



**Lampiran 1**  
**Daftar Nama Anggota KMG**

## Daftar Nama Anggota KMG

no	Nama	Korwil
1	Mas Erwin	Genteng
2	Koreng	Genteng
3	Pak Jarwo	Genteng
4	Cak Mat	Genteng
5	Cak Bas	Genteng
6	Penceng	Genteng
7	Cakal	Genteng
8	Bocor	Genteng
9	Mantri	Genteng
10	Kemplot	Genteng
11	Srapet	Genteng
12	Paisol	Genteng
13	Pendik	Genteng
14	Sandi	Genteng
15	Atang	Genteng
16	Rukin	Genteng
17	Gundul	Genteng
18	Tobing	Genteng
19	Iqbal	Genteng
20	Ansor	Genteng
21	Soli	Genteng
22	Udin	Genteng
23	Mas Por	Genteng
24	Ronald	Genteng
25	Havit	Genteng
26	Yudek	Genteng
27	Ruli	Genteng
28	Diva	Genteng
29	Supeno	Genteng
30	Fikong	Genteng
31	Sukak	Genteng
32	Mus	Genteng
33	Hendarto	Bangorejo
34	Gianto	Bangorejo
35	Rolis	Bangorejo
36	Manto	Bangorejo
37	Deden	Bangorejo
38	Edwin	Bangorejo
39	Angga	Bangorejo
40	Demi	Bangorejo
41	Mas Sudar	Bangorejo
42	Mas Tono	Bangorejo
43	Budi Petel	Bangorejo
44	Mbah Ganong	Bangorejo
45	Adi	Bangorejo
46	Jepri	Bangorejo
47	Rio Plaosan	Bangorejo
48	Erfan	Bangorejo

49	Haris	Yosomulyo
50	Sugik	Yosomulyo
51	Narko	Yosomulyo
52	Eko	Yosomulyo
53	Bayu	Yosomulyo
54	Sugeng	Yosomulyo
55	Sanes	Yosomulyo
56	Sofi	Yosomulyo
57	Devit	Yosomulyo
58	Pras	Yosomulyo
59	Ateng	Yosomulyo
60	Dianklek	Yosomulyo
61	Ipung	Yosomulyo
62	Hendra	Yosomulyo
63	dian	Yosomulyo
64	Janu	Yosomulyo
65	Robi	Yosomulyo
66	Heri	Kalibaru
67	toyan	Kalibaru
68	Eko	Kalibaru
69	Ripen	Kalibaru
70	Jefri	Kalibaru
71	Holes	Kalibaru
72	Ari	Kalibaru
73	Turi	Kalibaru
74	Duwi	Kalibaru
75	Wahyu	Kalibaru
76	Yoga	Kalibaru
77	Efran	Kalibaru
78	Sutris	Kalibaru
79	Gufron	Kalibaru
80	Saiful	Songgon
81	Faris	Songgon
82	Riski	Songgon
83	Darmadi	Songgon
84	Wawan	Songgon
85	Heri	Songgon
86	Dodik	Songgon
87	Aan	Songgon

**Lampiran 2**  
**Pengantar Kuisisioner**



## KUESIONER

Assalamualaikum wr.wb

Responden yang terhormat,

Saya Ade Taruna Wijaya, Mahasiswa Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember sedang mengadakan penelitian tentang “Pengaruh Brand Trust, Brand Image, Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha RX King”. Agar hasil penelitian ini memiliki kredibilitas yang tinggi, saya mengharapkan anggota komunitas untuk mengisi kuesioner ini dengan lengkap. Pastikan bahwa jawaban konsumen yang dipilih didasarkan pada penilaian yang kritis dan obyektif sesuai dengan kenyataan. Cukup memberikan tanda silang (X). Pada pilihan yang tersedia sesuai dengan pendapat konsumen. Setiap pertanyaan mengharapkan hanya satu jawaban. saya ucapkan terima kasih atas partisipasi Komunitas Motor KMG



