

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan data analisis deskriptif profil responden, dinyatakan bahwa 98,6% atau sebanyak 212 responden berpendapat bahwa citra merek mempengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas pada konsumen. Kemudian berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dipaparkan diatas, maka dapat disimpulkan bahwa :

1. Terhadap pengaruh yang positif dan signifikan citra merek terhadap keputusan pembelian.
2. Terdapat pengaruh yang positif dan signifikan citra merek terhadap loyalitas konsumen.

5.2. Saran

1. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat membahas mengenai bagaimana citra merek mempengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas konsumen di era pandemi Covid-19 secara lebih spesifik dan mendalam.
2. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menganalisis data dengan jangkauan yang lebih luas. Sehingga data yang didapatkan akan lebih bervariasi.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat melakukan pengambilan sampel responden yang berasal dari beberapa kota yang berbeda, sehingga dapat dilihat perbedaan pendapat responden dan dilakukan uji beda.

4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat menambahkan variabel independen lainnya yang turut mempengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas konsumen.

5.3. Implikasi Manajerial

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian dan loyalitas konsumen. Hal ini berarti citra merek sangat penting bagi konsumen. Perusahaan dengan citra merek yang baik akan memberikan persepsi baik dimata konsumennya. Oleh karena itu, perusahaan perlu membangun dan menjaga citra merek yang baik agar dapat terus diingat konsumennya yang kemudian mengarah pada keputusan pembelian dan loyalitas dibenak konsumennya.

Penelitian ini merupakan satu langkah kedepan yang dapat digunakan perusahaan untuk meningkatkan citra merek yang baik. Berdasarkan variabel citra merek yang diteliti, logo yang familiar memiliki mean yang tertinggi dan pernyataan yang paling disetujui oleh responden, itu artinya logo yang familiar dan mudah diingat merupakan salah satu cara branding suatu perusahaan. Perusahaan perlu menciptakan logo yang seperti ini, supaya kedepannya melalui logo yang familiar dan mudah diingat konsumen akan terus teringat akan merek atau branding perusahaan tersebut.

Selanjutnya, berdasarkan variabel keputusan pembelian yang diteliti, konsumen membeli produk Nike karena terpercaya mutu dan kualitasnya yang baik memiliki mean atau skor tertinggi dan pernyataan tersebut yang paling disetujui oleh

responden. Itu artinya, perusahaan perlu untuk terus menjaga dan meningkatkan kualitas setiap produknya, supaya dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk konsumen tidak ragu lagi untuk melakukan pembelian akan produk tersebut karena mutu dan kualitasnya terjamin baik.

Selain beberapa hal diatas, hal lain juga turut menjadi perhatian perusahaan. Perusahaan perlu untuk terus berinovasi dan mengeluarkan produknya yang semakin bervariasi serta mengikuti *trend* atau perkembangan jaman. Inovasi dan produk dengan citra merek dan kualitas yang baik akan ditunggu-tunggu oleh para konsumennya. Untuk itu perusahaan perlu melakukan inovasi-inovasi produknya, sehingga perusahaan unggul dalam membangun rasa kesetiaan dan loyalitas dihati konsumennya. Dan berdasarkan variabel loyalitas konsumen yang diteliti, konsumen tidak akan ragu lagi melakukan keputusan pembelian Nike merupakan pernyataan yang paling disetujui oleh responden. Hal ini didorong karena perusahaan Nike yang terus berupaya meningkatkan citra merek dan kualitas produknya serta tidak berhenti untuk melakukan inovasi-inovasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardian, B. O., & Wijaya, C. A. (2017). Analisa Pengaruh Asosiasi Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan JW Marriot Surabaya Dengan Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Perantara.
- Dosen Pendidikan 2. (2019, Desember 2). *Distribusi - Menurut Para Ahli, Saluran, Contoh, Tujuan, Macam & Teorinya*. Retrieved Mei 19, 2020, from <https://www.dosenpendidikan.co.id/distribusi/>
- Hadijah, S. (2019, 06 22). *Mengenal Nike, Brand Sepatu Fenomenal Paling Dicari Di Seluruh Dunia*. Retrieved from Cermati.com: <https://www.cermati.com/artikel/mengenal-nike-brand-sepatu-fenomenal-paling-dicari-di-seluruh-dunia>
- Hestanto. (2018, Desember 17). *Citra Merek (brand image) Menurut Para Ahli*. Retrieved Mei 18, 2020, from <https://www.google.co.id/amp/s/www.hestanto.web.id/citra-merek-brand-image-menurut-para-ahli/amp/>
- Hosseni, S. H., & Behboudi, L. (2017). Brand Trust and Image: Effects on Customer Satisfaction. *International Journal of Health Care Quality Assurance; Bradford*, Vol. 30, Iss. 7 P. 580-690.
- Kurniawan, F., Arifin, Z., & Fanani, D. (2018). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN; (Survei kepada para siswa SMAN 15 Surabaya kelas XII yang menggunakan Laptop. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 75-81.
- Kurniawan, T., Rizallulhaq, L., & Samoedra, A. D. (2020). The Influence of Brand Image, Product Attributes, and Price on Customer Satisfaction During the Covid-19 Pandemic. *PalArch's Journal of Archaeology of Egypt*, 17.
- Lestari, V. T., & Ellyawati, J. (2019). Effect of E-Service Quality on Repurchase Intention: Testing the Role of E-Satisfaction as Mediator Variable. *International Journal of Innovative Technology and Exploring Engineering*, 158-162.

