

**HUBUNGAN ANTARA PROMOSI DAN CITRA MEREK DENGAN  
KEPUTUSAN KONSUMEN MENGGUNAKAN GARUDA INDONESIA  
PADA WARGA RW 007 PERUMAHAN ANGKASA PURA II KOTA  
TANGERANG**

**STERIA YASMIN  
8135134116**



*Building  
Future  
Leaders*

**Skripsi ini Disusun Sebagai Salah Satu Persyaratan Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Pendidikan Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta**

**PROGRAM STUDI S1 PENDIDIKAN TATA NIAGA  
FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
2017**

***THE RELATIONSHIP BETWEEN PROMOTION AND BRAND IMAGE  
WITH CONSUMER DECISION IN USING GARUDA INDONESIA IN  
ANGKASA PURA II HOUSING RW 007, TANGERANG CITY***

**STERIA YASMIN  
8135134116**



*Building  
Future  
Leaders*

*This Thesis is Organized As One of The Requirement for Obtaining Bachelor of Education  
at Faculty of Economy State University of Jakarta*

***STUDY PROGRAM OF COMMERCE EDUCATION  
FACULTY OF ECONOMY  
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA  
2017***

## ABSTRAK

STERIA YASMIN, **Hubungan antara Promosi dan Citra Merek dengan Keputusan Konsumen Menggunakan Garuda Indonesia pada Warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang**, Skripsi, Jakarta: Program Studi Pendidikan Tata Niaga, Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Jakarta, 2017.

Penelitian ini dilakukan di Perumahan Angkasa Pura II, RW 007 Kota Tangerang, Tujuan Penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara promosi dan citra merek dengan keputusan konsumen menggunakan Garuda Indonesia. Metode yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh warga perumahan angkasa pura II. Teknik pengambilan sample menggunakan *Purposive sampling*. Sampel yang didapat sebanyak 132 warga dengan kriteria pernah menggunakan Garuda Indonesia dan melakukan pembelian sendiri. Persamaan regresi yang dihasilkan antara  $X_1$  dengan  $Y$  adalah  $\hat{Y} = 28,411 + 0,664 X_1$  Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi  $Y$  atas  $X_1$  dengan uji *Lilliefors* menghasilkan  $L_{hitung} = 0,0618$ , sedangkan  $L_{tabel}$  untuk  $n = 132$  pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,077116 karena  $L_{hitung} < L_{tabel}$  maka galat taksiran  $Y$  atas  $X_1$  berdistribusi normal. Uji Linieritas regresi menghasilkan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yaitu  $1,56 < 1,65$  sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linier. Dari uji keberartian regresi menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu,  $82,88 > 3,91$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *Product moment* dari *Pearson* menghasilkan  $r_{xy} = 0,665$  selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji  $t$  dan menghasilkan  $t_{hitung} = 10,152$  dan  $t_{tabel} = 1,658$  dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,665$  adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,4422 yang menunjukkan bahwa 44,22% variabel Keputusan Pembelian ditentukan oleh Promosi. Sedangkan, persamaan regresi yang dihasilkan antara  $X_2$  dengan  $Y$  adalah  $\hat{Y} = 5,817 + 0,876 X_2$  Uji persyaratan analisis yaitu uji normalitas galat taksiran regresi  $Y$  atas  $X_2$  dengan uji *Lilliefors* menghasilkan  $L_{hitung} = 0,0678$ , sedangkan  $L_{tabel}$  untuk  $n = 132$  pada taraf signifikan 0,05 adalah 0,077116 karena  $L_{hitung} < L_{tabel}$  maka galat taksiran  $Y$  atas  $X_2$  berdistribusi normal. Uji Linieritas regresi menghasilkan  $F_{hitung} < F_{tabel}$  yaitu  $1,53 < 1,65$  sehingga disimpulkan bahwa persamaan regresi tersebut linier. Dari uji keberartian regresi menghasilkan  $F_{hitung} > F_{tabel}$  yaitu,  $75,87 > 3,91$ , sehingga dapat disimpulkan bahwa regresi tersebut signifikan. Koefisien korelasi *Product moment* dari *Pearson* menghasilkan  $r_{xy} = 0,649$  selanjutnya dilakukan uji keberartian koefisien korelasi dengan menggunakan uji  $t$  dan menghasilkan  $t_{hitung} = 9,723$  dan  $t_{tabel} = 1,658$  dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi  $r_{xy} = 0,649$  adalah positif dan signifikan. Koefisien determinasi yang diperoleh sebesar 0,4210 yang menunjukkan bahwa 42,10% variabel Keputusan Pembelian ditentukan oleh Citra Merek. Sisanya ditentukan oleh faktor lain seperti kurangnya pengetahuan tentang fasilitas penerbangan dan Harga yang mahal.

Kata kunci: Promosi, Citra Merek, Keputusan Konsumen

## ABSTRACT

STERIA YASMIN, *Relation between Promotion and Brand Image with Consumer Decision Using Garuda Indonesia to people of RW 007 Perumahan Angkasa Pura II, Kota Tangerang, Undergraduate Thesis, Jakarta: Commerce Education Study Program, Faculty of Economics, Jakarta State University, 2017.*

*This research was conducted in RW 007 Perumahan Angkasa Pura II, Kota Tangerang. The purpose of this study is to analyze the relation between promotion and brand image with consumer decisions using Garuda Indonesia. The method used is a survey with correlational approach. Population used in this research is people of Perumahan Angkasa Pura II. The sampling technique used Purposive sampling. The sample are 132 people who have been used Garuda Indonesia and made their own purchases. The regression equation result between X1 and Y is  $\hat{Y} = 28,411 + 0,664 X$ , X1 Test requirement analysis that is test of normality error of regression estimation Y over X1 with Lilliefors test yield  $L_{hitung} = 0,0618$ , while  $L_{tabel}$  for  $n = 132$  at significant level 0,05 is 0.077116 because  $L_{hitung} < L_{tabel}$  then the estimated error of Y over X1 is normally distributed. The regression linearity test yields  $F_{count} < F_{table}$  is  $1.56 < 1.65$  so it is concluded that the regression equation is linear. From regression significance test yield  $F_{count} > F_{table}$  that is,  $82,88 > 3.91$ , so it can be concluded that the regression is significant. Pearson product moment correlation coefficient resulted  $r_{xy} = 0.665$  then tested significance coefficient correlation by using t test and generate  $t_{count} = 10.152$  and  $t_{table} = 1.658$  thus, it can be concluded that the correlation coefficient  $r_{xy} = 0.665$  is positive and significant. Coefficient of determination obtained by 0.4422 which shows that 44.22% of variables Purchase Decision is determined by Promotion. Meanwhile, the regression equation generated between X2 and Y is  $Y = 5.817 + 0.876 X_2$  Test requirement analysis that is test of normality of regression estimation Y over X2 with Lilliefors test yield  $L_{hitung} = 0,0678$ , while  $L_{tabel}$  for  $n = 132$  at significant level 0,05 is 0.077116 because  $L_{hitung} < L_{tabel}$  then the estimated error of Y over X2 is normally distributed. The regression linearity test yields  $F_{count} < F_{table}$  that is  $1.53 < 1.65$  so it is concluded that the regression equation is linear. From regression significance test yield  $F_{count} > F_{table}$  that is,  $75,87 > 3.91$ , so it can be concluded that the regression is significant. Pearson product moment correlation coefficient resulted in  $r_{xy} = 0,649$  subsequently tested significance correlation coefficient by using t test and produce  $t_{count} = 9.723$  and  $t_{table} = 1.658$  thus, it can be concluded that the correlation coefficient  $r_{xy} = 0.649$  is positive and significant. Coefficient of determination obtained by 0.4210 which indicates that 42.10% variable. Purchase Decision is determined by Brand Image. The rest is determined by other factors such as lack of knowledge about aviation facilities and expensive prices.*

*Keywords: Promotion, Brand Image, Consumer Decision*

## LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Penanggung Jawab  
Dekan Fakultas Ekonomi

Dr. Dedi Purwana ES. M.Bus

NIP. 196712071992031001

Nama	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
1. <u>Dra. Nurahma Hajat, M.Si</u> NIP. 195310021985032001	Ketua Penguji		<u>18 Juli 2017</u>
2. <u>Dra. Rochyati, M.Pd</u> NIP. 195404031985032002	Penguji Ahli		<u>18 Juli 2017</u>
3. <u>Dra. Dientje Griandini, M.Pd</u> NIP. 195507221982102001	Sekretaris		<u>18 Juli 2017</u>
4. <u>Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si</u> NIP. 196610302000121001	Pembimbing I		<u>18 Juli 2017</u>
5. <u>Dr. Corry Yohana, M.M</u> NIP. 195909181985032011	Pembimbing II		<u>18 Juli 2017</u>

Tanggal Lulus: 14 Juli 2017 .....

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Skripsi ini merupakan karya asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik sarjana, baik di Universitas Negeri Jakarta maupun di Perguruan Tinggi lain.
2. Skripsi ini belum diublikasikan, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam naskah dengan disebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.
3. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Negeri Jakarta.

Jakarta, 29 Juli 2017



Steria Yasmin  
NOREG : 8135134116

## **KATA PENGANTAR**

Alhamdulillah, Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah swt atas rahmat dan karunia yang telah diberikan sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Hubungan Antara Promosi dan Citra Merek dengan Keputusan Konsumen Menggunakan Garuda Indonesia pada warga Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang”. Penelitian skripsi ini ditulis untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam mendapatkan gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta. Dalam penyusunan skripsi ini, peneliti mendapatkan dukungan dan bantuan dari berbagai pihak sehingga dapat menyelesaikannya dengan baik. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada :

1. Drs. Nurdin Hidayat, MM, M.Si, Sekaligus selaku Dosen Pembimbing I yang telah memberikan banyak masukan kepada peneliti sejak awal penyusunan proposal hingga skripsi ini selesai dengan penuh kesabaran dan perhatian, serta selalu memberikan motivasi kepada peneliti.
2. Dr. Corry Yohana, MM, . ketua Program Studi Pendidikan tata Niaga sekaligus Dosen Pembimbing II yang telah memberikan masukan dan saran kepada peneliti dalam menyelesaikan skripsi.
3. Dr. Dedi Purwana, E.S, M.Bus., selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta
4. Usep Suhud, M.Si, Ph.D selaku Pembimbing Akademik yang telah membimbing peneliti saat perkuliahan sejak awal semester I hingga saat ini, dan selalu memberi motivasi, masukan dan saran selama perkuliahan.

