

DAFTAR PUSTAKA

- A. Shimp Terence, *Periklanan Promosi*. Jakarta. Erlangga. 2003.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta. Jakarta. 2002.
- Asnan Furinto Rizal, *Marketing Reloaded*. Jakarta. Salemba Empat. 2009.
- Asnawi Nur, Mahsyuri, *Metodelogi Riset Manajemen Pemasaran*. Malang.UIN Press. 2009.
- Budi Purabayu Santosa, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*, Yogyakarta. Andi. 2005.
- Clict Fe-Uin Malang, *Panduan Praktis Analisis SPSS Untuk Manajemen*. Malang. FE, 2011.
- Djakfar Muhammad, *Hukum Bisnis*, Malang. UIN Press. 2009.
- F. Nicolino Patricia, *Brand Management*, Jakarta. Prenada Media. 2004.
- Knapp Duane, *The Brand Mindset*, Yogyakarta. Andi. 2000.
- Kotler Philip, Keller Kevin Lane, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.Indeks. 2009.
- Kotler Philip, *Manajemen Pemasaran*. Jakarta.Prenhallindo. 1997.
- Kotler Philip, *Marketing Insight From A to Z*. Jakarta. Erlangga. 2004.

Nisfiannoor Muhammad, *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*. Jakarta. Salemba Humanika. 2009.

Rangkuti, Freddy, *The Power of Brand*. Jakarta. PT. Gramedia Pustaka Utama. 2004.

Sadat Andi M, *Brand Belief*, Jakarta.Salemba Empat.2009.

Smith PR, *Great Answers to Tought Marketing Questions*. Jakarta. Erlangga. 2001.

Sudarmanto Gunawan, *Analisis Regresi Linear Ganda dengan SPSS*, Yogyakarta. Graha Ilmu. 2005.

Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung. CV Alfabeta .1997.

Suharyadi,dkk, *Statistika Untuk Ekonomi dan Keuangan*, Jakarta.Salemba Empat.2009.

Susetyo Budi, *Statistika Untuk Analisis Data Penelitian*, Bandung. PT.Refika Aditama. 2010.

Tjiptono Fandy, *Brand Management & Strategy*, Yogyakarta. Andi. 2005.

Turmudi, *Metode Statistika*, Malang.UIN-Malang Press. 2008.

[Http://www.bps.go.id](http://www.bps.go.id) diunduh pada tanggal 22 Oktober 2012 pukul 18.30 WIB.

Lampiran 1

Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Validitas

Correlations

		brand value
Kebutuhan	Pearson Correlation	,788(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75
manfaat	Pearson Correlation	,831(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75
harga	Pearson Correlation	,714(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75

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

Sumber: Kuesioner diolah

Correlations

		brand strenght
keterikatan	Pearson Correlation	,732(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75
diferent	Pearson Correlation	,803(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75
menarik	Pearson Correlation	,827(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75

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

Sumber: Kuesioner diolah

Correlations

		brand description
asosiasi	Pearson Correlation	,652(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75
bagus	Pearson Correlation	,709(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75
kepribadian	Pearson Correlation	,645(**)

	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75
emosional	Pearson Correlation	,824(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75

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

Sumber: Kuesioner diolah

Correlations

		keputusan pembelian
motivasi	Pearson Correlation	,547(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75
informasi	Pearson Correlation	,533(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75
masalah	Pearson Correlation	,770(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75
kepuasan	Pearson Correlation	,699(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75
pengaruh	Pearson Correlation	,733(**)
	Sig. (2-tailed)	,000
	N	75

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

Sumber: Kuesioner diolah

B. Reliabilitas

Variabel X1

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	75	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	75	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Sumber: Kuesioner diolah

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,669	3

Sumber: Kuesioner diolah

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kebutuhan	7,65	1,689	,514	,531
manfaat	7,59	1,570	,596	,420
harga	7,80	1,838	,352	,745

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,52	3,280	1,811	3

Sumber: Kuesioner diolah

Variabel X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,693	3

Sumber: Kuesioner diolah

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
keterikatan	7,68	1,815	,413	,717
diferent	7,05	1,619	,535	,566
menarik	7,08	1,561	,584	,502

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10,91	3,248	1,802	3

Sumber: Kuesioner diolah

Variabel X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,668	4

Sumber: Kuesioner diolah

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
asosiasi	10,40	4,378	,383	,643
bagus	10,76	4,131	,468	,591
kepribadian	11,15	4,289	,340	,676
emosional	10,69	3,432	,627	,470