Jember, 04 Maret 2018

Penulis

### Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan penilaian anda dan beri tanda silang (X), jika anda ingin mengganti jawaban persetujuan. Anda cukup melingkari tanda silang tersebut kemudian memberikan tanda silang baru pada jawaban persetujuan yang akan anda pilih.
2. Periksalah kembali jawaban anda, sebelum dikumpulkan. Jangan sampai ada yang terlewat atau kurang

Keterangan :

**SS** : Sangat Setuju

**S** : Setuju

**KS**: Kurang Setuju

**TS** : Tidak Setuju

**STS** : Sangat Tidak Setuju

**Nama :**

**Jenis kelamin :**  Laki-laki  Perempuan

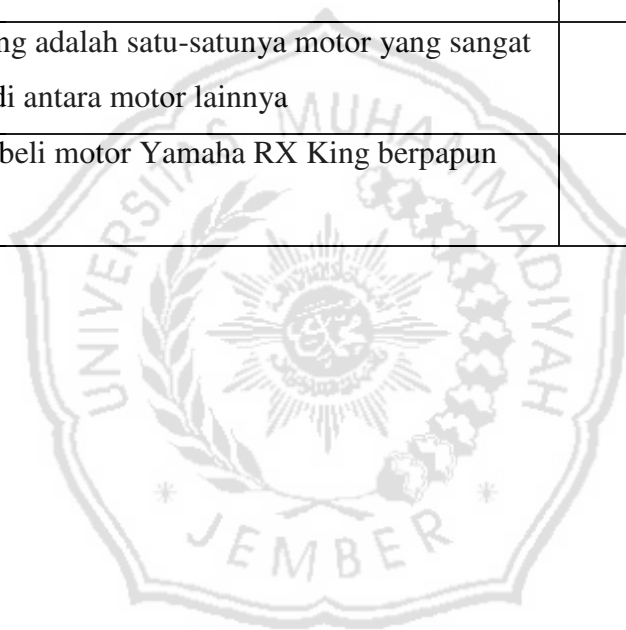
**Usia saat ini :**  <20 tahun  20-30tahun  >30tahun

<b>Brand Trust (X1)</b>						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Yamaha RX King adalah motor yang terpercaya					
2	Yamaha RX King merupakan motor yang aman untuk dikendarai					
3	Yamaha RX King memiliki suku cadang yang asli					

<b>Brand Image (X2)</b>						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Yamaha RX King merek motor yang mudah dikenali					
2	Yamaha RX King merupakan motor yang digemari					
3	Yamaha RX King merupakan motor yang terkenal					

<b>Brand awareness (X3)</b>						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Yamaha RX King merupakan motor yang handal					
2	Yamaha RX King merupakan motor yang lekat di ingatan					
3	Ingat motor yamaha, Ingat motor RX King					

<b>Keputusan Pembelian (Y)</b>						
No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya ingin mengendarai Yamaha RX King					
2	Yamaha RX King adalah satu-satunya motor yang sangat ingin saya beli di antara motor lainnya					
3	Saya akan membeli motor Yamaha RX King berapapun harganya					