5. Seluruh jajaran dosen di Fakultas Ekonomi terutama di program studi pendidikan tata niaga yang telah memberikan bimbingan dan ilmu selama proses perkuliahan.
6. Orang tua peneliti Ir. H. Sugiarto dan H. Siti Asiyah,SE. kakak peneliti Iskandar Husein dan adik peneliti Pascal Ibrahim yang senantiasa memberikan dukungan dan doa dalam menjalani perkuliahan dan proses penyusunan skripsi.
7. Inna Triliana Putri, , Poppy Amalia Putri, Aditya Argi Bachtiar, Choirunnisa, Asty Gustia, Fanny Givlia, Ibnu Abdilbar, Niken Della, Bilqis Apriyadin, Anisa Eka Rianti, Ummu Fitriani, Mega Rusmardiana, Tri Intan, Almira , Siti Iraeni, Dewi dan Novi yang selalu memberikan semangat dan motivasi serta membantu dalam penyusunan skripsi.
8. Seluruh teman-teman kelas Pendidikan Tata Niaga 2013 atas kerja sama dan bantuan yang diberikan selama perkuliahan.
9. Dan untuk semua orang tanpa terkecuali dimana pun itu yang tak dapat peneliti sebutkan satu persatu

Jakarta, 29 Juli 2017

Steria Yasmin



## Lembar Motto dan Persembahan

### **Motto**

*“Do Whatever You Want To Do, But Still In The Line To Get  
What You Want”*

*Lakukan Apa Yang Kamu Mau, Tapi Tetap pada Jalan  
untuk Mendapatkan Apa Yang Kamu Mau.*

*Skripsi ini Kupersembahkan untuk*

*Kedua orang tua yang telah memberikan moril dan materi,  
dan juga atas doa, semangat dan dukungannya.*

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
ABSTRACT .....	ii
LEMBAR PENGESAHAN .....	iii
LEMBAR ORISINALITAS .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
MOTTO .....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah .....	7
C. Pembatasan Masalah .....	8
D. Perumusan Masalah.....	8
E. Kegunaan Penelitian .....	9
BAB II KAJIAN TEORETIK.....	10
A. Deskripsi Konseptual .....	10
1. Keputusan Pembelian .....	10
2. Promosi.....	14
3. Citra Merek.....	16
B. Hasil Penelitian yang Relevan.....	20
C. Kerangka TeorEtik .....	30
D. Hipotesis.....	32
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	33
A. Tujuan Penelitian.....	33
B. Tempat dan Waktu Penelitian .....	33
1. Tempat Penelitian .....	35
2. Waktu Penelitian .....	34

C. Metode Penelitian .....	34
1. Metode .....	34
2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel.....	35
D. Populasi dan Sampling .....	35
E. Teknik Pengumpulan Data .....	36
1. Keputusan Pembelian (Variabel Y).....	36
2. Promosi (Variabel X1) .....	41
3. Citra Merek (Variabel X2) .....	45
F. Teknik Analisis Data.....	50
1. Mencari Persamaan Regresi .....	50
a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X.....	50
b. Uji Linearitas Regresi .....	51
2. Persamaan Regresi Linear Sederhana .....	52
3. Uji Hipotesis .....	53
a. Uji Keberartian Regresi.....	53
b. Perhitungan Koefisien Korelasi .....	54
c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t) .....	54
d. Perhitungan Koefisien Determinasi .....	55
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>56</b>
A. Deskripsi Data .....	56
1. Keputusan Pembelian .....	56
2. Promosi.....	60
3. Citra Merek.....	63
B. Analisis Data .....	65
1. Persamaan Garis Regresi Y atas X1 .....	65
2. Persamaan Garis Regresi Y atas X2.....	66
3. Pengujian Persyaratan Analisis .....	67
a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X1 .....	67
b. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X2.....	68
c. Uji Linearitas Regresi Y atas X1 .....	70
d. Uji Linearitas Regresi Y atas X2 .....	70

C. Pengujian Hipotesis Penelitian .....	71
a. Pengujian Hipotesis Peneliatian .....	71
b. Perhitungan Koefisien Korelasi.....	73
c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-T) .....	74
d. Perhitungan Koefisien Determinasi.....	75
D. Pembahasan .....	76
BAB V KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN .....	78
A. Kesimpulan.....	78
B. Implikasi .....	79
C. Saran .....	80
DAFTAR PUSTAKA .....	82
LAMPIRAN .....	84

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Fase Transformasi Operasional Garuda Indonesia.....	6
Tabel II.1	Matriks Variabel Penelitian Terdahulu .....	28
Tabel III.1	Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y) ..	38
Tabel III.2	Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian .....	38
Tabel III.3	Kisi-Kisi Instrumen Promosi (Variabel X <sub>1</sub> ) .....	42
Tabel III.4	Skala Penilaian Promosi .....	43
Tabel III.5	Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek (Variabel X <sub>2</sub> ).....	46
Tabel III.6	Skala Penilaian Citra Merek.....	47
Tabel III.7	Tabel ANAVA.....	52
Tabel IV. 1	Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Variabel Y) .....	57
Tabel IV.2	Distribusi Frekuensi Promosi (Variabel X <sub>1</sub> ).....	60
Tabel IV.3	Distribusi Frekuensi Citra Merek (Variabel X <sub>2</sub> ).....	62
Tabel IV.4	Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X <sub>1</sub> .....	67
Tabel IV.5	Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X <sub>2</sub> .....	68
Tabel IV.6	Tabel ANAVA Untuk Pengujian Signifikansi dan Linieritas Persamaan Regresi Y atas X <sub>1</sub> .....	71
Tabel IV.7	Tabel ANAVA Untuk Pengujian Signifikansi dan Linieritas Persamaan Regresi Y atas X <sub>2</sub> .....	72
Tabel IV.8	Pengujian Signifikan Koefisien Korelasi Antara Promosi dengan Keputusan Pembelian.....	73
Tabel IV.9	Pengujian Signifikan Koefisien Korelasi Antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.....	74

## DAFTAR GAMBAR

Gambar IV.1	Grafik Histogram Keputusan Pembelian.....	58
Gambar IV.2	Grafik Histogram Promosi .....	61
Gambar IV.3	Grafik Histogram Citra Merek .....	63
Gambar IV.4	Grafik Hubungan antara Promosi dengan Keputusan Pembelian .....	65
Gambar IV.5	Grafik Hubungan antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian .....	66

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.	Surat izin Penelitian .....	84
Lampiran 2.	Surat Balasan Izin Penelitian .....	85
Lampiran 3.	Data mentah uji coba variabel Promosi .....	86
Lampiran 4.	Perhitungan kembali data uji coba setelah validitas .....	87
Lampiran 5.	Perhitungan butir analisis variabel X1 .....	88
Lampiran 6.	Data perhitungan validitas x1.....	89
Lampiran 7.	Data perhitungan validitas kembali X1 .....	90
Lampiran 8.	Perhitungan varians butir, varians total dan uji reliabilitas....	91
Lampiran 9.	Skor Uji coba variabel Citra Merek .....	92
Lampiran 10.	Perhitungan kembali data uji coba setelah validitas .....	93
Lampiran 11.	Perhitungan butir analisis variabel X2 .....	94
Lampiran 12.	Data perhitungan validitas x2.....	95
Lampiran 13.	Data perhitungan validitas kembali X2.....	96
Lampiran 14.	Perhitungan varians butir, varians total dan uji Reliabilitas ..	97
Lampiran 15.	Skor Uji coba variabel Keputusan Pembelian .....	98
Lampiran 16.	Perhitungan kembali data uji coba setelah validitas.....	99
Lampiran 17.	Perhitungan butir analisis variabel Y .....	100
Lampiran 18.	Data perhitungan validitas Y .....	101
Lampiran 19.	Data perhitungan validitas kembali Y.....	102
Lampiran 20.	Perhitungan varians butir, varians total dan uji Reliabilitas ..	103
Lampiran 21.	Skor Final Instrumen Variabel Promosi.....	104
Lampiran 22.	Proses perhitungan Histogram Variabel Promosi .....	108
Lampiran 23.	Skor Final Instrumen Variabel Keputusan Pembelian.....	109
Lampiran 24.	Proses perhitungan Histogram variabel Keputusan Pembelian	114
Lampiran 25.	Histogram variable X1 dan Y .....	115
Lampiran 26.	Data mentah variabel X1 dan Y .....	116
Lampiran 27.	Perhitungan rata rata, varians dan simpangan baku .....	119
Lampiran 28.	Tabel perhitungan rata rata varians dan simpangan Baku .....	120
Lampiran 29.	Rekap skor total.....	123
Lampiran 30.	Perhitungan persamaan regresi linear .....	126

Lampiran 31.	Gambar Persamaan Regresi variabel X1 dengan Y .....	127
Lampiran 32.	Tabel perhitungan $\hat{Y} = a+bX$ .....	128
Lampiran 33.	Tabel Perhitungan normalitas galat taksiran regresi Y Atas X	131
Lampiran 34.	Tabel perhitungan rata rata, varians dan simpangan baku $\hat{Y} = 28,411 + 0,664 X$ .....	132
Lampiran 35.	Perhitungan rata rata, varians dan simpangan baku $\hat{Y} = 28,411 + 0,664 X$ .....	135
Lampiran 36.	Tabel Perhitungan normalitas galat taksiran regresi Y Atas X	136
Lampiran 37.	Perhitungan uji keberartian regresi .....	139
Lampiran 38.	Perhitungan uji kelinearan regresi.....	140
Lampiran 39.	Tabel perhitungan uji kelinearan regresi.....	141
Lampiran 40.	Tabel ANAVA untuk uji Keberartian dan uji keberartian Linear .....	145
Lampiran 41.	Perhitungan koefisien korelasi <i>Product Moment</i> .....	146
Lampiran 42.	Perhitungan keberartian koefisien korelasi (Uji-t) .....	147
Lampiran 43.	Perhitungan koefisien determinasi .....	148
Lampiran 44.	Skor Dominasi Variabel Y dan X1 .....	149
Lampiran 45.	Skor final Citra Merek .....	151
Lampiran 46.	Proses perhitungan menggambar histogram x2 .....	155
Lampiran 47.	Skor Final Instrumen Variabel Keputusan Pembelian.....	156
Lampiran 48.	Proses perhitungan Histogram Y .....	160
Lampiran 49.	Histogram Y atas X2 .....	161
Lampiran 50.	Data mentah Citra Merek dan Keputusan Pembelian .....	162
Lampiran 51.	Tabel pehitungan rata rata, varians dan simpangan baku .....	165
lampiran 52.	Perhitungan rata rata, varians dan simpangan baku .....	168
lampiran 53.	Perhitungan persamaan regresi linear .....	169
lampiran 54.	Rekap skor total hasil peneliatian .....	170
lampiran 55.	Gambar Persamaan Regresi Y atas X2 .....	173
Lampiran 56.	Tabel perhitungan $\hat{Y} = a+bX$ .....	174
Lampiran 57.	Tabel perhitungan rata rata, varians dan simpangan baku $\hat{Y}=5.817 + 0,876X$ .....	178