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14,33	6,495	2,549	4

Sumber: Kuesioner diolah

Variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,677	5

Sumber: Kuesioner diolah

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
motivasi	13,63	9,075	,327	,667
informasi	13,28	9,231	,320	,669
masalah	14,23	6,745	,549	,566
kepuasan	13,25	8,084	,517	,593
pengaruh	14,09	6,870	,469	,613

Sumber: Kuesioner diolah

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
17,12	11,566	3,401	5

Sumber: Kuesioner diolah

Lampiran 2

Uji Regresi Berganda

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
keputusan pembelian	17,12	3,401	75
brand value	11,52	1,811	75
brand strenght	10,91	1,802	75
brand description	14,33	2,549	75

Sumber: Kuesioner diolah

Correlations

		keputusan pembelian	brand value	brand strenght	brand description
Pearson Correlation	keputusan pembelian	1,000	,503	,657	,585
	brand value	,503	1,000	,624	,545
	brand strenght	,657	,624	1,000	,531
	brand description	,585	,545	,531	1,000
Sig. (1-tailed)	keputusan pembelian	.	,000	,000	,000
	brand value	,000	.	,000	,000
	brand strenght	,000	,000	.	,000
	brand description	,000	,000	,000	.
N	keputusan pembelian	75	75	75	75
	brand value	75	75	75	75
	brand strenght	75	75	75	75
	brand description	75	75	75	75

Sumber: Kuesioner diolah

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,714(a)	,510	,489	2,431

a Predictors: (Constant), brand description, brand strenght, brand value

Sumber: Kuesioner diolah

ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	436,420	3	145,473	24,621	,000(a)
	Residual	419,500	71	5,908		
	Total	855,920	74			

a Predictors: (Constant), brand description, brand strenght, brand value

b Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Kuesioner diolah

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	,635	2,039		,312	,756			
	brand value	,080	,211	,043	,379	,706	,503	,045	,032
	brand strenght	,873	,210	,462	4,162	,000	,657	,443	,346
	brand description	,422	,138	,316	3,053	,003	,585	,341	,254

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

Sumber: Kuesioner diolah

Kontribusi Variabel			
Variabel	r	r ²	Kontribusi (%)
brand value (x1)	0,503	0,253	25,313
brand strenght (x2)	0,657	0,431	43,122
brand description (x3)	0,585	0,342	34,181

Sumber: Kuesioner diolah

A. Brand Value

1. Setujukah yoguku dapat memenuhi kebutuhan saya
 1. Sangat Tidak Setuju
 2. Tidak Setuju
 3. Netral
 4. Setuju
 5. Sangat Setuju

2. Saya yakin akan mendapatkan manfaat setelah membeli merek yoguku
 1. Sangat Tidak Setuju
 2. Tidak Setuju
 3. Netral
 4. Setuju
 5. Sangat Setuju

3. Harga yang saya bayar untuk membeli yoguku setimpal dengan manfaat yang saya peroleh
 1. Sangat Tidak Setuju
 2. Tidak Setuju
 3. Netral
 4. Setuju
 5. Sangat Setuju

Jumlah Point =

B. Brand Strenght

4. Saya merasa terikat kuat terhadap merek yoguku dari pada merek minuman yoghurt lainnya
 1. Sangat Tidak Setuju
 2. Tidak Setuju
 3. Netral
 4. Setuju
 5. Sangat Setuju

5. Saya melihat merek yoguku berbeda dengan merek minuman yoghurt yang lain
 1. Sangat Tidak Setuju
 2. Tidak Setuju
 3. Netral
 4. Setuju
 5. Sangat Setuju

6. Yoguku adalah merek yang sangat menarik

- | | | |
|------------------------|------------------|-----------|
| 1. Sangat Tidak Setuju | 2. Tidak Setuju | 3. Netral |
| 4. Setuju | 5. Sangat Setuju | |

Jumlah Point =

C. Brand Description

7. Saya setuju yoguku adalah minuman yoghurt

- | | | |
|------------------------|------------------|-----------|
| 1. Sangat Tidak Setuju | 2. Tidak Setuju | 3. Netral |
| 4. Setuju | 5. Sangat Setuju | |

8. Yoguku adalah merek yang sangat bagus

- | | | |
|------------------------|------------------|-----------|
| 1. Sangat Tidak Setuju | 2. Tidak Setuju | 3. Netral |
| 4. Setuju | 5. Sangat Setuju | |

9. Merek yoguku sesuai dengan kepribadian saya

- | | | |
|------------------------|------------------|-----------|
| 1. Sangat Tidak Setuju | 2. Tidak Setuju | 3. Netral |
| 4. Setuju | 5. Sangat Setuju | |

10. Tidak perlu banyak pertimbangan dalam membeli yoguku

- | | | |
|------------------------|------------------|-----------|
| 1. Sangat Tidak Setuju | 2. Tidak Setuju | 3. Netral |
| 4. Setuju | 5. Sangat Setuju | |

