

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker dan Joachimstahler. 2000. *Marketing*. Edisi Ketiga. Erlangga, Jakarta.
- Alex, Nitisemito. 2000. *Marketing*. Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Amirullah, 2002. **Perilaku Konsumen**. Malang: Graha Ilmu.
- Bilson, Simamora. 2001. **Strategi Memenangkan Pasar yang Profitabilitas**, PT. Indeks Jakarta.
- Dwi, Priyatno, 2008, **Mandiri Belajar SPSS (Statistical Product and Service Solution) untuk Analisis Data & Uji Statistik**, cetakan kesatu, penerbit : MediaKom, Yogyakarta.
- Faisal, Afif. 2002. **Strategi Pemasaran**. Angkasa, Bandung.
- Ferdinan, Augusti. 2006. **Metode Penelitian Manajemen**. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. 2007. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hegelson, James G dan Magne Supphelen. 2004. *A Conseptual and Comparison Measurement of self-Congruity and Brand Responding, Internasional Journal Of Marketing Research*, Volume 46 kwartal 2.
- Keller, KL. 2003. *Strategic Brand Management, Building Measurement and Managing Brand Equity*, Upper Sadle River, NJ Pearson Education Internasional.
- Kotler, Philip. 1997. **Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan,**

**Implementasi, dan Kontrol.** Diterjemahkan oleh: Hendra Teguh. SE, Ak. dan Ronny A. Rusli, SE, Ak. Jilid 1. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT Prenhallindo.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2000. **Dasar-Dasar Pemasaran**, Edisi Keenam, Terjemahan Wilhelmus W Bakowaton, Intermedia, Jakarta.

Kotler, Philip. 2004. **Manajemen Pemasaran 2**, Edisi Millenium, PT. Ikrar Mandiri, Jakarta.

Palmer, Adrian. 2001. *Principles Of Services Marketing*, Third Edition McGraw-Hill Companies, UK (United Kingdom)

Pride dan Ferrel. 2005. *Marketing Principles* (Edisi Terjemahan). Erlangga, Jakarta.

Rewoldt. 2001. **Manajemen Strategik, Pengantar proses Berpikir Strategik**, Erlangga, Jakarta.

Salusu, I. 2003. **Pengambilan Keputusan Strategik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit**, Penerbit : PT. Gasindo, Jakarta

Simamora. 2005. **Penerapan Prinsip-Prinsip Pemasaran**, Bumi Aksara, Jakarta.

Stanton, William. 2001. **Prinsip Pemasaran**, Terjemahan Sundaru Dadu, Erlangga Jakarta

Sugiyono. 2010. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung : Alfabeta

Supryanto, J. 2000. **Kepuasan Tingkat Pelanggan ; Untuk Meningkatkan Pangsa Pasar**, PT. Rineka Cipta, Jakarta.

Umar, Husain.2004. **Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi**, PT. Gramedia Pustaka Utama : Jakarta.

Winardi. 2001. *Marketing dan Perilaku Konsumen*, Mandar Maju, Bandung.

**Skripsi :**

Nurul Rizki Fachira, 2012 " **Pengaruh *Brand Image* terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Merek Pajero Sport pada PT. Bosowa Berlian Motor** ". Skripsi Sarjana tidak diterbitkan, Universitas Hasanuddin Makassar.

Rizki Nurafdal Mustikarillah, 2011 " **Pengaruh *Brand Image* terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Rush pada PT. Hadji Kalla di Makassar** ". Skripsi Sarjana tidak diterbitkan. Universitas Hasanuddin Makassar.

## **Lampiran 1**

### **KUESIONER**

**PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) TERHADAP PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA PADA  
PT. HADJI KALLA CABANG POLMAN**

Pengantar :

1. Baca dan pahami tiap pertanyaan dalam lembar kuesioner berikut serta diisi dengan teliti, lengkap dan jujur
2. Jawaban harus merupakan jawaban pribadi. Dalam hal ini tidak ada jawaban yang benar atau salah, yang penting jawaban bapak/ibu/sdr (i) benar-benar tepat dengan situasi yang dirasakan
3. Tiap-tiap jawaban yang bapak/ibu/sdr (i) berikan pada saya merupakan bantuan yang tidak ternilai bagi penelitian saya dalam menyelesaikan penulisan skripsi yang sedang saya lakukan. Untuk itu, saya menyampaikan banyak terima kasih yang sebesar-besarnya.