Lampiran 58.	Perhitungan rata rata, varians dan simpangan baku	
	$\hat{Y}=5.817 + 0,876X$ .....	182
Lampiran 59.	Perhitungan normalitas galat taksiran Regresi Y atas X.	
	$\hat{Y}=5.817 + 0,876X$ .....	183
Lampiran 60.	Langkah perhitungan normalitas galat taksiran Regresi Y atas	
	X.....	187
Lampiran 61.	Perhitungan uji keberartian regresi .....	188
Lampiran 62.	Tabel perhitungan uji keberartian regresi linear .....	189
Lampiran 63.	Perhitungan uji kelinearian regresi .....	193
Lampiran 64.	Tabel ANAVA untuk uji Keberartian dan uji keberartian	
	Linear .....	194
Lampiran 65.	Perhitungan koefisien korelasi <i>Product Moment</i> .....	195
Lampiran 66.	Perhitungan keberartian koefisien korelasi (Uji-t).....	196
Lampiran 67.	Perhitungan Koefisien Determinasi .....	197
Lampiran 68.	Skor Dominan X2 dan Y .....	198
Lampiran 69.	Tabel Nilai-Nilai r <i>Product Moment</i> dari <i>Pearson</i> .....	199
Lampiran 70.	Nilai kritis L dan Uji <i>Lilliefors</i> .....	200
Lampiran 71.	Nilai persentil untuk distribusi t.....	201
Lampiran 72.	Nilai persentil untuk distribusi F .....	202
Lampiran 73.	Daftar nama responden uji coba .....	207
Lampiran 74.	Daftar nama responden Final .....	208
Lampiran 75.	Kuesioner Final .....	216
Lampiran 76.	Daftar Riwayat Hidup .....	212

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Pada era globalisasi ini masyarakat menjadi sangat selektif untuk memilih produk atau jasa apa yang ia perlukan untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Mereka akan melakukan pencarian informasi terlebih dahulu untuk mengetahui yang mana dari sekian banyak pilihan yang terbaik dan merek apa yang akan digunakan. Keputusan konsumen pun tidak hanya ditentukan dari dirinya sendiri melainkan adanya faktor faktor eksternal seperti sumber pribadi (lingkungan keluarga, teman tetangga dan kenalan), sumber komersial: iklan, wiraniaga dan organisasi penilai konsumen, citra merek perusahaan, pengalaman menggunakan jasa baik diri sendiri maupun dari orang lain, fasilitas dan pelayanan. Selain kebutuhan pokok manusia yaitu sandang, pangan dan papan, saat ini transportasi sudah menjadi hal pokok untuk kelangsungan hidup manusia.

Transportasi sangat diperlukan masyarakat baik dari masyarakat yang berpendapatan besar ataupun menengah kebawah. Transportasi menjadi sarana penunjang yang sangat diperlukan bagi kelancaran kehidupan masyarakat salah satunya adalah untuk pemerataan penduduk, pengembangan ekonomi maupun pertumbuhan industrialisasi.

Industri penerbangan berkembang pesat dan menjadi sangat penting seiring dengan kebutuhan masyarakat terutama di Indonesia yang merupakan negara kepulauan dan memiliki ribuan pulau besar dan kecil yang dikelilingi

dengan laut. Untuk menghubungkan ribuan pulau di Indonesia, transportasi laut dan transportasi udara merupakan andalan utama. Berbagai disiplin ilmu mengartikan bahwa dengan adanya transportasi membuka semua kemudahan dan membuat sebuah peradaban baru yang lebih modern.

Dengan demikian semakin banyak maskapai penerbangan membuat masyarakat dapat memilih jasa maskapai mana yang akan mereka gunakan untuk mengantar mereka. Selain itu, semakin banyak maskapai membuat persaingan didalam dunia penerbangan semakin ketat. Banyak maskapai yang menekan biaya untuk mendominasi pangsa penumpang dengan menawarkan harga murah (*low-face airlines*).

Adanya maskapai LCC (*Low Cost Carrier*) merupakan kabar yang baik bagi mereka yang ingin bepergian menggunakan transportasi udara dengan harga yang murah. Salah satu tujuan konsep ini memang dilakukan untuk memikat para konsumen yang ingin bepergian jauh dengan biaya yang minim. Hal ini berpengaruh terhadap mobilitas masyarakat menjadi terbantu dengan adanya tiket murah ini tanpa melihat pelayanan yang disediakan oleh maskapai pun minim. Harga tiket yang cukup murah, menjadikan maskapai LCC (*Low Cost Carrier*) saat ini lebih diminati daripada maskapai *Full Service Carrier*.

Garuda Indonesia merupakan maskapai pertama yang berbasis *Full Service* di Indonesia. *Full Service Carrier* merupakan maskapai penerbangan yang menerapkan konsep *additional service* dari *main service* yang ditawarkan, seperti; *Premium Check-in*, Ekstra bagasi, Ruang tunggu eksklusif, Tempat duduk leluasa, *In-flight entertainment* hingga makanan dan minuman selama

penerbangan. Garuda Indonesia sendiri memiliki Kantor Pusat di Soekarno – Hatta International Airport, Garuda Indonesia saat ini mempekerjakan 5.808 orang dan memberikan lebih dari 93.000 keberangkatan melayani lebih dari 9 juta pelanggan setiap tahun. (Data terakhir tahun 2016).

Dengan demikian banyaknya maskapai yang menawarkan *Low Cost carrier* membuat masyarakat lebih memilih untuk bepergian menggunakan maskapai murah dibanding dengan maskapai yang menawarkan *Full Service* Garuda Indonesia. sebagai maskapai full service pertama di Indonesia, promosi dirasa menjadi salah satu jalan untuk memikat para konsumen untuk menggunakan jasa penerbangan.

Sebelum menggunakan jenis maskapai untuk bepergian, konsumen melakukan pencarian untuk mengetahui maskapai mana yang lebih baik untuk dipilih masyarakat. Salah satu kemajuan teknologi para konsumen untuk mencari maskapai dapat dengan mudah mendapatkan info baik dari internet, berita atau iklan di televisi, media cetak ataupun papan iklan di jalanan. Melakukan promosi baik melalui iklan ataupun personal selling hingga saat ini dianggap efektif untuk menanamkan suatu *brand image* atau merek, karena promosi dirasa memiliki daya jangkauan yang sangat luas dan dapat dilihat oleh siapapun. Tujuan terpenting dari promosi adalah untuk mendapat perhatian dan dapat menarik konsumen untuk memutuskan menggunakan maskapai Garuda Indonesia dibanding menggunakan jasa dari maskapai pesaing lainnya.

Apabila pesan dari iklan yang ditayangkan dapat tersampaikan maka konsumen pun tidak akan ragu untuk memilih maskapai tersebut. Iklan pun

menjadi suatu media untuk membangun citra merek. Semakin sering iklan ditayangkan maka semakin besar pula kemungkinan *brand* akan dikenal dan diingat oleh konsumen. Seperti contoh, apabila melakukan pencarian di internet tentang Garuda Indonesia, maka akan banyak berita dan informasi tentang maskapai dan tidak sedikit pula video tentang fasilitas serta pelayanan yang ditayangkan. Sehingga para konsumen dibuat penasaran untuk merasakan bagaimana berada didalam pesawat dengan *Full Service* yang diterapkan oleh Garuda Indonesia. Didalam video yang terdapat di internet pun dapat menjadi media untuk membangun citra merek dari Garuda Indonesia. Namun video ataupun iklan ini tidak muncul apabila konsumen tidak mencari sendiri dengan memasukan kata kunci tersebut. frekuensi penayangan iklan dari Garuda Indonesia di televisi pun sedikit kurang sehingga tidak semua masyarakat dapat melihat apa yang ingin maskapai sampaikan. Promosi dapat dilakukan melalui beberapa media baik secara langsung dari pihak Garuda Indonesia dapat juga dengan melakukan kerja sama dengan aplikasi penjualan tiket online yang iklannya pun gencar dimana mana dan lebih mudah diakses oleh masyarakat.

Contoh kasus kurangnya promosi yang mempengaruhi penjualan tiket terjadi bulan Oktober 2016 diketahui situs penjualan tiket online traveloka sempat beberapa waktu tidak menjual tiket dari maskapai Garuda Indonesia. Traveloka adalah salah satu agen perjalanan *online* yang dekat dengan generasi milenial Indonesia baik generasi muda ataupun tua. Traveloka termasuk *start-up* yang gencar promosi lewat iklan, terutama iklan televisi. Karena adanya masalah antara maskapai dan situs tersebut membuat pengguna traveloka tidak dapat

membeli tiket Garuda Indonesia dan beralih memilih maskapai lain sebagai solusi yang diberikan *costumer service* kepada konsumen yang ingin bepergian<sup>1</sup>. Dari kasus tersebut dapat dilihat bahwa iklan sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Keputusan konsumen untuk menggunakan jasa penerbangan pun tidak hanya dilihat melalui iklan saja, tetapi dapat dilihat dari *Track record* maskapai tersebut. Apabila dari *Track record* maskapai tersebut buruk, tidak menutup kemungkinan maskapai tersebut akan gulung tikar. Contoh kasus yang terjadi akibat buruknya citra merek adalah masalah yang menimpa Adam Air. Sebelum maskapai tersebut gulung tikar, banyak kecelakaan yang terjadi terhadap pesawat tersebut. Berita kecelakaan dari maskapai adam air pun tersebar luas melalui berita televisi, internet maupun media cetak yang menyebabkan masyarakat mengetahui apa yang terjadi dengan maskapai tersebut. Sehingga citra merek dari adam air pun menurun dan mengakibatkan konsumen tidak lagi memilih untuk menggunakan adam air sebagai sarana transportasi udara yang mereka gunakan. Dari kasus tersebut dapat dilihat bahwa citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen.

