

LAMPIRAN-LAMPIRAN



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Terakreditasi "A" SK BAN-PT Depdiknas Nomor: 005/BANPT/akx/S1/II/2007
Jalan Gajayana 50 65144 Malang, Telepon/Faksimile (0341) 558881
<http://www.ekonomi.uin-malang.ac.id>; e-mail: ekonomi@uin-malang.ac.id

BUKTI KONSULTASI

Nama : M. Syamsul Arifin
NIM/Jurusan : 08510135/ Manajemen
Pembimbing : Yayuk Sri Rahayu, SE., MM
Judul Skripsi : Analisis Pengaruh Brand Equity Product Agriseta Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Laboratorium Home Agro Industri Model Universitas Islam Malang)

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Tanda Tangan Pembimbing
1	07 September 2012	Pengajuan <i>Outline</i>	1.
2	09 Oktober 2012	Proposal Bab I, II, & III	2.
3	18 Oktober 2012	Revisi Proposal	3.
4	20 Oktober 2012	Revisi Proposal	4.
5	30 Oktober 2012	Revisi Proposal	5.
6	31 Oktober 2012	Acc Proposal	6.
7	24 Desember 2012	Bab I, II, III, IV & V	7.
8	26 Desember 2012	Bab I, II, III, IV & V	8.
9	29 Desember 2012	Bab IV dan Bab V	9.
10	31 Desember 2012	Acc BAB I, II, III, IV, V	10.

Malang, 29 desember 2012

Mengetahui:

Ketua Jurusan Manajemen,



Dr. H. Achmad Sani Supriyanto, SE., M.Si

NIP 19720212 200312 1 003

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah :

Nama : Ir. Farida Syakir, MP
Jabatan : Kepala Laboratorium Home Agroindustri Model Fakultas
Pertanian Universitas Islam Malang

Menerangkan dengan sesungguhnya bahwa

Nama : M. Syamsul Arifin
Nim : 08510135
Jurusan : Manajemen
Fakultas : Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim
Malang

Telah melakukan kegiatan Penelitian di Laboratorium Home Agro Industri Model Fakultas Pertanian Universitas Islam Malang, dengan judul skripsi : **“Analisi Pengaruh Brand Equity Product Agriseta Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Pada Laboratorium Home Agro Industri Model Universitas Islam Malang)”**. Dari bulan Oktober 2012 sampai bulan Desember 2012

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya

Malang, 4 Januari 2013
Ketua Lab Home Agroindustri model



Ir. Farida Syakir, MP

Lampiran 2



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG
FAKULTAS EKONOMI**

Terakreditasi "A" SK BAN-PT Depdiknas Nomor : 005/BAN PT Ak-/SI/II/2007 Jl. Gajayana 50
65144 Malang, Telp (0341) 558881, Fax(0341) 558881 e-mail feuinmlg@yahoo.co.id

Kepada Yth:
Bapak/Ibu/Saudara/i
Responden
di_
Tempat

Assalamu'alaiakum Wr. Wb.

Sehubungan dengan penyusunan skripsi yang berjudul "analisis pengaruh *brand equity product agriseta* terhadap keputusan pembelian konsumen (studi pada laboratorium home agro industri model universitas islam malang)" maka dengan hormat, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang tersedia.

Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Strata Satu (S1), Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Malang.

Daftar pertanyaan berhubungan Ekuitas merek yang berisi tentang pengaruh Kesadaran merek, Asosiasi merek, Loyalitas merek, Persepsi kualitas, dan Keputusan pembelian produk merek Agriseta

Atas partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/I dalam mengisi daftar pertanyaan/kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaiakum Wr. Wb.

Hormat saya,

M. Syamsul Arifin

KUESIONER

ANALISIS PENGARUH *BRAND EQUITY PRODUCT AGRISETA* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Studi Pada Laboratorium Home Agro Industri Model Universitas Islam Malang)

Bagian I: Identifikasi Anggota/Konsumen

A. Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda (X) pada pilihan yang telah disediakan.

