

LAMPIRAN

Lampiran I

KUESIONER PENELITIAN
PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN BRAND AWARENESS
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK KAKAO DOMESTIK
BUMDES RONDO KUNING

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/I

Konsumen Chocolate Rondo Kuning

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang akan saya lakukan dalam penyelesaian penyusunan skripsi pada Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta, saya meminta kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I diantara kesibukan dan sela waktunya yang sangat berharga untuk dapat mengisi daftar pertanyaan yang terlampir berikut ini. Penelitian ini saya lakukan untuk mengetahui pengaruh promosi, harga, dan brand awareness terhadap keputusan pembelian produk kakao domestik BUMDES Rondo Kuning.

Besar harapan saya agar Bapak/Ibu/Sdr/I dapat mengisi daftar pertanyaan yang saya ajukan dengan sebaik-baiknya. Kesungguhan Anda dalam menjawab setiap pertanyaan tersebut merupakan bantuan yang sangat berguna bagi saya. Atas kesediaan dan bantuan dari Bapak/Ibu/Sdr/I, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

(Gilang Aji Bayu Prasetyo)

II. Petunjuk Pengisian

Berikan tanda (√) yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

A. Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin : Laki-Laki Perempuan

Usia : a. < 20 tahun c. 30 – 39 tahun

b. 20 – 29 tahun d. > 40 tahun

Pekerjaan : a. Pelajar / mahasiswa

b. Wiraswasta

c. Pegawai Negeri

d. Pegawai Swasta

e. Lainnya, yaitu

B. Pertanyaan

1. Promosi

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Chocolate Rondo Kuning melakukan promosi melalui media sosial.					
2	Saya mendapatkan informasi mengenai Chocolate Rondo Kuning melalui informasi mulut ke mulut					
3	Chocolate Rondo Kuning menawarkan kemasan spesial di hari tertentu.					
4.	Promosi yang dilakukan oleh Chocolate Rondo Kuning mampu membujuk saya untuk membeli produknya.					

2. Harga

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih Chocolate Rondo Kuning karena harganya terjangkau.					
2	Harga Chocolate Rondo Kuning sesuai dengan kualitas yang ditawarkan.					
3	Harga Chocolate Rondo Kuning bersaing dengan harga produk lain.					
4	Harga Chocolate Rondo Kuning bervariasi sesuai jenis dan ukuran					
5	Harga yang ditawarkan Chocolate Rondo Kuning sesuai dengan uang saku mahasiswa					

3. Brand Awareness

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih Chocolate Rondo Kuning karena merek nya mudah di ingat.					
2	Ketika ditanya kategori produk kakao domestik, Merek yang muncul di benak saudara adalah merek Chocolate Rondo Kuning.					
3	Produk Chocolate Rondo Kuning dikenal karena kualitas dan bukan karena harganya.					
4.	Anda sering mendengar nama merek Chocolate Rondo Kuning.					
5	Anda sering membeli produk Chocolate Rondo Kuning					

4. Keputusan pembelian

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mencari informasi tentang Chocolate Rondo Kuning untuk memantapkan pembelian terhadap produk tersebut					
2	Saya membeli Chocolate Rondo Kuning karena saya menikmati produknya					
3	Saya memilih untuk membeli Chocolate Rondo Kuning dibanding produk kakao yang lain					
4.	Saya merasa puas setelah membeli dan mengkonsumsi Chocolate Rondo Kuning					
5	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian ulang pada Chocolate Rondo Kuning					