Garuda Indonesia pun beberapa kali mengalami kecelakaan dalam penerbangannya. Seperti beberapa waktu yang lalu terdapat pesawat Garuda yang tergelincir dari jalurnya di Yogyakarta. Dan tahun lalu pun terdapat kejadian Garuda Indonesia yang hampir bertabrakan dengan Lion Air di langit Bali. Disini

---

<sup>1</sup> Tirto.id, Tidak Ada Lagi Garuda dan Citilink di Traveloka (<https://tirto.id/tak-ada-lagi-citilink-dan-garuda-di-traveloka-bWFT>) (diakses pada 25 februari 2016 16.44)

perusahaan kembali harus membangkitkan citra merek nya kembali agar dapat dipercaya kembali oleh konsumen.

Dari kasus tersebut dapat diketahui bahwa citra merek menjadi salah satu acuan para konsumen untuk menentukan keputusan untuk menggunakan salah satu dari sekian banyak maskapai yang ada.

Dari beberapa proses dan faktor untuk menjual jasa berakhir pada keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan jasa Garuda Indonesia. Setelah konsumen percaya terhadap maskapai maka terjadi transaksi penjualan tiket kepada konsumen. Namun banyaknya maskapai LCC membuat maskapai *Full Service* kekurangan omzet penjualan. Kurangnya manajemen dan laba Garuda Indonesia sempat membuat isu ke bangkrutan .

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Penumpang INT (juta)	11,300	13,200	14,800	16,200	18,900	21,700	23,700	26,300	27,900	30,00
Penumpang DOM (juta)	34,00	39,200	37,400	43,800	51,600	60,00	71,200	79,300	88,100	97,400
Jumlah armada	49	48	54	70	89	87	106	140	169	185
Jumlah penumpang (juta)	45,300	52,400	52,200	60,00	70,500	81,700	94,900	105,600	116,00	127,400

Table 1 Fase Transformasi Operasional Garuda Indonesia 2006 - 2015

Pada table diatas terlihat peningkatan jumlah penumpang dari tahun ketahun<sup>2</sup>. Namun tidak setiap saat terjadi kenaikan. Contohnya pada kasus bulan September 2016 dilaporkan bahwa Omset Garuda Indonesia di triwulan II-2016 mengalami kerugian mencapai US\$ 63.190,972. Hal ini dihitung dari pendapatan

<sup>2</sup>[www.garuda-indonesia.com](https://www.garuda-indonesia.com/files/pdf/investor-relations/company-presentation/2015%202-12%20Corporate%20Presentation%20RUPO%20v3.pdf), Company Presentation (<https://www.garuda-indonesia.com/files/pdf/investor-relations/company-presentation/2015%202-12%20Corporate%20Presentation%20RUPO%20v3.pdf>) (diakses pada 1 Maret 2017, 22.45)

usaha sebesar US\$ 1,764,003,595 sementara beban usaha sebesar US\$ 1,812,934,041. Dapat dilihat bahwa beban usaha lebih tinggi dari pendapatan usaha. Penurunan omset Garuda akibat menurunnya jumlah penumpang domestik dan internasional yang menggunakan Garuda Indonesia. Bahkan banyak penumpang Garuda yang berpindah pilihan menggunakan penerbangan berbasis Budget air atau *low cost carrier* atas dasar harga tiket yang lebih murah dan bisa sampai tujuan<sup>3</sup>. Dapat dilihat dari kasus tersebut bahwa kurangnya penjualan dapat menyebabkan kebangkrutan perusahaan.

Berdasarkan permasalahan-permasalahan tersebut, peneliti tertarik untuk meneliti tentang rendahnya keputusan konsumen menggunakan jasa Garuda Indonesia pada warga di RW 007 Kota Tangerang.

## **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan tersebut, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah yang mempengaruhi rendahnya keputusan konsumen menggunakan Garuda Indonesia pada warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang, yaitu sebagai berikut:

1. Harga yang mahal dibanding maskapai *Low Cost Carrier*
2. Kurangnya penayangan iklan Garuda Indonesia
3. Kurangnya Promosi dari pihak Garuda Indonesia
4. Citra Merek yang sedang turun akibat kecelakaan di Yogyakarta.

---

<sup>3</sup>Beritamometer.com, Omset Menurun, Garuda Indonesia terancam bangkrut. (<http://www.beritamometer.com/omzet-menurun-garuda-indonesia-terancam-bangkrut/>)(diakses pada 25 Februari 2017, 17.11)



5. kurangnya pengetahuan konsumen tentang fasilitas penerbangan

### **C. Pembatasan Masalah**

Berdasarkan masalah-masalah yang telah diidentifikasi tersebut, ternyata masalah Keputusan Pembelian konsumen merupakan masalah yang kompleks dan menarik untuk diteliti. Namun, karena keterbatasan pengetahuan peneliti, serta ruang lingkup yang cukup luas, maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti hanya pada masalah “Hubungan antara Promosi dan Citra Merek dengan Keputusan Konsumen menggunakan Garuda Indonesia Pada Warga di Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang”.

### **D. Perumusan Masalah**

Berdasarkan pembatasan masalah yang telah diuraikan di atas, maka masalah dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah terdapat Hubungan antara Promosi dengan Keputusan Konsumen Menggunakan Garuda Indonesia?
2. Apakah terdapat Hubungan antara citra merek dengan keputusan konsumen menggunakan Garuda Indonesia?

## **E. Kegunaan Penelitian**

Penelitian ini diharapkan berguna bagi:

### 1. Peneliti

Penelitian ini akan menambah wawasan serta pengetahuan peneliti mengenai hubungan promosi dan citra merek terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa.

### 2. Universitas Negeri Jakarta

Hasil penelitian ini nantinya mungkin dapat dijadikan sebagai referensi bagi peneliti lainnya hubungan promosi dan citra merek terhadap keputusan konsumen menggunakan jasa.

### 3. Perpustakaan

Bagi perpustakaan, semoga dapat memperkaya koleksinya dan menjadi referensi yang dapat meningkatkan wawasan berpikir ilmiah.

### 4. Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan dalam meningkatkan mutu kualitas pelayanan. Selain itu, dengan membaca hasil penelitian ini perusahaan akan mengetahui faktor-faktor apa saja yang dapat mendorong keputusan pembelian konsumen.

## BAB II

### KAJIAN TEORETIK

#### A. Deskripsi Konseptual

##### 1. Keputusan Pembelian Konsumen

Keputusan adalah suatu reaksi terhadap beberapa solusi alternatif yang dilakukan secara sadar melalui analisis, keputusan dapat berupa opini dan tindakan. Oleh karena itu, keputusan pembelian konsumen menjadi tindakan yang dilakukan konsumen untuk memilih suatu produk atau jasa. Hal ini mengidentifikasi bahwa setiap produsen pasti menjalankan berbagai strategi agar konsumen memutuskan untuk membeli produk atau jasa.

Menurut pendapat George E. Belch dan Michael A. Belch. "*A purchase decision is not the same as an actual purchase. one a consumer chooses which brand to buy, he or she must still implement the decision and make the actual purchase*<sup>4</sup>."

Dari konsep tersebut disimpulkan bahwa keputusan pembelian tidak samadengan pembelian yang sebenarnya. Setelah konsumen memilih barang yang ingin dibeli, ia masih harus melaksanakan keputusan dan melakukan pembelian sesungguhnya.

Secara umum menurut Buchari Alma, pengambilan keputusan membeli ini dapat dikategorikan kedalam 3 bentuk yaitu:

- a. Proses pengambilan keputusan yang luas (*extended decision making*).
- b. Pengambilan keputusan terbatas (*limited decisionmaking*).

---

<sup>4</sup>George E. Belch dan Michael A. Belch. *Advertising and Promotion, an Integrated Marketing Communication Perspective*(New York: Mcgraw-Hill,2007).h.119

c. Proses pengambilan keputusan yang bersifat rutin. (*habitual decision making*)<sup>5</sup>.

Dari kajian tersebut dapat disimpulkan bahwa konsumen tidak hanya memiliki satu kebiasaan saja dalam mengambil keputusan, namun ada tiga jenis kebiasaan dalam pengambilan keputusan. Yaitu kebiasaan yang selektif, kebiasaan yang terbatas dan kebiasaan yang rutin. Dimana kebiasaan yang luas adalah konsumen yang selektif dari banyaknya alternatif yang ada. Kebiasaan terbatas mereka yang sudah mempersempit lingkup alternatif dari yang banyak menjadi hanya beberapa. Kebiasaan rutin adalah kerutinan mereka untuk membeli atau menggunakan produk atau jasa tersebut.

George E. Belch dan Michael A. Belch dalam bukunya juga mengatakan.

*Purchase decisions for nondurable, convenience items sometimes take place in the store, almost simultaneous with the purchase. marketes must ensure that consumers have top of mind awareness of their brands so that they are quickly recognized and considered*<sup>6</sup>.

Artinya Keputusan membeli dapat berlangsung bersamaan saat pembeli berada ditoko. Penjual harus sadar atas apa yang dipikirkan konsumen sehingga mereka (merek) dapat cepat diakui dan dipertimbangkan oleh konsumen.

Maka dapat diidentifikasi bahwa perusahaan harus membuat pemikiran konsumen langsung tertuju pada merek nya. Baik dengan cara menciptakan iklan yang menarik atau meningkatkan fasilitas dari jasa agar dapat dikenang dan diingat oleh konsumen serta membuat citra merek nya tinggi sehingga konsumen tidak ragu untuk melakukan pembelian.

---

<sup>5</sup>Prof. Dr. H. Buchari Alma, "Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa", (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 105-106

<sup>6</sup>George E. Belch dan Michael A. Belch, *Op.cit.* h. 120

Menurut Kotler & Armstrong dalam buku Buchari Alma ada beberapa tahapan pengambilan keputusan membeli yaitu:

1. Pengenalan masalah
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi dari alternatif
4. Keputusan Pembelian
5. Sikap pasca pembelian<sup>7</sup>.

Dari kajian di atas dapat dikatakan bahwa sebelum konsumen melakukan keputusan pembelian terdapat beberapa proses terlebih dahulu yaitu pengenalan masalah dimana konsumen mendapatkan sebuah masalah sehingga harus mencari solusi, lalu berikutnya pencarian informasi dimana konsumen mencari solusi dari masalah yang dimiliki lalu mengevaluasi beberapa alternatif karena produk atau jasa memiliki beberapa pilihan baik merek atau produknya sehingga konsumen harus melihat yang dapat memenuhi kebutuhannya setelah itu konsumen menentukan pilihannya terhadap suatu pilihan dan pada proses akhir dimana konsumen merasa puas atau tidak dengan pilihannya tersebut.

Menurut L. Irmawati keputusan membeli yang dilakukan oleh konsumen, dipengaruhi oleh banyak hal seperti berikut:

1. Kebudayaan (*culture*)
  - a) Sub budaya (kebangsaan, agama, kelompok, ras, daerah geografis)
  - b) Hubungan (pendapatan, kekayaan, pendidikan)
2. Sosial
  - a) Group referensi dominan
  - b) Keluarga
  - c) Status
3. Personal
  - a) Umur
  - b) Tahapan siklus hidup
  - c) Pekerjaan/profesi
  - d) Situasi ekonomi

---

<sup>7</sup>Prof. Dr. H. Buchari Alma, *Op.cit*, h.104

- e) Gaya hidup
  - f) Kepribadian dan konsep diri
4. Psikologi
- a) Motivasi
  - b) Pembelajaran
  - c) Kepercayaan dan sikap<sup>8</sup>

Maka dapat disimpulkan bahwa keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh berbagai hal seperti kebudayaan atau selera seorang individu mengikuti pola selera orang yang dilakukan oleh nenek moyangnya. Orang-orang dalam kelas sosial tertentu cenderung memiliki perilaku, kebiasaan tertentu dalam kehidupan sehari-hari. Pengelompokan seseorang termasuk dalam kelas sosial tertentu dapat dilihat dari diketahui bahwa keputusan pembelian dapat terlihat dari prestise jabatannya, penampilannya didalam kelompok sendiri, kepemilikannya dan orientasi nilai-nilai yang dianutnya perbedaan kelas orang-orang terdidik atau yang kurang terdidik. Lalu faktor dari dalam dirinya sendiri menjadi faktor utama dari keputusan pembelian dimana keadaan ekonomi serta gaya hidup seseorang yang berbeda dan hanya diketahui oleh individu sendiri serta faktor psikologis yang mempengaruhi pikirannya untuk melakukan keputusan seperti motivasinya terhadap suatu benda serta kepercayaannya untuk melakukan keputusan itu sendiri.

Berdasarkan kajian para ahli tersebut dapat disimpulkan bahwa Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu

---

<sup>8</sup>L. Irmawati, Manajemen Pemasaran di Rumah Sakit (Institut Ilmu Kesehatan: Universitas Press, 2015) h.30

konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

Keputusan pembelian dapat diukur oleh empat dimensi, yaitu dimensi pertama adalah Pengenalan Masalah dengan indikator internal yang memiliki subindikator diri sendiri indikator selanjutnya yaitu eksternal dengan subindikator tetangga dan teman, dimensi kedua adalah Pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi yang memiliki subindikator yaitu keluarga lalu indikator selanjutnya yaitu pengalaman masa lalu dengan sub indikator pernah menggunakan jasa . dimensi ketiga adalah evaluasi dari alternatif dan keempat ialah Keputusan Pembelian dengan indikator harga.

## **2. Promosi**

Promosi diperlukan untuk memenuhi informasi dan membujuk khalayak sasaran untuk melakukan tindakan sesuai tujuan tertentu. Hal ini sangat diperlukan dalam menjual produk maupun jasa. Promosi merupakan cara yang dilakukan oleh pemasar untuk meninformasikan dan mempengaruhi para konsumen atau masyarakat sehingga dapat tertarik untuk membeli serta menggunakan produk ataupun jasa yang dipasarkannya.

Menurut Fredy Rangkuti “promosi merupakan salah satu variabel IMC (*Integrated Marketing Communication*) yang digunakan oleh perusahaan untuk mengadakan komunikasi dengan pasarnya”<sup>9</sup>.

---

<sup>9</sup> Fredy Rangkuti, Strategi Promosi yang Kreatif (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009).h.49

Menurut Kotler dalam buku Fredy Rangkuti.”Promosi mencakup semua alat alat bauran pemasaran (*marketing mix*) yang peran utamanya adalah lebih mengadakan komunikasi yang sifatnya membujuk”<sup>10</sup>.

Menurut konsep tersebut dapat diidentifikasi bahwa promosi adalah salah satu dari bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dimana memiliki peran untuk mengkomunikasikan produk atau jasa kepada calon konsumen. Promosi juga digunakan oleh perusahaan untuk berkomunikasi dengan pasar.

William J. Stanton mengatakan bahwa “*Promotion is an exercise in information, persuasion and communication*”<sup>11</sup>.

Hal ini dapat diartikan bahwa promosi adalah latihan dalam informasi, persuasif dan komunikasi.

Kemudian menurut Swastha “Promosi merupakan arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan”<sup>12</sup>.

Hal ini dapat diidentifikasi bahwa promosi adalah sarana perusahaan untuk mengkomunikasikan produk atau jasa nya dan mengarahkan individu atau organisasi untuk melakukan tindakan yang diharapkan yaitu melakukan pembelian produk atau jasa.

Menurut Lamb, Hair dan McDonnell. “Promosi sendiri memiliki empat bauran yaitu iklan, penjualan tatap muka, publisitas dan hubungan masyarakat”<sup>13</sup>.

---

<sup>10</sup>*ibid*

<sup>11</sup> Naveen Baweja, *International Business Management of Marketing* (New Delhi: Naveen Baweja. 2015) h.85

<sup>12</sup>*ibid.h.50*



Menurut George E. Belch dan Michael A. Berch dalam bukunya “*Advertising is defined as any paid form of nonpersonal communication about an organization, product, service or idea by an identified sponsor*”<sup>14</sup>.

Menurut Buchari Alma dalam Fredy “kegiatan promosi adalah kegiatan yang meningkatkan penjual jangka pendek dapat dalam bentuk pameran, display, potongan harga dan berbagai kegiatan penjualan lainnya”<sup>15</sup>.

Menurut konsep tersebut maka dapat disimpulkan bahwa kegiatan promosi memiliki berbagai macam jenisnya sehingga perusahaan dapat menentukan kegiatan apa yang sekiranya cocok untuk memasarkan barang atau jasanya.

Promosi memiliki dua dimensi yaitu pertama iklan dengan indikator *attention, interest, desire* dan *action*, promosi penjualan yang memiliki dua indikator yaitu pameran dan potongan harga.

## **2. Citra Merek**

Citra merek diidentifikasi sebagai suatu pemikrian yang muncul dibenak konsumen saat mengingat suatu merek dari produk atau jasa tertentu. Citra merek dapat berkaitan dengan produk yang dijual, pelayanan dan fasilitas yang membuat pelanggan puas dan teringat dengan pengalaman menggunakan jasa tersebut sertamemiliki rasa ingin kembali menggunakan jasa tersebut.

Hawkins, David dan Roger menyatakan “*Brand image is a major concern of both industrial and consumer good marketers*”<sup>16</sup>. Ini dapat diartikan bahwa,

---

<sup>13</sup> Lamb, Hair dan McDaniel, *Essentials of Marketing, 7e* (South-Western: Cengage Learning, 2012)h.5

<sup>14</sup>George E. Belch, Michael A. Belch, *op.cit*, h.17

<sup>15</sup>Fredy.*Op.cit*.h.29

<sup>16</sup>Del I. Hawkins *et al*, *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (New York: McGraw-Hill, 2007), h. 347

citra merek adalah salah satu hal yang paling dilihat oleh konsumen sebagai tolak ukur mereka untuk menentukan pembelian.

Konsep ini dapat mengidentifikasi bahwa konsumen menentukan pilihannya berdasarkan dari banyak hal seperti iklan dan citra merek akan tetapi citra dari merek yang sudah ada dibenak masing masing merupakan hal utama yang membuat konsumen memutuskan untuk menggunakan produk dan jasa. Karena, hal ini akan berakibat pada konsumen yang akan selalu mengingat pengalaman atau cerita orang mengenai produk atau jasa tersebut sehingga ingin menggunakannya.

Konsep ini diberikan oleh Karpat dalam bukunya Sangeeta Trott dan Vinod V. Sople mengatakan bahwa, "*Brand image is the result of impressions of consumers gained from various sources about the brand*"<sup>17</sup>. Hal ini dapat diidentifikasi bahwa citra merek merupakan hasil dari pencarian informasi dan pandangan konsumen tentang suatu merek. Oleh karena itu citra merek terbentuk dari informasi dan pengalaman konsumen menggunakan merek tersebut sehingga pandangan konsumen tentang merek tersebut menjadi citra bagi merek tersebut.

Roy dan Banerjee dalam Anurag Singh, *et al* mengatakan bahwa "*Brand image as a set of thoughts and feelings that an individual has towards a brand*"<sup>18</sup>.

Artinya, citra merek adalah pandangan dan perasaan seseorang terhadap merek tersebut.

---

<sup>17</sup>Sangeeta Trott dan Vinod . Sople, *Brand Equity an Indian Perspective* (New Delhi:PHI,2016)h.81

<sup>18</sup>Anurag Singh dan Punita Duhan, *Managing Public Relation and Brand Image Trough Social Media* (United State of America:Business Science Reference,2016)h.92

Kajian tersebut dapat diidentifikasi bahwa setiap individu memiliki pandangan yang berbeda sehingga citra merek perusahaan dapat berbeda kepada tiap individu. Jika perusahaan dapat menyentuh hingga perasaan konsumen maka citra dari mereknya pun menjadi baik dimata konsumen. Namun, apabila yang terjadi sebaliknya maka citra merek nya pun akan menjadi buruk sehingga membuat konsumen enggan menggunakan produk atau jasanya.

Sesuai dengan teori di atas. Menurut C. Anandan, "*Brand Image is what its consumers think about*"<sup>19</sup>.

Artinya, citra merek adalah apa yang konsumen pikirkan tentang merek tersebut.

Konsep ini menunjukkan bahwa apa yang dipikirkan konsumen tentang suatu merek adalah citra merek dari merek tersebut. Walaupun hanya melihat atau mendengar nama suatu merek, fikiran mereka akan tertuju pada informasi atau kenangan tentang merek tersebut.

Menurut Christopher Lovelock, Jochen Wirtz dan Jacky Mussry. "Merek dapat diterapkan ditingkat korporat dan produk pada hampir seluruh bisnis jasa. Dalam sebuah perusahaan yang dikelola dengan baik, merek korporat tidak hanya mudah dikenali tetapi juga memiliki arti bagi pelanggan, mewakili cara tertentu untuk menjalankan bisnis"<sup>20</sup>.

Hal ini menunjukkan bahwa perusahaan dapat menaikkan citra merek mereka dengan berbagai cara baik dengan melakukan pelayanan yang istimewa terhadap konsumen ataupun dengan cara lain. Dari konsep tersebut diharapkan setelah

---

<sup>19</sup>C. Anandan, *Product Management Second Edition* (New Delhi: McGraw Hill: 2009), h. 131

<sup>20</sup> Christopher Lovelock, Jochen wirtz dan Jacky mussry, "Pemasaran Jasa Manusia, Teknologi, Strategi", (Jakarta: Erlangga, 2011). h.115

konsumen menggunakan jasa dari perusahaan maka konsumen akan dengan mudah mengingat pengalaman yang mereka rasakan.

Menurut Mark Sutherland dalam bukunya “Manusia memiliki kapasitas luar biasa untuk melihat produk atau jasa yang sama namun dapat dilihat lebih dari satu cara. Sebuah merek, perusahaan atau jasa dapat dilihat dari sisi yang berlainan, peran perusahaan disini untuk membuat semua konsumen melihat produk atau jasa pada hal positif. Mereka memberikan gambaran tentang perusahaannya namun hasilnya tetap tergantung pada seseorang kemana akan membawa kerangka referensi itu. Kerangka referensi merupakan istilah psikologis yang menunjukkan sebuah pengalaman masa lalu”<sup>21</sup>.

Sesuai konsep tersebut dapat disimpulkan bahwa sebuah iklan adalah kerangka referensi yang diberikan perusahaan kepada calon konsumen yang dapat dilihat dari berbagai sisi sudut pandang.

Lalu Max Sutherland dan Alice K. Sylvester pun mengungkapkan bahwa:

Citra selain membuat sifat positif sebuah merek atau produk lebih mudah diingat dapat meningkatkan probabilitas, yaitu ketika kita berpikir tentang merek itu maka otomatis kita akan berpikir mengenai sifat sifat positifnya. Citra juga dimaksudkan untuk menempatkan sifat-sifat itu lebih tinggi pada agenda sifat merek<sup>22</sup>.

Dari pernyataan tersebut, maka citra dari suatu merek dapat lebih dikenal dari pengalaman yang dirasakan ketika menggunakan produk atau jasa tersebut sehingga perusahaan harus terus meningkatkan fasilitas dan pelayanannya agar konsumen selalu teringat pengalaman yang dirasakan sehingga citra dari merek tersebut pun tinggi.

---

<sup>21</sup>Mark Sutherland & Alice K. Sylvester, *Op.cit*, h.33

<sup>22</sup>*ibid*.h.37

Menurut Herzog dalam buku Sangetta Trott. *”Brand image is the total of impressions that consumer received from many sources all of which combine together to form a coherent image”*<sup>23</sup>.

Pernyataan tersebut dapat diartikan bahwa citra merek adalah total tayangan yang konsumen terima dari banyak sumber yang semuanya bergabung bersama untuk membentuk sebuah pandangan tentang suatu merek.

Hal ini dapat diidentifikasi bahwa sebuah pandangan suatu merek atau citra merek terbentuk dari pemikiran konsumen setelah proses pencarian informasi. Baik informasi dari media maupun pengalaman masa lalu.

Selanjutnya Aaker dalam buku Michael, Fredrik dan Terry mengungkapkan bahwa *.”Brand image is acute and is one which is fundamental to understand how successful brands work”*<sup>24</sup>.

Konsep ini dapat diartikan bahwa citra merek merupakan salah satu dasar bagaimana suatu merek bekerja.

Pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa dasar dari kinerja suatu merek adalah dari bagaimana konsumen memandang citra merek tersebut. Penilaian konsumen tentang merek pun menjadi hal yang penting untuk kemajuan merek tersebut.

Berdasarkan beberapa pendapat ahli maka dapat disimpulkan Citra merek adalah representasi dari keseluruhan pandangan terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu.

---

<sup>23</sup> Sangetta Trott. *Op.cit*

<sup>24</sup> Michael Dahlen, Fredrik Lange dan Terry Smith, *Marketing Communication: A Brand Narrative Approach* (United Kingdom: Grafos, 2010) h.213

Citra merek sendiri memiliki empat dimensi. Pertama tipe dengan indikator pertama *Benefits* dengan sub indikator *function* lalu indikator kedua yaitu *overall evaluations* dengan sub indikator yaitu *experiential* . dimensi kedua yaitu *flavouribility* dengan indikator yaitu pelayanan jasa dan fasilitas penerbangan. Dimensi ketiga yaitu keunikan dengan indikator logo maskapai.

## **B. Hasil Penelitian yang Relevan**

Penelitian serupa pernah dilakukan oleh :

1. Abdurrahman Ghufuran, Rizal Hari Magnadi dengan judul “**Analisis pengaruh harga, promosi, kualitas Pelayanan, dan citra merek terhadap Keputusan pembelian konsumen: Studi kasus pada pengguna jasa penerbangan PT. Garuda indonesia di semarang**”  
ISSN (Online): 2337-3792.

*This research aims to determine wheter brand image influence on consumers purchase decisions in using Garuda Indonesia. The population used in this research is the consumer who ever or often purchase who ever use Garuda Indonesia. Samples in this study were 100 respondens, technique used are purposive sampling technique. Data analysis using SPSS (Statistical Package for Social Science). Based on results of the research show brand image have an influence on consumer purchase decisions. (Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah citra merek berpengaruh terhadap keputusan membeli konsumen dalam menggunakan Garuda Indonesia. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang pernah atau sering membeli dan pernah menggunakan Garuda Indonesia. Sampel dalam penelitian ini adalah 100*

responden, teknik yang digunakan adalah teknik purposive sampling. Analisis data menggunakan SPSS (Statistical Package for Social Science). Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan citra merek memiliki pengaruh pada keputusan pembelian konsumen.)

Sedangkan, tujuan untuk penelitian yang peneliti lakukan adalah berjudul Hubungan antara promosi dan citra merek dengan keputusan konsumen menggunakan Garuda Indonesia pada Warga Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang . Penelitian ini terdiri dari 3 (variabel), yaitu variabel terikat adalah Keputusan Pembelian yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah Promosi yang diberi simbol  $X^1$  dan Citra Merek yang diberi simbol  $X^2$  sebagai variabel yang mempengaruhi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala *likert* untuk menguji instrumen. Proses validasi instrumen menggunakan koefisien korelasi. Sedangkan, realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan rumus *Alpha Cronbach* serta teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dan korelasi. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah promosi dan citra merek diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

2. I Gede Cahaya Adi Putra, I GPB. Sasrawan Mananda dan Ni Gusti Ayu Susrami Dewi dengan judul **“Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai Citilink Oleh**

**Wisatawan Nusantara Di Bandara Ngurah Rai, Bali” ISSN : 2338-8633**

*The purpose of this research is to find out the influence of prices and brand images partial and simultaneous with domestic tourists decision to purchase the ticket and the location of this research at Ngurah Rai Airport, Bali. The sample technique used is purposive sampling and techniques of the collected sample were used with accidental sampling. The number of respondents used in this research are 150 of respondents. Analysis data used was validity test, reliability, assumption classical test, multiple regression analysis, analysis of koefisien determination, and Likert scale. The results of research is that the brand image has positive effects and significant of decision as Citilink ticket.*

(Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan citra merek parsial dan simultan dengan keputusan tourist domestik untuk membeli tiket dan lokasi penelitian ini di Bandara Ngurah Rai, Bali. Teknik sampel yang digunakan adalah purposive sampling dan teknik sampel yang dikumpulkan digunakan dengan accidental sampling. Jumlah responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah 150 responden. Data analisis yang digunakan adalah uji validitas, reliabilitas, asumsi tes klasik, analisis regresi berganda, analisis determinasi koefisien, dan skala Likert. Hasil penelitian adalah bahwa Citra Merek memiliki efek positif dan signifikan dari keputusan sebagai Citilink.

Sedangkan, Sedangkan, tujuan untuk penelitian yang peneliti lakukan adalah berjudul Hubungan antara promosi dan citra merek dengan keputusan konsumen menggunakan Garuda Indonesia pada Warga Perumahan Angkasa Pura



II Kota Tangerang . Penelitian ini terdiri dari 3 (variabel), yaitu variabel terikat adalah Keputusan Pembelian yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah Promosi yang diberi simbol  $X^1$  dan Citra Merek yang diberi simbol  $X^2$  sebagai variabel yang mempengaruhi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala *likert* untuk menguji instrumen. Proses validasi instrumen menggunakan koefisien korelasi. Sedangkan, realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan rumus *Alpha Cronbach* serta teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dan korelasi. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah promosi dan citra merek diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

3. Bavernluck Kuosowan dengan judul “***Market Factors Influencing The Decision to Patronage Low Cost Carriers***” ISSN: 1877-0428

*The purpose of this research were to study the behavior of passengers who frequently flied with low cost carriers and to study market factors which could influence the decision making of customer to patronage low cost carriers in Thailand. This paper was mixed research of both the qualitative and quantitative technique. A total of 15 key information were interviewed by using an in depth interview. Also, a total of 400 low cost airlines passengers were interviewed via questionnaire. The main decision to choose low cost carriers was low price in whih customers could purchase online. In addition, the finding also revealed that*

*the first three market factors influencing the decision of the respondents to patronage low cost airlines were low price, channel of buying ticket and promotion factor.*

Artinya Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mempelajari perilaku penumpang yang sering menggunakan carrier dengan biaya rendah dan untuk mempelajari faktor pasar yang dapat mempengaruhi keputusan pengambilan pelanggan terhadap patronase pembawa biaya rendah di Thailand. Makalah ini merupakan penelitian campuran baik teknik kualitatif maupun kuantitatif. Sebanyak 15 informasi penting diwawancarai dengan menggunakan wawancara mendalam. Selain itu, total 400 penumpang maskapai berbiaya rendah diwawancarai melalui kuesioner. Keputusan utama untuk memilih biaya rendah adalah rendahnya harga yang dapat dibeli oleh pelanggan secara online. Selain itu, temuan tersebut juga mengungkapkan bahwa tiga faktor pasar pertama yang mempertimbangkan keputusan responden untuk patronase maskapai biaya rendah adalah harga rendah, saluran pembelian tiket dan faktor promosi.

Sedangkan, tujuan untuk penelitian yang peneliti lakukan adalah berjudul Hubungan antara promosi dan citra merek dengan keputusan konsumen menggunakan Garuda Indonesia pada Warga Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang . Penelitian ini terdiri dari 3 (variabel), yaitu variabel terikat adalah Keputusan Pembelian yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah Promosi yang diberi simbol  $X^1$  dan Citra Merek yang diberi simbol  $X^2$  sebagai variabel yang mempengaruhi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini

menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala *likert* untuk menguji instrumen. Proses validasi instrumen menggunakan koefisien korelasi. Sedangkan, realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan rumus *Alpha Cronbach* serta teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dan korelasi. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah promosi dan citra merek diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

4. Naser Hamidi, Frouzan Rezaii Niareki dan Hassan Madrekian dengan judul “*Study of the Effective Factors Influencing the Decision-Making Process of Iranian Air Travelers in Their Choice of Airline for Domestic Flights*” ISSN:2051-0853

*This study aims to identify the factors that influence travelers in their airline choice. For the research sample, 145 individuals were randomly selected from the population of Iranian domestic airlines' travelers on the route between Tehran and Mashhad. The one sample t-test and the Wilcoxon signed-rank test were used in this research evaluate the hypotheses. The finding suggest that all studied factors affect the traelers' decision making regarding airline selection to different extents. Airline image is the fifth important factor affecting travelers' decision making in their airline choice.*

Artinya Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi pelancong dalam pilihan maskapai mereka. Untuk sampel penelitian, 145 individu dipilih secara acak dari populasi pelancong maskapai

penerbangan domestik Iran yang berada di rute antara Teheran dan Masyhad. Uji t sampel sampel dan uji Wilcoxon signed-rank digunakan dalam penelitian ini untuk mengevaluasi hipotesis. Temuan ini menunjukkan bahwa semua faktor yang dipelajari mempengaruhi pengambilan keputusan para traelers mengenai pemilihan maskapai ke berbagai luasan. Citra maskapai adalah faktor penting kelima yang mempengaruhi pengambilan keputusan para pelancong dalam pilihan maskapai mereka.

Sedangkan, tujuan untuk penelitian yang peneliti lakukan adalah berjudul Hubungan antara promosi dan citra merek dengan keputusan konsumen menggunakan Garuda Indonesia pada Warga Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang . Penelitian ini terdiri dari 3 (variabel), yaitu variabel terikat adalah Keputusan Pembelian yang diberi simbol Y dan variabel bebas adalah Promosi yang diberi simbol  $X^1$  dan Citra Merek yang diberi simbol  $X^2$  sebagai variabel yang mempengaruhi. Metode penelitian yang digunakan adalah metode *survey* dengan pendekatan korelasional. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Jenis data yang digunakan adalah data primer dalam bentuk kuesioner dengan model skala *likert* untuk menguji instrumen. Proses validasi instrumen menggunakan koefisien korelasi. Sedangkan, realibilitas terhadap butir-butir pernyataan kuesioner menggunakan rumus *Alpha Cronbach* serta teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan regresi linier sederhana dan korelasi. Hipotesis yang diajukan peneliti dalam penelitian ini adalah promosi dan citra merek diduga memiliki hubungan positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

Tabel II.1

## Matriks Variabel Penelitian Terdahulu

NO	JUDUL	PENELITI	VARIABEL	PROMOSI	CITRA MEREK	KEPUTUSAN PEMBELIAN
1	Analisis pengaruh harga, promosi, kualitas Pelayanan, dan citra merek terhadap Keputusan pembelian konsumen: Studi kasus pada pengguna jasa penerbangan PT. Garuda indonesia di semarang	Abdurrahman Ghufran, Rizal Hari Magnadi	Harga (X1), Promosi (X2), Kualitas Pelayanan (X3), citra Merek (X4) Keputusan pembelian (Y)	√		√
2	Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tiket	I Gede Cahaya Adi Putra, I GPB. Sasrawan Mananda dan	Harga (X1), Citra Merek (X2), Keputusan Pembelian(Y)		√	√

	Maskapai <i>Citilink</i> Oleh Wisatawan Nusantara Di Bandara Ngurah Rai, Bali” ISSN : 2338-8633	Ni Gusti Ayu  Susrami  Dewi				
<b>3</b>	“ <i>Study of the Effective Factors Influencing the Decision-Making Process of Iranian Air Travelers in Their Choice of Airline for Domestic Flights</i> ”  ISSN:2051-0853	Naser Hamidi, Frouzan Rezaii Niareki dan Hassan Madrekian	<i>While in flight entertainment, personal interest, airline image</i>		√	√
<b>4</b>	“ <i>Market Factors Influencing The Decision to</i>	Bavernluck Kuosowan	<i>Low price, channel of buying ticket</i>	√		√

<i>Patronage Low Cost Carriers” ISSN: 1877-0428</i>			<i>and promotion factor</i>			
---	--	--	-------------------------------------	--	--	--

### C. Kerangka Teoretik

Promosi dan Citra merek berperan penting bagi konsumen untuk menentukan produk/jasa yang akan mereka gunakan. Apabila perusahaan tidak dapat mengkomunikasikan produknya dengan baik dalam kegiatan promosi maka minat konsumen untuk menggunakan produknya pun akan menurun.

Menurut Parlar *et al* .”*However, point of sales promotions stimulates compulsive buying behavior among customer. Which dominates the buying decision despite comparative differences in the prices of alternate channels*”<sup>25</sup>.

Menurut Rajagopal dalam bukunya.”*Where customers experience innovative promotions on variety of product and services that drive the buying decisions*”<sup>26</sup>.

Menurut Lam, Hair dan McDaniel. “*The AIDA (Attention,Interest,Desire,Action) model outlines the four basic stages in the purchase decision-making process*”<sup>27</sup>.

Menurut Kotler dan Keller “konsumen dapat membentuk keputusan untuk membeli merek apa yang mereka sukai”<sup>28</sup>.

---

<sup>25</sup> Rajagopal, *Marketing Decision Making and the Management of Pricing: Successful Business tools*.(United States: IGI Global, 2013) h.173

<sup>26</sup>*ibid*

<sup>27</sup> Lamb, Hair and McDaniel, *op.cit*.h5

<sup>28</sup> Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1 (Jakarta:indeks,2009)*h.346

Kajian tersebut dapat diidentifikasi bahwa suatu merek yang sudah dikenal atau memiliki citra yang baik dan disukai oleh konsumen akan dengan mudah mendapatkan konsumen.

Wicaksono mengungkapkan pentingnya pengembangan citra merek dalam keputusan pembelian. *Brand Image* yang dikelola dengan baik akan menghasilkan konsekuensi yang positif, meliputi:

- a. Meningkatkan pemahaman terhadap aspek aspek perilaku konsumen dalam mengambil keputusan.
- b. Memperkaya orientasi konsumsi terhadap hal hal yang bersifat simbolis lebih dari fungsi fungsi produk.
- c. Meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk.
- d. Meningkatkan keunggulan bersaing berkelanjutan, mengingat inovasi teknologi sangat mudah untuk ditiru oleh pesaing.<sup>29</sup>

Maka dapat disimpulkan bahwa membangun citra merek yang baik sangat penting untuk membuat konsumen berfikir positif tentang produk atau jasa yang dijual. Apabila perusahaan sudah mampu menaikkan citra merek dari produknya maka bukan hal yang sulit untuk membuat konsumen memilih produk tersebut untuk digunakan.

Menurut Anurag Singh dan Punita Duhan “*brand image is an important determinant of consumer behaviour*”<sup>30</sup>

Artinya citra merek merupakan faktor penentu penting dari perilaku konsumen.

Dari *pernyataan* tersebut dapat disimpulkan bahwa citra merek menjadi hal penting dalam sikap konsumen untuk menentukan pilihannya.

---

<sup>29</sup>Wicaksono.2009.*Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*, Penerbit : PT. Gasindo, Jakarta

<sup>30</sup>Anurag Singh dan Punita Duhan ,*Op.cit*



Dari pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa promosi dan citra merek sangat penting bagi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.

#### **D. Hipotesis**

Berdasarkan kerangka teoretik, maka perumusan hipotesis dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara Promosi terhadap Keputusan Pembelian.
2. Terdapat hubungan positif dan signifikan antara Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian.

Sehingga, semakin baik promosi dan citra merek perusahaan, maka akan semakin tinggi pula keputusan pembelian.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan masalah yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data empiris dan fakta-fakta yang tepat (sahih, benar, dan valid), serta dapat dipercaya dan diandalkan (reliabel) tentang:

1. Hubungan antara Promosi dengan Keputusan Konsumen Menggunakan Garuda Indonesia pada Warga Perumahan Angkasa Pura II RW 007 Kota Tangerang.
2. Hubungan antara Citra Merek terhadap Keputusan Konsumen menggunakan Garuda Indonesia pada Warga Perumahan Angkasa Pura II RW 007 Kota Tangerang.

#### **B. Tempat dan Waktu Penelitian**

##### **1. Tempat Penelitian**

Tempat penelitian dilaksanakan di Perumahan Angkasa Pura II RW 007 Kota Tangerang. Alasan peneliti melakukan penelitian di tempat tersebut karena berdasarkan survei awal yang peneliti lakukan bahwa di tempat tersebut terdapat masalah mengenai keputusan masyarakat melakukan penggunaan jasa penerbangan maskapai Garuda Indonesia. Selain itu, karena faktor keterjangkauan, yaitu kesediaan

pihak Perumahan Angkasa Pura II RW 007 menerima dan memberikan izin kepada peneliti untuk meneliti di lingkungan tersebut, sehingga memudahkan proses pengambilan data untuk penelitian.

