8401	2.6848	2.5727	2.4876	2.4205	2.366	2.321
22	4.3009	3.4434	3.0491	2.8167	2.6613	2.5491	2.4638	2.3965	2.3419	2.2967
23	4.2793	3.4221	3.0280	2.7955	2.6400	2.5277	2.4422	2.3748	2.3201	2.2747
24	4.2597	3.4028	3.0088	2.7763	2.6207	2.5082	2.4226	2.3551	2.3002	2.2547
25	4.2417	3.3852	2.9912	2.7587	2.6030	2.4904	2.4047	2.3371	2.2821	2.2365
26	4.2252	3.3690	2.9752	2.7426	2.5868	2.4741	2.3883	2.3205	2.2655	2.2197
27	4.2100	3.3541	2.9604	2.7278	2.5719	2.4591	2.3732	2.3053	2.2501	2.2043
28	4.1960	3.3404	2.9467	2.7141	2.5581	2.4453	2.3593	2.2913	2.236	2.19
29	4.1830	3.3277	2.9340	2.7014	2.5454	2.4324	2.3463	2.2783	2.2229	2.1768
30	4.1709	3.3158	2.9223	2.6896	2.5336	2.4205	2.3343	2.2662	2.2107	2.1646
31	4.1596	3.3048	2.9113	2.6787	2.5225	2.4094	2.3232	2.2549	2.1994	2.1532
32	4.1491	3.2945	2.9011	2.6684	2.5123	2.3991	2.3127	2.2444	2.1888	2.1425
33	4.1393	3.2849	2.8916	2.6589	2.5026	2.3894	2.303	2.2346	2.1789	2.1325
34	4.1300	3.2759	2.8826	2.6499	2.4936	2.3803	2.2938	2.2253	2.1696	2.1231
35	4.1213	3.2674	2.8742	2.6415	2.4851	2.3718	2.2852	2.2167	2.1608	2.1143
36	4.1132	3.2594	2.8663	2.6335	2.4772	2.3638	2.2771	2.2085	2.1526	2.1061
37	4.1055	3.2519	2.8588	2.6261	2.4696	2.3562	2.2695	2.2008	2.1449	2.0982
38	4.0982	3.2448	2.8517	2.6190	2.4625	2.349	2.2623	2.1936	2.1375	2.0909
39	4.0913	3.2381	2.8451	2.6123	2.4558	2.3423	2.2555	2.1867	2.1306	2.0839
40	4.0847	3.2317	2.8387	2.6060	2.4495	2.3359	2.249	2.1802	2.124	2.0772
41	4.0785	3.2257	2.8327	2.6000	2.4434	2.3298	2.2429	2.174	2.1178	2.071
42	4.0727	3.2199	2.8270	2.5943	2.4377	2.324	2.2371	2.1681	2.1119	2.065
43	4.0670	3.2145	2.8216	2.5888	2.4322	2.3185	2.2315	2.1625	2.1062	2.0593
44	4.0617	3.2093	2.8165	2.5837	2.4270	2.3133	2.2263	2.1572	2.1009	2.0539
45	4.0566	3.2043	2.8115	2.5787	2.4221	2.3083	2.2212	2.1521	2.0958	2.0487
46	4.0517	3.1996	2.8068	2.5740	2.4174	2.3035	2.2164	2.1473	2.0909	2.0438
47	4.0471	3.1951	2.8024	2.5695	2.4128	2.299	2.2118	2.1427	2.0862	2.0391
48	4.0427	3.1907	2.7981	2.5652	2.4085	2.2946	2.2074	2.1382	2.0817	2.0346
49	4.0384	3.1866	2.7939	2.5611	2.4044	2.2904	2.2032	2.134	2.0775	2.0303