DATA RESPONDEN

Resp.	Promosi				Total	Harga					Total	Brand awareness					Total	Kep. Pembelian					Total
	1	2	3	4		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
1	4	4	4	4	16	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	3	19	4	5	4	4	4	21
2	4	4	4	4	16	3	3	3	3	5	17	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20
3	4	3	4	3	14	3	4	3	4	4	18	3	3	3	4	4	17	4	4	3	4	4	19
4	5	3	5	3	16	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24
5	5	4	5	4	18	4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	4	22
6	5	5	5	4	19	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
7	5	5	5	4	19	4	5	4	5	5	23	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
8	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22
9	4	5	4	5	18	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	5	22
10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
11	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
12	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	19	4	4	4	5	3	20	5	4	4	4	4	21
13	5	4	5	4	18	5	4	5	4	4	22	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25
14	5	4	4	4	17	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	5	22
15	5	5	5	5	20	5	4	5	4	4	22	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
16	4	4	4	4	16	5	4	4	4	3	20	4	4	4	4	4	20	5	5	5	3	3	21
17	5	5	5	4	19	3	5	5	5	5	23	5	5	5	4	4	23	5	5	4	5	5	24
18	5	4	4	5	18	4	4	4	5	5	22	4	5	5	4	4	22	5	5	5	3	5	23
19	5	3	5	3	16	4	4	5	5	5	23	5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	5	24
20	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	5	21	4	3	5	5	5	22
21	5	4	5	5	19	5	5	4	4	4	22	5	5	5	4	4	23	4	5	5	5	5	24
22	5	5	4	5	19	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
23	4	4	4	4	16	5	5	5	4	4	23	4	4	4	5	4	21	5	5	5	4	4	23
24	4	4	4	4	16	5	5	4	4	4	22	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	5	23
25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
26	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	3	16	3	4	4	3	3	17
27	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
28	4	3	4	3	14	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	3	19	4	4	4	4	4	20
29	5	4	4	5	18	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	5	22	4	5	5	5	4	23
30	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	2	22
31	5	4	4	5	18	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	5	22	5	5	5	3	5	23
32	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	5	21	4	4	5	4	5	22
33	4	4	4	4	16	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	4	22	4	5	5	5	5	24
34	4	3	4	3	14	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
35	3	4	4	4	15	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	3	18	3	4	4	4	4	19

Resp.	Promosi				Total	Harga					Total	Brand awareness					Total	Kep. Pembelian					Total
	1	2	3	4		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
36	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	4	4	17
37	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21
38	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	5	17
39	4	4	4	4	16	5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
40	3	3	3	3	12	4	4	4	3	4	19	4	4	4	3	3	18	4	4	4	3	4	19
41	5	5	4	5	19	2	5	5	5	5	22	5	5	4	4	4	22	5	5	4	5	5	24
42	5	5	4	4	18	4	4	4	5	5	22	5	5	4	4	4	22	5	5	5	3	5	23
43	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	4	3	3	3	3	16
44	4	4	4	4	16	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	5	23
45	5	5	5	4	19	5	5	5	4	4	23	5	5	4	4	4	22	5	5	4	5	5	24
46	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	21	4	4	5	4	4	21	5	5	4	4	4	22
47	5	3	5	3	16	5	5	4	5	4	23	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	4	24
48	4	4	4	4	16	5	5	5	4	5	24	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
49	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16
50	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	4	3	3	3	16
51	3	3	3	3	12	4	4	4	3	3	18	4	4	3	3	3	17	3	4	4	4	4	19
52	4	3	4	3	14	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	3	19	4	3	4	4	4	19
53	4	4	5	4	17	4	4	4	4	4	20	4	5	4	4	4	21	4	4	5	5	4	22
54	4	4	4	4	16	3	3	3	5	5	19	3	3	4	4	4	18	5	4	4	4	5	22
55	4	4	4	4	16	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
56	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	5	22
57	5	5	4	4	18	4	4	5	4	4	21	5	4	5	4	4	22	5	5	5	5	4	24
58	3	3	3	3	12	3	4	4	4	3	18	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	4	20
59	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
60	5	4	4	4	17	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	4	24	4	4	4	5	5	22
61	4	4	4	4	16	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	3	19	4	5	4	4	4	21
62	4	4	4	4	16	3	3	3	3	5	17	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20
63	4	3	4	3	14	3	4	3	4	4	18	3	3	3	4	4	17	4	4	3	4	4	19
64	5	3	5	3	16	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24
65	5	4	5	4	18	4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	4	22
66	4	5	5	5	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25
67	5	5	4	4	18	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	5	25
68	5	4	4	4	17	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22
69	4	5	4	5	18	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	5	22
70	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
71	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21