**Lampiran 3**  
**Rekapitulasi Hasil Kuisisioner**





No	X1.1	X1.2	X1.3	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3	Y.1	Y.2	Y.3	Y
1	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	4	12
2	5	5	4	14	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	5	13
3	4	4	3	11	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	4	4	11	4	5	4	13	4	4	4	12	4	5	5	14
5	4	4	4	12	3	4	4	11	3	3	3	9	3	4	4	11
6	4	5	5	14	5	5	4	14	5	4	5	14	4	4	4	12
7	3	4	4	11	4	4	4	12	5	5	4	14	5	4	4	13
8	3	4	4	11	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	4	14
9	3	3	3	9	3	3	4	10	3	2	3	8	3	3	3	9
10	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9
11	4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	5	14	4	4	5	13
12	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15	4	5	5	14
13	5	5	4	14	4	4	5	13	4	4	5	13	4	4	5	13
14	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	4	14	4	4	4	12
15	5	3	2	10	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	4	10
16	5	5	5	15	4	4	4	12	4	5	4	13	5	5	4	14
17	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
18	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	4	14
19	5	4	3	12	3	3	4	10	3	3	3	9	3	4	4	11
20	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	3	4	5	12
21	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	5	15
22	4	4	5	13	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	5	13
23	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	4	13
24	4	4	4	12	4	3	4	11	5	5	4	14	4	5	4	13
25	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12
26	4	4	4	12	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	4	12
27	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13
28	3	4	4	11	4	4	3	11	5	3	3	11	3	4	4	11
29	4	5	5	14	5	5	4	14	4	5	4	13	4	5	5	14
30	4	3	4	11	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12
31	5	5	4	14	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	5	15
32	4	4	4	12	4	5	5	14	5	4	5	14	3	4	4	11
33	5	5	5	15	4	5	5	14	5	4	5	14	5	5	5	15
34	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	4	13	3	4	4	11
35	5	5	4	14	4	4	5	13	5	4	5	14	5	4	4	13
36	4	4	3	11	3	3	4	10	3	4	3	10	3	3	4	10
37	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	4	14
38	5	5	5	15	4	4	5	13	4	4	5	13	5	5	4	14
39	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12
40	5	4	5	14	4	3	4	11	5	4	4	13	4	5	4	13
41	4	5	5	14	4	4	5	13	4	5	4	13	5	4	4	13
42	5	4	4	13	4	5	4	13	5	4	5	14	5	4	4	13
43	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12

44	5	5	4	14	4	5	5	14	4	5	4	13	5	5	4	14
45	5	5	4	14	5	4	5	14	4	5	5	14	5	4	4	13
46	5	5	5	15	4	4	5	13	5	4	5	14	4	4	5	13
47	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12
48	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
49	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	15
50	5	4	5	14	5	4	5	14	4	4	5	13	5	4	4	13
51	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
52	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	4	12
53	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9
54	4	5	5	14	4	5	4	13	4	4	5	13	4	4	4	12
55	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12
56	5	4	4	13	4	4	4	12	3	4	4	11	4	3	3	10
57	5	5	5	15	5	4	4	13	5	4	5	14	4	4	4	12
58	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	5	3	4	12
59	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12
60	5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	5	15
61	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	4	14	5	5	5	15
62	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10	3	4	4	11
63	5	4	4	13	4	5	4	13	4	5	5	14	5	4	5	14
64	4	4	4	12	3	3	4	10	3	4	4	11	4	4	4	12
65	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	5	4	4	13
66	5	4	4	13	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	12
67	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	5	14	3	4	4	11
68	5	4	4	13	4	5	4	13	4	4	5	13	4	4	5	13
69	5	5	5	15	4	4	5	13	4	5	5	14	4	4	4	12
70	3	4	4	11	3	3	4	10	3	3	3	9	4	4	3	11
71	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	5	13	4	4	4	12
72	5	4	4	13	4	4	5	13	4	5	5	14	5	4	4	13
73	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12
74	5	5	4	14	5	5	4	14	4	4	5	13	4	4	5	13
75	4	4	4	12	4	5	4	13	3	4	4	11	4	4	4	12
76	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13
77	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	5	15	4	4	4	12
78	5	4	5	14	4	5	4	13	4	4	4	12	5	5	4	14
79	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	3	11	4	4	4	12
80	4	5	5	14	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
81	5	4	4	13	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	3	11
82	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	4	13	4	4	4	12
83	5	4	4	13	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	5	13
84	4	4	4	12	4	4	3	11	3	3	4	10	4	4	4	12
85	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	4	12
86	5	5	4	14	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	5	13
87	4	4	3	11	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12