50	4.0343	3.1826	2.7900	2.5572	2.4004	2.2864	2.1992	2.1299	2.0734	2.0261
51	4.0304	3.1788	2.7862	2.5534	2.3966	2.2826	2.1953	2.126	2.0694	2.0222
52	4.0266	3.1751	2.7826	2.5498	2.3930	2.2789	2.1916	2.1223	2.0656	2.0184
53	4.0230	3.1716	2.7791	2.5463	2.3894	2.2754	2.1881	2.1187	2.062	2.0147
54	4.0195	3.1682	2.7758	2.5429	2.3861	2.272	2.1846	2.1152	2.0585	2.0112
55	4.0162	3.1650	2.7725	2.5397	2.3828	2.2687	2.1813	2.1119	2.0552	2.0078
56	4.0130	3.1619	2.7694	2.5366	2.3797	2.2656	2.1782	2.1087	2.0519	2.0045
57	4.0099	3.1588	2.7664	2.5336	2.3767	2.2625	2.1751	2.1056	2.0488	2.0014
58	4.0069	3.1559	2.7636	2.5307	2.3738	2.2596	2.1721	2.1026	2.0458	1.9983
59	4.0040	3.1531	2.7608	2.5279	2.3710	2.2568	2.1693	2.0997	2.0429	1.9954
60	4.0012	3.1504	2.7581	2.5252	2.3683	2.2541	2.1665	2.097	2.0401	1.9926
61	3.9985	3.1478	2.7555	2.5226	2.3657	2.2514	2.1639	2.0943	2.0374	1.9899
62	3.9959	3.1453	2.7530	2.5201	2.3631	2.2489	2.1613	2.0917	2.0348	1.9872
63	3.9934	3.1428	2.7505	2.5177	2.3607	2.2464	2.1588	2.0892	2.0322	1.9847
64	3.9909	3.1404	2.7482	2.5153	2.3583	2.244	2.1564	2.0868	2.0298	1.9822
65	3.9886	3.1381	2.7459	2.5130	2.3560	2.2417	2.1541	2.0844	2.0274	1.9798
66	3.9863	3.1359	2.7437	2.5108	2.3538	2.2395	2.1518	2.0821	2.0251	1.9775
67	3.9840	3.1338	2.7416	2.5087	2.3517	2.2373	2.1497	2.0799	2.0229	1.9752
68	3.9819	3.1317	2.7395	2.5066	2.3496	2.2352	2.1475	2.0778	2.0207	1.973
69	3.9798	3.1296	2.7375	2.5046	2.3475	2.2332	2.1455	2.0757	2.0186	1.9709
70	3.9778	3.1277	2.7355	2.5027	2.3456	2.2312	2.1435	2.0737	2.0166	1.9689
71	3.9758	3.1258	2.7336	2.5008	2.3437	2.2293	2.1415	2.0717	2.0146	1.9669
72	3.9739	3.1239	2.7318	2.4989	2.3418	2.2274	2.1397	2.0698	2.0127	1.9649
73	3.9720	3.1221	2.7300	2.4971	2.3400	2.2256	2.1378	2.068	2.0108	1.9631
74	3.9702	3.1203	2.7283	2.4954	2.3383	2.2238	2.136	2.0662	2.009	1.9612
75	3.9685	3.1186	2.7266	2.4937	2.3366	2.2221	2.1343	2.0644	2.0073	1.9594
76	3.9668	3.1170	2.7249	2.4920	2.3349	2.2204	2.1326	2.0627	2.0055	1.9577
77	3.9651	3.1154	2.7233	2.4904	2.3333	2.2188	2.131	2.0611	2.0039	1.956
78	3.9635	3.1138	2.7218	2.4889	2.3317	2.2172	2.1294	2.0595	2.0022	1.9544
79	3.9619	3.1123	2.7203	2.4874	2.3302	2.2157	2.1278	2.0579	2.0007	1.9528
80	3.9604	3.1108	2.7188	2.4859	2.3287	2.2142	2.1263	2.0564	1.9991	1.9512
81	3.9589	3.1093	2.7173	2.4844	2.3273	2.2127	2.1248	2.0549	1.9976	1.9497
82	3.9574	3.1079	2.7159	2.4830	2.3259	2.2113	2.1234	2.0534	1.9961	1.9482
83	3.9560	3.1065	2.7146	2.4817	2.3245	2.2099	2.122	2.052	1.9947	1.9468
84	3.9546	3.1052	2.7132	2.4803	2.3231	2.2086	2.1206	2.0506	1.9933	1.9454
85	3.9532	3.1038	2.7119	2.4790	2.3218	2.2072	2.1193	2.0493	1.9919	1.944
86	3.9519	3.1026	2.7106	2.4777	2.3205	2.2059	2.118	2.048	1.9906	1.9426
87	3.9506	3.1013	2.7094	2.4765	2.3193	2.2047	2.1167	2.0467	1.9893	1.9413
88	3.9493	3.1001	2.7082	2.4753	2.3181	2.2034	2.1155	2.0454	1.988	1.94
89	3.9481	3.0989	2.7070	2.4741	2.3169	2.2022	2.1143	2.0442	1.9868	1.9388
90	3.9469	3.0977	2.7058	2.4729	2.3157	2.2011	2.1131	2.043	1.9856	1.9376
91	3.9457	3.0966	2.7047	2.4718	2.3145	2.1999	2.1119	2.0418	1.9844	1.9364
92	3.9445	3.0954	2.7036	2.4707	2.3134	2.1988	2.1108	2.0407	1.9833	1.9352
93	3.9434	3.0943	2.7025	2.4696	2.3123	2.1977	2.1097	2.0395	1.9821	1.9341
94	3.9423	3.0933	2.7014	2.4685	2.3113	2.1966	2.1086	2.0384	1.981	1.9329
95	3.9412	3.0922	2.7004	2.4675	2.3102	2.1955	2.1075	2.0374	1.9799	1.9318
96	3.9402	3.0912	2.6994	2.4665	2.3092	2.1945	2.1065	2.0363	1.9789	1.9308
97	3.9391	3.0902	2.6984	2.4655	2.3082	2.1935	2.1054	2.0353	1.9778	1.9297
98	3.9381	3.0892	2.6974	2.4645	2.3072	2.1925	2.1044	2.0343	1.9768	1.9287
99	3.9371	3.0882	2.6965	2.4636	2.3063	2.1915	2.1035	2.0333	1.9758	1.9277
100	3.9361	3.0873	2.6955	2.4626	2.3053	2.1906	2.1025	2.0323	1.9748	1.9267