Resp.	Promosi				Total	Harga					Total	Brand awareness					Total	Kep. Pembelian					Total
	1	2	3	4		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5		1	2	3	4	5	
72	4	4	4	4	16	3	3	3	3	3	15	4	4	4	5	3	20	5	4	4	4	4	21
73	4	4	4	4	16	4	4	3	3	3	17	3	3	4	4	4	18	5	5	4	4	4	22
74	4	4	4	4	16	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
75	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
76	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
77	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	19	4	4	4	5	3	20	5	4	4	4	4	21
78	3	3	3	3	12	3	4	4	4	3	18	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	4	20
79	4	4	4	4	16	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
80	5	4	5	4	18	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
81	4	4	4	4	16	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	3	19	4	5	4	4	4	21
82	4	4	4	4	16	3	3	3	3	5	17	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20
83	4	3	4	3	14	3	4	3	4	4	18	3	3	3	4	4	17	4	4	3	4	4	19
84	5	3	5	3	16	4	4	5	4	4	21	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24
85	5	4	5	4	18	4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	4	22
86	5	4	4	5	18	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	5	5	5	5	5	25
87	5	4	5	5	19	4	4	4	4	4	20	5	4	5	4	4	22	5	5	5	5	5	25
88	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22
89	4	5	4	5	18	5	4	4	4	4	21	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	5	22
90	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
91	4	4	4	4	16	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
92	4	4	4	4	16	3	4	4	4	4	19	4	4	4	5	3	20	5	4	4	4	4	21
93	5	4	5	4	18	5	4	5	5	5	24	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25
94	5	4	5	4	18	4	4	4	5	4	21	4	4	5	4	4	21	4	4	4	5	5	22
95	4	4	4	4	16	3	4	3	4	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21
96	4	4	4	4	16	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	3	19	4	5	4	4	4	21
97	4	4	4	4	16	3	3	3	3	5	17	4	4	4	3	3	18	4	4	4	4	4	20
98	4	3	4	3	14	3	4	3	4	4	18	3	3	3	4	4	17	4	4	3	4	4	19
99	5	3	5	3	16	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	4	23	5	5	5	5	4	24
100	5	4	5	4	18	4	4	4	4	5	21	4	5	4	4	4	21	4	5	5	4	4	22

Lampiran 2

Tabel Harga Kritis dari r

Tabel r Product Moment
Pada Sig.0,05 (Two Tail)

N	R	N	R	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.170	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.170	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.200	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.250	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.240	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.130
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.130
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.130
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.160	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.160	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

Lampiran 3

Distribusi Nilai t_{tabel}

N	5%	2,5%
70	1,667	1,994
71	1,667	1,994
72	1,666	1,993
73	1,666	1,993
74	1,666	1,993
75	1,665	1,992
76	1,665	1,992
77	1,665	1,991
78	1,665	1,991
79	1,664	1,990
80	1,664	1,990
81	1,664	1,990
82	1,664	1,989
83	1,663	1,989
84	1,663	1,989
85	1,663	1,988
86	1,663	1,988
87	1,663	1,988
88	1,662	1,987
89	1,662	1,987
90	1,662	1,987
91	1,662	1,986
92	1,662	1,986
93	1,661	1,986
94	1,661	1,986
95	1,661	1,985
96	1,661	1,985
97	1,661	1,985
98	1,661	1,984
99	1,660	1,984
100	1,660	1,984

Lampiran 4

Distribusi Nilai F_{tabel} $\alpha = 5\%$

N	1	2	3	4
60	4,001	3,150	2,758	2,525
61	3,998	3,148	2,755	2,523
62	3,996	3,145	2,753	2,520
63	3,993	3,143	2,751	2,518
64	3,991	3,140	2,748	2,515
65	3,989	3,138	2,746	2,513
66	3,986	3,136	2,744	2,511
67	3,984	3,134	2,742	2,509
68	3,982	3,132	2,740	2,507
69	3,980	3,130	2,737	2,505
70	3,978	3,128	2,736	2,503
71	3,976	3,126	2,734	2,501
72	3,974	3,124	2,732	2,499
73	3,972	3,122	2,730	2,497
74	3,970	3,120	2,728	2,495
75	3,968	3,119	2,727	2,494
76	3,967	3,117	2,725	2,492
77	3,965	3,115	2,723	2,490
78	3,963	3,114	2,722	2,489
79	3,962	3,112	2,720	2,487
80	3,960	3,111	2,719	2,486
81	3,959	3,109	2,717	2,484
82	3,957	3,108	2,716	2,483
83	3,956	3,107	2,715	2,482
84	3,955	3,105	2,713	2,480
85	3,953	3,104	2,712	2,479
86	3,952	3,103	2,711	2,478
87	3,951	3,101	2,709	2,476
88	3,949	3,100	2,708	2,475
89	3,948	3,099	2,707	2,474
90	3,947	3,098	2,706	2,473

N	1	2	3	4
91	3,946	3,097	2,705	2,472
92	3,945	3,095	2,704	2,471
93	3,943	3,094	2,703	2,470
94	3,942	3,093	2,701	2,469
95	3,941	3,092	2,700	2,467
96	3,940	3,091	2,699	2,466
97	3,939	3,090	2,698	2,465
98	3,938	3,089	2,697	2,465
99	3,937	3,088	2,696	2,464
100	3,936	3,087	2,696	2,463