1. Nama (boleh tidak diisi) :
2. Alamat :
3. Jenis kelamin : laki – laki (....) perempuan (....)
4. Usia :
 - a. 15 – 25
 - b. 26 – 35
 - c. 36 – 45
 - d. 46 – 55
 - e. > 55
5. Pekerjaan:
 - a. PNS
 - b. Pegawai swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Ibu Rumah Tangga
 - e. Pelajar/Mahasiswa
 - f. Lain-lain
6. Pendapatan :
 - a. Kurang dari Rp 500.000,00
 - b. Rp 500.000,00 - Rp 1.000.000,00
 - c. Rp 1.000.000,00 - Rp 1.500.000,00
 - d. Rp 1.500.000,00 - Rp 2.000.000,00
 - e. Lebih dari Rp 2.000.000,00
 - f. Lain - lain

Bagian II :

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (√) seberapa besar tingkat persetujuan Anda terhadap pertanyaan-pertanyaan berikut.

Jawaban yang tersedia berupa skala Likert yaitu antara 1-5, yang mempunyai arti:

1 = Sangat tidak setuju/tidak pernah/sangat negatif (STS)

2 = Tidak setuju/ hampir tidak pernah/negatif (TS)

3 = Ragu – ragu/kadang – kadang/netral (N)

4 = Setuju/sering/positif (S)

5 = Sangat /setuju/sangat positif (SS)

No	Item Pertanyaan	Pendapat Responden				
		SS	S	N	TS	STS
Brand awareness (<i>Kesadaran merek</i>) (X₁)						
1	Saya mengingat produk merek Agriseta dengan baik	5	4	3	2	1
2	Saya mengenal Agriseta karena populer (melalui media iklan)	5	4	3	2	1
3	Saya merasa Merek Agriseta lebih berkualitas	5	4	3	2	1
Brand association (<i>Asosiasi merek</i>) (X₂)						
1	Saya menilai harga produk merek Agriseta sebanding yang saya peroleh	5	4	3	2	1
2	Saya menilai Rasa produk merek Agriseta lebih baik dan sehat saat diminum	5	4	3	2	1
3	Produk yang bermerek Agriseta ini merupakan salah satu minuman kesukaan keluarga saya	5	4	3	2	1
4	Saya menilai produk merek Agriseta yang mudah di jual kembali	5	4	3	2	1
Brand loyalty (<i>Loyalitas merek</i>) (X₃)						
1	Saya merasa sangat puas dengan semua yang ditawarkan (harga, kemasan dan kualitas)	5	4	3	2	1
2	Saya akan tetap membeli produk merek Agriseta ini meskipun ada merek lain yang di tawarkan (ketidakinginan untuk berpindah merek)	5	4	3	2	1
3	Saya merupakan salah satu pelanggan setia produk merek Agriseta	5	4	3	2	1
Perceived quality (<i>Persepsi kualitas</i>) (X₄)						
1	produk merek Agriseta memiliki rasa yang segar dan menggunakan bahan – bahan yang asli	5	4	3	2	1
2	Kualitas produk Agriseta tetap konsisten dari waktu ke waktu	5	4	3	2	1
3	Kehadiran produk merek Agriseta ini sangat bermanfaat bagi konsumen	5	4	3	2	1
4	Kemasan produk merek Agriseta ini memiliki kekhasan sendiri	5	4	3	2	1
Keputusan pembelian produk Agriseta (Y)						
1	Saya membeli produk Agriseta karena mengenal produk tersebut	5	4	3	2	1
2	Saya membeli produk Agriseta karena merek asosiasi merek tersebut	5	4	3	2	1
3	Saya membeli produk Agriseta karena loyalitas merek tersebut	5	4	3	2	1
4	Saya membeli produk Agriseta karena persepsi	5	4	3	2	1

	kualitas merek tersebut					
--	-------------------------	--	--	--	--	--

== *Terimakasih* ==

Lampiran 3

Hasil Perhitungan Karakteristik Responden

No	Jenis kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendapatan
1	1	2	2	4
2	1	2	2	4
3	1	2	2	4
4	1	2	2	4
5	1	1	2	4
6	1	2	2	4
7	1	1	5	1
8	1	2	3	3
9	1	1	3	3
10	2	2	3	3
11	2	1	3	3
12	2	2	5	1
13	1	2	5	1
14	1	2	5	1
15	1	2	5	1
16	2	4	5	1
17	2	4	5	1
18	2	2	5	1
19	2	2	5	1
20	2	2	3	3
21	1	2	3	3
22	2	4	2	4

