

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. M., Oktini, D. R., & Harahap, D. A. (2022). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian pada E-Commerce Shopee di Kota Bandung. *Bandung Conference Series: Business and Management*, 2(1), 736-743. <https://doi.org/https://doi.org/10.29313/bcsbm.v2i1.2405>
- Adhawiyah, Y. R., Anshori, M. I., & AS, F. (2019). PERAN PEMASARAN MEDIA SOSIAL DALAM MENCIPTAKAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MELALUI KESADARAN MEREK (Studi pada Instagram Clothing Line Bangjo). *Tirtayasa Ekonomika*, 14(2), 267–281.
- Annur, C. M. (2022). *Seberapa Sering Konsumen Minum Boba, Es Kopi, dan Es Teh Kekinian?* Databoks. [https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/17/seberapa-sering-konsumen-minum-boba-es-kopi-dan-es-teh-kekinian#:~:text=Minuman kekinian seperti boba%2C es kopi%2C hingga es,minuman kekinian 1 sampai 3 kali dalam sepekan.](https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/10/17/seberapa-sering-konsumen-minum-boba-es-kopi-dan-es-teh-kekinian#:~:text=Minuman%20kekinian%20seperti%20boba%20es%20kopi%20hingga%20es,minuman%20kekinian%201%20sampai%203%20kali%20dalam%20sepekan.)
- Aryadi, M. A., & Putri, K. Y. . (2022). Pengaruh Digital Marketing berbasis Social Media Tiktok terhadap Keputusan Pembelian Mi Sehat Lemonilo. *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(01), 145–158.
- Chandra, C., & Keni. (2019). Pengaruh Brand Awareness, Brand Association, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty Terhadap Customer Purchase Decision. *Jurnal Muara Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 3(1), 176. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmieb.v3i1.3506>
- Christian, J., & Mariah. (2022). Pengaruh Price Perception, Social Media Marketing, dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Kertas Titik Koma. *Kalbisocio, Jurnal Bisnis Dan Komunikasi*, 9(1), 32–29. <https://doi.org/https://doi.org/10.53008/kalbisocio.v9i1.205>
- Christine, & Budiawan, W. (2017). Analisis Pengaruh Marketing Mix (7P) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen (Studi pada House of Moo, Semarang). *Industrial Engineering Online Journal*, 6(1). <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/ieoj/article/view/15928>
- Dauda, P., Paris, P. P., & Qur'aini, B. (2023). Pengaruh Usaha Kecil Menengah Sektor Kuliner Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Sebelum Pandemi Covid 19 di Makassar. *Jurnal Manajemen Perbankan Keuangan Nitro*, 6(1), 14–25. <https://doi.org/https://doi.org/10.56858/jmpkn.v6i1.90>
- Desai, V. (2019). Digital Marketing: A Review. *International Journal of Trend in Scientific Research and Development*, 196–200.
- Dinas Koperasi dan UKM Kota Makassar. (2021). Dokumen Rancangan Akhir

- Renstra Tahun 2021-2026. In *Makassarkota.go.id*. <https://diskopukm.makassarkota.go.id/wp-content/uploads/2022/10/RANCANGAN-AKHIR-RENSTRA-TAHUN-2021-2026-DISKOP.pdf>
- Diva, A. (2022). *5 Minuman Kekinian Favorit Masyarakat, Ada Es Teh Indonesia*. Goodstats. <https://goodstats.id/article/5-minuman-kekinian-favorit-masyarakat-at-indonesia-2022-ada-esteh-indonesia-dd6F8>
- Durianto, D., Sugiarto, & Budiman, L. J. (2004). BRAND EQUITY TEN. In *PT Gramedia Pustaka Utama*.
- Dwinanda, G., & Nur, Y. (2020). BAURAN PEMASARAN 7P DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA INDUSTRI RETAIL GIANT EKSPRES MAKASSAR. *Jurnal Mirai Managemnt*, 6(1), 120–136. <https://doi.org/https://doi.org/10.37531/mirai.v5i3.690>
- Firmansyah, M. A. (2019). Pemasaran Produk dan Merek (Planning & Strategy). In *CV Qiara Media*.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisa Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*.
- Gunelius, S. (2010). 30 Minute Social Media Marketing. In *McGraw & Hill Companies Inc*. McGraw & Hill Companies Inc.
- Hafi, M., & Sutanto, J. E. (2020). AN EMPIRICAL IMPLEMENTATION OF MARKETING MIXES ON PURCHASING DECISIONS OF PRODUCTS AT PT BERLIAN GRESIK IN INDONESIA. *International Journal of Economics, Business, and Management Research*, 4(4), 218–231.
- Haribowo, R., Tannady, H., Yusuf, M., Wardhana, G. W., & Syamsurizal. (2022). Analysis Of The Role Of Social Media Marketing, Product Quality And Brand Awareness On Buying Decisions For Restaurant Customers In West Java Analisis Peran Social Media Marketing, Kualitas Produk Dan Brand Awareness. *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 3(6), 4024–4032. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v3i6.1282>
- Hasan, S., Wahid, M., & Basalamah, M. S. (2016). Marketing Mix Effect on the Decision of Customers in The Matter In Choosing The Home Purchase Loans In Pt . Bni 46 Griya Bni (Persero) Tbk Branch Makassar. *International Journal of Business and Management Invention*, 5(6), 20–30.
- Hepiriyani. (2022). *Minuman Manis “Kekinian” Tingkatkan Risiko Kematian*. Kementerian Kesehatan Direktorat Jenderal Pelayanan Kesehatan. https://yankes.kemkes.go.id/view_artikel/1706/minuman-manis-kekinian-tingkatkan-risiko-kematian
- Herdana, A. (2015). Analisis pengaruh kesadaran merek (Brand Awareness) pada produk asuransi jiwa Prudential Life Assurance. *Jurnal Riset Bisnis Dan*

Manajemen, 3(1), 1–18.

Irawanto, D. S., Gunawan, H., Rusli, M. G., Hasyati, A., & Megarani, A. (2022). *Memetakan Peluang Ekonomi Wilayah: Kota Makassar* (Issue November).

Irianti, F., Dedi, S., & Sylvia, M. (2023). Pengaruh Social Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Brand Scarlett. *Cakrawala Management Business Journal*, 6(1), 29-45. <https://doi.org/https://doi.org/10.30862/cm-bj.v6i1.225>

Ismaya, R. (2021). *Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian dengan Brand Awareness sebagai Variabel Intervening pada Praketa Coffee Shop Purwokerto*.

Jakpat. (2022). *Trendy Drinks The Top Trend on Indonesia Beverage Market*. <https://blog.jakpat.net/trendy-drinks-jakpat-local-brands/>

Juliarti, A. I. (2020). YOTTA - MINUMAN KEKINIAN YANG MAKIN LARIS. <https://www.indahaij.com/2020/10/yotta-minuman-kekinian-yang-makin-laris.html>

Kambali, I., & Masitoh, S. (2021). Pengaruh Social Media Marketing terhadap Keputusan Pembelian Jasa Pengiriman Barang di Kantor Pos Pati 59100. *Jurnal Bisnis Dan Pemasaran*, 11(1).

Kemenperin. (2023). Siap Tampil di HM 2023, Industri Mamin Akan Pamerkan Teknologi Industri 4.0. *Kementerian Perindustrian Republik Indonesia*, 1–2. <https://kemenperin.go.id/artikel/23928/Siap-Tampil-di-HM-2023,-Industri-Mamin-Akan-Pamerkan-Teknologi-Industri-4.0>

Kemp, S. (2023). *Digital 2023: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

Khotimah, K., & Jalari, M. (2021). MENGUJI MARKETING MIX 7P TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SHOPEE DI SUKOHARJO. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 81–94.