Jumlah Point =

D. Keputusan Pembelian

11. Faktor merek yoguku menjadi salah satu pertimbangan saya untuk membeli

- | | | |
|------------------------|------------------|-----------|
| 1. Sangat Tidak Setuju | 2. Tidak Setuju | 3. Netral |
| 4. Setuju | 5. Sangat Setuju | |

12. Saya membeli yoguku karena ada informasi yang saya dapatkan

- | | | |
|------------------------|------------------|-----------|
| 1. Sangat Tidak Setuju | 2. Tidak Setuju | 3. Netral |
| 4. Setuju | 5. Sangat Setuju | |

13. Karena ada suatu masalah tertentu saya membeli yoguku

- | | | |
|------------------------|------------------|-----------|
| 1. Sangat Tidak Setuju | 2. Tidak Setuju | 3. Netral |
| 4. Setuju | 5. Sangat Setuju | |

14. Saya merasa sangat puas setelah membeli yoguku

- | | | |
|------------------------|------------------|-----------|
| 1. Sangat Tidak Setuju | 2. Tidak Setuju | 3. Netral |
| 4. Setuju | 5. Sangat Setuju | |

15. Saya membeli yoguku karena terpengaruh orang lain

- | | | |
|------------------------|------------------|-----------|
| 1. Sangat Tidak Setuju | 2. Tidak Setuju | 3. Netral |
| 4. Setuju | 5. Sangat Setuju | |

Jumlah Point =

Lampiran 4

Tabulasi Data

No	Z1	Z2	x11	x12	x13	x21	x22	x23	x31	x32	x33	x34	y11	y12	y13	y14	y15	x1	x2	x3	y
1	1	4	3	3	4	4	4	4	1	1	3	1	4	4	3	1	2	10	12	6	14
2	1	2	4	5	5	4	5	5	2	3	4	1	3	5	4	5	1	14	14	10	18
3	2	4	4	4	4	2	4	2	4	3	2	2	4	4	4	3	4	12	8	11	19
4	2	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	2	3	4	3	2	3	12	10	12	15
5	2	4	4	4	2	3	5	4	2	4	4	2	4	5	2	4	2	10	12	12	17
6	1	7	4	3	4	2	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	11	8	15	19
7	2	5	3	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	2	3	2	9	6	11	12
8	1	4	2	3	3	2	2	2	3	2	2	3	2	3	2	3	2	8	6	10	12
9	1	4	2	3	5	4	3	3	5	4	2	3	5	4	2	3	5	10	10	14	19
10	1	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	2	3	2	4	2	12	10	13	13
11	1	6	4	3	3	3	4	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	10	10	9	10
12	2	4	4	4	4	2	3	3	4	3	2	3	2	4	2	3	2	12	8	12	13
13	2	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4	1	3	1	9	10	14	12
14	1	5	4	4	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	2	3	3	12	9	12	15
15	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	9	12	15
16	2	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	9	12	15
17	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	9	9	12	15
18	2	2	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	2	3	2	10	10	12	15
19	1	3	4	3	3	3	4	3	3	4	2	3	4	4	2	3	2	10	10	12	15
20	2	3	4	3	4	4	3	3	5	5	2	3	5	4	2	3	5	11	10	15	19
21	1	3	4	4	4	3	5	4	5	4	3	3	2	3	2	4	2	12	12	15	13
22	1	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	2	4	2	4	1	12	10	14	13
23	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	12	12	15	16
24	1	5	3	2	4	3	4	4	4	3	2	3	3	4	4	3	3	9	11	12	17
25	1	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	2	12	11	14	16
26	2	5	3	4	3	2	5	4	4	4	3	3	3	4	1	4	2	10	11	14	14
27	1	2	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	11	10	14	16
28	1	5	4	4	5	3	3	4	5	3	3	3	3	2	1	3	3	13	10	14	12
29	2	2	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	2	3	2	10	10	14	14
30	2	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	4	9	11	13	17
31	2	4	4	4	4	2	3	4	4	3	2	3	4	4	2	4	2	12	9	12	16
32	1	3	4	3	3	4	4	4	5	3	3	3	4	4	3	5	4	10	12	14	20
33	1	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	4	4	10	10	13	18
34	2	3	4	3	3	3	4	4	3	4	2	3	4	5	2	4	5	10	11	12	20
35	1	3	5	5	4	2	4	5	5	4	1	3	2	4	1	5	5	14	11	13	17
36	1	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	3	12	9	14	18
37	2	2	5	4	3	3	3	3	4	5	3	4	3	3	3	4	3	12	9	16	16
38	1	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	2	4	2	12	9	14	15