23	1	2	2	4
24	2	2	2	4
25	1	2	2	4
26	2	2	3	3
27	2	2	3	3
28	1	1	3	3
29	1	1	5	1
30	1	1	5	1
31	2	1	5	1
32	1	2	5	1
33	1	1	5	1
34	2	2	5	1
35	1	1	5	1
36	2	2	5	1
37	2	1	5	1
38	1	2	5	1
39	2	1	5	1
40	1	2	5	1
41	2	1	5	1
42	1	2	5	1
43	2	1	3	3
44	2	2	2	4
45	1	1	2	4

46	1	2	2	4
47	2	2	2	4
48	2	2	3	3
49	2	2	5	1
50	2	1	6	2
51	1	2	5	1
52	2	2	5	1
53	1	2	5	1
54	2	2	5	1
55	1	2	5	1
56	2	2	5	1
57	1	2	5	1
58	2	2	5	1
59	1	2	5	1
60	2	1	5	1
61	1	1	3	3
62	2	1	2	4
63	1	1	5	1
64	2	2	2	4
65	2	2	5	1
66	1	2	5	1
67	1	2	5	1
68	2	2	5	1
69	1	1	5	1
70	1	2	5	1
71	2	2	5	1

72	2	1	2	4
73	2	1	3	3
74	2	1	5	1
75	2	2	5	1
76	1	2	5	1
77	2	2	2	4
78	1	2	3	3
79	2	1	5	1
80	1	1	5	1
81	1	1	5	1
82	2	2	6	2
83	1	2	5	1
84	1	2	5	1
85	2	2	5	1
86	2	1	5	1
87	1	2	5	1
88	2	1	3	3
89	1	1	5	1
90	2	1	2	4

Lampiran 4

Hasil Jawaban Responden

No	Kesadaran merek (X1)			Asosiasi merek (X ₂)				Loyalitas merek (X3)			Persepsi kualitas (X4)			
	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
1	3	4	5	5	5	4	3	2	3	3	4	3	3	3
2	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3
3	4	4	4	4	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3
4	4	4	5	4	3	2	2	4	3	5	3	4	4	4
5	4	3	4	5	5	4	2	3	2	3	3	3	4	2
6	2	2	2	4	3	2	1	3	2	2	2	3	4	3
7	3	3	5	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
9	4	2	5	5	5	5	2	4	2	3	4	2	4	2
10	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4
11	3	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	3	4	3
12	3	3	3	3	2	3	2	4	2	3	2	3	5	4
13	4	3	5	4	3	3	3	4	2	3	3	3	4	3
14	3	3	3	5	3	3	1	3	2	3	4	4	5	5
15	4	4	4	4	4	4	2	4	2	3	3	3	3	2
16	4	3	5	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3
17	3	4	4	5	5	3	2	5	3	4	4	4	5	3
18	4	4	5	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4
19	3	4	5	5	5	5	3	5	2	3	3	2	4	3
20	4	5	5	4	4	3	3	4	2	3	3	3	4	4

21	4	3	4	5	3	3	1	3	1	5	2	5	5	3
22	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	3
23	4	4	5	5	5	4	2	3	2	4	3	4	5	4
24	4	3	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
25	3	3	2	1	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1
26	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	3
27	3	3	4	5	3	3	1	3	4	5	5	5	5	4
28	5	5	4	5	4	3	4	3	4	5	5	5	5	4
29	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	3	5	4
30	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4
31	4	4	5	5	5	4	3	5	3	4	5	4	5	5
32	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4
33	5	5	5	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3
34	5	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	5	4
35	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4
36	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3
37	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	3
38	5	5	5	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	3
39	3	3	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
41	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5
42	3	3	4	4	3	3	1	3	3	3	3	3	4	2
43	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
44	4	3	5	5	4	4	2	4	3	4	4	4	4	3
45	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4