Kim, A. J., & Ko, E. (2012). Do social media marketing activities enhance customer equity? An empirical study of luxury fashion brand. *Journal of Business Research*, 65(10), 1480-1486. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.10.014>

Kotler, P., & Armstrong, G. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12*. Penerbit Erlangga.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). MARKETING MANAGEMENT 14e. In *Pearson*.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). MARKETING MANAGEMENT 15e. In *Pearson*. Pearson Education Limited.

- Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2021). *MARKETING MANAGEMENT 16e*. In *Pearson*.
- Kurniasari, M., & Budiarmo, A. (2018). Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian dengan Minat Beli sebagai Variabel Intervening pada J.Co Donuts & Coffe Semarang. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(1), 25-31. <https://doi.org/https://doi.org/10.14710/jiab.2018.20968>
- Kuspriyono, T., & Nurelasari, E. (2018). Pengaruh Social Media Marketing Terhadap Purchase Intention Dimediasi Customer Bonding. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 18(2), 235-242. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/cakrawala%0APengaruh>
- Lelebua, J. S. (2023). *Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pemohon di Kantor Imigrasi Kelas I TPI Makassar*.
- Limanseto, H. (2022). Perkembangan UMKM sebagai Critical Engine Perekonomian Nasional Terus Mendapatkan Dukungan Pemerintah. *Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian*, 1–2. www.ekon.go.id
- Londong, F. D. R. (2023). *Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Promosi melalui Kepuasan Pelanggan terhadap Minat Pembelian Ulang pada Gerai Starbucks di Kota Makassar*.
- Makassarmetro. (2023). *Diskop Makassar Dorong UKM Semakin Bergeliat pada Tahun 2023 Berita Populer*. Makassarmetro.Com. <https://makassarmetro.com/2023/01/14/diskop-makassar-dorong-ukm-semakin-bergeliat-pada-tahun-2023>
- Marpaung, F. K., S, M. W. A., Sofira, A., & Aloyna, S. (2021). Pengaruh Harga, Promosi, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Indomie Pada Pt. Alamjaya Wirasentosa Kabanjahe. *Jurnal Manajemen*, 7(1), 49–64.
- Mewoh, F. M., Tampi, J. R. E., & Mukuan, D. D. S. (2019). Pengaruh Digital Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Pada Matahari Department Store Manado Town Square. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 9(1), 35-42. <https://doi.org/https://doi.org/10.35797/jab.v9.i1.35-42>
- Musu', I. P. (2023). *Pengaruh Gaya Kepemimpinan Spiritual dan Kekuatan Budaya terhadap Kinerja Karyawan Rumah Sakit Stella Maris Makassar*.
- Nadya. (2016). Peran Digital Marketing Dalam Eksistensi Bisnis Kuliner Seblak Jeletet Murni. *Jurnal Riset Manajemen Dan Bisnis*, 1(2), 133-144. <https://doi.org/10.36226/jrmb.v1i2.17>
- Oktaviani, F., & Rustandi, D. (2018). Implementasi Digital Marketing dalam Membangun Brand Awareness. *PRofesi Humas*, 3(1), 1-20. <https://doi.org/1>

0.1109/SmartTechCon.2017.8358617

- Panjaitan, E., Sinulingga, S., & Wibowo, R. P. (2019). The Effect of Marketing Mix on Consumer Purchase Decision on Bright Gas Product in Medan (Study in PT Pertamina (Persero) Marketing Operation Region I). *Internation Journal of Research and Review*, 6(10), 205–212.
- Pebrianti, W., Arweni, A., & Awal, M. (2020). Digital Marketing, e-WOM, Brand Awareness Dan Keputusan Pembelian Kopi Milenial. *JURNAL ILMU EKONOMI & SOSIAL*, 11(1), 48-56. <https://doi.org/https://doi.org/10.35724/jies.v11i1.2848>
- Poturak, M., & Softic, S. (2019). Influence of Social Media Content on Consumer Purchase Intention: Mediation Effect of Brand Equity. *Eurasian Journal of Business and Economics*, 12(23), 17-43. <https://doi.org/10.17015/ejbe.2019.023.02>
- Primadasari, A., & Sudarwanto, T. (2021). Pengaruh brand awareness , brand image, dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian Kopi Janji Jiwa di Surabaya. *JEBM: Forum Ekonomi*, 23(3), 413-420. <https://doi.org/https://doi.org/10.30872/jfor.v23i3.9743>
- Purwaningsih, N., & Susanto, F. (2020). Pengaruh Sosial Media Marketing dan Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian Produk Dirga Mahar. *Prosiding Konferensi Nasional Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi*, 1–13.
- Rachmadi, T. (2020). *The Power of Digital Marketing*.
- Rachman, R. (2023). PENGEMBANGAN WAWASAN DAN INTERPERSONAL SKILL MELALUI SEMINAR MARKETING DI ERA DIGITAL PADA MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS UNIVERSITAS ABDURACHMAN SALEH SITUBONDO. *Jurnal Pengabdian*, 2(1), 162–171.
- Rangkuti, F. (2002). The Power of Brands. In *PT Gramedia Pustaka Utama*.
- Rohim, A., & Asnawi, N. (2023). The Influence Of Brand Ambassador And Brand Awareness On Purchase Decisions Moderated By Brand Image (Case Study On Shopee Users In Lowokwaru District, Malang City). *Management Studies and Entrepreneurship Journal*, 4(1), 867-878. <https://doi.org/https://doi.org/10.37385/msej.v4i2.1488>
- S, I. N. M., & Ahmadi, D. (2021). Hubungan antara Social Media Marketing Akun Instagram @Sociolla dengan Keputusan Pembelian Konsumen. *Pusat Penelitian Universitas (P2U-LPPM)*, 7(1), 230-234. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.29313/v7i1.26398>
- Setiadi, A. (2016). PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL UNTUK EFEKTIFITAS KOMUNIKASI. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*.

- Setiawan, M. H., Komarudin, R., & Kholifah, D. N. (2022). Pengaruh Kepercayaan, Tampilan Dan Promosi Terhadap Keputusan Pemilihan Aplikasi Marketplace. *Jurnal Infotech*, 4(2), 139-147. <http://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/info tech139>
- Siali, F., Jiayi, P., Shakur, M. M. A., & Ya'Kob, S. A. (2016). RELATIONSHIP BETWEEN BRAND EQUITY AND CONSUMER PURCHASE DECISION: A CASE OF AN INTERNATIONAL BRAND OF FOOTWEAR. *International Journal of Service Management and Sustainability*, 1(1), 58–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.24191/ij sms.v1i1.6033>
- Sudarsono, D. H. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. CV ALFABETA.
- Suprpto, R., & Azizi, M. Z. W. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*.
- Sutariningsih, N. M. A., & K, I. G. N. J. A. W. (2021). PERAN BRAND AWARENESS MEMEDIASI PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP PURCHASE INTENTION. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 10(2), 145-164. <https://doi.org/10.24843/ejmunud.2021.v10.i02.p03>
- Suwarda, T. H. (2022). *Produk Makanan dan Minuman Kekinian Raup Sukses di Tengah Pandemi Anies-Muhaimin Tung*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/ekonomi/480011/produk-makanan-dan-minuman-kekinian-raup-sukses-di-tengah-pandemi>
- Tito, A. C. P., & Stefani, S. (2023). Pengaruh Strategi Brand Collaboration Terhadap Purchasing Decision Pada Industri Minuman Kekinian. *Jurnal Wira Ekonomi Mikroskil*, 13(1), 55-64. <https://doi.org/https://doi.org/10.55601/jwem.v13i1.952>
- Tjiptono, F. (2010). Strategi Pemasaran. In *Penerbit Andi*.
- Upadana, M. W. K., & Pramudana, K. A. S. (2020). BRAND AWARENESS MEMEDIASI PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 9(5), 1921-1941. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EJMUNUD.2020.v09.i05.p14>
- Veronica, M. T., & Ilmi, I. M. B. (2020). Minuman kekinian di kalangan mahasiswa Depok dan Jakarta. *Indonesian Journal of Health Development*, 2(2), 83–91. <https://doi.org/https://doi.org/10.52021/ijhd.v2i2.48>
- Wariki, G. M., Mananeke, L., & Tawas, H. (2015). Pengaruh Bauran Promosi, Persepsi Harga, dan Lokasi terhadap Keputusan Pembelian dan Kepuasan Konsumen pada Perumahan Tamansari Metropolitan Manado. *Jurnal*