**Lampiran 4**  
**Frekuensi Jawaban Responden**



1. Brand Trust

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TIDAK SETUJU	1	1,1	1,1	1,1
KURANG SETUJU	8	9,2	9,2	10,3
Valid SETUJU	35	40,2	40,2	50,6
SANGAT SETUJU	43	49,4	49,4	100,0
Total	87	100,0	100,0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
KURANG SETUJU	5	5,7	5,7	5,7
Valid SETUJU	53	60,9	60,9	66,7
SANGAT SETUJU	29	33,3	33,3	100,0
Total	87	100,0	100,0	

**X1.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TIDAK SETUJU	1	1,1	1,1	1,1
KURANG SETUJU	8	9,2	9,2	10,3
Valid SETUJU	46	52,9	52,9	63,2
SANGAT SETUJU	32	36,8	36,8	100,0
Total	87	100,0	100,0	

## 2. Brand Image

**X2.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
KURANG SETUJU	14	16,1	16,1	16,1
Valid SETUJU	50	57,5	57,5	73,6
SANGAT SETUJU	23	26,4	26,4	100,0
Total	87	100,0	100,0	

**X2.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
KURANG SETUJU	12	13,8	13,8	13,8
Valid SETUJU	47	54,0	54,0	67,8
SANGAT SETUJU	28	32,2	32,2	100,0
Total	87	100,0	100,0	

**X2.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TIDAK SETUJU	1	1,1	1,1	1,1
KURANG SETUJU	5	5,7	5,7	6,9
Valid SETUJU	63	72,4	72,4	79,3
SANGAT SETUJU	18	20,7	20,7	100,0
Total	87	100,0	100,0	

### 3. Brand Awareness

**X3.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
KURANG SETUJU	14	16,1	16,1	16,1
Valid SETUJU	45	51,7	51,7	67,8
SANGAT SETUJU	28	32,2	32,2	100,0
Total	87	100,0	100,0	

**X3.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
TIDAK SETUJU	1	1,1	1,1	1,1
KURANG SETUJU	10	11,5	11,5	12,6
Valid SETUJU	54	62,1	62,1	74,7
SANGAT SETUJU	22	25,3	25,3	100,0
Total	87	100,0	100,0	

**X3.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
KURANG SETUJU	10	11,5	11,5	11,5
Valid SETUJU	49	56,3	56,3	67,8
SANGAT SETUJU	28	32,2	32,2	100,0
Total	87	100,0	100,0	

#### 4. Keputusan Pembelian

Y.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
KURANG SETUJU	13	14,9	14,9	14,9
Valid SETUJU	51	58,6	58,6	73,6
SANGAT SETUJU	23	26,4	26,4	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Y.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
KURANG SETUJU	7	8,0	8,0	8,0
Valid SETUJU	61	70,1	70,1	78,2
SANGAT SETUJU	19	21,8	21,8	100,0
Total	87	100,0	100,0	

Y.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
KURANG SETUJU	6	6,9	6,9	6,9
Valid SETUJU	59	67,8	67,8	74,7
SANGAT SETUJU	22	25,3	25,3	100,0
Total	87	100,0	100,0	





**Lampiran 5**  
**Uji Validitas**

## Uji Validitas

### 1. Brand Trust

#### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,525**	,363**	,796**
	Sig. (2-tailed)		,000	,001	,000
	N	87	87	87	87
X1.2	Pearson Correlation	,525**	1	,553**	,835**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	87	87	87	87
X1.3	Pearson Correlation	,363**	,553**	1	,792**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000		,000
	N	87	87	87	87
X1	Pearson Correlation	,796**	,835**	,792**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	87	87	87	87

## 2. Brand Image

### Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2
	Pearson Correlation	1	,611**	,292**	,837**
X2.1	Sig. (2-tailed)		,000	,006	,000
	N	87	87	87	87
	Pearson Correlation	,611**	1	,291**	,839**
X2.2	Sig. (2-tailed)	,000		,006	,000
	N	87	87	87	87
	Pearson Correlation	,292**	,291**	1	,642**
X2.3	Sig. (2-tailed)	,006	,006		,000
	N	87	87	87	87
	Pearson Correlation	,837**	,839**	,642**	1
X2	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	87	87	87	87

