

## DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari, 2004. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Edisi Revisi. CV Alfabeta. Bandung
- Fajrianti Zatul Farrah. 2005. *Strategi Perluasan Merek dan Loyalitas Konsumen*. Jurnal Insan Vol. 7, 3:276-288.
- Gitusudarmo. H. Indriyo M. com (Hens), 2003. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit BPFE-Yogyakarta. Yogyakarta.
- Ghozali, Imam. 2007. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS**, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007. *Manajemen pemasaran*. Jilid Satu. Edisi Keduabelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. PT Indeks. Jakarta.
- , 2007. *Manajemen pemasaran*. Jilid Dua. Edisi Keduabelas. Alih Bahasa Benyamin Molan. PT Indeks. Jakarta
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2003. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Jilid Satu. Edisi Kesembilan. PT Indeks. Jakarta
- Lutiary Eka Ratri. 2007. *Hubungan Antara Citra Merek (Brand Image) Operator Seluler dengan Loyalitas Merek (Brand Loyalty) Pada Mahasiswa Pengguna Telepon Seluler di Fakultas Ekonomi Reguler Universitas Diponegoro Semarang*. Semarang: Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro.
- Nazir, Mohammad, 2005. *Metode Penelitian*. Cetakan 6. Penerbit Ghalia Indonesia. Bogor.
- Ogi Sulistian. 2011. *Pengaruh Brand Image Terhadap Loyalitas Pelanggan Rokok Gudang Garam Filter*. Kuningan: Fakultas Ekonomi Universitas Kuningan.
- Schiffman, Leon dan Leslie L. Kanuk, 2007. *Perilaku Konsumen*. Cetakan Kedua. PT Indeks.
- Simamora, Bilson, 2004. *Riset Pemasaran*. Edisi Pertama. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sugiyono, 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Jakarta.
- Sugiyono. 2010. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung : Alfabeta

- Sumarni, Murti dan Jhon Suprihantono,2003. *Pengantar Bisnis : Dasar Ekonomi Perusahaan*. Liberti. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy, 2005. *Brand Management and Strategy*. Cetakan Pertama. Andi, Yogyakarta.
- Umar, Husain.2008. *Riset Sumber Daya Manusia Dalam Organisasi*. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

**Lampiran 1****KUESIONER**

PENGARUH CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*) TERHADAP PENGAMBILAN  
KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR KAWASAKI PADA PT DIANA  
INDONESIA DI MAKASSAR

Pengantar :

1. Baca  
dan pahami tiap pertanyaan dalam lembar kuesioner berikut serta diisi dengan teliti, lengkap dan jujur
2. Jawab  
an 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,

**Tuti Budiarti**

## KUESIONER

### PENGARUH CITRA MEREK TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN MOTOR KAWASAKI PADA PT DIANA INDONESIA DI MAKASSAR

#### Data Umum Responden

1. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Usia Anda saat ini :
  - a. Di bawah 20 tahun
  - b. 21-29 tahun
  - c. 30-39 tahun
  - d. 40-49 tahun
  - e. Di atas 50 tahun
3. Profesi Anda saat ini :
  - a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. Pegawai Swasta
  - c. Pegawai Negeri Sipil/TNI
  - d. Wiraswasta
4. Sumber Informasi yang Anda dapatkan Mengenai Produk Kawasaki :
  - a. Keluarga
  - b. Teman/Relasi
  - c. Penjual
  - d. Iklan

**Pilihlah Salah Satu Jawaban Yang Anda Anggap Paling Tepat Dengan Memberi Tanda ( X )**

#### CITRA MEREK (X)

##### A. Atribut (X1)

1. Menurut Anda Kawasaki merupakan merek yang terkenal
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju

2. Menurut Anda Motor Kawasaki mudah diingat dan diucapkan
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
3. Menurut Anda symbol, desain & warna motor Kawasaki sangat menarik
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
4. Menurut Anda Motor Kawasaki memiliki berbagai keunggulan teknologi
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju

**B. Kepribadian (X2)**

5. Anda memilih motor Kawasaki karena gengsi menggunakan merek lain :
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
6. Dengan menggunakan motor Kawasaki memberikan rasa percaya diri pada Anda :
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
7. Anda merasa bangga menggunakan Kawasaki:
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju
8. Kawasaki lebih berkelas (mewah) dikalangan motor-motor yang lain:
  - a. Sangat Setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang Setuju
  - d. Tidak Setuju
  - e. Sangat Tidak Setuju

**C. Manfaat (X3)**

9. Anda menggunakan Kawasaki karena memiliki kecepatan berkendara yang tinggi:
- |                  |                  |                        |
|------------------|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | c. Kurang Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| b. Setuju        | d. Tidak Setuju  |                        |
10. Anda merasa nyaman menggunakan motor Kawasaki :
- |                  |                  |                        |
|------------------|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | c. Kurang Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| b. Setuju        | d. Tidak Setuju  |                        |
11. Anda menggunakan motor Kawasaki karena memberikan kemudahan dalam bertransportasi :
- |                  |                  |                        |
|------------------|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | c. Kurang Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| b. Setuju        | d. Tidak Setuju  |                        |
12. Anda memilih motor Kawasaki karena praktis dan ekonomis :
- |                  |                  |                        |
|------------------|------------------|------------------------|
| a. Sangat Setuju | c. Kurang Setuju | e. Sangat Tidak Setuju |
| b. Setuju        | d. Tidak Setuju  |                        |

### **KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)**

13. Anda membeli motor karena memiliki kebutuhan akan motor :
- |             |              |                |
|-------------|--------------|----------------|
| a. Pasti Ya | c. Ragu-ragu | e. Pasti Tidak |
| b. Ya       | d. Tidak     |                |
14. Sebelum melakukan pembelian apakah Anda mencari informasi terlebih dahulu :
- |             |              |                |
|-------------|--------------|----------------|
| a. Pasti Ya | c. Ragu-ragu | e. Pasti Tidak |
| b. Ya       | d. Tidak     |                |
15. Setelah Anda mendapatkan informasi Anda menilai bahwa produk Kawasaki lebih baik daripada merek lain :
- |             |              |                |
|-------------|--------------|----------------|
| a. Pasti Ya | c. Ragu-ragu | e. Pasti Tidak |
| b. Ya       | d. Tidak     |                |
16. Pelayanan sales yang diberikan mudah dan cepat :
- |             |              |                |
|-------------|--------------|----------------|
| a. Pasti Ya | c. Ragu-ragu | e. Pasti Tidak |
|-------------|--------------|----------------|







## LAMPIRAN 2

NO	Atribut (X1)				Total	Rata-rata	Kepribadian (X2)				Total	Rata-rata	Manfaat (X3)				Total	Rata-rata	Keputusan Pembelian (Y)					Total	Rata-rata
	1	2	3	4			1	2	3	4			1	2	3	4			1	2	3	4	5		
1	5	5	3	5	18	4,5	5	5	5	4	19	4,75	5	5	5	5	20	5	5	4	3	3	5	20	4
2	4	5	4	4	17	4,25	3	4	4	4	15	3,75	4	4	5	4	17	4,25	4	4	4	4	4	20	4
3	4	3	2	5	14	3,5	4	4	4	4	16	4	5	4	4	4	17	4,25	4	3	4	3	5	19	3,8
4	5	4	5	5	19	4,75	5	4	5	5	19	4,75	5	5	4	5	19	4,75	5	5	4	4	5	23	4,6
5	5	4	2	5	16	4	5	5	5	4	19	4,75	5	4	5	5	19	4,75	5	5	5	5	5	25	5
6	4	4	4	4	16	4	5	4	4	3	16	4	4	4	5	5	18	4,5	4	4	5	4	4	21	4,2
7	5	5	5	5	20	5	4	4	4	4	16	4	4	5	3	5	17	4,25	5	5	4	5	4	23	4,6
8	4	4	4	3	15	3,75	4	3	5	3	15	3,75	3	4	5	4	16	4	2	4	4	4	4	18	3,6
9	4	3	3	3	13	3,25	3	4	4	4	15	3,75	4	3	4	4	15	3,75	3	3	4	3	3	16	3,2
10	4	5	4	4	17	4,25	3	4	3	4	14	3,5	5	4	3	5	17	4,25	4	4	4	3	4	19	3,8
11	5	4	4	4	17	4,25	4	4	5	3	16	4	4	5	3	5	17	4,25	4	4	4	3	5	20	4
12	2	2	3	2	9	2,25	2	3	2	3	10	2,5	4	3	4	4	15	3,75	3	3	2	3	3	14	2,8
13	4	4	2	4	14	3,5	3	5	4	4	16	4	4	5	4	5	18	4,5	4	4	3	3	4	18	3,6
14	4	3	4	5	16	4	5	4	3	3	15	3,75	5	4	5	5	19	4,75	3	3	3	4	3	16	3,2
15	5	4	2	5	16	4	5	5	5	4	19	4,75	5	4	4	5	18	4,5	5	3	2	2	4	16	3,2
16	4	4	4	4	16	4	3	3	3	4	13	3,25	4	4	3	5	16	4	3	3	4	4	4	18	3,6
17	5	4	4	5	18	4,5	5	3	4	4	16	4	4	4	4	4	16	4	4	5	3	2	4	18	3,6
18	4	5	3	5	17	4,25	5	5	3	3	16	4	3	4	4	5	16	4	4	4	3	3	5	19	3,8
19	4	4	1	4	13	3,25	4	4	3	3	14	3,5	4	3	3	3	13	3,25	3	3	2	2	4	14	2,8