Peneliti,

**Alfian B**

**TANGGAPAN ANDA MENGENAI PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND  
IMAGE*) TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN**

## MOBIL TOYOTA KIJANG INNOVA PADA PT. HADJI KALLA CABANG POLMAN

### IDENTITAS BAPAK/IBU/SDR (i)

Berilah tanda (X) pada kolom yang telah disediakan

1. Usia

- 25 – 35 tahun
- 36 – 45 tahun
- 46 – 55 tahun
- Diatas 56 tahun

2. Jenis Kelamin (*Gendre*)

- Pria
- Wanita

3. Pendapatan

- Dibawah 2 juta
- 2,1 juta – 3 juta
- 3,1 juta – 5 juta
- Diatas 5 juta

4. Pekerjaan

- Pegawai Negri
- Karyawan Swasta
- Wiraswasta
- Lain-lain (sebutkan).....

PILIH LAH SALAH SATU JAWABAN DIBAWAH INI YANG DIANGGAP PALING TEPAT DENGAN MEMBERI TANDA ( √ ) PADA KOLOM.

Pilihan jawaban :

Nilai

- a. Sangat tidak setuju : 1
- b. Tidak setuju : 2
- c. Cukup setuju : 3
- d. Setuju : 4
- e. Sangat setuju : 5

**A. BRAND IMAGE**

Keunggulan Asosiasi Merek

NO	PERNYATAAN	Tanggapan Responden				
		1	2	3	4	5
1	Menurut saya, mobil Toyota kijang Innova mempunyai kualitas model dan tipe yang variatif					
2	Model Toyota Kijang Innova mempunyai tingkat kualitas kenyamanan yang baik					
3	Mobil Toyota Kijang Innova memberikan dan menambah rasa percaya diri yang tinggi					
4	Mobil merek Kijang Innova merupakan mobil yang diproduksi oleh perusahaan yang memiliki kredibilitas yang tinggi					

### Kekuatan Asosiasi Merek

NO	PERNYATAAN	Tanggapan Responden				
		1	2	3	4	5
1	Mobil merek Kijang Innova adalah mobil dengan teknologi dan inovasi yang canggih					
2	Saya mengenali produk mobil Toyota Kijang Innova melalui pengenalan salah satu iklan					
3	Mobil merek Kijang Innova adalah mobil yang suku cadangnya mudah diperoleh					
4	Mobil merek Kijang Innova merupakan mobil yang memiliki citra merek yang baik					

### Keunikan Asosiasi Merek

NO	PERNYATAAN	Tanggapan Responden				
		1	2	3	4	5
1	Mobil merek Kijang Innova merupakan mobil image keluarga yang tangguh					
2	Mobil merek Kijang Innova merupakan mobil yang dikenal dikalangan masyarakat sehingga mudah menjual kembali dengan nilai jual yang stabil					
3	Mobil merek Kijang Innova memiliki banyak pilihan warna					
4	Mobil merek Kijang Innova merupakan mobil yang perawatan/pemeliharaan dan perbaikannya mudah dilakukan					

## B. KEPUTUSAN KONSUMEN

Petunjuk pengisian : Berilah tanda (X) pada kotak yang telah disediakan yang sesuai dengan diri anda.

1. Sebagai pengguna mobil Toyota Kijang Innova, seberapa besar kebutuhan Anda akan produk tersebut ?  
 Sangat membutuhkan       Biasa       Tidak Membutuhkan  
 Membutuhkan       Kurang membutuhkan
2. Sebelum membeli atau menggunakan mobil Toyota Kijang Innova, apakah Anda mencari informasi mengenai layanan dan fitur yang Anda butuhkan ?  
 Sangat aktif       Biasa       Tidak aktif  
 Aktif       Kurang aktif
3. Setelah mendapatkan informasi mengenai produk mobil Toyota Kijang Innova, apakah Anda mengevaluasi secara teliti informasi tersebut untuk mengambil keputusan ?  
 Sangat teliti       Biasa       Tidak teliti  
 Teliti       Kurang teliti
4. Bagaimana pelayanan yang diberikan oleh sales selama menjadi pengguna Mobil Toyota Kijang Innova ?  
 Sangat memuaskan       Biasa       Tidak memuaskan  
 Memuaskan       Kurang memuaskan
5. Apakah menggunakan mobil Toyota Kijang Innova merupakan keputusan yang tepat bagi Anda ?  
 Sangat Tepat       Biasa       Tidak tepat  
 Tepat       Kurangtepat