39	2	3	2	3	4	2	4	3	4	3	3	4	4	4	2	4	2	9	9	14	16
40	2	2	3	4	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	2	3	2	10	10	14	13
41	1	4	2	4	5	3	4	4	4	5	2	4	4	5	2	4	5	11	11	15	20
42	2	6	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	2	4	4	4	2	9	11	14	16
43	2	7	3	4	2	4	2	4	5	4	3	4	2	4	2	4	3	9	10	16	15
44	1	6	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	11	11	15	19
45	2	2	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	1	3	2	12	11	14	13
46	1	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	3	2	3	2	12	10	15	13
47	1	5	4	4	2	5	4	4	4	4	3	4	3	5	5	5	5	10	13	15	23
48	1	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	2	12	12	14	19
49	2	2	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	11	10	15	18
50	2	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	2	15	12	15	16
51	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	2	5	5	5	11	12	13	21
52	1	4	4	4	4	2	4	4	5	4	4	4	4	2	2	4	2	12	10	17	14
53	1	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	11	11	16	17
54	2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3	11	11	14	16
55	2	2	4	3	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	11	10	15	16
56	2	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3	11	11	14	16
57	1	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3	11	11	14	16
58	1	3	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	2	4	3	11	11	14	16
59	1	2	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	3	13	13	17	18
60	2	2	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	15	14	17	24
61	1	7	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	14	13	19	23
62	2	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	5	4	12	12	16	20
63	2	4	5	5	5	4	4	4	4	2	5	5	4	2	5	5	5	15	12	16	21
64	2	3	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	3	5	5	5	5	15	13	18	23
65	1	3	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	14	13	19	23
66	2	2	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	3	5	3	5	1	14	14	19	17
67	2	2	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	14	13	19	23
68	2	4	4	5	2	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	2	11	12	19	21
69	1	4	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	3	4	5	5	5	15	14	17	22
70	1	6	4	5	5	4	5	5	3	5	4	5	3	5	4	5	5	14	14	17	22
71	2	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	14	14	19	24
72	2	2	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	14	14	19	22
73	2	2	5	5	4	4	5	5	5	2	1	5	3	5	4	5	5	14	14	13	22
74	2	5	5	5	3	3	4	5	4	4	3	5	3	5	1	5	1	13	12	16	15
75	1	2	4	4	4	3	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	2	12	12	19	21

Lampiran 5

T Tabel

Significance level = α

Degrees of Freedom	.005 (1-tail) .01 (2-tails)	.01 (1-tail) .02 (2-tails)	.025 (1-tail) .05 (2-tails)	.05 (1-tail) .10 (2-tails)	.10 (1-tail) .20 (2-tails)	.25 (1-tail) .50 (2-tails)
1	63.657	31.821	12.706	6.314	3.078	1.000
2	9.925	6.965	4.303	2.920	1.886	.816
3	5.841	4.541	3.182	2.353	1.638	.765
4	4.604	3.747	2.776	2.132	1.533	.741
5	4.032	3.365	2.571	2.015	1.476	.727
6	3.707	3.143	2.447	1.943	1.440	.718
7	3.500	2.998	2.365	1.895	1.415	.711
8	3.355	2.896	2.306	1.860	1.397	.706
9	3.250	2.821	2.262	1.833	1.383	.703
10	3.169	2.764	2.228	1.812	1.372	.700
11	3.106	2.718	2.201	1.796	1.363	.697
12	3.054	2.681	2.179	1.782	1.356	.696
13	3.012	2.650	2.160	1.771	1.350	.694
14	2.977	2.625	2.145	1.761	1.345	.692
15	2.947	2.602	2.132	1.753	1.341	.691
16	2.921	2.584	2.120	1.746	1.337	.690
17	2.898	2.567	2.110	1.740	1.333	.689
18	2.878	2.552	2.101	1.734	1.330	.688
19	2.861	2.540	2.093	1.729	1.328	.688
20	2.845	2.528	2.086	1.725	1.325	.687
21	2.831	2.518	2.080	1.721	1.323	.686
22	2.819	2.508	2.074	1.717	1.321	.686
23	2.807	2.500	2.069	1.714	1.320	.685
24	2.797	2.492	2.064	1.711	1.318	.685
25	2.788	2.485	2.060	1.708	1.316	.684
26	2.779	2.479	2.056	1.706	1.315	.684
27	2.771	2.473	2.052	1.703	1.314	.684
28	2.763	2.467	2.048	1.701	1.313	.683
29	2.756	2.462	2.045	1.699	1.311	.683
Large	2.575	2.327	1.960	1.645	1.282	.675