Sumber: Data primer yang diolah 2019

Tabel Distribusi T			
Df	0,1	0,05	0,025
1	3.0777	6.3138	12.7062
2	1.8856	2.9200	4.3027
3	1.6377	2.3534	3.1824
4	1.5332	2.1318	2.7764
5	1.4759	2.0150	2.5706
6	1.4398	1.9432	2.4469
7	1.4149	1.8946	2.3646
8	1.3968	1.8595	2.3060
9	1.3830	1.8331	2.2622
10	1.3722	1.8125	2.2281
11	1.3634	1.7959	2.2010
12	1.3562	1.7823	2.1788
13	1.3502	1.7709	2.1604
14	1.3450	1.7613	2.1448
15	1.3406	1.7531	2.1314
16	1.3368	1.7459	2.1199
17	1.3334	1.7396	2.1098
18	1.3304	1.7341	2.1009
19	1.3277	1.7291	2.0930
20	1.3253	1.7247	2.0860
21	1.3232	1.7207	2.0796
22	1.3212	1.7171	2.0739
23	1.3195	1.7139	2.0687
24	1.3178	1.7109	2.0639
25	1.3163	1.7081	2.0595
26	1.3150	1.7056	2.0555
27	1.3137	1.7033	2.0518
28	1.3125	1.7011	2.0484
29	1.3114	1.6991	2.0452
30	1.3104	1.6973	2.0423
31	1.3095	1.6955	2.0395
32	1.3086	1.6939	2.0369
33	1.3077	1.6924	2.0345
34	1.3070	1.6909	2.0322
35	1.3062	1.6896	2.0301
36	1.3055	1.6883	2.0281
37	1.3049	1.6871	2.0262
38	1.3042	1.6860	2.0244
39	1.3036	1.6849	2.0227
40	1.3031	1.6839	2.0211
41	1.3025	1.6829	2.0195
42	1.3020	1.6820	2.0181
43	1.3016	1.6811	2.0167
44	1.3011	1.6802	2.0154
45	1.3006	1.6794	2.0141
46	1.3002	1.6787	2.0129