**Lampiran 2**

Keunggulan Asosiasi Merek (X1)				Total	Rata-rata	Kekuatan Asosiasi Merek (X2)				Total	Rata-rata	Keunikan Asosiasi Merek (X3)				Total	Rata-rata	Keputusan Konsumen (Y)					Total	Rata-rata
1	2	3	4			1	2	3	4			1	2	3	4			1	2	3	4	5		
5	5	3	5	18	4.5	5	5	3	5	18	4.5	5	5	3	4	17	4.25	5	4	3	3	5	20	4
4	5	4	4	17	4.25	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	15	3.75	4	4	4	4	4	20	4
4	3	2	5	14	3.5	5	4	4	5	18	4.5	4	4	4	4	16	4	4	3	4	3	5	19	3.8
5	4	5	5	19	4.75	5	5	4	5	19	4.75	5	4	4	5	18	4.5	5	5	4	4	5	23	4.6
5	4	2	5	16	4	5	4	2	5	16	4	5	5	2	4	16	4	5	5	2	2	5	19	3.8
4	4	4	4	16	4	4	4	5	5	18	4.5	1	2	4	1	8	2	4	4	4	4	4	20	4
5	5	5	5	20	5	4	5	3	5	17	4.25	4	4	4	3	15	3.75	5	5	4	5	4	23	4.6
4	4	4	3	15	3.75	4	4	5	4	17	4.25	2	2	4	2	10	2.5	2	4	4	4	4	18	3.6
4	3	3	3	13	3.25	4	3	4	4	15	3.75	3	4	4	4	15	3.75	3	3	4	3	3	16	3.2
4	5	4	4	17	4.25	4	4	3	5	16	4	3	4	4	4	15	3.75	4	4	4	3	4	19	3.8
5	4	4	4	17	4.25	5	5	3	5	18	4.5	3	4	4	3	14	3.5	4	4	4	3	5	20	4
2	2	3	2	9	2.25	4	3	2	4	13	3.25	2	3	2	1	8	2	3	3	2	2	3	13	2.6
4	4	2	4	14	3.5	4	5	2	5	16	4	3	5	2	4	14	3.5	4	4	2	3	4	17	3.4
4	3	4	5	16	4	5	4	2	5	16	4	5	4	3	3	15	3.75	3	3	3	4	3	16	3.2
5	4	2	5	16	4	5	4	2	5	16	4	5	5	2	4	16	4	5	3	2	2	4	16	3.2
4	4	4	4	16	4	4	4	3	5	16	4	3	3	4	3	13	3.25	3	3	4	4	4	18	3.6
5	4	4	5	18	4.5	4	3	2	4	13	3.25	5	3	3	4	15	3.75	4	5	3	2	4	18	3.6
4	5	3	5	17	4.25	5	4	4	5	18	4.5	5	5	3	3	16	4	4	4	3	3	5	19	3.8
4	4	1	4	13	3.25	4	4	2	4	14	3.5	4	4	2	4	14	3.5	3	3	2	2	4	14	2.8
5	4	5	5	19	4.75	4	5	4	4	17	4.25	5	3	4	4	16	4	4	4	4	4	4	20	4
4	3	4	4	15	3.75	5	4	5	4	18	4.5	4	4	4	3	15	3.75	4	4	4	4	3	19	3.8
4	4	4	4	16	4	4	5	4	5	18	4.5	5	5	4	4	18	4.5	3	3	4	2	4	16	3.2
4	5	4	5	18	4.5	5	5	5	5	20	5	5	5	3	4	17	4.25	5	5	3	3	4	20	4
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	4	4	3	4	19	3.8