- Matovic, V., Stanic, M., & Drinic, I. (2019). Impact Branding on Consumer Preference Toward Buying a Certain Product: Comparative Analysis of Brands Nike and Adidas. *Original Scientific Articiel*, Vol. 65, No 3: P. 35-44.
- Melisa, D., & Prasetyo, A. R. (2016, Oktober). *Hubungan Antara Citra Merek dengan Loyalitas*. Retrieved Mei 18, 2020, from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/empati/article/download/15413/14905>
- Nayaakyasa. (2014). *Loyalitas Pelanggan*. Retrieved Mei 19, 2020, from <https://www.google.co.id/amp/s/nayaakyasazilvi.wordpress.com/2014/07/11/loyalitas-pelanggan/amp/>
- Proxsis East. (n.d.). *Pengertian Produk, Definisi Kualitas Produk, dan Dimensi Kualitas Produk*. Retrieved 19 Mei, 2020, from <https://surabaya.proxsisgroup.com/pengertian-produk-definisi-kualitas-produk-dan-dimensi-kualitas-produk/>
- Rahman, A. N. (2013). *Keputusan Pembelian dan Faktor-faktor yang Mempengaruhi*. Retrieved Mei 18, 2020, from <https://www.google.co.id/amp/s/angganurrahmanrockets.wordpress.com/2013/11/17/keputusan-pembelian-dan-faktor-faktor-yang-mempengaruhi/amp/>
- Rahman, A. N. (2013, November 2017). *Keputusan Pembelian dan Faktor-Faktor yang Mempengaruhi*. Retrieved mei 10, 2020, from <https://angganurrahmanrockets.wordpress.com/2013/11/17/keputusan-pembelian-dan-faktor-faktor-yang-mempengaruhi/>
- Rajagukguk, S. (2017, Februari 6). *Enam Tahap Dalam Proses Pembelian yang Dilakukan oleh Konsumen*. Retrieved Mei 18, 2020, from <https://subiz.com/blog/enam-tahap-dalam-proses-pembelian-oleh-konsumen.html>
- Rizal, A., Fanani, D., & Pangestuti, E. (2016, Desember 1). *Pengaruh Brand Image dan Presepsi Harga terhadap Loyalitas Konsumen*. Retrieved Mei 10, 2020, from Media.Neliti.com: <https://media.neliti.com/media/publications/87620-ID-pengaruh-brand-image-dan-persepsi-harga.pdf>
- Ruyaldi, A., Arrafiqurrahman, & Seprini. (n.d.). PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN; HANDPONE SAMSUNG (STUDI KASUS PADA PELANGGAN PONSEL. 1-9.

- Saputra, F., & Budiarti, E. (2020). PENGARUH BRAND AWARENESS, DESAIN PRODUK DAN PANDEMI VIRUS CORONA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PADA PRODUK EMAS PT UBS DI KOTA SURABAYA.
- Sari, F. M. (2018, 07 13). *Milenial Boros Gara-Gara Suka Barang Mewah dan Cari Status Sosial?* Retrieved 12 7, 2020, from Liputan 6.com:
<https://www.liputan6.com/bisnis/read/3587294/milenial-boros-gara-gara-suka-barang-mewah-dan-cari-status-sosial>
- TECH-Redaksi, CNBC Indonesia. (2020, 06 26). *Dihantam Pandemi Covid-19, Nike Tekor Rp 11,2 T.* Retrieved from CNBC Indonesia:
<https://www.cnbcindonesia.com/tech/20200626153346-37-168346/dihantam-pandemi-covid-19-nike-tekor-rp-112-t>
- Triwijanarko, R. (2019, Maret 20). *Tren Sneakers dan Berkah Bagi Nilai Ekspor Industri Alas Kaki.* Retrieved Mei 10, 2020, from Marketers.com:
<https://marketeers.com/tren-sneakers-dan-berkah-bagi-nilai-ekspor-industri-alas-kaki/>
- Universitas Ciputra. (2015, November 23). *Pengertian Loyalitas dan Serba-Serbi Pengertian Loyalitas Karyawan.* Retrieved Mei 18, 2020, from
<http://ciputrauceo.net/blog/2015/11/19/pengertian-loyalitas-dan-serba-serbi-pengertian-loyalitas-karyawan>
- Utami, N. W. (2020, Januari 4). *Semua Tentang Branding yang Harus Anda Tahu.* Retrieved Mei 10, 2020, from jurnal.id: <https://www.jurnal.id/id/blog/semua-tentang-branding-yang-harus-anda-tahu/>
- Valjaskova, V., & Kral, P. (2019). The Importance of Brand in Consumer Buying Behavior and Product Quality Assesment. *CBU International Conference Procendings*, Vol. 7.
- Wadrianto, G. K. (2019, Agustus 23). *Nike atau Adidas, Merek Mana yang Rajai Bisnis Sneaker Dunia?* Retrieved Mei 10, 2020, from amp.kompas.com:
<https://amp.kompas.com/lifestyle/read/2019/08/23/194506120/nike-atau-adidas-merek-mana-yang-rajai-bisnis-sneaker-dunia>
- Wahyuni, N. (2014, November 01). *Uji Validitas dan Reabilitas.* Retrieved Mei 11, 2020, from <https://qmc.binus.ac.id/2014/11/01/u-j-i-v-a-l-i-d-i-t-a-s-d-a-n-u-j-i-r-e-l-i-a-b-i-l-i-t-a-s/>

Wicaksono, S., & Ellyawati, J. (2020). PENGARUH CITRA PERUSAHAAN TERHADAP NIAT BELI ULANG: UJI KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL PEMEDIASI. 127-139.