### 3. Brand Awareness

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,521**	,436**	,828**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	87	87	87	87
X3.2	Pearson Correlation	,521**	1	,403**	,801**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	87	87	87	87
X3.3	Pearson Correlation	,436**	,403**	1	,762**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	87	87	87	87
X3	Pearson Correlation	,828**	,801**	,762**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	87	87	87	87

#### 4. Keputusan Pembelian

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,536**	,242*	,793**
	Sig. (2-tailed)		,000	,024	,000
	N	87	87	87	87
Y.2	Pearson Correlation	,536**	1	,437**	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	87	87	87	87
Y.3	Pearson Correlation	,242*	,437**	1	,698**
	Sig. (2-tailed)	,024	,000		,000
	N	87	87	87	87
Y	Pearson Correlation	,793**	,836**	,698**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	87	87	87	87



**Lampiran 6**  
**Uji Reliabilitas**

## Uji Reliabilitas

### 1. Brand Trust

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,827	4

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4,38	,703	87
X1.2	4,28	,564	87
X1.3	4,25	,669	87
X1	12,91	1,560	87

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
25,82	9,733	3,120	4

## 2. Brand Image

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	4

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4,10	,648	87
X2.2	4,18	,656	87
X2.3	4,13	,546	87
X2	12,41	1,443	87

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24,83	8,330	2,886	4



### 3. Brand Awareness

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,825	4

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X3.1	4,16	,680	87
X3.2	4,11	,637	87
X3.3	4,21	,631	87
X3	12,48	1,554	87

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24,97	9,662	3,108	4

#### 4. Minat Beli

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,815	4

##### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y.1	4,11	,637	87
Y.2	4,14	,532	87
Y.3	4,18	,540	87
Y	12,44	1,327	87

##### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24,87	7,042	2,654	4

The logo of Universitas Muhammadiyah Jember is a circular emblem with a scalloped border. It features a central sunburst with rays, a crescent moon, and a star. The text "UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH" is written in an arc across the top, and "JEMBER" is written in an arc across the bottom. There are two small stars on either side of the word "JEMBER".

**Lampiran 7**

**Uji Asumsi Klasik, Uji Regresi, Linier Berganda, Uji Hipotesis, Uji Determinasi**

Warning # 849 in column 23. Text: in\_ID

The LOCALE subcommand of the SET command has an invalid parameter. It could not be mapped to a valid backend locale.

REGRESSION

/MISSING LISTWISE

/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA

/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)

/NOORIGIN

/DEPENDENT Y

/METHOD=ENTER X1 X2 X3

/SCATTERPLOT=(\*ZRESID ,\*ADJPRED)

/RESIDUALS HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)

/SAVE PRED ZPRED RESID ZRESID DFBETA.

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, BRAND TRUST <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. All requested variables entered.

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,684 <sup>a</sup>	,467	,448	,98582

a. Predictors: (Constant), BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, BRAND TRUST

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	70,740	3	23,580	24,263	,000 <sup>b</sup>
	Residual	80,662	83	,972		
	Total	151,402	86			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), BRAND AWARENESS, BRAND IMAGE, BRAND TRUST

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,747	1,027		3,649	,000
	BRAND TRUST	,260	,096	,305	2,717	,008
	BRAND IMAGE	,238	,102	,258	2,318	,023
	BRAND AWARENESS	,191	,094	,224	2,040	,045