20	5	4	5	5	19	4,75	5	3	5	4	17	4,25	4	5	4	4	17	4,25	4	4	4	4	20	4	
21	4	3	4	4	15	3,75	4	4	4	3	15	3,75	5	4	3	4	16	4	4	4	4	3	19	3,8	
22	4	4	4	4	16	4	3	4	4	3	14	3,5	4	3	4	4	15	3,75	3	3	4	2	4	16	3,2
23	4	5	4	5	18	4,5	5	5	4	4	18	4,5	5	5	5	5	20	5	5	5	3	3	4	20	4
24	4	4	4	4	16	4	4	4	5	4	17	4,25	4	4	3	4	15	3,75	4	4	4	3	4	19	3,8
25	4	5	4	5	18	4,5	5	2	4	3	14	3,5	3	3	4	2	12	3	4	4	3	2	5	18	3,6
26	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	18	4,5	5	4	4	3	16	4	4	5	3	3	5	20	4
27	4	4	4	4	16	4	3	4	5	3	15	3,75	4	3	3	4	14	3,5	3	3	3	2	3	14	2,8
28	4	3	4	4	15	3,75	3	3	3	3	12	3	4	5	3	3	15	3,75	3	4	2	3	3	15	3
29	4	3	4	5	16	4	4	3	3	2	12	3	4	3	3	4	14	3,5	3	3	3	2	3	14	2,8
30	4	5	4	4	17	4,25	5	5	4	3	17	4,25	3	5	4	5	17	4,25	5	5	4	3	4	21	4,2
31	4	4	4	5	17	4,25	5	4	5	4	18	4,5	3	4	5	5	17	4,25	5	4	3	3	5	20	4
32	4	4	4	5	17	4,25	4	5	5	4	18	4,5	5	4	5	4	18	4,5	4	4	4	4	5	21	4,2
33	5	5	5	5	20	5	5	5	5	4	19	4,75	5	4	5	5	19	4,75	5	4	3	3	5	20	4
34	3	5	3	4	15	3,75	4	3	5	3	15	3,75	3	3	4	2	12	3	4	4	2	2	4	16	3,2
35	5	5	5	4	19	4,75	3	4	4	3	14	3,5	4	4	4	3	15	3,75	4	4	3	3	4	18	3,6
36	5	4	5	4	18	4,5	4	4	4	4	16	4	4	3	5	4	16	4	5	3	3	3	4	18	3,6
37	5	5	5	5	20	5	5	5	4	4	18	4,5	5	5	4	3	17	4,25	5	5	4	3	5	22	4,4
38	4	4	4	3	15	3,75	4	3	5	3	15	3,75	3	4	3	4	14	3,5	4	4	2	3	4	17	3,4
39	5	4	5	4	18	4,5	4	3	4	4	15	3,75	4	4	4	3	15	3,75	4	4	4	4	3	19	3,8
40	4	4	4	4	16	4	3	4	4	3	14	3,5	4	3	3	4	14	3,5	4	3	3	3	4	17	3,4
41	3	5	3	5	16	4	4	3	3	3	13	3,25	3	3	3	3	12	3	3	3	3	3	4	16	3,2
42	4	4	4	4	16	4	3	4	3	3	13	3,25	4	4	4	4	16	4	4	4	3	2	3	16	3,2
43	4	3	4	4	15	3,75	3	3	3	3	12	3	3	4	2	3	12	3	2	3	3	3	3	14	2,8
44	3	3	3	3	12	3	2	4	3	3	12	3	4	4	3	3	14	3,5	3	3	4	3	3	16	3,2
45	3	4	3	4	14	3,5	3	3	3	4	13	3,25	4	3	4	3	14	3,5	4	3	3	2	4	16	3,2