Widodo, S., & Apriyansyah. (2021). Pengaruh Citra Merek dan Kesadaran Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tas Merk Bodypack Pada PT Eigerindi Multi Produk Industri. *Jurnal Pemasaran Kompetitif*, 225-238.



LAMPIRAN I. KUISIONER

Kuisisioner Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas dan Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Nike di Yogyakarta.

I. Identitas Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin
 - Perempuan
 - Laki-laki
3. Usia : ____ Th.
4. Menurut and pentingkah sebuah citra merek dalam mempengaruhi keputusan pembelian dan loyalitas pada konsumen?
 - a. Ya
 - b. Tidak
5. Apakah anda pernah menggunakan produk sepatu Nike?
 - a. Ya
 - b. Tidak pernah

Petunjuk :

Pilihlah jawaban saudara dengan memberikan tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang menurut saudara paling sesuai, adapun makna skala likert tersebut sebagai berikut:

1	2	3	4	5
Sangat tidak setuju	Tidak setuju	Ragu-ragu	Setuju	Sangat setuju

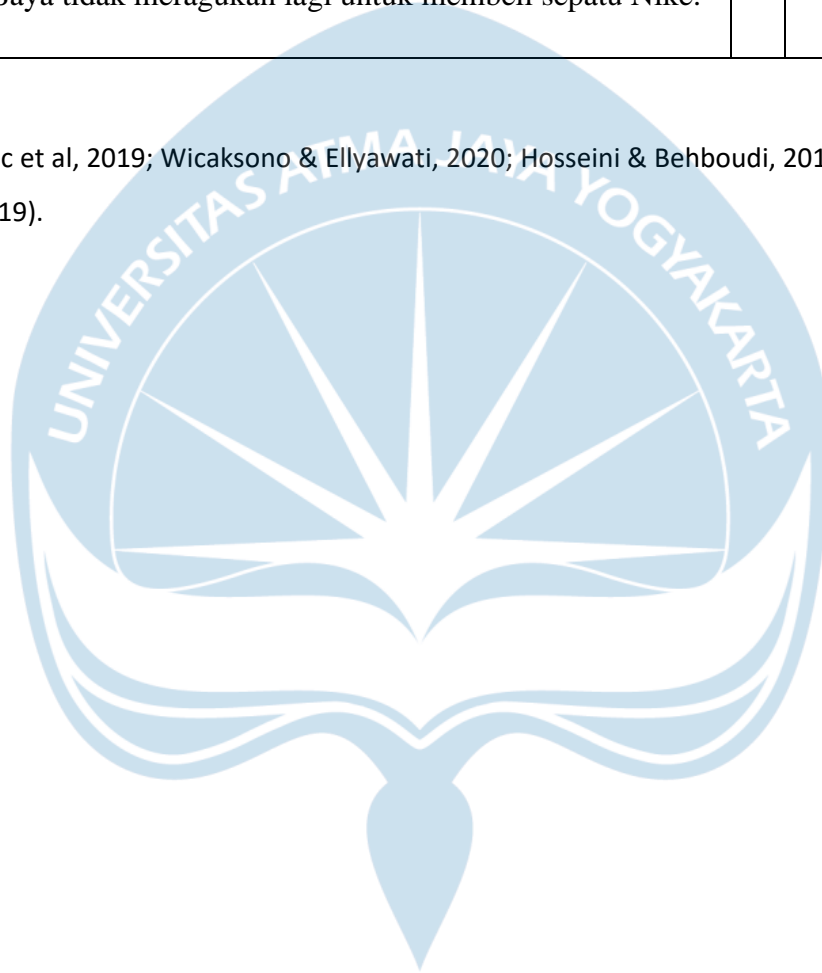
Citra Merek						
No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Menurut saya Nike adalah <i>brand</i> sepatu dengan kualitas yang baik.					
2	Merek sepatu Nike lebih familiar dibandingkan merek sepatu lainnya.					
3	Logo Nike familiar di kalangan milenial					
4	Masyarakat mengenal Nike sebagai <i>brand</i> dengan citra merek yang baik.					
5	Saya menggunakan dan membeli sepatu Nike, karena merek nya terpercaya.					

Keputusan Pembelian						
No	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya memilih produk sepatu Nike karena terpercayanya mutu dan kualitasnya baik.					
2	Saya membeli sepatu Nike supaya terlihat seperti teman-teman saya.					
3	Dengan memakai sepatu Nike, saya merasa lebih percaya diri dan lebih <i>trendy</i> .					
4	Saya memilih produk sepatu Nike karena promo					
5	Harga produk sepatu Nike sebanding dengan kualitas yang ditawarkan.					

Loyalitas Konsumen						
	Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya adalah orang yang mengikuti update produk-produk terbaru dari Nike.					
2	Saya akan melakukan pembelian sepatu Nike jika Nike mengeluarkan produk terbaru yang dapat menarik perhatian saya.					
3	Saya akan membeli sepatu Nike kembali, jika sepatu saya rusak.					