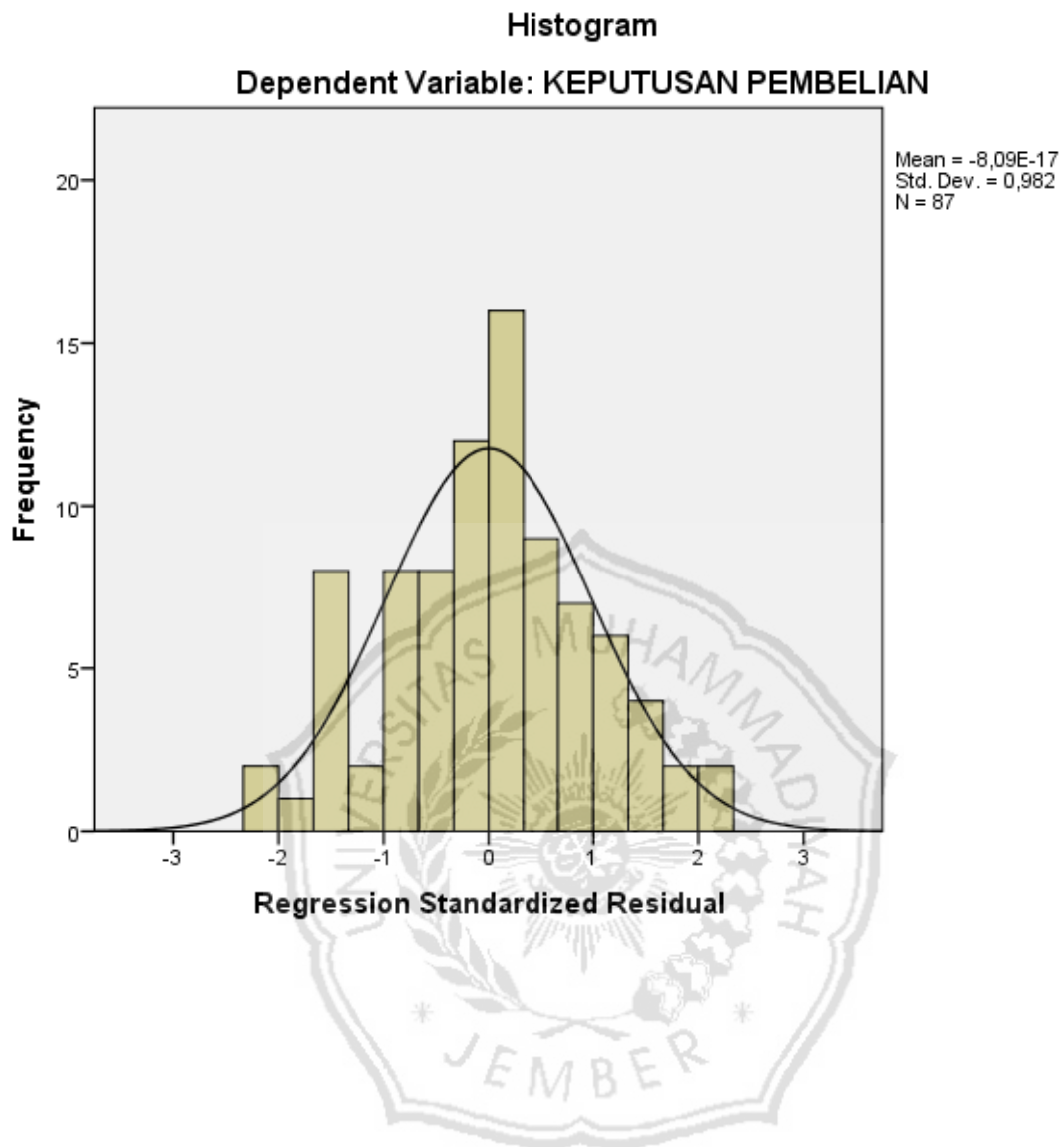
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

**Residuals Statistics<sup>a</sup>**

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	9,7067	13,8849	12,4368	,90695	87
Std. Predicted Value	-3,010	1,597	,000	1,000	87
Standard Error of Predicted Value	,120	,362	,203	,058	87
Adjusted Predicted Value	9,8094	13,8255	12,4372	,90240	87
Residual	-2,17208	2,27897	,00000	,96847	87
Std. Residual	-2,203	2,312	,000	,982	87
Stud. Residual	-2,278	2,345	,000	1,009	87
Deleted Residual	-2,32241	2,34533	-,00043	1,02180	87
Stud. Deleted Residual	-2,339	2,412	,000	1,019	87
Mahal. Distance	,278	10,580	2,966	2,334	87
Cook's Distance	,000	,099	,014	,021	87
Centered Leverage Value	,003	,123	,034	,027	87