EMBA, 3(2), 1073-1085. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.3.2.2015.9286>

Yam, J. H., & Taufik, R. (2021). Hipotesis Penelitian Kuantitatif. *Perspektif: Jurnal Ilmu Administrasi*, 3(2), 96-102. <https://doi.org/https://doi.org/10.33592/perspektif.v3i2.1540>

Yaputra, P. (2020). PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, STORE ENVIRONMENT, SALES PROMOTION, DAN PERCEIVED VALUE TERHADAP PURCHASE DECISION KONSUMEN SOGO DEPARTMENT STORE. *Jurnal Manajemen Bisnis Dan Kewirausahaan*, 4(1), 36–41. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/jmbk.v4i1.6795>

Yudho, S. K. S., & Agustin, S. (2022). PENGARUH MARKETING MIX (7P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO ONLINE DAPURDEP. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen*, 11(8), 1–16.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata

BIODATA

Identitas Diri

Nama : Andi Alisa Dyah Septariana
 Tempat, Tanggal Lahir : Makassar, 10 September 2002
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat Rumah : Jl. Puri Raya Blok G-2 No 20
 Telepon Rumah dan HP : 085241417233
 Alamat E-mail : andialisadyahseptariana@gmail.com

Riwayat Pendidikan

Pendidikan Formal

1. SD Tunas Jakasampurna (2008-2011)
2. SD Inpres Unggulan Puri Taman Sari (2011-2014)
3. SMP Negeri 13 Makassar (2014-2017)
4. SMA Negeri 5 Makassar (2017-2020)

Pendidikan Nonformal

1. Tahun 2020
 - a. Pelatihan *Basic Learning Skills, Character & Creativity* (BALANCE)
 Universitas Hasanuddin.
2. Tahun 2021
 - a. Latihan Kepemimpinan Mahasiswa Manajemen (LKMM) Ikatan
 Mahasiswa Manajemen Universitas Hasanuddin.

Pengalaman**Organisasi**

1. *Organizing Committee* (OC) Divisi Acara PATO IMMAJ FEB-UH 2022
2. *Organizing Committee* (OC) Divisi Dana dan Usaha LKMM IMMAJ FEB-UH 2022

Demikian biodata ini dibuat dengan sebenar-benarnya.

Makassar, 27 Desember 2023



Andi Alisa Dyah Septariana

Lampiran 2 Surat Keterangan Telah Melakukan Penelitian



SURAT KETERANGAN

Nomor: 176/SKet/HRD.YBM/I/2024

Hal : Telah Melakukan Penelitian

Berdasarkan surat Nomor: 162/SKet/HRD.YBM/XI/2023, Tanggal 29 November 2023 perihal Izin Melakukan Pengambilan Data, maka PT. Yotta Berkah Mulia menerangkan bahwa:

Nama : Andi Alisa Dyah Septariana
 NIM : A021201101
 Departemen / Universitas : Manajemen / Universitas Hasanuddin

Bersamaan dengan surat ini kami sampaikan bahwa nama Mahasiswa yang tertera di atas telah melakukan penelitian pada tanggal **01 Desember 2023 s/d 16 Desember 2023** di PT. Yotta Berkah Mulia.

Demikian surat keterangan kami buat, atas kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Makassar, 10 Januari 2024
 Hormat Kami,

Nurhikmah
 Human Capital Manager

Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

1. Variabel *Social Media Marketing* (X_1)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Konten dari akun sosial media Instagram Yotta terlihat menarik					
2.	Saya selaku konsumen merasa senang saat melihat konten dari akun sosial media Instagram Yotta					
3.	Konten yang diberikan akun sosial media Instagram Yotta membuat saya ingin melakukan pembelian produk Yotta					
4.	Akun sosial media Instagram Yotta memudahkan saya selaku konsumen untuk berbagi informasi dengan konsumen lainnya					
5.	Saya selaku konsumen dapat melakukan pertukaran obrolan atau pendapat dengan konsumen lain melalui akun sosial media Instagram Yotta					
6.	Mudah bagi saya selaku konsumen untuk mengutarakan pendapat pada akun sosial media Instagram Yotta					
7.	Konten yang diunggah akun sosial media Instagram Yotta merupakan konten terkini					
8.	Akun sosial media Instagram Yotta selalu memberikan informasi terbaru					
9.	Akun sosial media Instagram Yotta menyediakan informasi sesuai dengan kebutuhan saya selaku konsumen					

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
10.	Saya selaku konsumen mudah mengakses dan menggunakan fitur-fitur dari akun sosial media Instagram Yotta					
11.	Saya selaku konsumen berkeinginan untuk menyebarkan informasi dari akun sosial media Instagram Yotta kepada orang lain					
12.	Saya selaku konsumen berkeinginan mengunggah ulang informasi atau konten dari akun sosial media Instagram Yotta ke akun pribadi saya					

2. Variabel *Brand Awareness* (X_2)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Saat akan membeli minuman kekinian, Yotta merupakan pilihan pertama saya					
2.	Ketika ditanya kategori produk minuman kekinian, merek yang muncul di benak saya adalah Yotta					
3.	Saya lebih memilih membeli produk Yotta dibandingkan produk minuman kekinian yang lain					
4.	Yotta adalah merek yang mudah diingat kembali ketika saya ingin membeli minuman kekinian					
5.	Saya dapat mengingat kembali Yotta sebagai salah satu merek minuman kekinian					
6.	Saya dapat mengenali Yotta ketika melihat logonya					
7.	Saya dapat mengenali Yotta saat saya melihat produknya					

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
8.	Saya dapat mengenali Yotta dengan <i>tagline</i> #SemangatYO!					
9.	Saya mengetahui produk Yotta					
10.	Saya menyadari akan adanya merek Yotta sebagai salah satu merek minuman kekinian					

3. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	STS	TS	KS	S	SS
1.	Yotta memiliki beragam produk					
2.	Yotta memiliki produk yang berkualitas					
3.	Yotta menjadi pertimbangan saya dalam membeli minuman kekinian					
4.	Saya memilih produk Yotta saat ingin membeli minuman kekinian					
5.	Saya dapat dengan mudah mendapatkan produk Yotta karena <i>outlet</i> yang tersedia banyak					
6.	Saya dapat dengan mudah mendapatkan produk Yotta melalui pesanan secara <i>online</i>					
7.	Saya akan membeli produk Yotta setiap hari					
8.	Saya akan membeli produk Yotta satu kali setiap bulan					
9.	Saya akan membeli produk Yotta lebih dari tiga kali setiap bulan					
10.	Saya akan membeli banyak produk Yotta untuk dijadikan persediaan					
11.	Saya membeli produk Yotta sesuai dengan kebutuhan saya					