47	1.2998	1.6779	2.0117
48	1.2994	1.6772	2.0106
49	1.2991	1.6766	2.0096
50	1.2987	1.6759	2.0086
51	1.2984	1.6753	2.0076
52	1.2980	1.6747	2.0066
53	1.2977	1.6741	2.0057
54	1.2974	1.6736	2.0049
55	1.2971	1.6730	2.0040
56	1.2969	1.6725	2.0032
57	1.2966	1.6720	2.0025
58	1.2963	1.6716	2.0017
59	1.2961	1.6711	2.0010
60	1.2958	1.6706	2.0003
61	1.2956	1.6702	1.9996
62	1.2954	1.6698	1.9990
63	1.2951	1.6694	1.9983
64	1.2949	1.6690	1.9977
65	1.2947	1.6686	1.9971
66	1.2945	1.6683	1.9966
67	1.2943	1.6679	1.9960
68	1.2941	1.6676	1.9955
69	1.2939	1.6672	1.9949
70	1.2938	1.6669	1.9944
71	1.2936	1.6666	1.9939
72	1.2934	1.6663	1.9935
73	1.2933	1.6660	1.9930
74	1.2931	1.6657	1.9925
75	1.2929	1.6654	1.9921
76	1.2928	1.6652	1.9917
77	1.2926	1.6649	1.9913
78	1.2925	1.6646	1.9908
79	1.2924	1.6644	1.9905
80	1.2922	1.6641	1.9901
81	1.2921	1.6639	1.9897
82	1.2920	1.6636	1.9893
83	1.2918	1.6634	1.9890
84	1.2917	1.6632	1.9886
85	1.2916	1.6630	1.9883
86	1.2915	1.6628	1.9879
87	1.2914	1.6626	1.9876
88	1.2912	1.6624	1.9873
89	1.2911	1.6622	1.987
90	1.291	1.662	1.9867
91	1.2909	1.6618	1.9864
92	1.2908	1.6616	1.9861
93	1.2907	1.6614	1.9858
94	1.2906	1.6612	1.9855

95	1.2905	1.6611	1.9853
96	1.2904	1.6609	1.985
97	1.2903	1.6607	1.9847
98	1.2902	1.6606	1.9845
99	1.2902	1.6604	1.9842
100	1.2901	1.6602	1.984