4	5	4	5	18	4.5	4	3	4	5	16	4	5	2	1	3	11	2.75	4	4	1	2	5	16	3.2
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	20	5	5	5	3	4	17	4.25	4	5	3	3	5	20	4
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	5	5	3	3	16	4	3	3	3	2	3	14	2.8
4	3	4	4	15	3.75	4	5	4	3	16	4	3	3	3	3	12	3	3	4	2	3	3	15	3
4	3	4	5	16	4	5	3	5	4	17	4.25	5	3	5	2	15	3.75	3	3	3	2	3	14	2.8
4	5	4	4	17	4.25	5	5	5	5	20	5	5	5	5	3	18	4.5	5	5	4	3	4	21	4.2
4	4	4	5	17	4.25	5	5	5	5	20	5	5	4	5	4	18	4.5	5	4	3	3	5	20	4
4	4	4	5	17	4.25	5	4	5	5	19	4.75	4	5	4	4	17	4.25	4	4	4	4	5	21	4.2
5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	19	4.75	5	5	5	5	20	5	5	4	3	3	5	20	4
3	5	3	4	15	3.75	4	4	4	5	17	4.25	2	3	2	3	10	2.5	4	4	2	2	4	16	3.2
5	5	5	4	19	4.75	4	4	4	5	17	4.25	3	4	3	3	13	3.25	4	4	3	3	4	18	3.6
5	4	5	4	18	4.5	4	5	4	4	17	4.25	4	4	4	4	16	4	5	3	3	3	4	18	3.6
5	5	5	5	20	5	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	19	4.75	5	5	4	3	5	22	4.4
4	4	4	3	15	3.75	3	4	3	5	15	3.75	2	3	2	3	10	2.5	4	4	2	3	4	17	3.4
5	4	5	4	18	4.5	4	4	4	5	17	4.25	2	3	2	3	10	2.5	4	4	4	4	3	19	3.8
4	4	4	4	16	4	5	5	5	5	20	5	3	4	3	3	13	3.25	4	3	3	3	4	17	3.4
3	5	3	5	16	4	4	4	3	3	14	3.5	2	3	2	2	9	2.25	3	3	3	3	4	16	3.2
4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	3	4	3	3	13	3.25	4	4	3	2	3	16	3.2
4	3	4	4	15	3.75	4	4	2	3	13	3.25	2	2	2	2	8	2	2	3	3	3	3	14	2.8
3	3	3	3	12	3	4	4	3	3	14	3.5	2	4	2	3	11	2.75	3	3	4	3	3	16	3.2
3	4	3	4	14	3.5	4	4	4	3	15	3.75	3	3	3	3	12	3	4	3	3	2	4	16	3.2
4	5	4	4	17	4.25	4	5	4	4	17	4.25	2	3	2	1	8	2	4	4	4	4	4	20	4
4	5	4	5	18	4.5	5	5	3	4	17	4.25	4	5	4	4	17	4.25	3	4	3	3	4	17	3.4
2	2	2	4	10	2.5	4	4	3	2	13	3.25	1	3	1	1	6	1.5	3	2	3	3	4	15	3
3	4	3	4	14	3.5	2	3	2	2	9	2.25	1	2	1	2	6	1.5	2	2	5	4	4	17	3.4
5	4	5	4	18	4.5	3	4	3	3	13	3.25	3	3	3	3	12	3	3	3	4	4	4	18	3.6
4	4	4	4	16	4	4	4	2	2	12	3	3	3	3	3	12	3	2	2	3	3	3	13	2.6
3	2	3	4	12	3	3	4	3	4	14	3.5	3	3	3	2	11	2.75	3	4	3	3	4	17	3.4

4	3	4	4	15	3.75	2	3	3	2	10	2.5	3	2	3	2	10	2.5	3	2	4	4	4	17	3.4
4	4	4	4	16	4	4	4	4	2	14	3.5	2	3	2	2	9	2.25	4	2	4	3	4	17	3.4
4	5	4	5	18	4.5	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	19	4.75	5	5	4	4	5	23	4.6
4	5	4	4	17	4.25	4	4	5	4	17	4.25	4	4	4	4	16	4	5	4	2	2	4	17	3.4
4	4	4	4	16	4	3	3	4	3	13	3.25	2	3	3	4	12	3	4	3	4	3	4	18	3.6
4	5	4	5	18	4.5	5	4	5	4	18	4.5	4	4	4	5	17	4.25	5	4	4	4	5	22	4.4
3	3	3	3	12	3	4	4	2	3	13	3.25	3	3	5	3	14	3.5	2	3	4	5	3	17	3.4
5	5	5	5	20	5	5	4	4	4	17	4.25	4	4	4	4	16	4	4	4	4	4	4	20	4
4	4	4	5	17	4.25	4	4	4	2	14	3.5	2	2	4	4	12	3	4	2	3	4	4	17	3.4
4	4	4	3	15	3.75	4	4	4	3	15	3.75	3	4	2	4	13	3.25	4	3	2	2	4	15	3
5	3	5	4	17	4.25	5	4	4	3	16	4	3	4	3	4	14	3.5	4	3	3	3	4	17	3.4
4	4	4	4	16	4	2	2	4	3	11	2.75	2	3	2	2	9	2.25	4	3	3	2	2	14	2.8
4	4	4	3	15	3.75	4	4	3	3	14	3.5	2	2	4	4	12	3	3	3	3	4	4	17	3.4
4	3	4	5	16	4	5	5	4	4	18	4.5	3	2	3	4	12	3	4	4	3	3	4	18	3.6
3	3	3	3	12	3	3	4	3	2	12	3	2	3	3	3	11	2.75	3	2	3	3	3	14	2.8
4	5	4	4	17	4.25	4	4	4	4	16	4	3	4	4	4	15	3.75	4	4	3	4	4	19	3.8
5	5	5	4	19	4.75	4	4	4	4	16	4	3	3	4	5	15	3.75	4	4	3	4	5	20	4
4	5	4	4	17	4.25	4	4	2	2	12	3	1	2	4	2	9	2.25	2	2	4	4	2	14	2.8
4	3	4	5	16	4	5	4	4	3	16	4	5	5	3	5	18	4.5	4	3	4	3	5	19	3.8
4	4	4	5	17	4.25	4	4	4	5	17	4.25	4	5	4	5	18	4.5	4	5	5	4	5	23	4.6
4	5	4	5	18	4.5	5	4	5	4	18	4.5	4	5	3	4	16	4	5	4	3	3	4	19	3.8
4	5	4	4	17	4.25	4	3	5	4	16	4	5	5	3	4	17	4.25	5	4	4	3	4	20	4
3	5	3	5	16	4	4	4	2	2	12	3	3	3	3	4	13	3.25	2	2	4	3	4	15	3
5	3	5	4	17	4.25	4	4	4	3	15	3.75	3	4	4	5	16	4	4	3	4	4	5	20	4
3	4	3	3	13	3.25	3	3	2	1	9	2.25	1	2	4	2	9	2.25	2	1	3	4	2	12	2.4
3	4	3	4	14	3.5	4	4	4	3	15	3.75	2	4	4	4	14	3.5	4	3	4	4	4	19	3.8
4	3	4	4	15	3.75	5	5	4	5	19	4.75	4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	4	21	4.2
4	3	4	4	15	3.75	4	4	3	3	14	3.5	4	4	3	5	16	4	3	3	4	3	5	18	3.6