No. Respond en	X1₁	X1₂	X1₃	X1₄	X1₅	X1₆	X1₇	X1₈	X1₉	X1₁₀	X1₁₁	X1₁₂	Tot al
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
100	3	4	3	4	2	2	3	2	3	3	3	3	35
101	4	4	3	4	3	4	4	5	5	4	4	3	47
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	58
103	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	42
104	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	2	2	43
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
106	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	2	47
107	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
108	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	42
109	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	42
110	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	46
111	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
112	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	40
113	2	2	3	3	1	1	3	3	2	1	2	1	24
114	3	2	2	3	1	1	4	4	3	4	2	2	31
115	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	46
116	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
117	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
118	4	4	1	4	2	4	4	4	4	2	4	2	39
119	5	5	5	5	3	3	5	5	3	4	3	1	47
120	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	52
121	3	2	4	5	1	3	3	5	5	4	2	1	38
122	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	55
123	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	58
124	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	2	51
125	3	3	2	5	1	2	3	1	2	3	4	3	32
126	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	56
127	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	3	53
128	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	46
129	3	3	4	5	2	4	3	3	5	3	3	3	41
130	4	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	50

No. Respond en	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	X1 ₁₂	Tot al
131	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	47
132	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	50
133	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	2	3	17
134	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	44
135	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
136	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	3	1	44
137	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
138	2	3	2	4	3	3	2	3	4	4	2	3	35
139	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	42
140	2	2	2	3	2	3	2	3	2	3	3	3	30
141	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47
142	5	5	5	5	1	5	5	5	5	3	3	3	50
143	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
144	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
145	4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	4	47
146	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	3	44
147	4	3	4	4	3	5	4	5	5	4	2	2	45
148	3	4	3	5	3	4	4	4	3	3	3	3	42
149	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	57
150	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	47
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
152	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
153	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	44
154	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
155	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	3	49
156	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	2	42
157	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	50
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
159	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
160	3	4	3	4	3	3	4	5	4	4	4	2	43
161	4	4	5	4	3	3	4	5	4	4	4	4	48
162	4	5	4	5	3	3	5	5	4	4	4	3	49
163	5	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	48

No. Respond en	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	X1 ₁₂	Tot al
164	4	4	4	3	3	3	4	3	5	4	4	2	43
165	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	41
166	3	3	2	5	3	4	5	4	5	5	4	3	46
167	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
168	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	41
169	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
170	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
171	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
172	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	2	38
173	4	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	2	36
174	3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	39
175	5	4	3	4	1	5	5	5	4	1	4	1	42
176	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
177	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
178	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	1	45
179	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	55
180	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
181	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	45
182	3	3	4	4	4	4	4	5	4	5	3	1	44
183	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
184	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	42
185	3	2	3	4	2	4	4	4	3	4	2	2	37
186	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	51
187	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	1	45
188	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	3	3	44
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
190	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	3	3	46
191	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	42
192	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	47
193	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
194	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	2	41
195	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	47
196	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	2	3	35

No. Respond en	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	X1 ₁₂	Tot al
197	4	3	4	3	2	3	3	4	3	2	2	2	35
198	4	4	3	5	2	5	5	5	4	5	3	2	47
199	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
200	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
201	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	3	3	52
202	4	4	2	2	3	3	5	5	3	4	2	2	39
203	4	3	3	4	2	5	5	5	5	4	4	4	48
204	2	3	4	3	2	3	4	4	3	3	2	3	36
205	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	48
206	5	4	4	3	4	3	4	4	5	3	4	5	48
207	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	48
208	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
209	4	2	2	2	3	3	3	3	3	1	3	5	34
210	4	4	5	4	3	3	5	5	4	5	5	4	51
211	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	3	46
212	4	4	3	4	3	3	5	4	4	4	3	3	44
213	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	46
214	4	4	4	3	2	3	4	4	4	4	2	2	40
215	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
216	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	3	53
217	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	42
218	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
219	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4	3	46
220	4	4	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	45
221	4	4	4	5	1	1	5	5	5	5	3	1	43
222	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
223	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
224	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	3	2	46
225	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	49
226	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	48
227	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	46
228	3	4	3	3	3	5	3	3	4	4	4	3	42
229	4	4	5	4	3	3	5	4	4	5	3	3	47

No. Respond en	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	X1 ₁₂	Tot al
230	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	44
231	4	3	4	2	2	2	4	4	3	3	3	4	38
232	4	5	5	4	4	4	5	3	5	4	4	3	50
233	2	3	4	4	3	2	2	3	4	3	4	3	37
234	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	44
235	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	40
236	2	2	3	4	4	4	2	4	4	2	2	2	35
237	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	3	54
238	4	4	4	4	2	5	5	4	5	4	4	2	47
239	4	4	4	5	2	3	4	5	5	4	3	3	46
240	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
241	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	45
242	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	53
243	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	45
244	4	4	5	5	3	3	5	5	5	5	4	2	50
245	4	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	42
246	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	3	3	50
247	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3	42
248	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	47
249	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	2	37
250	3	3	4	5	2	4	4	4	4	3	2	2	40
251	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	53
252	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	3	46
253	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	46
254	4	3	4	5	2	3	4	4	5	2	3	2	41
255	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	50
256	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	4	48
257	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	53
258	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	2	2	39
259	4	5	3	3	2	5	4	4	3	5	3	2	43
260	3	4	4	2	3	2	3	3	4	4	2	1	35
261	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	43
262	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	3	3	49

No. Respond en	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	X1 ₁₂	Tot al
263	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	53
264	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	41
265	5	5	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	51
266	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
267	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
268	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
269	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	5	3	45
270	3	3	2	4	2	4	3	3	3	2	3	2	34
271	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
272	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
273	4	3	4	4	2	2	4	4	4	3	3	3	40
274	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	45
275	4	3	2	4	3	4	4	4	4	4	2	2	40
276	4	4	4	3	3	3	4	4	4	5	3	2	43
277	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	43
278	4	4	2	4	2	4	4	4	4	2	4	4	42
279	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	44
280	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
281	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	2	2	40
282	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
283	4	3	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	46
284	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
285	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	42
286	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	45
287	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	42
288	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	3	43
289	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	53
290	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	47
291	4	4	3	3	3	3	3	5	5	4	3	3	43
292	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
293	4	4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	1	50
294	4	5	5	5	3	3	5	5	5	4	4	4	52
295	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	42

No. Respond en	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	X1 ₁₂	Tot al
296	4	3	3	5	3	4	5	5	4	5	5	2	48
297	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	43
298	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	3	3	43
299	4	3	4	3	4	1	4	4	4	3	3	3	40
300	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	44
301	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	42
302	4	4	4	3	2	4	4	4	5	5	5	2	46
303	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	3	3	45
304	4	4	4	5	3	3	4	5	4	3	4	4	47
305	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	51
306	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	45
307	4	4	4	5	3	4	4	5	3	4	5	3	48
308	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
309	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
310	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
311	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
312	4	3	4	5	2	4	3	4	3	3	2	1	38
313	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	2	49
314	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	59
315	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	57
316	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	4	4	50
317	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2	41
318	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	3	2	51
319	3	3	3	3	1	1	3	3	4	4	3	2	33
320	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	44
321	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
322	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	41
323	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
324	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	4	2	49
325	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
326	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	50
327	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	52
328	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	43

No. Respond en	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	X1 ₁₂	Tot al
329	3	3	3	3	3	4	3	3	3	1	1	1	31
330	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	4	4	54
331	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
332	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	35
333	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
334	4	4	5	2	2	3	4	4	4	4	1	1	38
335	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	35
336	4	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	3	50
337	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	3	53
338	4	4	3	4	3	3	5	4	4	4	3	3	44
339	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	46
340	3	4	4	3	2	3	4	5	5	5	4	4	46
341	3	3	3	3	1	1	3	3	3	3	3	3	32
342	4	4	4	4	2	4	4	4	3	4	2	2	41
343	4	3	3	2	3	4	3	3	4	4	3	3	39
344	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
345	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	46
346	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36
347	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	43
348	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
349	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
350	2	3	3	2	1	3	2	4	3	3	1	1	28
351	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	2	1	39
352	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	37
353	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	3	49
354	4	4	4	3	4	3	3	5	4	5	4	3	46
355	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	2	3	43
356	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	46
357	3	3	3	3	3	2	4	4	4	5	3	2	39
358	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	44
359	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	45
360	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	56
361	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	4	4	26