Sumber: Data primer yang diolah 2019



LAMPIRAN 10:
Dokumentasi Penelitian



DAFTAR PUSTAKA

- Antono Adhi (2010). **Perancangan Sistem pendukung keputusan Berbasis (Regresi Linier Berganda)**, kedalam Sisitem akademik Sebagai alat Bantu Pengalokasian Tenaga pengajar : Study kasus sekolah tinggi cendikia, MMSI. Depok : Universitas Gunadarma. 2012.
- Arnoul detal, 2004 & lien dan chen 2006. **Meningkatnya kualitas harga dalam sebuah produk Smartphone Samsung**. Yogyakarta.
- Andreani (2012). **Pembelian Berpengaruh Terhadap Citra Merek Smartphone**. Bandung.
- Cravens, 2008. **Pemasaran Strategis**, cetakan 3, Jakarta: Erlangga.
- Devi Yunita (2017). **Implementasi Keputusan Pembelian Produk Smartphone**. Jakarta.
- Eka Ratri (2007). **Citra Merek Berpengaruh Terhadap Stimulus Pemasaran**. Jakarta.
- Finda Mei Murti (2015). **Analisis Positioning Smartphone Samsung Berdasarkan Persepsi Konsumen Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sarjawiyata Tamansiswa**. Jurnal manajemen vol 5 no.1
- Fetscherin dan Mark (2010). **Analisis Harga Dan Produk Terhadap Kepuasan Konsumen**. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Ferdinand ,(2006). **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung: CV Alfa Omega.
- Ghozali, 2011. **“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, 2013. **“Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS”**. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kotler dan Armstrong, 2002. **Manajemen Pemasaran**. Edisi Millenium, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, 2005. **Manajemen Pemasaran**. Jilid I dan II, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, 2007. **Manajemen Pemasaran**. Jilid 2, Edisi 12, PT. Indeks., New Jersey.

- Kotler, Philip dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- (Kotler, Philip. 2008:345). **Manajemen Pemasaran**. Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Kotler, dan Armstrong. (2008). **Prinsip – Prinsip Pemasaran**. Edisi 12, Jilid . Jakarta : Erlangga.
- (Kotler, Keller, 2009). **Manajemen Pemasaran**. Edisi 13 Jilid 1. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler. (2008). **Manajemen Pemasaran** Edisi 12 Jilid 2. Jakarta: Indeks.
- Kotler (2009:240). **Pengaruh Keputusan Konsumen Terhadap Produk Smartphone**. Jakarta.
- Kotler, Armstrong (2012). **Principles Of Marketing**, 14th Edition. Pearson Prentice Hall, New York.
- Kotler, (2002). **Manajemen Pemasaran**, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta.
- Kuncoro, 2009. **Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi**. Penerbit Erlangga. Jakarta.
- Lutfi Syaifurillah. (2014). **Penerapan Dalam Memilih Gadget Smartphone**. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Machfoedz, (2005:44). **Pengantar Pemasaran Modern**. Yogyakarta: Upp Ampykpn.
- Rangkuti (1997). **Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis**. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Ruslim dan Andrew (2012). **Strategi Pemasaran**. Edisi ke Dua. Andi Offset, Yogyakarta.
- Saaty, Thomas L. (1988). **“Multicriteria Decision Making - The Analytic Hierarchy Process”**. Typeset in GreT Britain by Eta Service Typesetters) Ltd. Beccles Suffloek Printed and Bound in the United States America.
- Saaty (1988). **Metode Analisis Data**. Bandung: Ganesha.

- Schiffman dan Kanuk, (2000:437). **Consumer Behavior**. Fifth Edition, Prentice-Hall Inc. New Jersey.
- Swasta, Basu. 2014. **Azas-Azas Marketing Modern**. Liberti, Yogyakarta.
- Setiyaningrum (2013). **Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Kualitas Produk Terhadap kepuasan Konsumen**. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Setiadi, 2010. **Perilaku Konsumen**. Cetakan 4. Edisi Revisi. Jakarta : Kencana.
- Sugiono 2003. **Metode Penelitian**. Bandung : Alfabeta.
- Sugiono.2006. **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono, (2008). **Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D**. Bandung Alfabeta.
- Sugiyono, (2010). **Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D**. Bandung: Alfabeta.
- Sumarni. 2005. **“Hubungan Economic Value Added (EVA) Dan Market Value Added (MVA)**. Pada Perusahaan Publik Yang Terdaftar Di Bursa Efek Jakarta”. Jurnal. FE UPN ‘Veteran’ Yogyakarta, 6 (1) 1-16.
- Tjiptono, 1997. **Strategi Pemasaran**, Edisi 1, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Yamit, Zulina. (2005). **Manajemen Kualitas Produk dan Jasa**. Edisi Pertama, Cetakan Keempat, Penerbit Ekonisia, Kampus Fakultas Ekonomi UII Yogyakarta.