46	4	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	5	2
47	3	3	4	3	4	2	3	4	2	3	3	3	4	3
48	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4
49	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4
50	4	5	5	5	5	3	5	3	3	4	3	3	4	3
51	4	5	5	5	5	2	2	3	3	3	3	3	5	3
52	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3
53	3	5	5	5	5	5	3	5	3	2	2	3	5	4
54	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4
55	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3
56	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5
57	3	3	4	5	5	3	2	3	3	3	3	3	4	2
58	3	5	5	5	5	3	3	3	4	5	2	2	5	1
59	5	5	5	5	5	5	3	5	3	4	4	3	5	5
60	3	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	3	5	3
61	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
62	5	4	5	5	5	4	4	3	3	5	3	3	4	3
63	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3
64	5	5	5	5	5	3	3	4	4	3	3	3	5	3
65	4	4	4	4	3	4	3	4	2	3	4	3	4	3
66	4	3	5	4	4	3	3	4	3	4	4	3	4	2
67	3	3	4	4	4	2	2	3	3	3	3	3	4	4
68	4	3	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5
69	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4
70	5	4	5	4	4	5	3	5	3	5	3	4	4	4

71	5	4	5	4	5	4	5	4	4	3	5	4	3	3
72	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5
73	5	5	5	5	5	4	1	5	4	5	4	4	5	4
74	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4
75	5	4	5	5	3	2	1	2	3	4	4	4	4	3
76	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	4	3	3	3
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4
79	3	2	1	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	2
80	5	5	4	3	3	4	2	2	4	3	3	4	3	4
81	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5
82	5	5	5	5	4	3	2	4	4	4	4	4	4	3
83	3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5
84	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4
85	4	4	5	5	4	4	2	4	3	4	3	4	4	2
86	4	3	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	5
87	4	3	5	5	5	4	3	4	4	5	4	4	5	4
88	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4
89	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4
90	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	3

No	Keputusan Pembelian (konsumen) (Y)				Jumlah X				Jumlah Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	X1	X2	X3	X4	Y
1	4	4	5	5	12	17	8	13	18
2	5	5	5	5	14	19	13	15	20
3	3	3	3	3	12	13	9	12	12
4	5	5	5	5	13	11	12	15	20
5	4	4	4	4	11	16	8	12	16
6	1	3	4	2	6	10	7	12	10
7	4	4	4	4	11	13	9	15	16
8	5	5	5	5	15	20	14	20	20
9	4	4	4	4	11	17	9	12	16
10	5	5	4	4	14	15	13	15	18
11	4	4	4	4	11	13	11	13	16
12	3	3	3	3	9	10	9	14	12
13	3	3	3	3	12	13	9	13	12
14	5	5	4	4	9	12	8	18	18
15	4	4	4	4	12	14	9	11	16
16	4	4	4	4	12	13	9	13	16
17	5	5	5	4	11	15	12	16	19
18	3	3	3	3	13	14	9	14	12
19	5	4	4	4	12	18	10	12	17
20	3	3	3	2	14	14	9	14	11
21	3	3	3	3	11	12	9	15	12
22	4	4	3	3	8	16	10	12	14
23	5	5	4	5	13	16	9	16	19

24	4	4	4	5	12	15	11	16	17
25	1	2	1	1	8	5	5	6	5
26	5	5	5	5	15	19	12	18	20
27	5	3	4	3	10	12	12	19	15
28	5	5	5	5	14	16	12	19	20
29	4	4	4	4	14	19	13	16	16
30	5	5	4	5	13	19	13	18	19
31	5	5	5	5	13	17	12	19	20
32	5	4	4	4	13	19	12	16	17
33	4	3	3	4	15	14	10	14	14
34	4	4	5	5	15	18	12	17	18
35	3	4	4	4	12	15	13	15	15
36	3	3	3	4	13	14	12	15	13
37	5	5	5	5	15	19	12	18	20
38	5	5	5	5	15	19	12	18	20
39	5	5	5	5	11	18	14	18	20
40	4	4	4	4	12	16	13	16	16
41	4	5	5	5	13	15	11	18	19
42	3	3	3	3	10	11	9	12	12
43	4	4	4	4	13	16	11	16	16
44	4	3	4	4	12	15	11	15	15
45	5	4	4	4	12	15	11	17	17
46	5	4	5	5	13	14	13	15	19
47	4	4	4	4	10	12	9	13	16
48	4	4	4	5	12	20	13	19	17