[illegible]

No. Responden	X2 ₁	X2 ₂	X2 ₃	X2 ₄	X2 ₅	X2 ₆	X2 ₇	X2 ₈	X2 ₉	X2 ₁₀	Total
7	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
8	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
9	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
10	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
11	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
12	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	48
13	4	4	3	5	4	5	5	4	5	4	43
14	2	4	4	4	4	5	5	5	5	4	42
15	2	3	2	3	4	4	4	4	4	4	34
16	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	36
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
19	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
21	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	36
22	2	4	1	4	4	5	4	3	3	4	34
23	2	1	2	3	3	4	4	3	4	4	30
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
25	2	2	2	2	2	4	4	2	5	1	26
26	3	3	2	5	5	5	5	4	5	4	41
27	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
28	3	3	3	5	5	3	5	5	5	5	42
29	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	36
30	3	3	3	3	4	5	4	3	3	4	35
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
32	3	3	3	3	3	5	4	5	5	4	38
33	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
34	3	3	3	5	5	4	4	4	4	5	40
35	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
36	4	4	3	4	4	2	4	4	5	4	38
37	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
38	2	2	1	5	4	5	3	5	2	5	34
39	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
40	3	4	3	3	3	5	5	5	5	5	41

No. Responden	X2 ₁	X2 ₂	X2 ₃	X2 ₄	X2 ₅	X2 ₆	X2 ₇	X2 ₈	X2 ₉	X2 ₁₀	Total
41	3	2	2	4	4	5	4	5	5	5	39
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
43	2	2	2	4	4	4	4	3	5	5	35
44	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
45	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
47	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
48	2	3	2	3	4	4	3	4	5	5	35
49	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
50	3	4	3	3	4	5	4	4	5	4	39
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
53	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	38
54	2	3	2	3	3	3	3	3	4	4	30
55	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	34
56	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	39
57	3	2	2	4	4	5	5	5	5	5	40
58	1	4	1	4	4	3	4	5	5	4	35
59	2	3	2	4	4	5	5	5	5	5	40
60	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	45
61	3	4	2	3	3	5	5	5	5	4	39
62	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	37
63	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	40
64	3	3	3	3	3	4	3	5	3	4	34
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	2	3	2	4	4	5	5	5	5	5	40
67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
68	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
69	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	44
70	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	46
71	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	29
72	5	4	3	5	5	4	4	3	4	5	42
73	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	47
74	5	2	2	4	5	5	2	5	5	4	39

No. Responden	X2 ₁	X2 ₂	X2 ₃	X2 ₄	X2 ₅	X2 ₆	X2 ₇	X2 ₈	X2 ₉	X2 ₁₀	Total
75	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	46
76	3	3	3	4	4	5	5	4	5	4	40
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
79	3	4	3	2	2	3	3	4	5	5	34
80	2	3	3	5	4	5	4	4	5	5	40
81	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
82	3	3	3	4	4	5	5	5	5	4	41
83	4	3	5	5	5	5	5	4	4	4	44
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	3	3	3	4	4	5	5	4	4	5	40
86	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	37
87	1	4	1	4	4	5	5	5	5	4	38
88	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
90	3	4	3	4	4	4	3	4	5	4	38
91	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
92	3	2	3	2	3	2	2	2	3	3	25
93	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
95	3	3	4	4	4	5	5	5	5	5	43
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	3	3	3	4	3	4	4	5	4	4	37
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
99	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
100	2	2	3	3	3	5	5	2	4	3	32
101	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	39
102	4	4	4	4	5	5	5	3	5	5	44
103	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	34
104	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	42
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
106	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	43
107	2	3	2	3	3	4	3	2	4	3	29
108	2	5	2	2	4	5	4	5	5	5	39

No. Responden	X2 ₁	X2 ₂	X2 ₃	X2 ₄	X2 ₅	X2 ₆	X2 ₇	X2 ₈	X2 ₉	X2 ₁₀	Total
143	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
144	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
145	3	4	3	4	5	5	5	5	4	4	42
146	3	3	2	4	3	5	5	5	5	3	38
147	3	3	3	4	4	5	5	3	5	5	40
148	3	3	3	5	4	5	5	3	5	4	40
149	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	44
150	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	42
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
152	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	43
153	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
154	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	45
155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
156	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	45
157	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
158	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
159	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
160	2	3	2	3	3	5	5	4	4	4	35
161	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	47
162	2	2	2	4	4	5	5	3	5	5	37
163	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	42
164	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
165	2	3	3	3	3	4	4	3	4	4	33
166	3	4	5	4	4	5	5	5	5	5	45
167	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36
168	3	3	2	2	4	5	5	2	4	5	35
169	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	45
170	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
171	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
172	2	2	2	3	3	5	4	3	4	4	32
173	2	3	2	4	4	4	4	3	4	4	34
174	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	34
175	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	45
176	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39

No. Responden	X2 ₁	X2 ₂	X2 ₃	X2 ₄	X2 ₅	X2 ₆	X2 ₇	X2 ₈	X2 ₉	X2 ₁₀	Total
177	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
178	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	46
179	2	3	3	4	4	4	4	2	5	5	36
180	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
181	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
182	2	4	2	3	5	5	5	5	5	5	41
183	3	4	2	5	5	5	5	5	5	5	44
184	4	3	3	3	3	5	4	3	4	4	36
185	2	3	2	3	4	4	5	5	5	4	37
186	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
187	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
188	3	4	3	4	4	5	5	5	5	5	43
189	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	43
190	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
191	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	35
192	4	4	3	4	4	4	3	4	2	4	36
193	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
194	3	2	2	2	4	3	4	4	4	4	32
195	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	36
196	5	1	2	3	3	1	2	3	4	5	29
197	3	3	2	3	4	4	4	4	5	3	35
198	3	4	2	4	5	5	5	3	5	2	38
199	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
200	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
201	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	43
202	2	3	3	3	5	5	5	4	5	4	39
203	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
204	2	2	2	3	4	5	5	4	3	4	34
205	5	3	3	3	4	5	5	5	5	4	42
206	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	41
207	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
208	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
209	3	5	5	4	4	5	5	5	4	4	44
210	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48

No. Responden	X2 ₁	X2 ₂	X2 ₃	X2 ₄	X2 ₅	X2 ₆	X2 ₇	X2 ₈	X2 ₉	X2 ₁₀	Total
211	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
212	3	4	3	4	3	5	5	4	3	3	37
213	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	37
214	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	35
215	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	33
216	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	40
217	4	3	2	4	4	4	4	3	4	4	36
218	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
219	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	40
220	5	3	4	4	4	5	5	5	5	4	44
221	2	4	1	3	5	5	5	5	3	5	38
222	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
223	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
224	3	3	3	4	5	5	4	5	3	5	40
225	3	3	3	3	3	5	5	3	5	4	37
226	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	42
227	3	3	3	4	4	5	5	3	5	5	40
228	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
229	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	42
230	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	41
231	2	2	2	2	2	5	5	2	2	4	28
232	4	4	4	3	3	3	4	5	5	4	39
233	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	45
234	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	35
235	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	36
236	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
237	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
238	4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	44
239	2	4	2	4	4	5	5	4	4	4	38
240	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
241	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	36
242	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	46
243	2	4	2	4	4	4	3	4	4	4	35
244	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48