4	Saya akan tetap memilih membeli sepatu Nike walaupun produk sepatu lainnya memberikan saya promo atau potongan harga					
5	Saya tidak meragukan lagi untuk membeli sepatu Nike.					

(Matovic et al, 2019; Wicaksono & Ellyawati, 2020; Hosseini & Behboudi, 2017; Valjaskova & Kral, 2019).



LAMPIRAN II. DATA KUISIONER



DATA KUISIONER

Responden	Citra Merek (X)					Keputusan Pembelian (Y1)					Loyalitas (Y2)					Era Pandemi				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4
2	5	4	5	4	5	5	4	4	3	5	3	5	3	5	5	5	5	5	2	4
3	5	4	4	4	5	5	2	5	3	5	3	3	3	3	5	3	4	3	3	5
4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	4	5
6	5	5	5	5	5	5	1	4	1	5	3	5	5	3	4	4	5	3	3	4
7	5	4	5	5	5	5	1	4	2	5	2	3	3	2	4	4	2	4	2	5
8	5	5	5	4	4	5	2	5	4	5	2	5	5	4	4	2	4	4	2	5
9	4	4	2	4	4	5	2	3	5	5	3	4	3	3	4	4	5	5	4	5
10	4	4	4	4	4	4	5	5	1	4	3	4	4	3	4	2	2	2	2	5
11	4	2	5	5	5	5	2	5	2	5	4	5	5	2	5	2	2	5	4	5
12	5	5	5	5	5	3	2	2	2	3	3	2	4	4	5	4	4	4	5	5
13	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4
15	4	4	5	5	3	5	1	2	4	4	2	4	3	3	4	3	4	3	3	4
16	5	4	5	5	5	5	2	4	3	5	2	4	4	5	5	3	4	2	2	3
17	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3
18	5	4	5	5	5	5	2	4	3	5	2	4	4	5	5	3	4	2	2	3
19	4	3	5	4	3	5	1	3	5	4	3	2	5	3	3	2	5	1	3	5
20	5	5	5	5	5	5	2	5	2	5	2	4	5	4	3	5	5	5	2	4
21	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	4	3	4	3	5	4	3	4	3	5
22	5	5	5	5	5	4	2	2	2	4	2	3	5	4	5	3	2	4	3	3
23	4	4	4	4	4	4	5	5	1	4	4	3	4	3	3	2	2	2	2	5
24	4	5	5	4	4	4	2	4	3	3	2	1	4	3	4	2	2	2	4	5
25	5	3	5	5	5	4	4	5	3	5	3	5	4	5	5	5	5	5	5	4
26	4	4	5	5	5	5	2	2	2	4	2	3	4	2	4	4	2	4	3	4

27	5	4	4	5	4	5	3	3	4	3	5	5	3	4	4	1	3	1	5	5
28	4	5	5	4	4	5	4	5	3	5	2	2	4	4	5	3	4	5	5	5
29	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	5
30	4	4	4	4	2	4	1	2	3	3	5	5	4	5	3	2	3	2	3	3
31	5	4	5	5	5	5	2	4	3	4	3	3	3	2	5	3	4	4	3	5
32	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	4
33	4	4	5	5	3	4	2	3	4	4	3	5	3	5	5	2	4	2	5	5
34	5	4	5	5	5	5	2	3	4	5	3	4	5	2	4	4	4	4	2	5
35	5	3	5	4	4	4	2	2	2	1	1	3	3	3	4	3	2	2	2	4
36	5	5	5	5	5	4	2	2	2	4	2	3	5	4	5	3	2	4	3	3
37	5	5	5	3	3	4	2	3	1	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	3
38	4	4	4	4	3	3	1	3	2	3	1	2	2	2	3	1	2	3	3	5
39	5	4	5	5	5	5	2	4	2	4	3	3	4	4	5	3	4	4	3	4
40	1	1	1	2	1	1	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2
41	4	4	5	4	5	5	2	3	2	5	4	2	4	3	5	2	2	3	3	3
42	4	4	4	5	5	5	3	4	4	5	2	4	2	3	5	2	3	1	3	5
43	5	5	5	3	3	4	2	3	1	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	3
44	5	5	5	4	4	4	3	4	2	4	2	2	4	4	4	3	4	4	3	5
45	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	3	4	4	4	5	4	4	5	3	4
46	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	4
47	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4
48	5	3	5	5	4	5	1	2	5	5	5	4	5	4	3	3	2	1	3	5
49	5	4	4	4	5	5	2	5	3	5	3	3	3	3	5	3	4	3	3	5
50	5	4	4	5	4	5	3	3	4	3	2	2	2	2	2	1	3	1	5	5
51	3	2	4	4	1	2	1	2	5	3	4	5	2	4	3	1	5	1	5	5
52	5	4	5	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	3	5	4	4	5
53	5	5	5	5	4	5	2	5	4	5	2	5	5	3	5	3	5	5	2	5
54	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4
55	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4
56	5	5	4	4	5	4	3	5	4	5	3	4	4	4	5	4	5	4	5	5