49	5	5	5	5	14	20	15	17	20
50	3	3	3	4	14	18	10	13	13
51	4	4	4	3	14	14	9	14	15
52	4	5	4	5	11	16	11	14	18
53	5	5	5	3	13	18	10	14	18
54	4	4	4	4	11	16	11	14	16
55	3	5	5	3	14	18	13	15	16
56	5	5	5	4	15	20	14	19	19
57	3	4	4	4	10	15	9	12	15
58	5	5	3	3	13	16	12	10	16
59	5	5	5	4	15	18	12	17	19
60	4	4	4	4	13	17	12	15	16
61	4	4	4	4	12	15	11	14	16
62	4	3	3	3	14	18	11	13	13
63	4	4	4	4	14	18	12	13	16
64	4	4	3	5	15	16	11	14	16
65	3	3	3	3	12	14	9	14	12
66	4	4	3	4	12	14	11	13	15
67	4	4	4	4	10	12	9	14	16
68	5	5	5	5	11	17	13	18	20
69	4	4	4	4	13	17	12	16	16
70	5	5	4	5	14	16	13	15	19
71	5	5	4	4	14	18	11	15	18
72	5	5	5	5	12	20	13	18	20
73	5	5	4	4	15	15	14	17	18

74	5	5	5	5	15	19	15	18	20
75	4	4	4	5	14	11	9	15	17
76	4	4	4	3	15	17	9	13	15
77	5	5	5	5	15	20	15	20	20
78	4	4	4	4	12	16	11	13	16
79	3	3	3	3	6	14	9	11	12
80	4	3	4	3	14	12	9	14	14
81	5	5	5	5	15	19	14	19	20
82	5	3	3	4	15	14	12	15	15
83	3	4	5	4	11	17	14	18	16
84	4	4	4	5	15	18	14	19	17
85	4	4	3	3	13	15	11	13	14
86	5	4	4	4	12	16	12	17	17
87	4	5	5	5	12	17	13	17	19
88	3	3	3	3	15	17	12	17	12
89	5	5	5	5	15	19	13	17	20
90	4	4	4	4	13	15	12	15	16

Keterangan:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Biasa Saja/ Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

Lampiran 5

Hasil Uji Distribusi Frekuensi

Statistics

		Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Pendapatan
N	Valid	90	90	90	90
	Missing	2	2	2	2
Mean		1.5000	1.7222	4.0556	1.9889
Std. Error of Mean		.05300	.06709	.13808	.13454

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-25	31	33.7	34.4	34.4
	26-35	56	60.9	62.2	96.7
	36-45	3	3.3	3.3	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pegawai Swasta	19	20.7	21.1	21.1
	Wiraswasta	15	16.3	16.7	37.8
	Pelajar/Mahasiswa	54	58.7	60.0	97.8
	lain-lain	2	2.2	2.2	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<Rp 500.000	54	58.7	60.0	60.0
	Rp 500.000-Rp 1000.000	2	2.2	2.2	62.2
	>Rp 2000.000	15	16.3	16.7	78.9
	Rp 1000.000-Rp 1.500.000	19	20.7	21.1	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

Lampiran 6

Distribusi frekuensi Items

1. Brand awareness (Kesadaran merek) (X_1)

Statistics

	Mengingat merek produk Agriseta	Mengenal merek produk Agriseta	Merasakan merek produk Agriseta
N Valid	90	90	90
Missing	2	2	2
Mean	4.0556	4.0111	4.5222
Std. Error of Mean	.08265	.09281	.07937

Frequency Table

Mengingat merek produk Agriseta

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid TS	2	2.2	2.2	2.2
N	19	20.7	21.1	23.3
S	41	44.6	45.6	68.9
SS	28	30.4	31.1	100.0
Total	90	97.8	100.0	
Missing System	2	2.2		
Total	92	100.0		

Mengenal merek produk Agriseta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.3	4.4	4.4
	N	22	23.9	24.4	28.9
	S	33	35.9	36.7	65.6
	SS	31	33.7	34.4	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

Merasakan merek produk Agriseta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	2	2.2	2.2	3.3
	N	2	2.2	2.2	5.6
	S	29	31.5	32.2	37.8
	SS	56	60.9	62.2	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

2. Brand association (Asosiasi merek) (X₂)

Statistics

		Harga produk merek Agriseta	Rasa produk merek Agriseta	Produk Agriseta disukai keluarga	Produk Agriseta mudah dijual kembali
N	Valid	90	90	90	90
	Missing	2	2	2	2
Mean		4.4889	4.2778	3.7556	3.2000
Std. Error of Mean		.07283	.08943	.09256	.12260

Frequency Table

Harga produk merek Agriseta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	N	4	4.3	4.4	5.6
	S	34	37.0	37.8	43.3
	SS	51	55.4	56.7	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