No. Responden	X2 ₁	X2 ₂	X2 ₃	X2 ₄	X2 ₅	X2 ₆	X2 ₇	X2 ₈	X2 ₉	X2 ₁₀	Total
245	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	43
246	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	45
247	2	2	2	3	4	4	4	3	4	4	32
248	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	46
249	1	1	1	3	4	5	4	4	5	5	33
250	1	1	1	3	4	5	5	5	5	5	35
251	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	47
252	3	3	3	4	4	5	3	4	3	4	36
253	4	3	3	4	4	5	5	4	4	4	40
254	5	3	4	4	4	5	5	5	4	5	44
255	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42
256	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	41
257	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
258	3	3	3	3	4	4	5	5	5	5	40
259	5	2	3	5	4	5	5	5	5	5	44
260	1	1	1	2	4	5	2	1	3	4	24
261	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	34
262	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	42
263	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
264	2	2	1	2	3	4	4	3	2	3	26
265	3	4	3	4	4	5	5	5	5	4	42
266	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
267	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
268	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
269	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	48
270	2	1	1	2	2	5	5	2	3	4	27
271	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
272	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
273	1	2	2	3	3	2	5	5	4	4	31
274	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
275	2	2	3	4	4	5	5	2	4	4	35
276	2	2	2	3	3	4	4	4	4	4	32
277	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	35
278	2	4	4	4	4	4	3	2	4	4	35

No. Responden	X2 ₁	X2 ₂	X2 ₃	X2 ₄	X2 ₅	X2 ₆	X2 ₇	X2 ₈	X2 ₉	X2 ₁₀	Total
279	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
280	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	40
281	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
282	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	44
283	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
284	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
285	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	35
286	3	4	4	5	5	5	5	3	5	5	44
287	3	4	3	4	3	3	4	4	4	3	35
288	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	43
289	3	3	3	5	5	5	5	4	5	5	43
290	3	4	2	3	5	5	5	5	5	4	41
291	3	3	3	3	3	5	5	5	5	4	39
292	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
293	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
294	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
295	3	3	2	2	3	4	4	3	4	3	31
296	2	3	3	5	5	5	5	2	5	5	40
297	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	35
298	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	35
299	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	45
300	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
301	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	44
302	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
303	3	3	3	3	4	5	5	5	5	4	40
304	3	3	3	4	4	5	5	5	5	4	41
305	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	45
306	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
307	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	40
308	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
309	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
310	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
311	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
312	3	4	5	5	5	5	5	1	5	5	43

No. Responden	X2 ₁	X2 ₂	X2 ₃	X2 ₄	X2 ₅	X2 ₆	X2 ₇	X2 ₈	X2 ₉	X2 ₁₀	Total
313	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	41
314	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
315	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	46
316	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	45
317	3	3	3	2	4	5	4	3	4	4	35
318	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
319	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	43
320	3	3	3	4	4	5	5	4	5	3	39
321	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	27
322	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	37
323	2	2	2	3	3	5	4	5	4	5	35
324	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	47
325	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
326	4	4	5	4	3	4	4	5	5	5	43
327	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	37
328	3	3	3	4	4	3	4	4	2	3	33
329	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	19
330	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	48
331	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	42
332	3	3	3	3	3	5	4	3	4	3	34
333	1	1	1	1	4	1	4	5	5	4	27
334	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	36
335	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
336	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
337	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	46
338	1	3	1	3	4	5	5	2	5	4	33
339	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	37
340	3	5	3	4	4	2	5	5	5	5	41
341	1	1	3	3	3	5	4	2	5	5	32
342	2	4	3	4	4	5	5	5	4	4	40
343	2	3	3	4	4	4	4	4	5	5	38
344	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
345	3	3	3	4	3	5	5	3	4	4	37
346	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	48

No. Responden	X2 ₁	X2 ₂	X2 ₃	X2 ₄	X2 ₅	X2 ₆	X2 ₇	X2 ₈	X2 ₉	X2 ₁₀	Total
347	3	2	2	3	2	5	4	3	5	4	33
348	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
349	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	10
350	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
351	2	2	1	1	1	4	4	4	4	4	27
352	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
353	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
354	4	3	3	4	4	5	5	5	5	4	42
355	2	3	4	4	4	5	4	3	4	4	37
356	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	36
357	4	4	4	4	4	5	4	2	5	5	41
358	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	40
359	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	34
360	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
361	3	2	2	4	3	2	4	3	3	4	30
362	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	47
363	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
364	2	4	2	3	4	5	5	5	5	5	40
365	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	32
366	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
367	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	47
368	2	2	2	2	2	4	4	2	4	4	28
369	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
370	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
371	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
372	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
373	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
374	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
375	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
376	2	2	3	3	3	5	5	5	4	5	37
377	3	2	2	4	4	4	4	4	3	3	33
378	5	5	4	5	5	5	4	3	4	5	45
379	1	4	3	4	3	3	4	4	3	4	33
380	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	37

No. Responden	X2 ₁	X2 ₂	X2 ₃	X2 ₄	X2 ₅	X2 ₆	X2 ₇	X2 ₈	X2 ₉	X2 ₁₀	Total
381	3	3	3	4	5	5	5	2	3	3	36
382	5	3	5	3	3	5	3	5	4	1	37
383	3	2	2	4	4	5	5	2	5	5	37
384	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	29

3. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No. Responden	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	Total
1	5	5	4	2	5	5	1	4	1	1	5	38
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	43
3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	35
4	4	3	3	3	4	4	3	5	1	4	4	38
5	3	4	4	4	4	5	2	3	3	2	4	38
6	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	41
7	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3	39
8	5	5	5	4	5	5	1	4	2	2	5	43
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
10	5	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	45
11	5	5	5	4	5	5	3	4	3	3	5	47
12	5	4	4	4	5	5	2	3	3	1	4	40
13	5	4	4	4	5	5	3	5	4	3	5	47
14	5	4	4	3	5	5	2	4	3	2	5	42
15	4	4	3	2	4	4	2	3	2	3	5	36
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
18	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	38
19	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	5	51
20	5	5	5	5	5	5	3	4	3	3	5	48
21	4	4	4	3	4	4	2	3	3	3	4	38
22	4	4	3	2	5	5	1	3	1	1	5	34
23	5	4	3	3	5	5	2	3	2	1	4	37
24	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	42
25	5	4	4	2	4	5	2	2	2	2	5	37
26	5	4	3	3	5	5	3	3	3	2	5	41

No. Responde n	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	Tota l
27	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	5	39
28	5	5	5	4	5	5	1	1	1	1	5	38
29	4	4	4	3	4	4	2	4	2	2	4	37
30	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	39
31	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
32	5	4	4	3	5	5	3	3	3	3	5	43
33	1	1	1	1	1	1	2	1	2	3	1	15
34	4	4	3	3	5	5	2	3	2	2	4	37
35	5	5	5	5	5	5	2	4	3	2	5	46
36	4	3	3	4	4	4	1	3	4	1	2	33
37	5	5	5	5	4	5	2	3	5	2	5	46
38	5	4	3	2	5	5	1	4	1	1	5	36
39	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	4	39
40	5	5	5	4	4	4	3	4	2	4	5	45
41	5	4	4	3	5	5	2	4	3	3	5	43
42	4	4	4	3	5	5	3	3	3	3	4	41
43	4	4	3	2	5	5	1	1	1	2	4	32
44	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	49
45	5	5	5	5	5	5	2	4	4	2	5	47
46	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	42
47	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	47
48	5	5	2	2	5	5	1	2	1	1	5	34
49	5	5	4	5	5	5	1	3	2	1	5	41
50	4	4	4	3	5	4	3	3	3	3	4	40
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
53	4	4	4	3	4	4	3	3	2	2	4	37
54	4	3	4	3	4	4	1	2	2	2	3	32
55	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	4	37
56	4	4	4	3	4	4	1	4	1	1	4	34
57	5	3	2	2	4	4	1	3	1	1	5	31
58	5	4	3	3	5	4	1	1	1	1	5	33
59	5	3	4	2	5	5	1	5	2	3	5	40