Lampiran 5

Uji Validitas Promosi

Correlations

		P1	P2	P3	P4	Promosi
P1	Pearson Correlation	1	,424**	,804**	,411**	,830**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,424**	1	,332**	,818**	,810**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	,804**	,332**	1	,281**	,753**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001		,005	,000
	N	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	,411**	,818**	,281**	1	,790**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,005		,000
	N	100	100	100	100	100
Promosi	Pearson Correlation	,830**	,810**	,753**	,790**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

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

Lampiran 6

Uji Reliabilitas Promosi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	100	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables

in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
Alpha	
,808	4

Lampiran 7

Uji Validitas Harga

Correlations

		H1	H2	H3	H4	H5	Harga
H1	Pearson Correlation	1	,596**	,600**	,251*	,088	,714**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,012	,386	,000
	N	100	100	100	100	100	100
H2	Pearson Correlation	,596**	1	,677**	,482**	,219*	,806**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,028	,000
	N	100	100	100	100	100	100
H3	Pearson Correlation	,600**	,677**	1	,432**	,245*	,812**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,014	,000
	N	100	100	100	100	100	100
H4	Pearson Correlation	,251*	,482**	,432**	1	,513**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,012	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
H5	Pearson Correlation	,088	,219*	,245*	,513**	1	,567**
	Sig. (2-tailed)	,386	,028	,014	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	,714**	,806**	,812**	,732**	,567**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 8

Uji Reliabilitas Harga

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables

in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,769	5

Lampiran 9

Uji Validitas Brand Awareness

Correlations

		BA1	BA2	BA3	BA4	BA5	Brand Awareness
BA1	Pearson Correlation	1	,767**	,614**	,286**	,277**	,775**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,004	,005	,000
	N	100	100	100	100	100	100
BA2	Pearson Correlation	,767**	1	,635**	,341**	,330**	,809**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100
BA3	Pearson Correlation	,614**	,635**	1	,461**	,413**	,816**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
BA4	Pearson Correlation	,286**	,341**	,461**	1	,629**	,708**
	Sig. (2-tailed)	,004	,001	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
BA5	Pearson Correlation	,277**	,330**	,413**	,629**	1	,700**
	Sig. (2-tailed)	,005	,001	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Brand Awareness	Pearson Correlation	,775**	,809**	,816**	,708**	,700**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 10

Uji Reliabilitas Brand Awareness

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
	Valid	100	100,0
Cases	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables

in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
Alpha	
,818	5

Lampiran 11

Uji Validitas Keputusan Pembelian

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KeputusanPe mbelian
KP1	Pearson Correlation	1	,529 [*]	,379 [*]	,288 [*]	,187	,677 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,004	,063	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KP2	Pearson Correlation	,529 ^{**}	1	,563 [*]	,332 [*]	,169	,732 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,092	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KP3	Pearson Correlation	,379 ^{**}	,563 [*]	1	,428 [*]	,288 ^{**}	,761 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KP4	Pearson Correlation	,288 ^{**}	,332 [*]	,428 [*]	1	,493 ^{**}	,729 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,004	,001	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
KP5	Pearson Correlation	,187	,169	,288 [*]	,493 [*]	1	,610 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	,063	,092	,004	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
KeputusanPe mbelian	Pearson Correlation	,677 ^{**}	,732 [*]	,761 [*]	,729 [*]	,610 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 12

Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

a. Listwise deletion based on all variables

in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's	N of Items
Alpha	
,742	5

Lampiran 13

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	,77652196
Most Extreme Differences	Absolute	,127
	Positive	,127
	Negative	-,097
Kolmogorov-Smirnov Z		1,275
Asymp. Sig. (2-tailed)		,077

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 14

Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	2,873	,744		3,861	,000		
1 Promosi	,298	,070	,262	4,245	,000	,351	2,848
Harga	,283	,070	,306	4,023	,000	,232	4,316
Brand Awareness	,412	,089	,432	4,637	,000	,154	6,487

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 15

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,063	,478		,132	,895
1 Promosi	,089	,045	,331	1,966	,052
Harga	,009	,045	,040	,192	,848
Brand Awareness	-,054	,057	-,238	-,937	,351

a. Dependent Variable: abs_res

Lampiran 16

Analisis Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Brand Awareness, Promosi, Harga ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,934 ^a	,872	,868	,789

a. Predictors: (Constant), Brand Awareness, Promosi, Harga

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	405,304	3	135,101	217,264	,000 ^b
	Residual	59,696	96	,622		
	Total	465,000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand Awareness, Promosi, Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,873	,744		3,861	,000
	Promosi	,298	,070	,262	4,245	,000
	Harga	,283	,070	,306	4,023	,000
	Brand Awareness	,412	,089	,432	4,637	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian