

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D. A., McLoughlin, D. (2010). *Strategic Market Management: Global Perspectives*. Spanyol: Wiley.
- Aaker, J. L. 1997. Dimensions of brand personality. *Journal of marketing research*. 34(3), pp. 347-357
- Am Mustakim, S., 2019. Analisis Pengaruh Word Of Mouth, Brand Awareness Dan Region Of Origin Terhadap Keputusan Pembelian Di Warung Lesehan Bebek Goreng Asli Gunung Kidul. *JBMP (Jurnal Bisnis, Manajemen dan Perbankan)*, 5(1), pp.20-29.
- Andy, Sernovitz. 2010. *Word Of Mouth Marketing : How Smart Companies Get People Talking (Revised Edition)*. New York : Kaplan Publishing.
- APJII. (2020). Buletin APJII. In Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (p. 1). <https://apjii.or.id/content/read/104/503/BULETIN-APJII-EDISI-74---November-2020>
- Benerjee A, Fudenberg. 2004. Word of mouth learning. *Journal of Games and Economic Behaviour*. 46(1), pp. 1-22
- Dewi, N. N. K. A., & Warmika, I. G. K. (2017). Pengaruh Internet Marketing, Brand Awareness, dan Wom Communication Terhadap Keputusan Pembelian Produk Spa Bali Alus. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 6(10), 5580-5606.
- Diansyah, D., & Nurmalasari, A. I. (2017). Pengaruh Pemasaran Internet Dan Electronic Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Dengan Kesadaran Merek Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. *Journal Of Business Studies*, 2(1), 84-98.
- Durianto, Darmadi, Sugiarto, dan Toni Sitingjak. (2001). *Strategi Menaklukan Pasar melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Ferrinadewi, Erna. 2008. *Merek dan psikologi konsumen*. Yogyakarta. Graha Ilmu. Online
- Hasan, Ali. 2010. *Marketing dari Mulut ke Mulut*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/22/telkomsel-jadi-operator-seluler-dengan-pelanggan-terbanyak-di-indonesia> diakses pada tanggal 07 Januari 2022
- [https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id\\_ID/page/ir-laporan-tahunan-150](https://www.telkom.co.id/sites/about-telkom/id_ID/page/ir-laporan-tahunan-150) diakses pada tanggal 06 Januari 2022
- Iqram, Muhammad. (2020). Pengaruh Brand Image dan Kualitas Layanan Terhadap Keputusan Menyewa Lapangan Futsal Goro Di Kota Makassar. (Skripsi, Universitas Hasanuddin).

- Joesyiana, K., 2018. The Effect Of Word Of Mouth On Consumer Purchasing Decisions At Shopee (Online Shop) In Pekanbaru. *Valuta*, 4(1), pp.71-85.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2009). *Manajemen Pemasaran* (13 ed.). Jakarta: Erlangga.
- Kusuma P. H. A, dkk, (2020) *Brand Management: Esensi, Posisi dan Strategi*. (n.p.): Yayasan Kita Menulis.
- Levens, M. (2010). *Marketing: Defined, Explained, Applied*. Hall Pearson Education International.
- Mongi, L., Mananeke, L. and Repi, A., 2014. Kualitas produk, strategi promosi dan harga pengaruhnya terhadap keputusan pembelian kartu Simpati Telkomsel di Kota Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 1(4).
- Naufal, Andi M. Aqib. (2020). *Pengaruh Brand Image dan Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin*. (Skripsi, Universitas Hasanuddin).
- Nopriani, Y., 2017. *Pengaruh Kualitas Produk, Brand Image Telkomsel Terhadap Loyalitas Pelanggan Dengan Kepuasan Sebagai Variabel Moderating: Studi Pada Mahasiswa/I Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Uin Raden Fatah Palembang.[Skripsi]* (Doctoral Dissertation, Uin Raden Fatah Palembang).
- Nurmalina, R., yulianti, C., Utami, A. D., Sari, R. M., Risenasar, H., Siwang, R. S., Khotimah, H., Rosiana, N., Rachman, A., dan Hasibuan, M. (2015). *Pemasaran: Konsep dan Aplikasi*. Bogor: PT. Penerbit IPB Press
- Oktaviani, F. and Rustandi, D., 2018. Implementasi digital marketing dalam membangun brand awareness. *PRofesi Humas*, 3(1), pp.1-20.
- Purwanti, P., Sarwani, S. and Sunarsi, D., 2020. Pengaruh Inovasi Produk Dan Brand Awareness Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada PT. Unilever Indonesia. *Inovasi*, 7(1), pp.24-31.
- Purwiyanto, D., & Purwanto, FX. A. (2020). Brand Awareness Sebagai Variabel Pemeditasi Pengaruh Internet Marketing Terhadap Keputusan Pembelian. (Studi Kasus Mahasiswa Diploma Pelayaran Pada Pembelian Tiket Online di PT PELNI). *JIABI*, 4(2).
- Putra, M. Ade. (2020). *Pengaruh Brand Awareness, Brand Loyalty, Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Dalam Memilih Tokopedia*. (Skripsi, Universitas Hasanuddin).