No. Responde n	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	Tota l
60	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	52
61	5	4	4	3	5	4	1	4	2	2	5	39
62	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	41
63	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	42
64	3	3	4	4	4	3	4	5	3	4	4	41
65	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	41
66	5	5	2	2	5	5	1	4	3	2	5	39
67	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
68	4	5	5	3	3	4	2	3	2	2	5	38
69	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	52
70	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	49
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
72	5	4	4	4	5	4	4	3	3	2	4	42
73	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	49
74	4	5	5	2	4	5	1	5	2	1	5	39
75	5	4	5	4	5	5	2	4	2	2	5	43
76	4	4	4	3	4	4	2	3	2	2	4	36
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	51
79	5	5	3	4	3	4	1	4	3	2	4	38
80	5	4	3	3	5	5	3	4	4	2	5	43
81	5	5	5	5	5	5	2	3	3	3	5	46
82	5	4	4	3	4	4	2	3	2	2	4	37
83	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	53
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
85	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	51
86	4	4	3	4	4	4	2	3	4	2	4	38
87	4	4	4	1	5	5	1	1	1	1	4	31
88	5	5	5	4	5	5	3	3	4	3	5	47
89	4	4	4	4	4	4	1	3	2	2	4	36
90	5	5	4	3	5	5	2	1	4	2	5	41
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
92	4	4	4	4	4	4	2	3	3	2	4	38

No. Responde n	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	Tota l
93	5	5	4	4	4	3	3	4	4	2	5	43
94	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	51
95	5	5	5	4	5	5	1	5	3	3	5	46
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
98	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
100	4	4	3	3	3	3	1	2	3	1	5	32
101	5	5	4	4	4	5	2	4	2	2	5	42
102	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	51
103	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	4	38
104	5	5	4	3	5	5	2	4	3	2	4	42
105	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
106	5	5	4	4	5	5	2	4	3	2	5	44
107	4	4	3	3	5	4	1	4	3	1	5	37
108	5	4	2	2	5	4	2	4	2	2	4	36
109	4	4	4	3	3	4	2	2	1	1	4	32
110	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	5	45
111	4	4	3	2	4	4	2	3	2	2	4	34
112	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	39
113	4	4	3	2	4	4	1	1	1	1	5	30
114	4	4	3	2	4	4	1	3	2	1	4	32
115	4	4	3	2	4	4	1	3	1	1	3	30
116	5	5	4	4	5	5	2	4	2	1	5	42
117	5	3	2	2	4	4	1	3	1	1	3	29
118	4	4	3	2	4	4	1	2	1	1	4	30
119	3	4	3	3	5	4	2	3	4	1	5	37
120	5	5	5	5	5	5	3	5	4	3	5	50
121	5	5	5	4	5	5	3	4	5	2	5	48
122	5	5	5	3	5	5	1	5	1	1	5	41
123	5	5	5	5	5	5	4	5	2	2	4	47
124	4	4	3	3	5	5	1	1	1	1	5	33
125	5	5	3	3	5	5	1	4	1	2	3	37

No. Responde n	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	Tota l
159	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
160	5	4	4	3	5	5	1	3	1	1	5	37
161	5	4	4	4	5	4	3	4	4	3	5	45
162	5	3	3	1	4	5	1	2	2	2	4	32
163	5	4	4	4	5	5	3	5	3	3	5	46
164	5	4	5	4	5	4	2	4	3	2	4	42
165	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	42
166	4	5	4	4	5	2	1	3	3	2	5	38
167	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	5	44
168	4	4	4	4	3	5	1	4	4	3	4	40
169	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
170	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
171	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
172	5	4	3	3	5	5	2	3	3	2	5	40
173	3	4	4	3	4	4	2	4	3	2	4	37
174	4	4	4	3	4	3	1	3	1	1	4	32
175	5	5	4	5	5	5	4	3	4	4	5	49
176	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
177	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
178	5	5	5	5	5	5	2	4	2	1	5	44
179	5	5	5	5	5	5	2	4	4	5	5	50
180	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
181	4	4	4	4	4	4	3	3	2	2	4	38
182	5	5	4	3	5	2	1	4	1	1	5	36
183	4	4	4	4	4	4	1	2	1	1	4	33
184	4	4	4	4	4	3	1	1	1	1	4	31
185	4	4	4	3	5	5	3	3	2	2	5	40
186	5	5	5	5	5	5	3	4	4	3	5	49
187	5	5	5	5	5	5	1	5	4	1	5	46
188	5	4	4	4	5	5	2	3	4	3	4	43
189	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	45
190	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	42
191	4	4	3	3	4	4	1	3	1	1	4	32

No. Responde n	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	Tota l
192	4	4	4	4	4	5	2	4	3	4	5	43
193	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
194	4	3	4	3	4	4	2	3	2	2	4	35
195	4	4	4	3	4	4	3	4	2	2	4	38
196	4	5	5	4	4	4	4	3	2	2	1	38
197	5	4	4	3	5	5	3	4	3	1	5	42
198	5	5	3	3	5	5	2	3	2	2	5	40
199	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
200	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	5	50
201	5	5	4	4	5	5	3	4	3	3	5	46
202	4	4	3	3	5	5	1	4	1	2	5	37
203	5	4	5	5	5	5	3	5	3	3	5	48
204	5	4	4	3	4	4	1	2	1	2	4	34
205	5	4	4	3	5	5	2	4	3	2	5	42
206	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	49
207	5	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	43
208	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
209	5	4	4	4	4	3	1	2	1	1	5	34
210	5	4	4	4	5	5	3	5	3	3	5	46
211	5	4	4	4	5	4	2	4	4	3	4	43
212	4	4	4	4	5	5	1	3	4	1	5	40
213	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	40
214	4	4	3	4	4	3	2	3	3	2	4	36
215	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	4	39
216	4	5	4	4	5	5	1	4	3	3	5	43
217	4	4	4	3	4	4	2	3	2	2	4	36
218	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
219	4	4	4	4	5	4	2	4	3	2	4	40
220	5	4	4	4	5	5	2	4	4	2	4	43
221	5	5	4	2	5	5	1	3	1	1	5	37
222	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
223	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	53
224	5	5	4	3	5	5	1	4	3	1	4	40

No. Responde n	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	Tota l
225	4	4	4	3	4	4	1	2	1	1	3	31
226	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	44
227	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3	3	45
228	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	4	39
229	5	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3	43
230	5	5	4	4	4	4	3	2	2	2	5	40
231	4	4	4	3	4	4	1	4	2	1	5	36
232	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	3	48
233	3	4	4	4	5	5	3	3	2	3	4	40
234	4	4	4	3	4	4	3	4	3	2	4	39
235	4	3	3	3	3	3	3	2	3	3	5	35
236	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
237	5	5	5	5	5	5	3	5	3	1	5	47
238	5	5	5	4	4	5	2	3	2	1	5	41
239	5	4	2	2	5	5	2	3	1	1	4	34
240	5	5	5	5	5	5	2	5	5	2	5	49
241	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	4	37
242	4	5	5	5	4	5	5	1	5	3	5	47
243	4	4	3	3	4	4	1	3	3	3	3	35
244	5	5	5	4	5	5	3	5	4	2	4	47
245	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	47
246	5	5	5	4	5	4	3	4	3	2	4	44
247	4	4	3	2	4	4	1	2	1	1	4	30
248	5	5	4	4	5	5	3	5	3	3	5	47
249	5	4	3	2	5	5	1	3	1	1	5	35
250	5	5	2	2	4	4	1	2	2	1	5	33
251	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	50
252	4	4	4	3	4	4	1	4	3	3	5	39
253	4	4	4	4	4	4	2	4	4	1	5	40
254	5	5	5	3	4	5	3	3	5	1	5	44
255	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	44
256	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	46
257	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	48

