

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh citra merek, harga, dan kolaborasi merek terhadap keputusan pembelian pada es krim Wall's Cornetto Oreo di kecamatan pasar kemis kabupaten tangerang, maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pengaruh Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian pada es krim Wall's Cornetto Oreo

Penetapan kesimpulan diatas dapat dilihat dari hasil nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah 0.280 yang berarti variabel citra merek (X1) memiliki pengaruh kontribusi sebesar 28% terhadap variabel keputusan pembelian (Y) serta nilai t hitung sebesar $6.175 > t$ tabel 1.660 dengan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga dapat di simpulkan pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa variabel citra merek berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian. Artinya bahwa ada terdapat pengaruh antara variabel citra merek terhadap variabel keputusan pembelian pada es krim Wall's Cornetto Oreo.

2. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian pada es krim Wall's Cornetto Oreo

Penetapan kesimpulan diatas dapat dilihat dari hasil nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah 0.269, yang berarti variabel harga (X_2) memiliki pengaruh kontribusi sebesar 26.9% terhadap variabel keputusan pembelian (Y) serta nilai t hitung sebesar $6.006 > t$ tabel 1.660 dengan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga dapat di simpulkan pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa variabel harga berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian. Artinya bahwa ada terdapat pengaruh antara variabel harga terhadap variabel keputusan pembelian pada es krim Wall's Cornetto Oreo.

3. Pengaruh Kolaborasi Merek terhadap Keputusan Pembelian pada es krim Wall's Cornetto Oreo

Penetapan kesimpulan diatas dapat dilihat dari hasil nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah 0.182, yang berarti variabel kolaborasi merek (X_3) memiliki pengaruh kontribusi sebesar 18.2% terhadap variabel keputusan pembelian (Y) serta nilai t hitung sebesar $4.670 > t$ tabel 1.660 dengan taraf signifikansi $0.000 < 0.05$, sehingga dapat di simpulkan pengujian ini secara statistik membuktikan bahwa variabel kolaborasi merek berpengaruh positif terhadap variabel keputusan pembelian. Artinya bahwa ada terdapat pengaruh antara variabel kolaborasi

merek terhadap variabel keputusan pembelian pada es krim Wall's Cornetto Oreo.

4. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kolaborasi Merek terhadap Keputusan Pembelian pada es krim Wall's Cornetto Oreo

Berdasarkan dari hasil hipotesis dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal ini berarti variabel citra merek, harga, dan kolaborasi merek secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap kinerja keputusan pembelian pada es krim Wall's Cornetto Oreo. Penetapan kesimpulan tersebut dapat dilihat dari hasil nilai F hitung $21.431 > F$ tabel dengan tingkat signifikan $0,000$ karena tingkat signifikan $<$ dari $0,05$. Hal ini menunjukkan bahwa variabel citra merek, harga, dan kolaborasi merek secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian pada es krim Wall's Cornetto Oreo. Artinya apabila variabel citra merek, harga, dan kolaborasi merek dari es krim Wall's Cornetto Oreo tinggi maka keputusan pembelian akan menjadi tinggi, dan sebaliknya jika variabel citra merek, harga, dan kolaborasi merek dari es krim Wall's Cornetto Oreo rendah maka keputusan pembelian akan menjadi rendah.

B. Implikasi

1. Implikasi Teoritis

Berdasarkan dari hasil hipotesis dapat disimpulkan bahwa citra merek, harga, dan kolaborasi merek secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif terhadap kinerja keputusan pembelian pada Wall's Cornetto Oreo. Namun secara parsial citra merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $6.175 > t$ tabel 1.660 , harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $6.006 > t$ tabel 1.660 , dan kolaborasi merek berpengaruh terhadap keputusan pembelian yang ditunjukkan dengan nilai t hitung sebesar $4.670 > t$ tabel 1.660 . Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumen memilih Wall's Cornetto Oreo berdasarkan pada citra merek yang di miliki oleh Wall's Cornetto Oreo.

2. Implikasi Manajerial

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa citra merek, harga, dan kolaborasi merek secara simultan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada es krim Wall's Cornetto Oreo. Hal tersebut di buktikan setelah dilakukan uji T, yang menunjukkan dampak positif terhadap keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, Wall's Cornetto Oreo harus mampu meningkatkan pengelolaan citra merek, harga,

dan kolaborasi merek yang dimiliki sehingga tingkat keputusan pembelian akan meningkat.

3. Implikasi Metodologi

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif serta teknik pengumpulan data dengan *snowball sampling* yaitu pengambilan sampel sumber data yang pada awalnya memiliki jumlah yang sedikit dan belum mampu memberikan data yang lengkap kemudian mengumpulkan data yang berasal dari siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dan cocok sebagai sumber data. Maka penulis menyebar kuisioner kepada 100 responden yang merupakan konsumen yang membeli produk es krim Wall's Cornetto Oreo.

C. Saran

Berdasarkan hasil dari penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan untuk beberapa pihak yaitu diantaranya :

1. Bagi Wall's Cornetto Oreo

Dengan adanya hubungan yang positif dan signifikan antara citra merek, harga, kolaborasi merek terhadap keputusan pembelian pada es krim Wall's Cornetto Oreo, maka diharapkan Wall's Cornetto Oreo dapat terus menjaga kualitas produknya untuk dapat membuat konsumen melakukan keputusan pembelian dan meningkatkan loyalitas terhadap Wall's Cornetto Oreo.