- Ruhamak, M. D., & Husniati, E. (2018). Pengaruh Word Of Mouth, Minat Konsumen Dan Brand Image Terhadap Keputusan Konsumen (Studi Pada Pelajar Lembaga Kursus Di Area Kampung Inggris Pare Kediri). *EKONIKA: Jurnal Ekonomi Universitas Kadiri*, 3(2), 118-135.
- Sari, F.P. and Yuniati, T., 2016. Pengaruh harga citra merek dan word of mouth terhadap keputusan pembelian konsumen. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6).
- Suciningtyas, W., 2012. Pengaruh Brand Awareness, brand image, dan media communication terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 1(1).
- Sumardy, M. Silviana, dan M. Melona. 2011. *The Power of Word of Mouth Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Sumiati, dkk. 2016. *Brand dalam Implikasi Bisnis*. Malang : Universitas Brawijaya Press.
- Susanto, A. B., Wijarnako, H. (2004). *Power branding: membangun merek unggul dan organisasi pendukungnya*. Indonesia: Quantum Bisnis & Manajemen.
- Sutisna, 2012. *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Edisi kedua. Bandung.
- Sutrasmawati, R.E., 2016. Pengaruh brand awareness dan brand image terhadap keputusan pembelian. *Management Analysis Journal*, 5(4).
- Utomo, I.W., 2017. Pengaruh Brand Image, Brand Awareness, Dan Brand Trust Terhadap Brand Loyalty Pelanggan Online Shopping (Studi Kasus Karyawan Di BSI Pemuda). *Jurnal Komunikasi*, 8(1).
- Yusuf, I. S. H., & Abdulhaji, S. (2020). PENGARUH KESADARAN MEREK, HARGA DAN WORD OF MOUTH TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE XIAOMI DI KOTA TERNATE. *Jurnal Manajemen Sinergi*, 7(1).

# LAMPIRAN

**Lampiran 1 – Biodata****BIODATA****Identitas Diri**

Nama : Muhammad Wahyu Perdana Kasim  
Tempat, Tanggal Lahir : Makassar, 17 November 1999  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Agama : Islam  
Alamat Rumah : Jl. Bumi 11 Blok A/12 No. 6, Makassar  
No. Telepon : 081395323984  
E-mail : perdanawahyu03@gmail.com

**Riwayat Pendidikan**

- SD Inpres Perumnas 1 : 2005 – 2011
- MTs Negeri 1 Makassar : 2011 – 2014
- MAN 2 Makassar : 2014 – 2017
- Universitas Hasanuddin : 2017 – 2022

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenar-benarnya,

Makassar, 6 Desember 2021

Muhammad Wahyu Perdana Kasim

## Lampiran 2 – Daftar Pertanyaan Kuesioner

Dengan hormat,

Saya Muhammad Wahyu Perdana Kasim (NIM: A021171539), sehubungan dengan penyusunan tugas akhir skripsi pada departemen Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin yang berjudul **“Pengaruh *Brand Awareness* dan *Word Of Mouth* terhadap Keputusan Pembelian Produk Kuota Internet Combo Sakti *Unlimited* Telkomsel”**, memohon kesediaan dari saudara/i untuk dapat mengisi kuesioner penelitian berikut sesuai dengan pengalaman Anda.