No. Responde n	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	Tota l
258	5	5	4	5	5	5	2	5	3	2	5	46
259	5	5	4	4	5	5	2	5	2	2	5	44
260	2	2	2	1	4	4	1	1	1	1	4	23
261	4	4	4	3	4	4	1	2	1	1	4	32
262	5	5	4	4	4	4	3	4	3	3	4	43
263	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
264	4	4	4	3	3	2	1	3	2	1	4	31
265	5	4	4	3	5	4	2	3	4	3	4	41
266	5	5	4	4	5	4	4	4	5	3	5	48
267	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
268	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
269	5	4	5	3	4	5	3	5	3	1	5	43
270	4	4	3	2	5	5	1	5	1	1	5	36
271	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
272	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
273	5	5	4	3	3	2	5	5	4	2	4	42
274	3	5	4	4	5	5	3	5	4	2	5	45
275	4	4	4	2	3	4	1	2	1	1	4	30
276	4	4	3	2	4	4	1	4	2	2	5	35
277	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	38
278	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
279	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
280	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	47
281	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	40
282	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	51
283	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	45
284	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
285	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
286	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
287	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	39
288	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	50
289	5	5	5	5	5	5	3	5	4	2	5	49
290	3	4	4	2	4	4	2	3	3	2	5	36

No. Responde n	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	Tota l
291	5	5	4	3	5	5	3	3	3	3	3	42
292	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
293	5	4	5	5	5	3	3	2	5	2	5	44
294	5	5	5	4	5	5	2	4	4	1	5	45
295	4	4	3	3	4	4	2	4	2	2	4	36
296	5	4	4	4	5	5	1	3	2	3	5	41
297	4	4	4	3	3	4	2	2	2	2	4	34
298	4	4	3	3	4	4	2	2	2	2	4	34
299	5	4	4	3	5	5	1	3	1	1	5	37
300	4	4	4	3	4	4	2	3	2	2	4	36
301	5	5	4	4	5	5	5	3	3	2	2	43
302	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	40
303	5	5	3	4	4	4	3	3	3	3	3	40
304	5	5	3	4	5	5	2	3	2	2	2	38
305	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	50
306	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45
307	3	4	5	3	4	5	3	4	5	3	4	43
308	4	4	4	4	4	4	2	3	2	2	4	37
309	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	40
310	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
311	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
312	5	4	5	4	5	5	1	3	2	1	5	40
313	4	4	4	4	5	5	2	3	3	2	5	41
314	4	5	4	5	4	4	2	4	4	3	5	44
315	5	5	4	4	5	5	3	4	3	3	5	46
316	5	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	42
317	4	4	4	3	4	4	2	2	2	2	4	35
318	5	5	4	4	4	5	1	4	3	2	4	41
319	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
320	3	3	3	3	4	4	2	3	2	2	5	34
321	5	3	3	2	4	4	1	3	2	1	5	33
322	4	4	3	3	4	4	2	3	2	2	4	35
323	5	4	4	3	5	5	1	2	3	1	5	38

No. Responde n	X1 ₁	X1 ₂	X1 ₃	X1 ₄	X1 ₅	X1 ₆	X1 ₇	X1 ₈	X1 ₉	X1 ₁₀	X1 ₁₁	Tota l
324	5	5	5	5	5	5	1	3	3	2	5	44
325	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
326	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	3	48
327	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
328	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	36
329	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	28
330	5	5	5	5	5	5	1	5	2	1	5	44
331	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	41
332	5	5	3	3	4	5	2	2	2	2	3	36
333	5	4	4	1	5	5	1	3	1	1	5	35
334	5	5	5	5	4	4	1	4	2	1	4	40
335	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	42
336	5	5	5	5	5	5	3	5	4	2	5	49
337	4	4	4	3	5	4	3	5	4	3	5	44
338	5	4	3	2	4	5	1	3	1	1	5	34
339	4	4	4	3	4	4	1	3	2	1	4	34
340	5	5	5	5	3	5	1	3	1	1	3	37
341	5	4	1	3	3	3	3	3	3	3	3	34
342	4	4	4	4	5	5	1	3	2	1	5	38
343	4	4	4	2	5	5	1	2	1	1	4	33
344	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
345	4	4	3	3	4	4	2	4	3	3	5	39
346	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	50
347	5	3	2	2	4	4	1	2	1	1	5	30
348	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
349	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11
350	4	4	4	3	4	3	1	4	4	1	5	37
351	4	4	3	2	2	4	1	1	3	1	5	30
352	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	33
353	5	5	5	5	5	5	3	5	5	2	5	50
354	5	4	4	4	5	5	3	5	5	2	5	47
355	4	4	4	3	5	4	2	3	4	3	4	40
356	4	4	4	4	4	4	2	3	2	3	4	38

Lampiran 5 Hasil Uji Validitas

1. Variabel *Social Media Marketing* (X_1)

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	40,92	52,973	,776	,919
X1.2	41,01	52,932	,766	,919
X1.3	40,96	52,805	,691	,922
X1.4	40,77	52,878	,706	,921
X1.5	41,32	51,546	,674	,923
X1.6	41,06	52,419	,678	,922
X1.7	40,73	52,756	,754	,919
X1.8	40,68	53,326	,721	,921
X1.9	40,83	53,187	,707	,921
X1.10	40,82	52,733	,691	,922
X1.11	41,27	52,468	,665	,923
X1.12	41,59	52,880	,549	,929

2. Variabel *Brand Awareness* (X_2)

	Item-Total Statistics			
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	35,77	37,942	,649	,905
X2.2	35,61	37,851	,724	,899
X2.3	35,86	38,189	,662	,903
X2.4	35,31	38,054	,774	,896
X2.5	35,18	38,658	,788	,896
X2.6	34,79	40,171	,616	,906
X2.7	34,86	39,855	,684	,902
X2.8	35,11	38,995	,606	,907
X2.9	34,83	40,014	,647	,904
X2.10	34,95	40,076	,661	,903

3. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	36,65	40,552	,481	,855
Y.2	36,77	39,403	,656	,845
Y.3	37,06	37,989	,671	,842
Y.4	37,35	36,088	,751	,834
Y.5	36,68	40,559	,479	,855
Y.6	36,71	40,505	,469	,855
Y.7	38,41	35,741	,558	,851
Y.8	37,47	36,986	,611	,845
Y.9	37,97	34,989	,629	,844
Y.10	38,37	36,465	,523	,854
Y.11	36,69	40,987	,399	,859

Lampiran 6 Hasil Uji Reliabilitas

1. Variabel *Social Media Marketing* (X_1)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,928	12

2. Variabel *Brand Awareness* (X_2)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,911	10

3. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
,861	11

Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Linear Berganda

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11,376	1,495		7,607	,000
	Social Media Marketing	,262	,043	,307	6,078	,000
	Brand Awareness	,457	,049	,468	9,264	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 8 Hasil Uji t

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	11,376	1,495		7,607	,000
	Social Media Marketing	,262	,043	,307	6,078	,000
	Brand Awareness	,457	,049	,468	9,264	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 9 Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,718 ^a	,516	,513	4,710

a. Predictors: (Constant), Brand Awareness, Social Media Marketing