2. Bagi Peneliti Selanjutkan

Peneliti berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan referensi dan model penelitian terutama apabila menggunakan variabel citra merek, harga, dan kolaborasi merek terhadap keputusan pembelian.



DAFTAR PUSTAKA

- D. Muhamad Sidiq Walio H (2018). Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Ice Cream AICE (Studi Pada Pelanggan Di Outlet AICE Malang).
- Claudia Christina Benyamin (2020). Pengaruh Harga, Kualitas Produk, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada KOI CAFÉ di Supermall Karawaci Tangerang.
- Dina Yolanda (2017). Pengaruh *Co-Branding* Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Berlogo Intel Inside (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara).
- Vika Nurpriyanti dan Ratih Hurriyati (2016). Pengaruh Kinerja *Co-branding* Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Minimarket Penjual Es Krim *Wall's Selection Oreo* di Kecamatan Cikajang-Garut).
- Nurhalimah Lubis (2018). Pengaruh Harga, Keberagaman Produk dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian AICE Ice Cream (Studi Kasus Masyarakat Kec. Medan Perjuangan Kota Medan).
- Handoko, T. Hani. 2000. *Manajemen Personalia dan Sumber Daya Manusia*, Edisi ke 2. Yogyakarta: BPFE.
- Sedarmayanti. 2017. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Bandung: Refika Aditama.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Stanton, William J. 2013. *Prinsip Pemasaran*. Alih Bahasa oleh Buchari Alma. Jilid Satu. Edisi Kesepuluh. Jakarta: Erlangga.
- Amstrong, Gary & Philip Kotler. 2002. *Dasar - dasar Pemasaran*. Jilid 1, Alih Bahasa Alexander Sindoro dan Benyamin Molan. Jakarta: Prenhalindo.
- Rambat, Lupiyoadi dan A. Hamdani. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi Kedua. Jakarta; Salemba Empat.
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta: Gramedia.
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Diterjemahkan oleh Bob Sabran. Jilid kedua, Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prenhallindo.

- Supranto, J, dan Nandan Limakrisna. 2007. Prilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran. Edisi Pertama. Jakarta: Mitra Wacana Media.
- Rangkuti, Freddy. 2009. Strategi Promosi yang Kreatif dan Analisis Kasus Integrated Marketing Communication. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- A. B. Susanto dan Himawan Wijanarko. 2004. Power Branding, Membangun Merek Unggul dan Organisasi Pendukungnya. Bandung: Mizan.
- Kartajaya, Hermawan, Yuswohady, Jacky Musrry, dan Taufik. 2004. Positioning, Diffrensiasi, dan Brand. Jakarta: Gramedia
- Schiffman, Leon G., dan Kanuk, Leslie Lazar. 2009. Perilaku Konsumen. Alih bahasa Zulkifli Kasip. Jakarta: PT. Indeks Group Gramedia.
- Bayu Swastha. 2007. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Liberty.
- Kotler, Philip dan Keller, K.L. 2012. Manajemen Pemasaran Jilid I Edisi ke 12. Jakarta: Erlangga.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. Perilaku Konsumen. Jakarta: PT. INDEK.
- Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT. Alfabet.
- Suryani & Hendryadi. 2015. Metode Riset Kuantitatif Teori dan Aplikasi pada Penelitian Bidang Manajemen dan Ekonomi Islam. Jakarta: Prenada Media Group.
- Satibi, Iwan. 2011. Teknik pengumpulan skripsi, Tesis, Desertasi. Bandung: Ceples Press.
- Agus, Erwan Purwanto dan Dyah Ratih Sulistyastuti. 2012. Implementasi Kebijakan Publik. Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta: Gava Media.
- Santoso, Singgih. 2012. Panduan Lengkap SPSS Versi 20. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

DAFTAR RFWAYAT HIDUP

IDENTITAS DIRI

Nama : Konstansius Leonardy Wijaya
Tempat, Tgl. Lahir : Jakarta, 29 Januari 1998
Jenis Kelamin : Laki-laki
Agama : Katolik
.Alamat : Vila ronensi 2 blok FD-5 No.24 P.T008 RW0 10 Kecarnatan
Pasar Kcmis, Kabupatcn Tangcrang. 15562
No. Telepon : 081211381462
Email : constansius.leonardv@gmail.com
IPK Terakhir : 3.54



PENDIDIKAN FORMAL

1. Sekolah Dasar Swasta Kusuma Bangsa (2006 - 2010)
2. Sekolah Menengah Pertama Maria Mediatrix (2010 - 2013)
3. Sekolah Menengah Kejuruan Akuntansi Maria Mediatrix (2013 - 2016)
4. Universitas Buddhi Dharma Fakultas Bisnis (2017 - Sekarang)

PENGALAMAN KERJA

1. Magang SMK di PT. Sekawan Karsa Mulia sebagai Administrasi Gudang (Maret 2015 - April 2015)
2. Bekerja di PT. lot Stream sebagai Asisten Manajer (Febuari 2017 - Agustus 2017)
3. Bekerja di PT. Tri Burlva Mulia Abadi sebagai Adrninistasi Support (September 2017 - Sekarang)

Tangerang, 22 Januari 2021



Konstansius Leonardy Wijaya

Pengajuan Layanan Permohonan Penelitian (Max S Hari) anda Disetujui
1 pesan

Panga(uan Layanan - Universitas Buddhi Dharma ono-reply@buddhidhprma.ac.id>
Kepada: KONSTANSIUS LEONARDY WIJAYA <constar\$iuS.leonardy@gmail.com>

14 Januari 2021 17.01



**UNIVERSITAS
BUDDHI DHARMA**

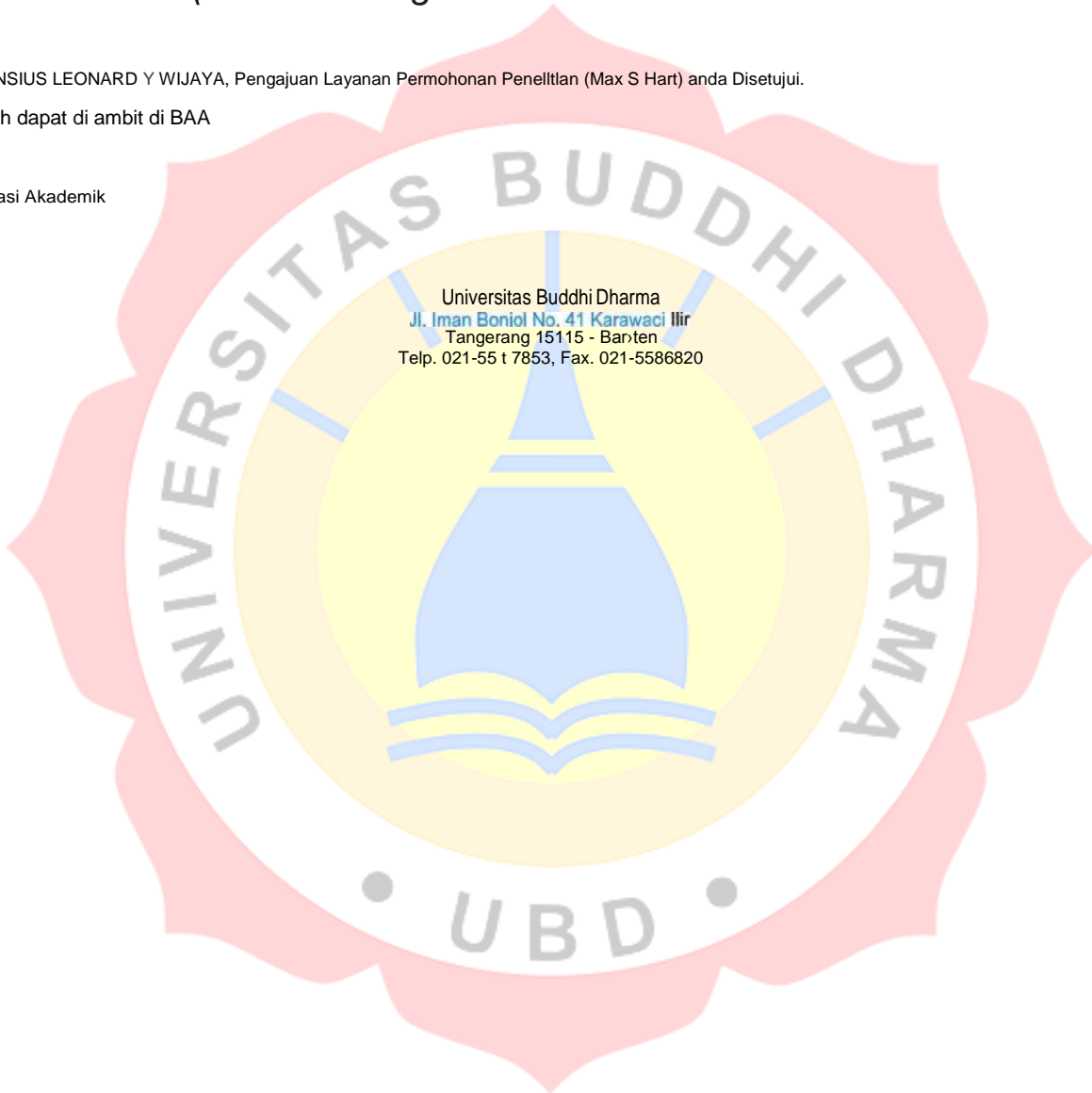
Kieotiv(tas Membnngkit nn li>ovns<

Halo KONSTANSIUS LEONARD Y WIJAYA, Pengajuan Layanan Permohonan Penellttan (Max S Hart) anda Disetujui.

Catalan sudah dapat di ambit di BAA

Terima kasih

Biro Administrasi Akademik




Universitas Buddhi Dharma
Jl. Iman Boniol No. 41 Karawaci Ilir
Tangerang 15115 - Banten
Telp. 021-551 7853, Fax. 021-5586820

JNE

jne.co.id/td/tracking/trace

Please enter JNE Airwaybill Number (one Per line).
Then Click 'Search'.

540800001279521

EM6M5r 

Type the text:

SEARCH

1	540800001279521	GTC	SEMPONG, TANGERANG SELATAN	MEDIA RELATION MANAJER	18 JAN 2021 09:18	SUHERON	DELIVERED
---	-----------------	-----	----------------------------	------------------------	-------------------	---------	-----------

9:58 AM
18 Mar 21

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH CITRA MEREK, HARGA, DAN KOLABORASI MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ES KRIM WALL'S CORNETTO OREO (STUDI KASUS PADA MASYARAKAT KECAMATAN PASAR KEMIS, KABUPATEN TANGERANG)

Petunjuk : Berilah tanda (√) pada jawaban yang Anda Pilih

Sehubungan dengan penyusunan skripsi penelitian, dengan judul yang telah disebutkan diatas. Maka dengan hormat, saya :

Nama : Konstansius Leonardy Wijaya

NIM : 20170500087

PTS : Universitas Buddhi Dharma

Memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisisioner yang saya ajukan ini secara jujur dan terbuka. Peneliti mengucapkan terimakasih atas partisipasi anda karena telah menjadi salah satu responden dan secara sukarela mengisi kuisisioner ini. Peneliti sangat menghargai kejujuran anda dalam mengisi kuisisioner ini dan peneliti menjamin kerahasiaan anda terkait dengan data kuisisioner yang telah diisi.

A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama sebelum menjawab.
2. Anda hanya dapat memberikan satu jawaban di setiap pertanyaan.

3. Isilah kuesioner dengan memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia dan pilih sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
4. Jawaban dari kuesioner terdiri dari 5 jawaban, diantaranya sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

5. Terima kasih atas ketersediaan meluangkan waktu dan berkenan memberikan jawaban pada kuesioner penelitian ini.

B. PERTANYAAN PEMBUKA

1. Apakah anda berdomisi di Kecamatan Pasar Kemis, Kabupaten Tangerang?

() Ya () Tidak

(Mohon tidak melanjutkan pertanyaan ini jika anda tidak berdomisi di Kecamatan Pasar Kemis, Kabupaten Tangerang)

2. Apakah anda pernah mengonsumsi es krim Wall's Cornetto Oreo?

() Ya () Tidak

(Mohon tidak melanjutkan pertanyaan ini jika anda tidak pernah mengonsumsi es krim Wall's Cornetto Oreo)

C. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin : () Pria () Wanita
3. Usia : () < 15 tahun
() 16 - 25 tahun
() 26 - 35 tahun
() >35 tahun
4. Pekerjaan : () Pelajar/Mahasiswa
() Pegawai Swasta
() Wiraswasta
() Ibu Rumah Tangga
() Lainnya
5. Penghasilan perbulan : () < Rp 1.000.000
() Rp 1.000.000 s/d Rp 2.000.000
() Rp 2.000.000 s/d Rp 3.000.000
() > Rp 3.000.000

D. KUESIONER CITRA MEREK

NO	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
----	------------	-----	----	----	---	----

1.	Merek es krim Wall's Cornetto Oreo dikenal oleh banyak orang.					
2.	Merek es krim Wall's Cornetto Oreo mudah untuk dikenali.					
3.	Merek es krim Wall's Cornetto Oreo mudah untuk diingat.					
4.	Merek es krim Wall's Cornetto Oreo memiliki reputasi yang baik.					
5.	Merek es krim Wall's Cornetto Oreo memiliki kepatenan merek.					
6.	Merek es krim Wall's Cornetto Oreo memiliki ciri khas pada produk.					
7.	Merek es krim Wall's Cornetto Oreo memperkenalkan produknya dengan baik.					
8.	Merek es krim Wall's Cornetto Oreo memiliki kualitas produk yang baik.					
9.	Merek es krim Wall's Cornetto Oreo memiliki keunggulan pada produknya.					

10.	Merek es krim Wall's Cornetto Oreo merupakan variasi produk yang menarik.					
-----	---	--	--	--	--	--

E. KUESIONER HARGA

NO	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Es krim Wall's Cornetto Oreo memiliki daftar harga yang lengkap dan informatif.					
2.	Es krim Wall's Cornetto Oreo memberikan diskon menarik pada saat-saat tertentu.					
3.	Es krim Wall's Cornetto Oreo memberikan penawaran harga yang sesuai dengan harapan konsumen.					
4.	Es krim Wall's Cornetto Oreo memiliki harga yang cukup terjangkau.					
5.	Es krim Wall's Cornetto Oreo memiliki harga yang bersaing dengan produk sejenis lainnya.					

6.	Es krim Wall's Cornetto Oreo memiliki harga yang sesuai dengan kualitas produk.					
7.	Es krim Wall's Cornetto Oreo memberikan kemudahan dalam bertransaksi.					
8.	Es krim Wall's Cornetto Oreo memberikan informasi terkait perubahan harga.					
9.	Es krim Wall's Cornetto Oreo memberikan harga sesuai dengan produk yang didapatkan oleh konsumen.					
10.	Es krim Wall's Cornetto Oreo memberikan harga produk yang sesuai dengan manfaat produk.					

F. KUESIONER KOLABORASI MEREK

NO	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mudah mengingat es krim Wall's Cornetto Oreo.					

2.	Saya mudah mengenali es krim Wall's Cornetto Oreo.					
3.	Saya mengingat dengan baik produk es krim Wall's Cornetto Oreo.					
4.	Saya lebih menyukai es krim Wall's Cornetto Oreo dari pada produk es krim sejenis lainnya.					
5.	Rasa Oreo tetap konsisten ketika dipadukan dengan es krim Wall's Cornetto.					
6.	Es krim Wall's Cornetto Oreo memiliki rasa yang unik dan menarik.					
7.	Saya merasa jika Es krim Wall's Cornetto sangat cocok digabungkan dengan Oreo.					
8.	Merek es krim Wall's Cornetto Oreo mampu bersaing dengan merek es krim lainnya.					
9.	Saya merasa es krim Wall's Cornetto Oreo merupakan inovasi es krim yang menarik.					

10.	Produk es krim Wall's Cornetto Oreo merupakan produk yang bermanfaat dan terpercaya.					
-----	--	--	--	--	--	--

G. KUESIONER KEPUTUSAN PEMBELIAN

NO	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya merasa membutuhkan es krim Wall's Cornetto Oreo di saat-saat tertentu.					
2.	Wall's Cornetto Oreo memberikan Informasi terkait kolaborasi produk es krim Wall's Cornetto dengan Oreo.					
3.	Es krim Wall's Cornetto Oreo di produksi dan di pasarkan secara massal untuk menjaga ketersediaan produk.					
4.	Saya merasa mengkonsumsi es krim Wall's Cornetto Oreo memiliki banyak manfaat.					

5.	Saya merasa di layani dengan baik ketika membeli es krim Wall's Cornetto Oreo.					
6.	Wall's Cornetto Oreo memiliki citra merek perusahaan yang baik dan di kenal.					
7.	Es krim Wall's Cornetto Oreo sangat mudah untuk di dapatkan.					
8.	Wall's Cornetto Oreo memiliki layanan konsumen untuk pengaduan jika terdapat produk gagal.					
9.	Saya akan lebih memilih merek es krim Wall's Cornetto Oreo dari pada merek es krim sejenis lainnya.					
10.	Saya merasa tidak kesulitan dalam membeli es krim Wall's Cornetto Oreo.					

NO.	CITRA MEREK										
	(X1)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	47
2	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	44
3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	44
6	4	2	3	4	4	4	4	5	5	5	40
7	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
8	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
10	3	4	3	3	4	4	4	5	5	5	40
11	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
12	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
13	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
14	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
15	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	42
16	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	44
17	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
18	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44
19	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
20	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	42
21	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	44
22	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
23	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	43
24	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	46
25	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	44
26	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	44
27	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	44
28	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	46
29	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	41
30	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
31	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
32	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	40
33	5	5	4	5	5	5	5	3	4	5	46

34	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
35	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
36	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	45
37	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
38	5	4	3	4	4	4	4	3	4	5	40
39	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	47
40	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	42
41	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	41
42	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	46
43	5	4	2	4	3	4	4	4	5	4	39
44	5	4	4	4	5	5	5	4	3	3	42
45	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	44
46	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	44
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
49	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	43
50	5	5	5	4	3	4	4	4	4	5	43
51	4	5	5	5	4	3	2	3	4	5	40
52	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46
53	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	42
54	4	4	5	5	5	5	4	4	3	4	43
55	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	45
56	4	4	5	5	5	4	3	4	5	5	44
57	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
58	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	43
59	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
61	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
62	5	5	4	4	3	4	4	4	3	3	39
63	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	41
64	5	5	5	4	3	4	4	3	4	5	42
65	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
66	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
67	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
68	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	45
69	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	44

70	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
71	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	43
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
74	3	3	4	4	5	4	3	4	5	5	40
75	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
79	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
80	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
81	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	42
82	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	42
83	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
84	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	44
85	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	45
86	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	46
90	3	4	4	5	5	4	2	3	4	4	38
91	5	5	5	5	4	5	5	5	4	3	46
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
93	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
94	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	44
95	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	38
96	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
97	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38
98	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
99	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
100	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45

NO.	HARGA										
	(X2)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
2	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
6	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
7	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	44
8	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	45
9	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
10	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	45
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
12	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
13	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	45
14	5	4	4	3	4	5	5	4	3	4	41
15	5	4	3	4	4	4	5	5	5	4	43
16	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
18	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	44
19	4	4	2	3	4	4	4	5	5	4	39
20	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	47
21	4	4	4	5	4	4	4	4	5	3	41
22	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	40
23	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	43
24	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
25	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
26	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	43
27	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	41
28	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	43
29	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	45
30	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	40
31	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	45
32	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	45
33	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48

34	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	44
35	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46
36	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	45
37	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
38	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	3	3	4	4	4	4	5	5	5	5	42
41	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
42	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	46
43	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	44
44	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	46
45	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	43
46	3	4	4	4	3	4	4	5	5	5	41
47	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	45
48	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	46
49	4	5	5	5	5	5	4	3	3	4	43
50	4	3	4	4	5	5	5	4	5	5	44
51	5	5	5	5	4	4	3	4	5	5	45
52	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
53	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
54	5	4	5	4	5	3	5	3	5	4	43
55	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
56	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
57	5	5	5	5	4	2	4	5	4	4	43
58	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
59	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
60	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	42
61	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
62	4	5	5	5	4	3	3	4	4	3	40
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
64	4	3	4	5	5	4	3	4	4	5	41
65	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	45
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
68	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	44
69	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47

70	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
71	5	5	4	3	4	5	5	5	5	4	45
72	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	42
73	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	43
74	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	39
75	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
76	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
77	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47
78	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43
79	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
80	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
81	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
82	5	4	4	4	3	3	4	4	5	4	40
83	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	46
84	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	46
85	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	45
86	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	41
87	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
88	4	5	4	4	3	3	4	4	5	4	40
89	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
90	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	39
91	4	5	5	5	4	4	4	4	3	3	41
92	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
93	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
94	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	41
95	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	40
96	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
97	4	4	3	3	4	4	4	5	5	4	40
98	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	47
99	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	38
100	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42

NO.	KOLABORASI MEREK										
	(X3)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	45
2	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46
3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
6	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	45
7	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	46
8	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	43
9	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
10	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	44
11	5	5	4	5	5	5	4	3	3	4	43
12	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	44
13	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42
14	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	44
15	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	45
16	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
17	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	45
18	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
19	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	44
20	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	44
21	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46
22	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	44
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
24	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
25	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
26	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	47
27	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	43
28	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	44
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
30	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	42
31	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
32	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	48
33	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	47

34	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	46
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
36	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
37	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	48
38	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	44
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	48
41	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	48
42	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	48
43	4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	45
44	4	4	4	5	5	5	4	3	4	5	43
45	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	46
46	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	46
47	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	47
48	4	3	2	3	4	5	5	5	5	5	41
49	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	47
50	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	47
51	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	43
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	48
54	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	44
55	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	47
56	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	46
57	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	48
58	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	48
59	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	46
60	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	46
61	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	46
62	4	5	4	4	2	4	5	5	4	4	41
63	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	44
64	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	45
65	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	45
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42

70	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	44
71	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	44
72	3	4	4	4	3	3	4	5	5	5	40
73	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
74	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	43
75	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	40
76	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
77	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	45
78	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	42
79	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	44
80	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	40
81	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	44
82	4	3	3	5	5	4	3	2	4	4	37
83	5	4	3	4	4	4	4	5	5	5	43
84	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	45
85	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
86	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44
87	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	40
88	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	42
89	4	5	5	5	4	3	3	4	5	5	43
90	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	42
91	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	43
92	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
93	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48
94	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	47
95	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	40
96	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
97	4	4	3	4	4	3	4	5	5	5	41
98	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	44
99	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	40
100	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45

NO.	KEPUTUSAN PEMBELIAN										
	(Y)										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	TOTAL
1	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
2	5	4	3	3	4	4	4	5	5	5	42
3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
6	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	37
7	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	44
8	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	38
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
10	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	40
11	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	37
12	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
14	5	5	4	4	3	3	4	5	5	4	42
15	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	43
16	5	5	5	4	4	3	3	4	4	5	42
17	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
18	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	41
19	4	4	3	3	4	4	5	5	4	4	40
20	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	39
21	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	40
22	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	39
23	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
24	5	4	5	4	3	4	5	4	4	4	42
25	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	42
26	5	4	3	3	4	4	4	5	5	5	42
27	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
28	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
29	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	36
30	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	35
31	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
32	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
33	4	4	5	5	4	4	3	3	4	4	40

34	4	4	4	4	4	5	5	5	3	5	43
35	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
37	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
38	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	39
39	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
40	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	39
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
43	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	37
44	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	39
45	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
46	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	37
47	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	36
48	4	4	4	3	3	3	4	5	5	4	39
49	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	39
50	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	34
51	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	40
52	5	5	4	4	3	4	4	4	5	5	43
53	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
55	5	5	4	4	3	3	4	4	4	4	40
56	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	37
57	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	40
58	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	39
59	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
60	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
61	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	43
62	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	36
63	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	35
64	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	35
65	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
66	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
67	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	42
68	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
69	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38

70	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	42
71	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
72	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	36
73	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4	34
74	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	35
75	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	35
76	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
77	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	43
78	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	34
79	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	37
80	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	37
81	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	41
82	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
83	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38
84	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	41
85	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	39
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
87	5	4	3	3	4	4	4	4	3	3	37
88	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	40
89	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	37
90	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	37
91	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	39
92	5	4	4	4	3	2	3	4	4	4	37
93	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
95	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	36
96	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	43
97	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	37
98	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
99	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	37
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Tabel Frekuensi Variabel Citra Merek (X1)

CITRA MEREK 01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	3.0	3.0	3.0
	4.00	58	58.0	58.0	61.0
	5.00	39	39.0	39.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

CITRA MEREK 02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	4	4.0	4.0	5.0
	4.00	57	57.0	57.0	62.0
	5.00	38	38.0	38.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

CITRA MEREK 03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	7	7.0	7.0	8.0
	4.00	51	51.0	51.0	59.0
	5.00	41	41.0	41.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

CITRA MEREK 04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	3.0	3.0	3.0
	4.00	59	59.0	59.0	62.0
	5.00	38	38.0	38.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

CITRA MEREK 05

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	5	5.0	5.0	5.0
	4.00	59	59.0	59.0	64.0
	5.00	36	36.0	36.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

CITRA MEREK 06

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	4.0	4.0	4.0
	4.00	68	68.0	68.0	72.0
	5.00	28	28.0	28.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

CITRA MEREK 07

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.0	2.0	2.0
	3.00	4	4.0	4.0	6.0
	4.00	66	66.0	66.0	72.0
	5.00	28	28.0	28.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

CITRA MEREK 08

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	10	10.0	10.0	10.0
	4.00	63	63.0	63.0	73.0
	5.00	27	27.0	27.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

CITRA MEREK 09

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	6	6.0	6.0	6.0
	4.00	45	45.0	45.0	51.0
	5.00	49	49.0	49.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

CITRA MEREK 10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	3.0	3.0	3.0
	4.00	50	50.0	50.0	53.0
	5.00	47	47.0	47.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Harga (X2)

HARGA 01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	3.0	3.0	3.0
	4.00	54	54.0	54.0	57.0
	5.00	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

HARGA 02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	6	6.0	6.0	6.0
	4.00	55	55.0	55.0	61.0
	5.00	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

HARGA 03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	6	6.0	6.0	7.0
	4.00	53	53.0	53.0	60.0
	5.00	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

HARGA 04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	7	7.0	7.0	7.0
	4.00	49	49.0	49.0	56.0
	5.00	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

HARGA 05

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	7	7.0	7.0	7.0
	4.00	53	53.0	53.0	60.0
	5.00	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

HARGA 06

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	8	8.0	8.0	9.0
	4.00	51	51.0	51.0	60.0
	5.00	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

HARGA 07

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	7	7.0	7.0	7.0
	4.00	60	60.0	60.0	67.0
	5.00	33	33.0	33.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

HARGA 08

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	2	2.0	2.0	2.0
	4.00	56	56.0	56.0	58.0
	5.00	42	42.0	42.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

HARGA 09

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	4.0	4.0	4.0
	4.00	40	40.0	40.0	44.0
	5.00	56	56.0	56.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