46	4	5	4	4	17	4,25	5	4	3	3	15	3,75	3	5	4	4	16	4	4	4	4	4	4	20	4
47	4	5	4	5	18	4,5	4	4	5	4	17	4,25	4	4	4	4	16	4	3	4	3	3	4	17	3,4
48	2	2	2	4	10	2,5	3	4	3	3	13	3,25	4	3	2	2	11	2,75	3	2	3	3	4	15	3
49	3	4	3	4	14	3,5	5	3	4	3	15	3,75	3	3	2	4	12	3	2	2	5	4	4	17	3,4
50	5	4	5	4	18	4,5	4	5	4	4	17	4,25	3	4	5	3	15	3,75	3	3	4	4	4	18	3,6

# LAMPIRAN 3

## Reliability X1

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	50	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.698	.711	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	12.12	3.210	.645	.437	.538
X1.2	12.16	3.362	.503	.272	.621
X1.3	12.48	3.193	.402	.286	.704
X1.4	11.96	3.835	.425	.318	.669

## Reliability X2

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	98.0
	Excluded <sup>a</sup>	1	2.0
	Total	51	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.611	.623	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	11.34	2.515	.413	.186	.528
X2.2	11.42	2.983	.344	.164	.575
X2.3	11.42	2.698	.415	.212	.522
X2.4	11.84	3.280	.427	.211	.535

## Reliability X3

### Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	98.0
	Excluded <sup>a</sup>	1	2.0
	Total	51	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.626	.627	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	11.76	3.370	.362	.133	.587
X3.2	11.84	3.239	.423	.216	.549
X3.3	11.94	3.037	.345	.123	.605
X4.4	11.80	2.571	.511	.282	.470

## Reliability Y

Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	50	98.0
	Excluded <sup>a</sup>	1	2.0
	Total	51	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.685	.688	5

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	14.28	4.410	.452	.514	.631
Y.2	14.36	4.398	.534	.445	.593
Y.3	14.70	4.908	.353	.469	.672
Y.4	14.98	4.673	.415	.478	.646
Y.5	14.08	4.891	.457	.313	.631

## Regression

[DataSet1]

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	18.12	2.561	50
X1	16.24	2.344	50
X2	15.40	2.176	50
X3	15.78	2.197	50

### Correlations

		Y	X1	X2	X3
Pearson Correlation	Y	1.000	.614	.724	.665
	X1	.614	1.000	.621	.462
	X2	.724	.621	1.000	.680
	X3	.665	.462	.680	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.000	.000
	X1	.000	.	.000	.000
	X2	.000	.000	.	.000
	X3	.000	.000	.000	.
N	Y	50	50	50	50
	X1	50	50	50	50
	X2	50	50	50	50
	X3	50	50	50	50

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 <sup>a</sup>		Enter



**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Y

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.785 <sup>a</sup>	.617	.592	1.636	.617	24.694	3	46	.000

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

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	198.205	3	66.068	24.694	.000 <sup>a</sup>
	Residual	123.075	46	2.676		
	Total	321.280	49			

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

b. Dependent Variable: Y

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	1.558	1.963		.793	.432			
X1	.271	.128	.248	2.127	.039	.614	.299	.194
X2	.428	.166	.364	2.574	.013	.724	.355	.235
X3	.353	.145	.303	2.426	.019	.665	.337	.221

a. Dependent Variable: Y