Rasa produk merek Agriseta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	1	1.1	1.1	2.2
	N	14	15.2	15.6	17.8
	S	30	32.6	33.3	51.1
	SS	44	47.8	48.9	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

Produk Agriseta disukai keluarga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	6	6.5	6.7	7.8
	N	24	26.1	26.7	34.4
	S	42	45.7	46.7	81.1
	SS	17	18.5	18.9	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

Produk Agriseta mudah dijual kembali

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	7	7.6	7.8	7.8
	TS	18	19.6	20.0	27.8
	N	29	31.5	32.2	60.0
	S	22	23.9	24.4	84.4
	SS	14	15.2	15.6	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

3. Brand loyalty (Loyalitas merek) (X_3)

Statistics

		Merasa sangat puas (harga, kemasan dan kualitas)	Ketidakinginan untuk berpindah merek lain	Pelanggan setia produk Agriseta
N	Valid	90	90	90
	Missing	2	2	2
Mean		3.9333	3.2889	3.9444
Std. Error of Mean		.09187	.09513	.08849

Frequency Table

Merasa sangat puas (harga, kemasan dan kualitas)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	3	3.3	3.3	4.4
	N	22	23.9	24.4	28.9
	S	39	42.4	43.3	72.2
	SS	25	27.2	27.8	100.0
	Total	90	97.8	100.0	

Missing	System	2	2.2	
Total		92	100.0	

Pelanggan setia produk Agriseta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.3	3.3	3.3
	N	25	27.2	27.8	31.1
	S	36	39.1	40.0	71.1
	SS	26	28.3	28.9	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

Ketidakinginan untuk berpindah merek lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	TS	19	20.7	21.1	22.2
	N	28	30.4	31.1	53.3
	S	37	40.2	41.1	94.4
	SS	5	5.4	5.6	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

4. *Perceived quality* (Persepsi kualitas) (X_4)

Statistics

		Memiliki rasa yang berkualitas	Kualitas produk konsisten	Bermanfaat bagi konsumen	Kemasan Agriseta memiliki ciri khas tersendiri
N	Valid	90	90	90	90
	Missing	2	2	2	2
Mean		3.6889	3.7000	4.2667	3.5000

Std. Error of Mean	.08747	.08428	.08026	.09773
--------------------	--------	--------	--------	--------

Frequency Table

Memiliki rasa yang berkualitas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.5	6.7	6.7
	N	31	33.7	34.4	41.1
	S	38	41.3	42.2	83.3
	SS	15	16.3	16.7	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

Kualitas produk konsisten

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	4	4.3	4.4	4.4
	N	34	37.0	37.8	42.2
	S	37	40.2	41.1	83.3
	SS	15	16.3	16.7	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

Bermanfaat bagi konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	N	11	12.0	12.2	13.3
	S	40	43.5	44.4	57.8
	SS	38	41.3	42.2	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		

Bermanfaat bagi konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	N	11	12.0	12.2	13.3
	S	40	43.5	44.4	57.8
	SS	38	41.3	42.2	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

Kemasan Agriseta memiliki ciri khas tersendiri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.2	2.2	2.2
	TS	9	9.8	10.0	12.2
	N	33	35.9	36.7	48.9
	S	34	37.0	37.8	86.7
	SS	12	13.0	13.3	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

5. Keputusan pembelian (konsumen) (Y)

Statistics

		Mengenal produk Agriseta	Asosiasi merek Agriseta	Loyalitas terhadap merek Agriseta	Persepsi kualitas merek Agriseta
N	Valid	90	90	90	90
	Missing	2	2	2	2
Mean		4.1444	4.1222	4.0444	4.0444
Std. Error of Mean		.09154	.08184	.08348	.09065

Frequency Table

Mengenal produk Agriseta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	2.2	2.2	2.2
	N	16	17.4	17.8	20.0
	S	37	40.2	41.1	61.1
	SS	35	38.0	38.9	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

Asosiasi merek Agriseta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.1	1.1	1.1
	N	19	20.7	21.1	22.2
	S	38	41.3	42.2	64.4
	SS	32	34.8	35.6	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