57	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	3	4	3	3	4	3	4	3	4	5
58	5	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	5
59	4	3	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	5
60	4	4	4	5	4	5	2	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	5	5
61	5	4	4	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5
62	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5
63	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	3	2	4	3	4	2	2	4	3	5
64	5	4	4	4	5	4	3	5	5	5	3	5	4	4	5	5	5	4	3	4
65	4	4	5	4	4	4	1	3	4	4	2	2	5	2	4	3	2	5	3	4
66	4	3	5	4	4	4	3	4	5	5	3	4	3	3	5	3	4	3	5	5
67	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	4	3	3	5
68	4	3	5	4	3	4	3	3	5	5	3	4	4	3	4	3	5	3	3	3
69	5	4	5	5	5	5	3	3	3	5	3	3	5	5	5	4	4	5	3	4
70	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	5	3	3	3
71	4	4	5	3	3	3	2	2	2	3	3	4	4	2	3	3	1	1	3	5
72	4	3	5	4	4	3	2	2	3	4	2	3	3	3	4	3	4	3	3	3
73	4	3	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	3	4	4	5	5	4	3	4
74	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
75	3	3	2	4	3	4	3	3	3	4	2	3	5	4	4	5	3	4	4	4
76	5	4	5	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	3	4	3	5	4	4	5
77	5	4	5	5	4	4	2	3	3	3	1	1	3	1	4	1	4	1	5	5
78	4	4	5	5	5	4	3	4	3	5	2	3	4	3	4	3	3	3	3	5
79	5	5	4	5	5	5	3	4	3	4	3	3	4	2	4	3	4	3	4	5
80	4	3	5	5	5	5	3	4	3	5	5	5	3	4	4	5	5	4	3	4
81	5	4	5	5	5	4	2	4	5	5	5	5	3	1	5	2	5	1	5	5
82	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	3	4	3	1	4	3	4	3	5	5
83	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	5	3	4	3	3	1	2	2	1	2
84	4	3	5	4	5	5	2	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3
85	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	1	4
86	5	4	4	5	5	4	3	4	5	3	3	4	4	3	4	3	4	2	4	5

87	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	2	4	5	
88	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4
89	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	3	4	4	4	5	4	5	3	4	4	
90	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	
91	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
92	4	5	4	4	4	4	2	4	4	5	2	5	3	2	4	2	2	2	4	5	
93	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	3	5	5	5	3	4	3	2	5	
94	4	4	5	5	5	5	3	3	5	4	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	
95	5	5	5	5	5	5	1	3	2	5	3	3	5	5	5	4	4	5	2	3	
96	4	4	5	5	4	4	2	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	5	5	
97	5	4	5	5	5	5	3	5	2	5	5	5	5	4	5	5	5	3	2	2	
98	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	2	5	2	5	5	
99	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	3	3	5	5	5	2	4	4	3	5	
100	4	3	5	4	4	5	1	3	5	4	2	3	3	2	4	2	5	2	3	5	
101	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	3	
102	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	2	2	4	2	3	2	2	2	4	4	
103	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	
104	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	
105	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	
106	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	
107	5	4	5	5	5	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
108	4	4	4	4	4	4	2	3	5	4	3	3	4	2	3	1	4	3	4	5	
109	5	4	5	4	5	5	1	4	5	5	3	5	3	2	5	3	5	1	3	5	
110	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	3	5	5	
111	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5	4	2	2	5	4	3	
112	4	4	5	4	4	4	1	4	2	4	3	4	4	4	4	4	2	4	1	3	
113	5	4	5	4	4	5	1	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	
114	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
115	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	5	5	4	4	2	3	2	4	2	
116	5	4	5	5	5	5	1	2	2	4	3	4	4	2	5	2	2	2	1	5	

117	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5
118	5	3	5	5	4	5	2	4	3	4	4	5	3	4	3	1	1	1	3	5
119	5	5	5	4	5	5	3	3	4	5	3	3	5	3	4	2	3	4	3	5
120	4	4	5	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	2	3	3	4	3	4	5
121	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3
122	4	4	5	4	4	4	1	1	4	4	3	4	3	4	4	1	1	2	5	5
123	4	4	3	4	4	4	2	3	4	4	3	3	3	3	3	3	5	2	5	5
124	5	4	5	5	4	5	2	4	4	5	4	4	2	2	4	5	4	5	4	4
125	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	5	5	3	3	3	3	3	3	3	4
126	4	4	5	5	5	4	3	3	2	4	3	5	3	5	3	3	3	3	4	5
127	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5
128	4	5	5	5	4	5	1	1	1	5	5	3	4	5	4	3	4	3	1	3
129	5	5	5	5	5	5	3	4	3	5	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
130	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	4	2	3	2	4	5
131	5	5	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	5	3	5	2	3
132	4	5	5	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	2	4	4	5	3	3	3
133	5	4	4	5	4	4	2	3	3	4	2	3	3	3	3	2	3	3	4	5
134	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	3	4	3	4	3	4	5
135	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
136	4	5	3	3	5	5	3	4	5	5	5	5	4	4	3	2	1	4	2	3
137	5	3	3	4	3	3	1	2	2	4	4	4	4	4	5	1	2	1	5	5
138	4	4	5	5	5	5	1	4	3	5	3	3	5	5	5	3	2	4	2	4
139	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	2	3	4	4	2	4	3	4	5
140	5	5	5	5	5	5	1	4	4	5	2	2	5	2	4	2	4	5	5	5
141	5	5	5	5	5	5	2	5	3	5	2	4	5	4	3	2	5	2	3	5
142	5	5	5	5	5	4	3	5	3	5	4	5	5	4	5	4	3	5	2	3
143	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	2	3	3	2	5	2	4	2	4	5
144	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
145	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	2	3	5	2	3	3	2	4	3	4
146	5	5	5	5	5	4	2	4	5	4	2	2	4	2	4	2	4	2	4	5