5	4	5	4	18	4.5	5	5	5	4	19	4.75	5	3	5	5	18	4.5	5	4	5	5	24	4.8	
5	5	5	5	20	5	5	3	5	4	17	4.25	5	5	5	5	20	5	5	4	5	5	24	4.8	
4	3	4	4	15	3.75	4	3	3	3	13	3.25	3	4	3	4	14	3.5	3	3	3	3	4	16	3.2
3	3	3	4	13	3.25	4	4	3	3	14	3.5	3	3	4	3	13	3.25	3	3	3	4	3	16	3.2
4	4	4	4	16	4	4	5	4	4	17	4.25	4	3	4	5	16	4	4	4	4	5	21	4.2	
3	4	3	5	15	3.75	5	4	3	3	15	3.75	3	4	2	4	13	3.25	3	3	3	2	4	15	3
3	4	3	5	15	3.75	4	3	3	3	13	3.25	3	4	5	4	16	4	3	3	5	5	4	20	4
3	3	3	3	12	3	4	3	5	4	16	4	2	4	2	4	12	3	5	4	3	2	4	18	3.6
4	4	4	5	17	4.25	4	4	4	3	15	3.75	5	5	3	5	18	4.5	4	3	3	3	5	18	3.6
4	4	4	5	17	4.25	4	5	4	5	18	4.5	5	5	4	5	19	4.75	4	5	5	4	5	23	4.6
4	5	4	4	17	4.25	5	5	4	5	19	4.75	4	4	3	4	15	3.75	4	5	3	3	4	19	3.8
4	3	4	4	15	3.75	5	3	4	4	16	4	5	5	4	4	18	4.5	4	4	3	4	4	19	3.8
4	3	4	5	16	4	4	5	4	4	17	4.25	5	4	3	4	16	4	4	4	4	3	4	19	3.8
4	5	4	5	18	4.5	5	5	4	4	18	4.5	5	5	5	5	20	5	4	4	5	5	5	23	4.6
5	4	5	5	19	4.75	5	5	5	5	20	5	5	5	4	5	19	4.75	5	5	5	4	5	24	4.8
5	3	5	5	18	4.5	5	5	4	4	18	4.5	5	5	3	5	18	4.5	4	4	4	3	5	20	4
4	3	4	5	16	4	4	4	3	4	15	3.75	5	5	4	3	17	4.25	3	4	3	4	3	17	3.4
4	4	4	5	17	4.25	5	5	5	5	20	5	5	4	4	5	18	4.5	5	5	4	4	5	23	4.6
4	5	4	5	18	4.5	5	5	5	4	19	4.75	5	5	2	5	17	4.25	5	4	3	2	5	19	3.8
4	3	4	4	15	3.75	4	4	4	3	15	3.75	4	4	4	4	16	4	4	3	3	4	4	18	3.6

### Lampiran 3

#### **Correlations ( Keunggulan Asosiasi Merek)**

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	XTOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.805**	.689**	.730**	.644**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.805**	1	.326**	.638**	.386**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.689**	.326**	1	.381**	.365**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.730**	.638**	.381**	1	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
XTOTAL	Pearson Correlation	.644**	.386**	.365**	.651**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

#### **Correlations ( Kekuatan Asosiasi Merek )**

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	XTOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.852**	.733**	.790**	.548**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.852**	1	.495**	.617**	.373**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.733**	.495**	1	.369**	.331**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.790**	.617**	.369**	1	.401**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
XTOTAL	Pearson Correlation	.548**	.373**	.331**	.401**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## Correlations ( Keunikan Asosiasi Merek)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	XTOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.914 **	.830 **	.830 **	.780 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.914 **	1	.694 **	.710 **	.621 **
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.830 **	.694 **	1	.547 **	.587 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.830 **	.710 **	.547 **	1	.476 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
XTOTAL	Pearson Correlation	.780 **	.621 **	.587 **	.476 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

## Correlations ( Keputusan Pembelian)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.677 **	.718 **	.603 **	.542 **	.721 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.677 **	1	.642 **	.013	-.053	.573 **
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.898	.602	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.718 **	.642 **	1	.099	.073	.479 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.325	.472	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.603 **	.013	.099	1	.654 **	.326 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.898	.325		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.542 **	-.053	.073	.654 **	1	.385 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.602	.472	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.721 **	.573 **	.479 **	.326 **	.385 **	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).

**Reliability ( Keunggulan Asosiasi Merek )**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.678	4

**Reliability ( Kekuatan Asosiasi Merek )**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	4

**Reliability ( Keunikan Asosiasi Merek )**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	4

**Reliability ( Keputusan Pembelian )**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.660	5

## Regression

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df 1	df 2	Sig. F Change	
1	.760 <sup>a</sup>	.578	.565	.358072	.578	43.883	3	96	.000	1.732

a. Predictors: (Constant), keunikan, Keunggulan, kekuatan

b. Dependent Variable: Keputusan

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16.880	3	5.627	43.883	.000 <sup>a</sup>
	Residual	12.309	96	.128		
	Total	29.188	99			

a. Predictors: (Constant), Keunikan, Keunggulan, Kekuatan

b. Dependent Variable: Keputusan

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.695	.294		2.363	.020		
	Keunggulan	.267	.084	.264	3.170	.002	.634	1.578
	Kekuatan	.305	.079	.353	3.877	.000	.530	1.886
	Keunikan	.180	.059	.276	3.033	.003	.530	1.887

a. Dependent Variable: Keputusan