Loyalitas terhadap merek Agriseta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1
	N	20	21.7	22.2	23.3
	S	42	45.7	46.7	70.0
	SS	27	29.3	30.0	100.0
	Total	90	97.8	100.0	
Missing	System	2	2.2		
Total		92	100.0		

Persepsi kualitas merek Agriseta

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.1	1.1	1.1

TS	2	2.2	2.2	3.3
N	19	20.7	21.1	24.4
S	38	41.3	42.2	66.7
SS	30	32.6	33.3	100.0
Total	90	97.8	100.0	
Missing System	2	2.2		
Total	92	100.0		

Lampiran 7

Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas X₁

Correlations

		x11	x12	x13
Kesadaran Merek	Pearson Correlation	.841**	.866**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	90	90	90

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

2. Uji Validitas X₂

Correlations

		x21	x22	x23	x24
Asosiasi Merek	Pearson Correlation	.681**	.870**	.799**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90

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

3. Uji Validitas X₃

Correlations

		x31	x32	x33
Loyalitas Merek	Pearson Correlation	.732**	.749**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000
	N	90	90	90

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

4. Uji Validitas X₄

		x41	x42	x43	x44
Persepsi Kualitas	Pearson Correlation	.754**	.831**	.693**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90

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

5. Uji Validitas Y

		y1	y2	y3	y4
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.862**	.907**	.872**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000
	N	90	90	90	90

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

6. Uji Reliabilitas X₁

		N	%
Cases	Valid	90	97.8
	Excluded ^a	2	2.2
	Total	92	100.0

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

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x11	8.5333	2.004	.641	.661
x12	8.5778	1.752	.650	.651
x13	8.0667	2.243	.547	.760

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.5889	4.043	2.01061	3

7. Uji Reliabilitas X₂

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	97.8
	Excluded ^a	2	2.2
	Total	92	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x21	11.2333	5.687	.510	.750
x22	11.4444	4.429	.754	.619
x23	11.9667	4.684	.628	.683
x24	12.5222	4.207	.478	.798

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.7222	7.843	2.80059	4

8. Uji Reliabilitas X₃

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	97.8
	Excluded ^a	2	2.2
	Total	92	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.637	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x31	7.2333	2.181	.396	.607
x32	7.8778	2.086	.407	.596
x33	7.2222	1.973	.544	.404

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.1667	3.961	1.99014	3

9. Uji Reliabilitas X₄

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	97.8
	Excluded ^a	2	2.2
	Total	92	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x41	11.4667	3.960	.545	.713
x42	11.4556	3.711	.681	.640
x43	10.8889	4.347	.479	.745
x44	11.6556	3.644	.549	.715

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.1556	6.447	2.53918	4

8. Uji Reliabilitas Y

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	90	97.8
	Excluded ^a	2	2.2
	Total	92	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1	12.2111	4.775	.742	.881
y2	12.2333	4.878	.835	.848
y3	12.3111	4.981	.774	.869
y4	12.3111	4.779	.752	.877

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16.3556	8.344	2.88861	4

Lampiran 8

Hasil Uji Multikolonieritas, Heterokedastisitas, Autokorelasi, dan Normalitas

1. Uji Multikolonieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	1 (Constant)	1.735	1.476				1.175
Kesadaran Merek	.009	.126	.006	1.256	.025	.630	1.587
Asosiasi Merek	.327	.106	.317	3.079	.003	.458	2.183
Loyalitas Merek	.211	.172	.146	1.226	.027	.344	2.905
Persepsi Kualitas	.462	.116	.406	3.982	.000	.467	2.144

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Uji Heterokedastisitas

Correlations

			Abs_Res
Spearman's rho	Kesadaran Merek	Correlation Coefficient	-.196
		Sig. (2-tailed)	.401
		N	90
	Asosiasi Merek	Correlation Coefficient	-.249
		Sig. (2-tailed)	.381
		N	90
	Loyalitas Merek	Correlation Coefficient	-.213
		Sig. (2-tailed)	.298
		N	90
	Persepsi Kualitas	Correlation Coefficient	-.141
		Sig. (2-tailed)	.302
		N	90

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

3. Uji Autokorelasi

Model Summary^p

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.766 ^a	.587	.567	1.89970	1.978

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kualitas, Kesadaran Merek , Asosiasi Merek, Loyalitas Merek

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

4. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.85651653
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.048
	Negative	-.070
Kolmogorov-Smirnov Z		.664
Asymp. Sig. (2-tailed)		.770

a. Test distribution is Normal.