147	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	2	4
148	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	2	2	5	2	4	2	5	2	5	5
149	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
150	4	3	5	5	4	4	2	3	4	4	3	2	3	2	3	2	3	2	3	5
151	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	2	4	3	4	2	4	4
152	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	2	5
153	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	3	4	5
154	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	3	5	5	3	4	3	3	3	4	5
155	5	4	4	5	5	5	2	3	2	5	1	3	4	2	4	2	2	3	3	5
156	4	4	5	5	4	4	2	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	3	5
157	4	4	5	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4
158	5	4	4	5	5	5	1	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
159	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	4
160	5	5	4	5	5	5	2	4	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	2
161	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3
162	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5
163	4	5	5	5	4	4	1	4	2	5	5	5	3	5	4	3	4	1	3	5
164	5	5	5	5	4	4	5	4	2	5	5	5	5	4	4	4	4	4	2	2
165	4	4	5	4	4	4	2	3	4	4	2	3	3	2	4	2	3	2	3	5
166	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	3	4	4	4	4	3	4
167	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	3
168	4	4	5	4	4	5	2	3	3	4	3	3	3	3	3	1	1	1	3	5
169	4	4	5	4	4	4	2	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4
170	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5
171	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	5
172	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4
173	5	5	5	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	3	4	5
174	5	5	5	5	5	4	4	5	2	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	5
175	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5
176	5	5	5	5	4	5	2	3	3	4	3	4	5	4	5	3	4	4	3	4

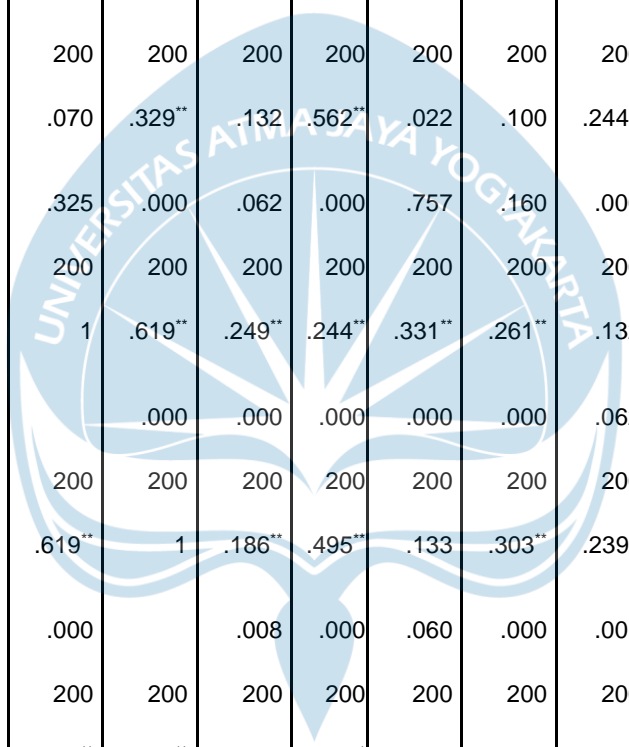
177	4	4	4	4	3	4	2	2	2	3	4	4	4	4	5	1	1	1	2	5
178	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	2	3	2	4	4	5
179	3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	3	5	5	4	5	4
180	4	4	5	4	3	3	5	4	5	3	4	3	3	3	5	1	5	3	3	3
181	4	5	3	4	5	2	3	3	2	3	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4
182	5	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	2	2	4	4	5	4	4	3	4
183	4	3	5	4	4	5	4	5	3	3	3	4	4	3	5	3	3	3	3	3
184	4	3	4	5	4	4	4	5	3	5	4	5	3	4	3	5	4	5	5	4
185	3	3	3	3	3	2	1	3	5	2	1	4	3	2	5	1	2	3	4	5
186	5	5	5	5	5	4	3	5	2	4	4	4	3	2	5	4	2	4	3	5
187	4	4	5	4	5	4	2	3	3	3	4	4	4	4	3	3	2	3	4	5
188	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2
189	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	1	1	1	1	5
190	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	1	1	3	3	1
191	4	5	5	4	5	5	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
192	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5
193	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	5
194	5	5	5	5	5	5	2	4	5	4	3	2	4	3	3	2	4	3	3	5
195	5	4	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	4	4	5	4	5	2	4	5
196	4	5	4	4	4	5	2	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	5
197	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2
198	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4
199	5	5	5	5	5	5	2	3	4	4	4	3	3	2	4	3	4	2	5	5
200	5	5	5	5	5	4	1	3	1	5	3	3	2	1	4	5	3	1	1	1