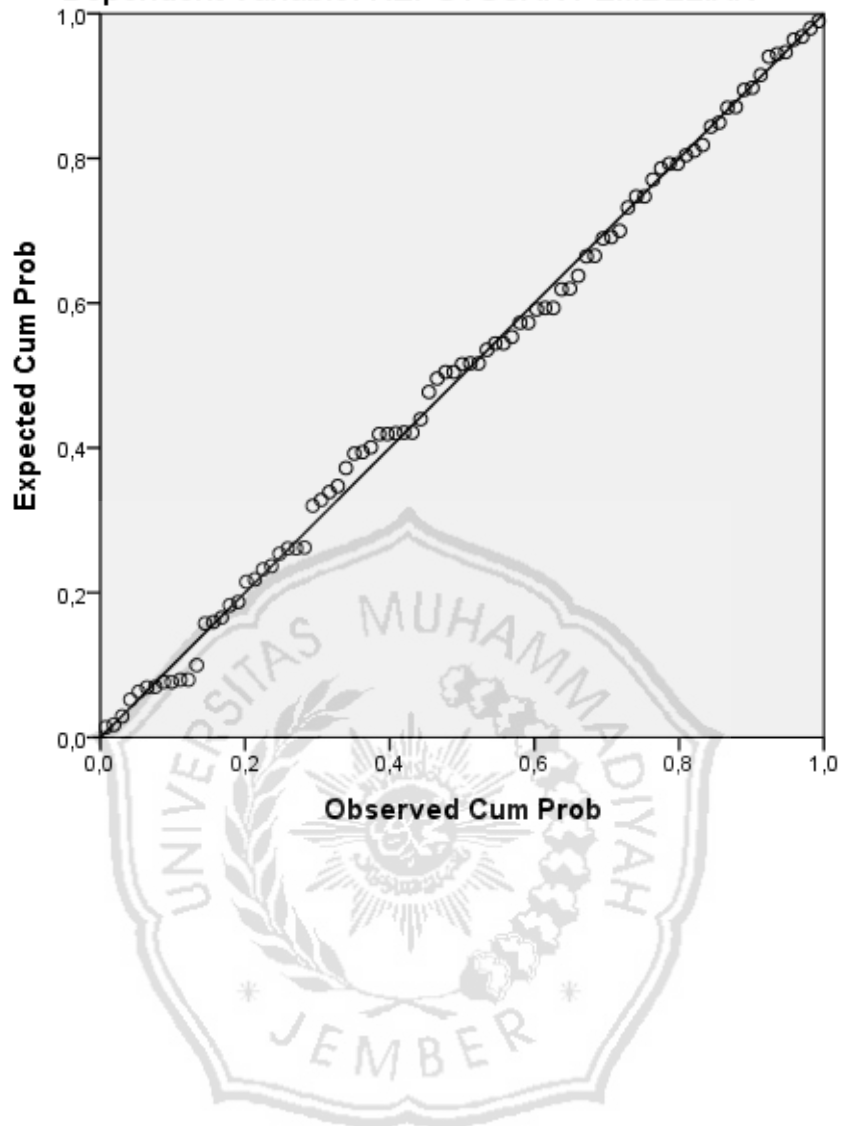
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