HARGA 10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	4.0	4.0	4.0
	4.00	51	51.0	51.0	55.0
	5.00	45	45.0	45.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Kolaborasi Merek (X3)

KOLABORASI MEREK 01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	1.0	1.0	1.0
	4.00	52	52.0	52.0	53.0
	5.00	47	47.0	47.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

KOLABORASI MEREK 02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	5	5.0	5.0	5.0
	4.00	50	50.0	50.0	55.0
	5.00	45	45.0	45.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

KOLABORASI MEREK 03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	8	8.0	8.0	9.0
	4.00	48	48.0	48.0	57.0
	5.00	43	43.0	43.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

KOLABORASI MEREK 04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	3.0	3.0	3.0
	4.00	48	48.0	48.0	51.0
	5.00	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KOLABORASI MEREK 05

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	1	1.0	1.0	2.0
	4.00	43	43.0	43.0	45.0
	5.00	55	55.0	55.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KOLABORASI MEREK 06

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	5	5.0	5.0	5.0
	4.00	43	43.0	43.0	48.0
	5.00	52	52.0	52.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KOLABORASI MEREK 07

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	4.0	4.0	4.0
	4.00	47	47.0	47.0	51.0
	5.00	49	49.0	49.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

KOLABORASI MEREK 08

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	3	3.0	3.0	4.0
	4.00	46	46.0	46.0	50.0
	5.00	50	50.0	50.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

KOLABORASI MEREK 09

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	1	1.0	1.0	1.0
	4.00	46	46.0	46.0	47.0
	5.00	53	53.0	53.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

KOLABORASI MEREK 10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	4.00	49	49.0	49.0	49.0
	5.00	51	51.0	51.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Keputusan Pembelian (Y)

KEPUTUSAN PEMBELIAN 01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	6	6.0	6.0	6.0
	4.00	70	70.0	70.0	76.0
	5.00	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	15	15.0	15.0	15.0
	4.00	71	71.0	71.0	86.0
	5.00	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	27	27.0	27.0	27.0
	4.00	59	59.0	59.0	86.0
	5.00	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	26	26.0	26.0	26.0
	4.00	65	65.0	65.0	91.0
	5.00	9	9.0	9.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 05

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	23	23.0	23.0	24.0
	4.00	71	71.0	71.0	95.0
	5.00	5	5.0	5.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 06

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	22	22.0	22.0	23.0
	4.00	73	73.0	73.0	96.0
	5.00	4	4.0	4.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 07

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	26	26.0	26.0	27.0
	4.00	63	63.0	63.0	90.0
	5.00	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 08

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	19	19.0	19.0	19.0
	4.00	70	70.0	70.0	89.0
	5.00	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 09

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	15	15.0	15.0	15.0
	4.00	74	74.0	74.0	89.0
	5.00	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN 10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	5	5.0	5.0	5.0
	4.00	82	82.0	82.0	87.0
	5.00	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Uji Validitas

Tabel Uji Validitas Citra Merek (X1)

Uji Validitas Citra Merek (X1)

Variabel	Item	Nilai Korelasi	r Tabel	Kesimpulan
Citra Merek (X1)	Item 1	0.507**	0.1966	Valid
	Item 2	0.513**	0.1966	Valid
	Item 3	0.547**	0.1966	Valid
	Item 4	0.444**	0.1966	Valid
	Item 5	0.416**	0.1966	Valid
	Item 6	0.573**	0.1966	Valid
	Item 7	0.522**	0.1966	Valid
	Item 8	0.508**	0.1966	Valid
	Item 9	0.487**	0.1966	Valid
	Item 10	0.390**	0.1966	Valid

Tabel Uji Validitas Harga (X2)

Uji Validitas Harga (X2)

Variabel	Item	Nilai Korelasi	r Tabel	Kesimpulan
Harga (X2)	Item 1	0.481**	0.1966	Valid
	Item 2	0.435**	0.1966	Valid
	Item 3	0.561**	0.1966	Valid
	Item 4	0.554**	0.1966	Valid
	Item 5	0.590**	0.1966	Valid
	Item 6	0.590**	0.1966	Valid
	Item 7	0.432**	0.1966	Valid
	Item 8	0.321**	0.1966	Valid
	Item 9	0.323**	0.1966	Valid
	Item 10	0.409**	0.1966	Valid

Tabel Uji Validitas Kolaborasi Merek (X3)

Uji Validitas Kolaborasi Merek (X3)

Variabel	Item	Nilai Korelasi	r Tabel	Kesimpulan
Kolaborasi Merek (X3)	Item 1	0.618**	0.1966	Valid
	Item 2	0.528**	0.1966	Valid
	Item 3	0.615**	0.1966	Valid
	Item 4	0.515**	0.1966	Valid
	Item 5	0.417**	0.1966	Valid
	Item 6	0.533**	0.1966	Valid
	Item 7	0.455**	0.1966	Valid
	Item 8	0.475**	0.1966	Valid
	Item 9	0.408**	0.1966	Valid
	Item 10	0.518**	0.1966	Valid

Tabel Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Variabel	Item	Nilai Korelasi	r Tabel	Kesimpulan
Keputusan Pembelian (Y)	Item 1	0.431**	0.1966	Valid
	Item 2	0.603**	0.1966	Valid
	Item 3	0.512**	0.1966	Valid
	Item 4	0.420**	0.1966	Valid
	Item 5	0.440**	0.1966	Valid
	Item 6	0.426**	0.1966	Valid
	Item 7	0.453**	0.1966	Valid
	Item 8	0.532**	0.1966	Valid
	Item 9	0.459**	0.1966	Valid
	Item 10	0.427**	0.1966	Valid