LAMPIRAN III. UJI VALIDITAS DAN REABILITAS

UJI VALIDITAS

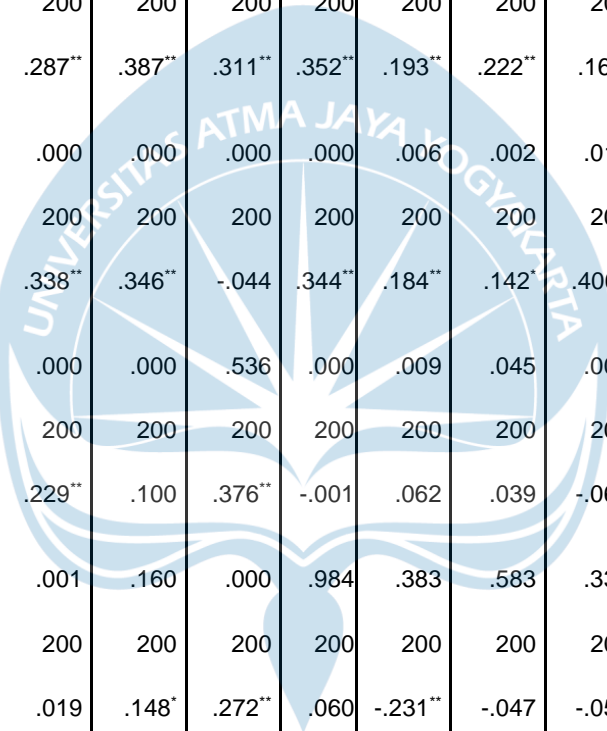
Correlations

		item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	item_11	item_12	item_13	item_14	item_15	item_16	item_17	item_18	item_19	item_20	total
item_1	Pearson Correlation	1	.525**	.448**	.619**	.627**	.514**	.159*	.348**	.039	.365**	.039	.092	.278**	.087	.397**	.253**	.313**	.191**	-.003	.114	.564**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.024	.000	.580	.000	.580	.194	.000	.221	.000	.000	.000	.007	.964	.107	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
item_2	Pearson Correlation	.525**	1	.350**	.397**	.511**	.356**	.247**	.304**	.029	.344**	.087	.019	.308**	.180*	.237**	.244**	.233**	.291**	.056	.045	.529**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.683	.000	.218	.786	.000	.011	.001	.000	.001	.000	.432	.523	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
item_3	Pearson Correlation	.448**	.350**	1	.468**	.393**	.416**	.064	.183**	.062	.290**	-.010	.062	.173*	.034	.185**	.121	.159*	.072	-.077	.078	.374**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.371	.009	.384	.000	.884	.380	.014	.628	.009	.088	.025	.311	.276	.271	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
item_4	Pearson Correlation	.619**	.397**	.468**	1	.597**	.501**	.203**	.303**	.108	.408**	.054	.165*	.156*	.118	.271**	.251**	.302**	.149*	.075	.146*	.559**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.004	.000	.128	.000	.446	.020	.028	.095	.000	.000	.000	.035	.294	.039	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200



item _5	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
	Pearson Correlation	.627**	.511**	.393**	.597**	1	.559**	.255**	.446**	.043	.511**	.010	.113	.234**	.070	.380**	.339**	.181*	.275**	-.053	.086	.589**	
item _6	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.542	.000	.891	.112	.001	.327	.000	.000	.010	.000	.458	.227	.000		
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
item _7	Pearson Correlation	.514**	.356**	.416**	.501**	.559**	1	.070	.329**	.132	.562**	.022	.100	.244**	.130	.249**	.239**	.205**	.213**	-.110	.132	.517**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.325	.000	.062	.000	.757	.160	.000	.066	.000	.001	.004	.002	.122	.062	.000		
item _8	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
	Pearson Correlation	.159*	.247**	.064	.203**	.255**	.070	1	.619**	.249**	.244**	.331**	.261**	.132	.289**	.230**	.360**	.287**	.338**	.229**	.019	.605**	
item _9	Sig. (2-tailed)	.024	.000	.371	.004	.000	.325	.000	.000	.000	.000	.000	.062	.000	.001	.000	.000	.000	.001	.788	.000		
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
item _10	Pearson Correlation	.348**	.304**	.183**	.303**	.446**	.329**	.619**	1	.186**	.495**	.133	.303**	.239**	.214**	.339**	.383**	.387**	.346**	.100	.148*	.688**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.009	.000	.000	.000	.000	.008	.000	.060	.000	.001	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.160	.036	.000	
item _10	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
	Pearson Correlation	.039	.029	.062	.108	.043	.132	.249**	.186**	1	.171*	.009	.116	-.098	-.045	.029	-.093	.311**	-.044	.376**	.272**	.319**	
item _10	Sig. (2-tailed)	.580	.683	.384	.128	.542	.062	.000	.008	.015	.900	.101	.166	.530	.684	.192	.000	.536	.000	.000	.000		
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
item _10	Pearson Correlation	.365**	.344**	.290**	.408**	.511**	.562**	.244**	.495**	.171*	1	.153*	.327**	.274**	.231**	.377**	.419**	.352**	.344**	-.001	.060	.660**	