## Charts



### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

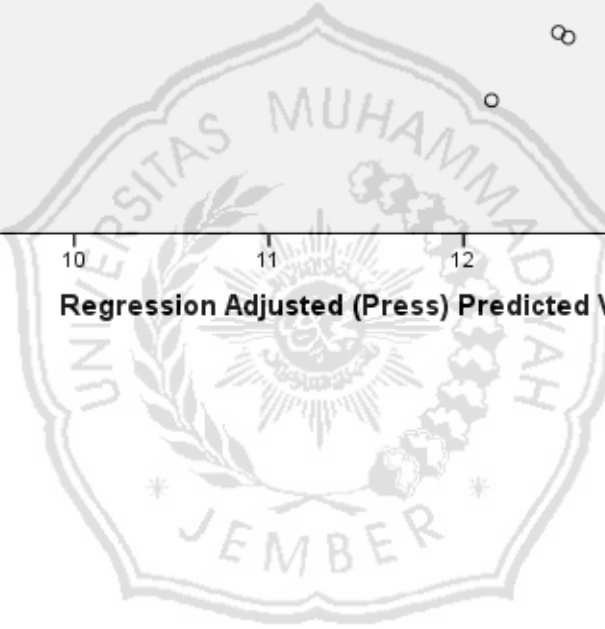
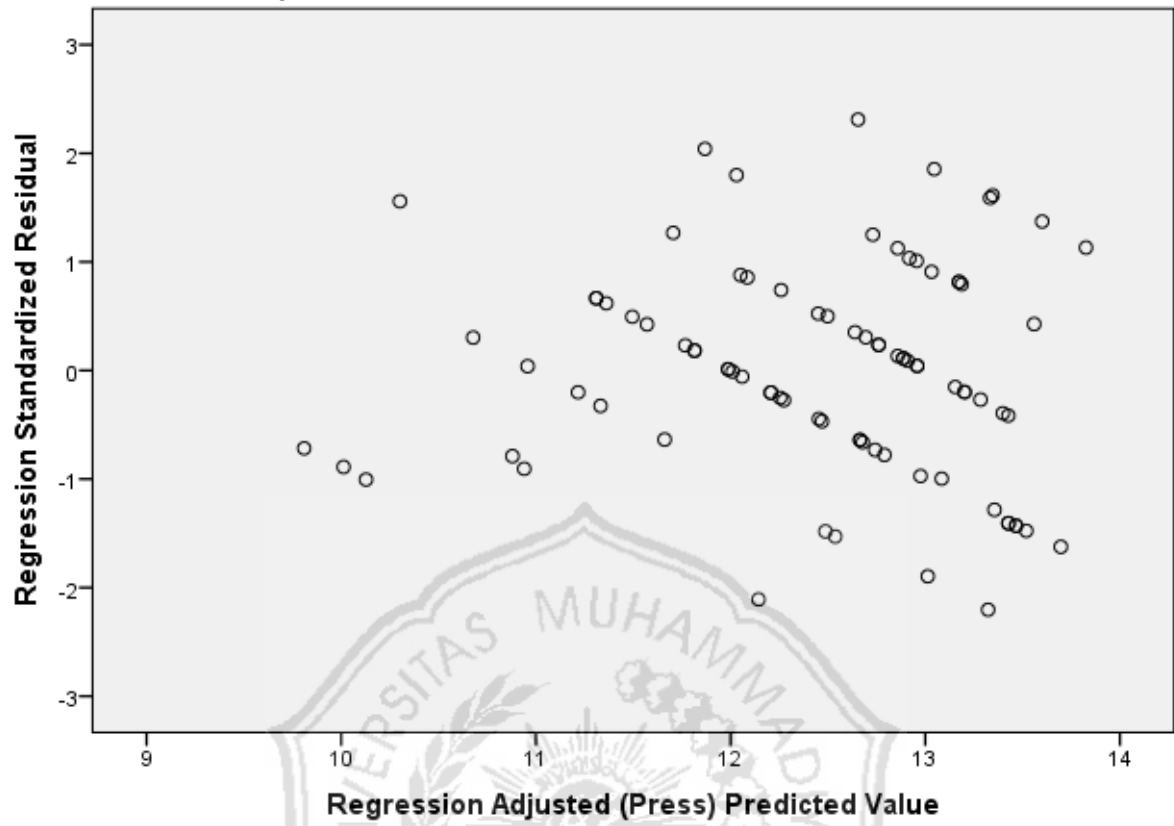
Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN





### Scatterplot

Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN





**Lampiran 8**  
**Dokumentasi**