Lampiran 9

Hasil Uji Signifikansi

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pembelian	16.3556	2.88861	90
Kesadaran Merek	12.5889	2.01061	90
Asosiasi Merek	15.7222	2.80059	90
Loyalitas Merek	11.1667	1.99014	90
Persepsi Kualitas	15.1556	2.53918	90

Correlations

	Keputusan Pembelian	Kesadaran Merek	Asosiasi Merek	Loyalitas Merek	Persepsi Kualitas
Pearson Correlation					
Keputusan Pembelian	1.000	.451	.650	.664	.692
Kesadaran Merek	.451	1.000	.572	.540	.455
Asosiasi Merek	.650	.572	1.000	.696	.561
Loyalitas Merek	.664	.540	.696	1.000	.724
Persepsi Kualitas	.692	.455	.561	.724	1.000
Sig. (1-tailed)					
Keputusan Pembelian	.	.000	.000	.000	.000
Kesadaran Merek	.000	.	.000	.000	.000
Asosiasi Merek	.000	.000	.	.000	.000
Loyalitas Merek	.000	.000	.000	.	.000
Persepsi Kualitas	.000	.000	.000	.000	.
N					
Keputusan Pembelian	90	90	90	90	90
Kesadaran Merek	90	90	90	90	90
Asosiasi Merek	90	90	90	90	90
Loyalitas Merek	90	90	90	90	90
Persepsi Kualitas	90	90	90	90	90

Variables Entered/Removed^d

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Persepsi Kualitas, Kesadaran Merek , Asosiasi Merek, Loyalitas Merek ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Model Summary^d

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.766 ^a	.587	.567	1.89970

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kualitas, Kesadaran Merek , Asosiasi Merek, Loyalitas Merek

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^d

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	435.870	4	108.968	30.195	.000 ^a
	Residual	306.752	85	3.609		
	Total	742.622	89			

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kualitas, Kesadaran Merek , Asosiasi Merek, Loyalitas Merek

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	1.735	1.476		1.175	.032			
Kesadaran Merek	.209	.126	.106	2.256	.025	.451	.008	.005
Asosiasi Merek	.327	.106	.317	3.079	.003	.650	.317	.215
Loyalitas Merek	.211	.172	.146	2.226	.027	.664	.132	.085
Persepsi Kualitas	.462	.116	.406	3.982	.000	.692	.396	.278

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	1.735	1.476		1.175	.032			
Kesadaran Merek	.209	.126	.106	2.256	.025	.451	.008	.005
Asosiasi Merek	.327	.106	.317	3.079	.003	.650	.317	.215
Loyalitas Merek	.211	.172	.146	2.226	.027	.664	.132	.085
Persepsi Kualitas	.462	.116	.406	3.982	.000	.692	.396	.278

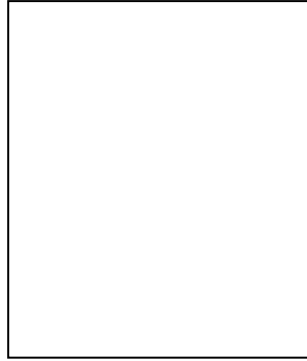
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	7.2718	20.8259	16.3556	2.21301	90
Residual	-5.82355	5.08125	.00000	1.85652	90
Std. Predicted Value	-4.105	2.020	.000	1.000	90
Std. Residual	-3.066	2.675	.000	.977	90

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Nama : M. Syamsul Arifin
Tempat & tanggal Lahir : Bontang, 28 September 1990
Alamat Asal : D/A Pabrik Batako/Toko Bangunan Nur
Cahaya D/A Rt 20 jln pontianak IV Gunung
Telihan Bontang Barat Kota Bontang
Kal- Tim.
Alamat Malang : Jln. Joyo Sari Rt 6 Rw 5 no. 43 Kel. Merjosari
Kec. Lowokwaru Kota Malang.
No hp : 085791516181 & 0548 26030
Riwayat pendidikan : TK YABIS Bontang
SDN 002 Bontang tahun 2002
SMP BAHRUL ULUM Bontang Tahun 2005
SMA N 1 MOJO Kediri Tahun 2008
Universitas Islam Negeri Maulana Malik
Ibrahim Malang 2013