Adapun kriteria responden yang dibutuhkan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Mahasiswa aktif Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin angkatan 2017-2019.
2. Telah melakukan pembelian berulang pada paket kuota internet Combo Sakti *Unlimited* Telkomsel minimal 6 bulan terakhir.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan hasil yang bermanfaat dan menjadi referensi guna mempelajari permasalahan yang berhubungan dengan keputusan pembelian konsumen. Oleh karena itu, dimohon untuk kesediaannya mengisi pernyataan persetujuan\* dan kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan sebenar-benarnya. Segala informasi yang Anda berikan akan dijamin kerahasiannya dan hanya untuk kepentingan penelitian ilmiah.

Atas kesediaan saudara/i dalam mengisi kuesioner, saya ucapkan terima kasih.

**(Informed Consent atau Pernyataan Persetujuan)**

Dengan ini menyatakan bahwa saya ..... bersedia untuk menjadi partisipan dalam penelitian ini.

- a. Bersedia
- b. Tidak bersedia

**BAGIAN I (Data Responden)**

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Jurusan :
  - a. Ilmu Ekonomi
  - b. Manajemen
  - c. Akuntansi
5. Angkatan :
  - a. 2017
  - b. 2018
  - c. 2019
6. Sudah berapa lama Anda menggunakan kartu Telkomsel?
  - a. <1 tahun
  - b. >1 tahun
7. Apakah Anda telah membeli paket kuota internet combo sakti *unlimited* Telkomsel secara berulang kali dalam 6 bulan terakhir?
  - a. Iya
  - b. Tidak

**BAGIAN II**

**Petunjuk Pengisian Kuesioner:**

Pilihlah salah satu jawaban yang Anda anggap paling tepat dan sesuai dengan pengalaman Anda. Adapun setiap jawaban memiliki arti sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	: 5 poin
Setuju (S)	: 4 poin
Netral (N)	: 3 poin
Tidak Setuju (TS)	: 2 poin
Sangat Tidak Setuju (STS)	: 1 poin

1. **Brand Awareness**

No.	Indikator	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Konsumen paham seperti apa merek itu	Saya mengetahui produk kuota internet combo sakti <i>unlimited</i> Telkomsel					
		Saya memahami produk kuota internet combo sakti <i>unlimited</i> Telkomsel					
2	Dapat mengenali merek diantara merek pesaing	Saya dapat mengenali produk kuota internet combo sakti <i>unlimited</i> Telkomsel dari penawaran yang diberikan					
		Penawaran yang menarik dengan harga terjangkau identik dengan produk kuota internet combo sakti <i>unlimited</i> Telkomsel					
3	Sadar akan keberadaan merek	Saya lebih memilih paket kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel dibandingkan paket kuota internet lainnya.					
		Saya menyadari keberadaan produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel					
4	Konsumen membayangkan ciri merek dengan cepat	Paket kuota internet pertama yang muncul dalam benak saya pertama kali adalah produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel					
		Combo sakti unlimited Telkomsel adalah produk kuota internet yang mudah saya ingat					
5	Konsumen cepat mengenali logo atau simbol merek	Saya mengingat slogan produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel dengan mudah					
		Logo produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel membuat saya mengingat produk ini dengan mudah					



2. *Word of Mouth*

No.	Indikator	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	<b>Talkers</b>	Saya membicarakan produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel dengan teman-teman					
		Saya menceritakan pengalaman saya menggunakan Produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel					
		Ketika saya membicarakan tentang produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel, saya mendeskripsikan secara rinci					
2	<b>Topics</b>	Produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel adalah produk yang sering diperbincangkan					
		Produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel sering menjadi topik perbincangan saat membahas rekomendasi paket kuota internet					
		Saya senang berdiskusi tentang keunggulan produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel					
3	<b>Tools</b>	Produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel membantu saya dalam memenuhi kebutuhan internet					
		Selain memberikan penawaran yang menarik, produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel juga memiliki harga yang terjangkau					
4	<b>Taking part</b>	Produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel merupakan produk paket kuota internet favorit saya					
		Walaupun saya menggunakan Produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel, saya juga memberitahukan kekurangan produk ini					
5	<b>Tracking</b>	Saya bersedia memberikan masukan positif untuk Produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel					
		Saya tertarik dengan keunggulan produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel yang banyak diperbincangkan					

## 3. Keputusan Pembelian

No.	Indikator	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Tujuan pembelian	Saya membeli produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel karena sesuai dengan kebutuhan saya					
		Saya membeli produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel karena saya menyukai penawaran yang diberikan					
		Saya membeli produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel berdasarkan pengalaman kerabat saya					
		Produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel mudah dalam proses pembeliannya					
2	Informasi	Saya mencari informasi tentang produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel sebelum membeli					
		Saya sudah membandingkan produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel dengan produk kuota internet lainnya					
3	Kemantapan terhadap produk	Saya mantap membeli produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel tanpa banyak pertimbangan					
		Saya yakin sudah mengambil keputusan yang tepat saat membeli produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel					
		Saya yakin produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel layak untuk dibeli karena disediakan oleh Telkomsel					
		Saya memutuskan dengan cepat saat membeli produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel					
4	Memberikan rekomendasi kepada orang lain	Saya akan merekomendasikan produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel kepada orang lain					
5	Frekuensi pembelian	Saya akan melakukan pembelian ulang untuk produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel					
		Saya akan tetap membeli produk kuota internet combo sakti unlimited Telkomsel					

### Lampiran 3 – Tabulasi Kuisiонер

No.	Brand Awareness (X1)										Total X1	Word of Mouth (X2)												Total X2	Keputusan Pembelian (Y)													Total Y	
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13		
1	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	52	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	5	4	4	57
2	5	5	3	3	5	5	4	5	1	1	37	2	2	2	2	2	2	5	5	5	3	3	3	36	5	4	2	5	3	5	4	4	4	3	4	5	4	52	
3	5	4	4	2	2	4	3	4	2	2	32	3	4	2	3	4	2	3	1	2	4	3	2	33	2	2	4	4	4	4	2	3	4	1	3	2	1	36	
4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	57	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	62	
5	5	5	4	3	5	3	3	4	2	5	39	1	2	1	3	3	2	5	3	1	3	3	3	30	4	3	1	5	4	3	3	3	5	3	1	4	4	43	
6	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48	4	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	46	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	52	
7	5	5	3	5	5	5	4	5	2	4	43	4	3	2	4	4	3	4	3	5	5	4	4	45	5	5	2	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	60	
8	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	53	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	55	
9	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	39	2	3	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	44	4	4	4	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	52	
10	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	41	4	4	4	3	5	3	4	4	3	3	4	4	45	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	57	
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	3	3	4	4	3	5	4	5	5	5	5	50	5	5	3	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	57	
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	53	
13	5	5	5	2	4	4	3	5	5	4	42	4	4	4	3	4	3	5	2	4	3	5	4	45	5	4	1	5	5	4	3	4	3	3	3	4	4	48	
14	5	4	4	3	4	5	3	4	3	4	39	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	44	5	5	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	50	
15	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
17	5	5	5	3	2	5	2	4	4	4	39	3	4	4	3	4	3	5	2	2	4	4	4	42	4	3	2	4	5	5	2	4	4	3	4	4	3	47	
18	3	3	2	4	3	3	2	2	3	3	28	3	4	3	3	3	2	4	4	3	3	3	3	38	3	3	2	3	3	4	3	3	4	3	3	3	41		
19	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	52	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	55	
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59	5	5	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	61	
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	
22	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	4	5	56	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	62	
23	5	4	4	4	4	4	3	4	3	2	37	3	4	3	3	3	2	4	3	4	3	4	4	40	4	4	1	5	4	5	4	5	4	4	4	4	52		
24	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	33	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52	
25	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	46	4	4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	53	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	59		
26	5	5	5	4	4	5	3	4	2	5	42	2	5	3	2	1	3	5	2	3	5	4	3	38	5	5	2	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	55	
27	5	5	5	5	1	5	1	5	1	1	34	5	1	3	5	5	5	5	5	1	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	1	3	5	1	3	3	5	51	



60	5	4	4	3	4	5	3	5	2	3	38	2	3	3	2	4	3	5	4	5	5	5	4	45	5	5	2	5	5	5	3	4	5	4	4	5	5	57		
61	5	3	3	3	4	5	4	5	2	3	37	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	40	5	5	3	5	3	4	5	5	5	5	4	5	5	59	
62	5	4	3	3	4	5	5	5	2	2	38	3	4	3	4	4	3	5	3	5	5	5	5	4	48	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	53
63	5	4	4	5	4	5	4	4	3	3	41	4	4	3	2	4	4	5	4	4	5	5	5	49	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64	
64	5	3	3	3	4	4	4	4	2	3	35	3	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3	45	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	55	
65	5	4	5	4	4	5	4	4	2	5	42	4	4	3	2	5	5	5	4	5	5	5	5	52	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	63	
66	5	3	4	3	4	5	4	5	3	4	40	4	4	3	4	4	3	5	2	4	5	5	3	46	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	54	
67	5	4	5	4	5	4	5	4	3	5	44	4	5	3	2	5	4	5	5	5	5	5	5	53	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	62	
68	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	44	3	4	3	5	5	3	5	3	5	5	5	5	51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	
69	5	3	3	3	4	5	4	5	2	4	38	3	3	3	5	5	3	5	3	4	5	5	3	47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65	
70	5	5	5	4	4	5	4	4	3	5	44	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	54	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	62	
71	5	5	5	5	5	5	5	5	2	2	44	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5	3	42	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51	
72	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	36	3	3	3	5	5	3	5	3	5	5	5	3	48	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	53	
73	5	4	4	4	4	5	3	4	2	3	38	3	2	1	2	4	3	5	4	5	5	5	5	44	5	5	2	5	5	5	4	4	5	2	4	5	5	56		
74	5	4	3	5	5	5	5	5	2	3	42	3	3	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	51	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	58	
75	5	5	5	4	5	5	5	5	3	3	45	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5	5	5	44	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	60		
76	5	4	5	2	4	5	3	4	2	3	37	3	3	2	2	4	3	5	2	4	5	5	3	41	5	4	2	5	5	5	3	4	5	3	4	5	5	55		
77	5	3	5	4	5	5	5	5	2	2	41	3	4	3	5	4	3	5	3	4	5	5	4	48	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	62	
78	5	4	3	3	4	5	5	5	2	2	38	3	4	3	3	5	3	4	3	4	5	5	5	47	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	61		
79	5	4	5	4	4	5	4	4	3	4	42	3	3	2	2	4	3	5	4	5	5	5	3	44	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	63		
80	5	4	3	3	5	5	5	5	2	3	40	3	4	3	4	4	3	4	2	4	5	5	4	45	5	5	3	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	60		
81	5	3	3	3	4	5	4	5	2	2	36	3	3	3	5	4	3	5	3	5	5	5	5	49	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	55		
82	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	45	4	4	3	3	5	4	5	4	5	5	5	4	51	5	5	3	4	4	5	3	4	5	4	4	5	5	56		
83	5	4	4	3	5	5	5	5	2	2	40	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	46	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	63		
84	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	42	4	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	5	52	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	3	5	5	61		
85	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	40	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	53	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	63		
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	52	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	46		
87	5	4	3	3	4	5	5	5	2	3	39	3	3	3	4	4	3	5	3	4	4	4	4	44	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	50		
88	5	3	3	3	4	5	4	4	2	3	36	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	43	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5	5	57		
89	5	4	4	3	4	5	4	4	3	3	39	3	3	3	4	4	3	4	3	4	4	4	4	43	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	57		
90	5	4	3	3	4	4	4	4	2	2	35	3	3	3	4	5	3	5	3	4	4	4	4	45	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	59		
91	5	4	4	3	4	5	4	5	2	2	38	3	3	3	4	4	3	5	3	4	5	5	5	47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	51		



124	1	3	2	2	2	5	2	3	2	2	24	2	3	3	4	2	3	2	3	3	4	2	2	33	1	2	2	3	3	3	4	3	3	4	3	3	4	38
125	4	4	5	4	4	5	3	4	3	5	41	5	4	3	4	4	1	4	4	3	5	4	5	46	5	3	4	3	4	2	3	5	4	3	4	3	4	47
126	4	5	4	3	4	4	5	3	5	4	41	4	5	4	3	4	5	3	4	3	2	3	4	44	3	4	3	2	1	2	4	3	4	2	3	4	3	38
127	4	3	4	5	3	4	2	3	4	3	35	4	5	3	4	4	3	2	5	4	3	3	4	44	5	4	3	4	2	2	3	4	4	3	4	5	4	47
128	1	2	3	4	2	5	3	4	3	4	31	4	2	4	3	5	2	5	4	4	3	3	2	41	1	2	5	4	3	5	3	5	3	4	4	3	5	47
129	3	4	3	3	2	4	3	5	2	5	34	3	3	2	5	3	4	2	4	5	3	3	5	42	2	4	4	5	3	5	3	4	2	5	4	4	3	48
130	3	4	4	5	3	4	5	3	4	3	38	5	5	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	50	4	2	3	4	3	5	3	4	2	4	5	3	3	45
131	5	5	5	4	3	4	3	5	2	4	40	3	4	2	3	4	3	5	4	3	4	4	3	42	5	4	3	2	3	4	2	3	4	4	4	3	5	46
132	3	3	4	5	4	4	5	3	1	2	34	5	2	3	4	2	3	4	3	4	2	4	5	41	2	2	3	4	3	2	3	4	3	5	4	2	3	40
133	5	5	5	4	3	3	2	3	4	5	39	5	4	3	3	3	4	2	4	3	5	4	3	43	2	3	4	3	2	3	5	4	4	4	4	4	4	46
134	4	4	2	4	4	3	5	3	4	3	36	3	3	2	4	4	4	3	2	4	5	3	4	41	3	2	4	3	5	4	3	4	4	3	5	3	5	48
135	3	4	4	2	5	3	4	4	3	5	37	4	5	4	3	3	4	2	4	5	2	3	3	42	2	3	4	3	3	5	3	4	4	3	4	3	3	44
136	1	2	1	2	3	1	3	4	2	3	22	3	2	1	2	2	1	3	2	1	2	3	2	24	3	2	2	3	3	2	2	4	3	2	4	3	2	35
137	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	24	2	3	4	3	2	3	2	3	3	2	3	1	31	4	3	3	4	4	4	2	3	4	3	2	3	4	43
138	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	40	3	5	3	2	3	4	2	3	5	3	3	4	40	4	3	5	4	3	4	3	4	3	4	3	5	4	49
139	4	5	3	4	3	4	3	5	3	2	36	5	4	3	3	4	4	3	4	3	2	1	3	39	4	4	4	5	3	4	2	2	4	3	4	5	3	47
140	4	2	2	3	4	5	4	3	4	3	34	4	3	5	4	3	3	3	4	3	4	5	4	45	5	4	3	3	4	2	3	4	5	4	3	2	2	44













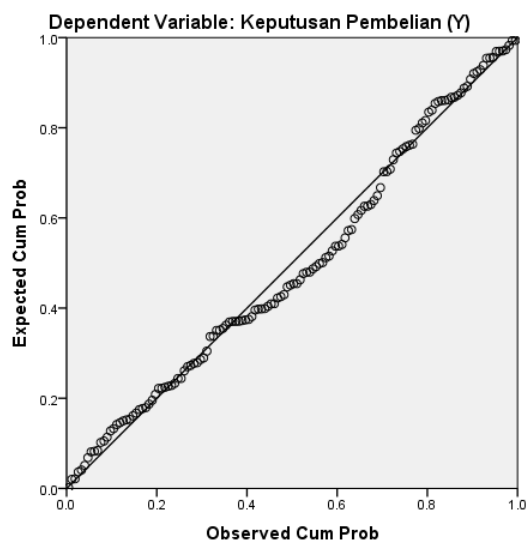
## Lampiran 5 – Hasil Uji Reliabilitas

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.943	35

## Lampiran 6 – Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



## Lampiran 7 – Hasil Uji Linearitas

- Hasil uji linearitas variabel *brand awareness* dan keputusan pembelian.

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian (Y) * Brand Awareness (X1)	Between Groups	(Combined)	6192.600	26	238.177	8.124	.000
		Linearity	5417.408	1	5417.408	184.773	.000
		Deviation from Linearity	775.193	25	31.008	1.058	.403
	Within Groups		3313.085	113	29.319		
Total			9505.686	139			

- Hasil uji linearitas variabel *word of mouth* dan keputusan pembelian.

ANOVA Table

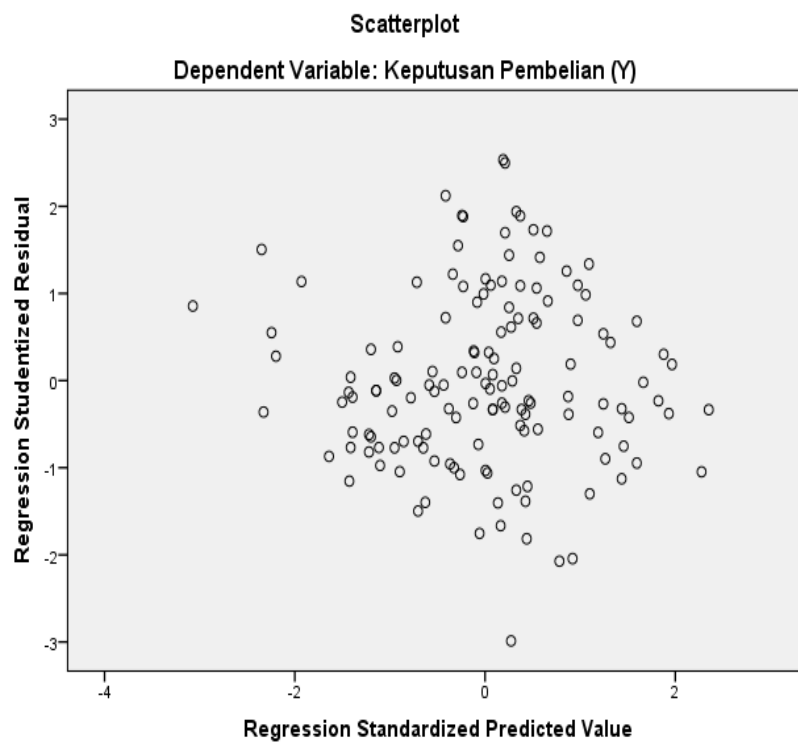
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian (Y) * Word of Mouth (X2)	Between Groups	(Combined)	5885.119	30	196.171	5.906	.000
		Linearity	5255.773	1	5255.773	158.229	.000
		Deviation from Linearity	629.346	29	21.702	.653	.906
	Within Groups		3620.566	109	33.216		
Total			9505.686	139			

### Lampiran 8 – Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.904	3.019		1.624	.107		
	Brand Awareness (X1)	.636	.114	.449	5.593	.000	.413	2.420
	Word of Mouth (X2)	.499	.100	.400	4.989	.000	.413	2.420

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

### Lampiran 9 – Hasil Uji Heteroskedastisitas



### Lampiran 10 – Hasil Uji F

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6045.870	2	3022.935	119.701	.000 <sup>b</sup>
	Residual	3459.816	137	25.254		
	Total	9505.686	139			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Word of Mouth (X2), Brand Awareness (X1)

### Lampiran 11 – Hasil Uji T

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.904	3.019		1.624	.107		
	Brand Awareness (X1)	.636	.114	.449	5.593	.000	.413	2.420
	Word of Mouth (X2)	.499	.100	.400	4.989	.000	.413	2.420

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

### Lampiran 12 – Hasil Uji Variabel Dominan

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.904	3.019		1.624	.107		
	Brand Awareness (X1)	.636	.114	.449	5.593	.000	.413	2.420
	Word of Mouth (X2)	.499	.100	.400	4.989	.000	.413	2.420

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

### Lampiran 13 – Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.798 <sup>a</sup>	.636	.631	5.025	1.249

a. Predictors: (Constant), Word of Mouth (X2), Brand Awareness (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)