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.015	.031	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.984	.398	.000	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	
item	Pearson Correlation	.039	.087	-.010	.054	.010	.022	.331**	.133	.009	.153*	1	.499**	.167*	.410**	.090	.325**	.193**	.184**	.062	-.231**	.387**
_11	Sig. (2-tailed)	.580	.218	.884	.446	.891	.757	.000	.060	.900	.031	.000	.018	.000	.203	.000	.006	.009	.383	.001	.000	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
item	Pearson Correlation	.092	.019	.062	.165*	.113	.100	.261**	.303**	.116	.327**	.499**	1	.155*	.412**	.219**	.329**	.222**	.142*	.039	-.047	.472**
_12	Sig. (2-tailed)	.194	.786	.380	.020	.112	.160	.000	.000	.101	.000	.000	.028	.000	.002	.000	.002	.045	.583	.510	.000	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
item	Pearson Correlation	.278**	.308**	.173*	.156*	.234**	.244**	.132	.239**	-.098	.274**	.167*	.155*	1	.356**	.314**	.270**	.167*	.406**	-.068	-.058	.445**
_13	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.014	.028	.001	.000	.062	.001	.166	.000	.018	.028	.000	.000	.000	.018	.000	.337	.415	.000	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
item	Pearson Correlation	.087	.180*	.034	.118	.070	.130	.289**	.214**	-.045	.231**	.410**	.412**	.356**	1	.269**	.339**	.202**	.353**	-.012	-.169*	.467**
_14	Sig. (2-tailed)	.221	.011	.628	.095	.327	.066	.000	.002	.530	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.865	.017	.000	
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
item	Pearson Correlation	.397**	.237**	.185**	.271**	.380**	.249**	.230**	.339**	.029	.377**	.090	.219**	.314**	.269**	1	.294**	.291**	.297**	.014	.054	.523**
_15	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.009	.000	.000	.000	.001	.000	.684	.000	.203	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.846	.447	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200



item _16	Pearson Correlation	.253**	.244**	.121	.251**	.339**	.239**	.360**	.383**	-.093	.419**	.325**	.329**	.270**	.339**	.294**	1	.506**	.640**	.060	-.181*	.637**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.088	.000	.000	.001	.000	.000	.192	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.396	.010	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
item _17	Pearson Correlation	.313**	.233**	.159*	.302**	.181*	.205**	.287**	.387**	.311**	.352**	.193**	.222**	.167*	.202**	.291**	.506**	1	.304**	.323**	.111	.636**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.025	.000	.010	.004	.000	.000	.000	.000	.006	.002	.018	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.118	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
item _18	Pearson Correlation	.191**	.291**	.072	.149*	.275**	.213**	.338**	.346**	-.044	.344**	.184**	.142*	.406**	.353**	.297**	.640**	.304**	1	.072	-.138	.573**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.311	.035	.000	.002	.000	.000	.536	.000	.009	.045	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.312	.050	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
item _19	Pearson Correlation	-.003	.056	-.077	.075	-.053	-.110	.229**	.100	.376**	-.001	.062	.039	-.068	-.012	.014	.060	.323**	.072	1	.404**	.299**
	Sig. (2-tailed)	.964	.432	.276	.294	.458	.122	.001	.160	.000	.984	.383	.583	.337	.865	.846	.396	.000	.312	.000	.000	.000
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
item _20	Pearson Correlation	.114	.045	.078	.146*	.086	.132	.019	.148*	.272**	.060	-.231**	-.047	-.058	-.169*	.054	-.181*	.111	-.138	.404**	1	.178*
	Sig. (2-tailed)	.107	.523	.271	.039	.227	.062	.788	.036	.000	.398	.001	.510	.415	.017	.447	.010	.118	.050	.000	.000	.012
	N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200
total	Pearson Correlation	.564**	.529**	.374**	.559**	.589**	.517**	.605**	.688**	.319**	.660**	.387**	.472**	.445**	.467**	.523**	.637**	.636**	.573**	.299**	.178*	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.012	
N	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200	200

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

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



UJI RELIABILITAS

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	200	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	200	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	20

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
item_1	73.12	75.383	.513	.824
item_2	73.36	74.744	.464	.824
item_3	72.99	77.467	.309	.830
item_4	73.07	75.679	.510	.824
item_5	73.24	74.033	.531	.822
item_6	73.25	75.284	.456	.825
item_7	74.74	69.910	.512	.820
item_8	73.80	70.264	.624	.815
item_9	74.19	76.202	.201	.838
item_10	73.30	72.997	.608	.818
item_11	74.32	75.543	.289	.832
item_12	73.88	74.263	.385	.827
item_13	73.76	75.430	.366	.828
item_14	74.20	74.198	.377	.828
item_15	73.47	75.044	.461	.824
item_16	74.47	69.818	.554	.818
item_17	73.94	69.514	.550	.818
item_18	74.35	70.773	.477	.823
item_19	74.16	76.862	.188	.838
item_20	73.36	79.307	.075	.841

LAMPIRAN IV.PRASYARAT UJI HIPOTESIS H1

H1 = CITRA MEREK MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN.

Uji Statistik (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.320	1.678		3.171	.002
	Citra_Merek	.606	.074	.500	8.131	.000

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Uji Statistik (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	501.268	1	501.268	66.108	.000 ^b
	Residual	1501.352	198	7.583		
	Total	2002.620	199			

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. Predictors: (Constant), Citra_Merek

Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Citra_Merek ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.500 ^a	.250	.247	2.754	1.775

a. Predictors: (Constant), Citra_Merek

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

LAMPIRAN V. UJI HIPOTESIS H2

H2 : CITRA MEREK MEMPENGARUHI LOYALITAS KONSUMEN.

Uji statistik (Uji T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.590	1.741		6.657	.000
	Citra_Merek	.310	.077	.274	4.010	.000

a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

Uji Statistik (Uji F)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	131.291	1	131.291	16.081	.000 ^b
	Residual	1616.584	198	8.165		
	Total	1747.875	199			

a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

b. Predictors: (Constant), Citra_Merek

Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Citra_Merek ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.274 ^a	.075	.070	2.857	2.100

a. Predictors: (Constant), Citra_Merek

b. Dependent Variable: Loyalitas_Konsumen