Tabel Reabilitas Citra Merek (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.649	.650	10

Uji Reabilitas Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.615	.608	10

Uji Reabilitas Kolaborasi Merek (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.680	.682	10

Uji Reabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.607	.612	10

Tabel Uji Analisis Statistik Deskripsi

Descriptive Statistics						
	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1	100	12.00	38.00	50.00	43.1400	2.83207
X2	100	12.00	38.00	50.00	43.6400	2.80159
X3	100	13.00	37.00	50.00	44.5700	2.91029
Y	100	10.00	34.00	44.00	39.2500	2.54406
Valid N (listwise)	100					

Tabel Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	1.96881416	
Most Extreme Differences	Absolute	.045	
	Positive	.042	
	Negative	-.045	
Test Statistic		.045	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.983 ^e	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.980
		Upper Bound	.987

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.
- e. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

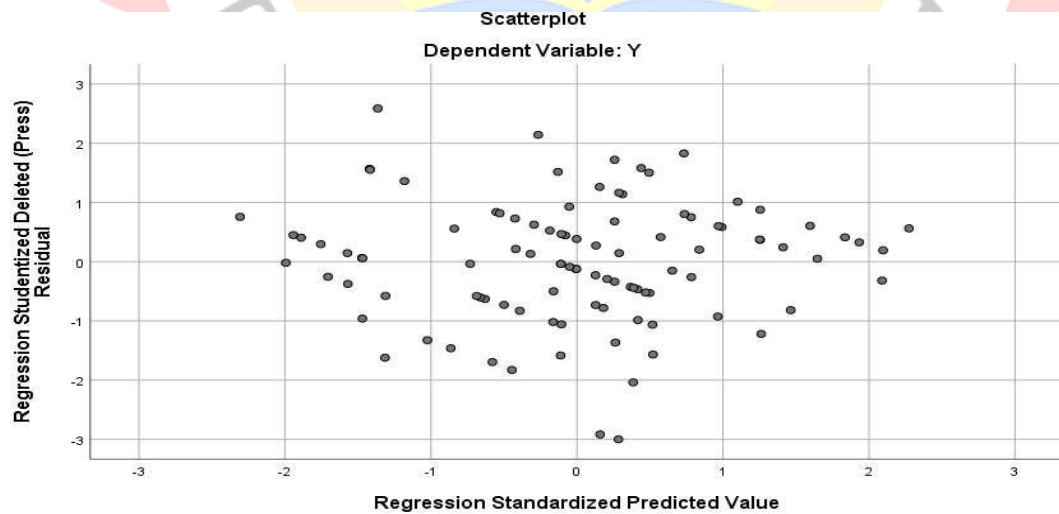
2. Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Collinearity Statistics		
		B	Std. Error	Beta	T	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.940	3.957		2.007	.048		
	X1	.297	.082	.330	3.621	.000	.749	1.335
	X2	.253	.086	.278	2.929	.004	.691	1.446
	X3	.168	.078	.192	2.157	.033	.787	1.270

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Heteroskedastisitas



Tabel Uji Regresi Linear Sederhana

1. Analisis Regresi Linear Sederhana X1 terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	18.741	3.329		5.630	.000
	X1	.475	.077	.529	6.175	.000

a. Dependent Variable: Y

2. Uji Koefisiensi Determinasi (R²) Citra Merek (X1)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.529 ^a	.280	.273	2.16955

a. Predictors: (Constant), X1

b. Dependent Variable: Y

3. Analisis Regresi Linear Sederhana X2 terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	18.695	3.429		5.451	.000
	X2	.471	.078	.519	6.006	.000

a. Dependent Variable: Y

4. Uji Koefiensi Determinasi (R^2) Harga (X2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.519 ^a	.269	.262	2.18613

a. Predictors: (Constant), X2

b. Dependent Variable: Y

5. Analisis Regresi Linear Sederhana X3 terhadap Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	22.626	3.567		6.343	.000
	X3	.373	.080	.427	4.670	.000

a. Dependent Variable: Y

6. Uji Koefiensi Determinasi (R^2) Kolaborasi Merek (X3)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.427 ^a	.182	.174	2.31256

a. Predictors: (Constant), X3

b. Dependent Variable: Y

Tabel Uji Regresi Linear Berganda

1. Uji Persamaan Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	7.940	3.957		2.007	.048		
	X1	.297	.082	.330	3.621	.000	.749	1.335
	X2	.253	.086	.278	2.929	.004	.691	1.446
	X3	.168	.078	.192	2.157	.033	.787	1.270

a. Dependent Variable: Y

2. Uji Koefisien Determinasi (*Adjusted R²*)

Model Summary ^b						
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson	
1	.633 ^a	.401	.382	1.99934	1.739	

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Tabel Uji Hipotesis

1. Uji Signifikansi Parsial Citra Merek X1 (Uji Statistik T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	18.741	3.329		5.630	.000
	X1	.475	.077	.529	6.175	.000

a. Dependent Variable: Y

2. Uji Signifikansi Parsial Harga X2 (Uji Statistik T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	18.695	3.429		5.451	.000
	X2	.471	.078	.519	6.006	.000

a. Dependent Variable: Y

3. Uji Signifikansi Parsial Harga X2 (Uji Statistik T)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	22.626	3.567		6.343	.000
	X3	.373	.080	.427	4.670	.000

a. Dependent Variable: Y

4. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	257.003	3	85.668	21.431	.000 ^b
	Residual	383.747	96	3.997		
	Total	640.750	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