## 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan selama 3 (tiga) bulan, yaitu terhitung dari bulan Maret 2017 sampai dengan Juni 2017. Waktu tersebut merupakan waktu yang tepat untuk melaksanakan penelitian karena jadwal perkuliahan peneliti sudah tidak padat, sehingga akan mempermudah peneliti dalam melakukan penelitian dan peneliti dapat mencurahkan perhatian pada pelaksanaan penelitian.

## C. Metode Penelitian

### 1. Metode

Metode penelitian pada dasarnya merupakan “Cara ilmiah yang digunakan untuk mendapatkan data dengan tujuan tertentu<sup>31</sup>”. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah *survey* dengan pendekatan korelasional. Alasan peneliti menggunakan metode ini karena sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai, yaitu untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat.

Kerlinger mengemukakan bahwa :

Metode survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologi<sup>32</sup>.

Adapun alasan menggunakan pendekatan korelasional adalah untuk menemukan ada tidaknya hubungan dan apabila ada, berapa erat hubungan, serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut. Dengan pendekatan korelasional dapat

---

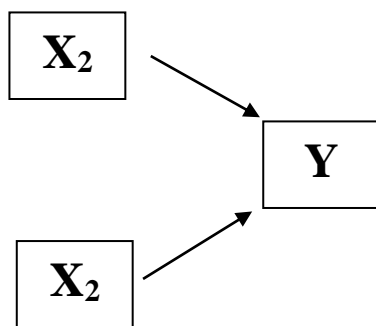
<sup>31</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Bisnis* (Bandung: Alfabeta, 2007), h.1

<sup>32</sup>Ibid., h.7

dilihat pengaruh antara tiga variabel, yaitu variabel bebas ( Promosi ) yang diberi simbol  $X_1$  (Citra Merek) yang diberi simbol  $X_2$ , sebagai variabel terikat (Keputusan pembelian) yang diberi simbol  $Y$  sebagai variabel yang dipengaruhi.

## 2. Konstelasi Hubungan Antar Variabel

Sesuai dengan hipotesis yang diajukan bahwa terdapat hubungan signifikan positif antara variabel  $X_1$  (Promosi),  $X_2$  (Citra Merek) dengan variabel  $Y$  (Keputusan Pembelian). Maka, konstelasi hubungan antar variabel  $X$  dan variabel  $Y$  dapat digambarkan sebagai berikut:



Keterangan:

Variabel Bebas ( $X_1$ ) : Promosi

Variabel Bebas ( $X_2$ ) : Citra Merek

Variabel Terikat ( $Y$ ) : Keputusan Pembelian

—————> : Arah Hubungan

#### D. Populasi dan Sampling

Populasi adalah “Wilayah generalisasi yang terdiri atas: objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”<sup>33</sup>.

Populasi dalam penelitian ini adalah beberapa warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang. Hal ini didasarkan bahwa setelah melakukan survei awal melalui wawancara langsung diketahui bahwa warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang tersebut terdapat pengambilan keputusan untuk menggunakan maskapai Garuda Indonesia.

“Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”<sup>34</sup>. Sampel dalam penelitian ini diambil secara *purposive*. Sugiyono mengatakan bahwa :

*Purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Misalnya akan melakukan penelitian tentang kualitas makanan, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli makanan, atau penelitian tentang kondisi politik di suatu daerah, maka sampel sumber datanya adalah orang yang ahli politik<sup>35</sup>.

Untuk penelitian ini sampel sumber datanya adalah Pengguna Jasa yang melakukan keputusan pembelian maskapai Garuda Indonesia yang berjumlah 132 orang.

---

<sup>33</sup>Sugiyono, *op. cit.*, h. 72

<sup>34</sup>*Ibid.*, h. 73

<sup>35</sup>*Ibid.*, h. 96

## **E. Teknik Pengumpulan Data**

### **1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)**

#### **a. Definisi Konseptual**

Keputusan pembelian konsumen merupakan suatu proses pemilihan salah satu dari beberapa alternatif penyelesaian masalah dengan tindak lanjut yang nyata. Setelah itu konsumen dapat melakukan evaluasi pilihan dan kemudian dapat menentukan sikap yang akan diambil selanjutnya.

#### **b. Definisi Operasional**

Keputusan pembelian dapat diukur oleh empat dimensi, yaitu dimensi pertama adalah Pengenalan Masalah dengan indikator internal yang memiliki subindikator diri sendiri indikator selanjutnya yaitu eksternal dengan subindikator tetangga dan teman, dimensi kedua adalah Pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi yang memiliki subindikator yaitu keluarga lalu indikator selanjutnya yaitu pengalaman masa lalu dengan sub indikator pernah menggunakan jasa . dimensi ketiga adalah evaluasi dari alternatif dan keempat ialah Keputusan Pembelian dengan indikator harga. Bentuk instrumen yang digunakan oleh peneliti adalah kuesioner dengan model skala *Likert*.

#### **c. Kisi – Kisi Instrumen Keputusan Pembelian**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel Keputusan Pembelian yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang

digunakan untuk mengukur variabel Keputusan Pembelian. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.1.

**Tabel III.1**

**Kisi-Kisi Instrumen Keputusan Pembelian (Variabel Y)**

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		drop	No Butir Valid		No Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Pengenalan masalah	internal	Diri sendiri	1,2,3	4		1,2,3	4	1,2,3	4
	eksternal	Tetangga	5,6			5,6		5,6	
		Teman	8	7,9		8	7,9	8	7,9
Pencarian informasi	Sumber pribadi	Keluarga	10	11		10	11	10	11
	Pengalaman masa lalu	Pernah menggunakan jasa	12,13	14,15		12,13	14,15	12,13	14,15
Evaluasi alternatif			16	17		16	17	16	17
Keputusan pembelian	Harga		18,21	19,20,22	21,22	18	19,20	18	19,20

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel III. 2**

**Skala Penilaian Instrumen Keputusan Pembelian**

No	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
----	--------------------	--------------	--------------

1	Sangat Setuju ( SS )	5	1
2	Setuju ( S )	4	2
3	Ragu-ragu ( RR)	3	3
4	Tidak Setuju ( TS )	2	4
5	Sangat Tidak Setuju ( STS )	1	5

#### d. Validasi Instrumen Keputusan Pembelian

Proses pengembangan instrumen Keputusan Pembelian dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel keputusan pembelian terlihat pada tabel III.1.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir – butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel Keputusan Pembelian sebagaimana tercantum pada tabel III.3. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 warga Rw 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang di luar sampel yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut:



$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 36$$

Dimana :

- $r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- $x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$
- $x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ , jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan dari 22 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop* sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 20 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{s_t^2} \right] \quad 37$$

Dimana :

- $r_{ii}$  = Reliabilitas instrumen
- $k$  = Banyak butir pernyataan (yang valid)
- $\sum s_i^2$  = Jumlah varians skor butir
- $s_t^2$  = Varian skor total

---

<sup>36</sup>Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

<sup>37</sup>*Ibid.*, h.89.

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$s_i^2 = \frac{\sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n}}{n} \quad 38$$

Dimana :

$$\begin{aligned} S_i^2 &= \text{Simpangan baku} \\ n &= \text{Jumlah populasi} \\ \sum X_i^2 &= \text{Jumlah kuadrat data X} \\ \sum X_i &= \text{Jumlah data} \end{aligned}$$

Dari hasil perhitungan diperoleh  $S_i^2 = 0,63$  ,  $S_t^2 = 45,29$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,8037 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 20 ) hal ini menunjukkan bahwa koefisien reabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrument yang berjumlah 20 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrument final mengukur keputusan pembelian.

## 2. Promosi (Variabel X<sub>1</sub>)

### a. Definisi Konseptual

Promosi adalah segala bentuk komunikasi perusahaan untuk memasarkan produk atau jasa kepada calon konsumen.

### b. Definisi Operasional

Promosi memiliki dua dimensi yaitu pertama iklan dengan indikator *attention*, *interest*, *desire* dan *action*, dan promosi penjualan yang memiliki dua indikator yaitu pameran dan potongan harga.

---

<sup>38</sup> Sudjana, *loc.cit.*

**c. Kisi – Kisi Instrumen Promosi**

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel promosi yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel promosi. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.3.

**Tabel III.3**

**Kisi-Kisi Instrumen Promosi (Variabel X<sub>1</sub>)**

Dimensi	Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
		(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
iklan	Perhatian	1	2		1	2	1	2
	Ketertarikan	3,5	4		3,5	5	3,5	4
	Keinginan	6,7,9	8		6,7,9	8	6,7,9	8
	tindakan	10,11, 12	13	11,12	10	13	10	13
<i>Sales Promotion</i>	Pameran	14,15, 16	17		14,15,16	17	14,15,1 6	17
	promosi gabungan	18,19	20,21		18,19	20,21	18,19	20,21
	Harga Khusus	22,24	24,25	23,24 ,25	22		22	

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel III. 4**

**Skala Penilaian Promosi**

No	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1	Sangat Setuju ( SS )	5	1
2	Setuju ( S )	4	2
3	Ragu-ragu ( RR)	3	3
4	Tidak Setuju ( TS )	2	4
5	Sangat Tidak Setuju ( STS )	1	5

**d. Validasi Instrumen Promosi**

Proses pengembangan instrumen promosi dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel promosi terlihat pada tabel III.4.

Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir – butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel promosi sebagaimana tercantum pada tabel III.3. Setelah konsep

instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang di luar sampel yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 39$$

Dimana :

- $r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- $x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$
- $x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ , jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan dari 25 pernyataan tersebut, setelah divalidasi terdapat 5 pernyataan yang *drop* sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 20 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

---

<sup>39</sup>Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum s_i^2}{st^2} \right] \quad 40$$

Dimana :

$r_{ii}$	= Reliabilitas instrumen
$k$	= Banyak butir pernyataan (yang valid)
$\sum s_i^2$	= Jumlah varians skor butir
$st^2$	= Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$s_i^2 = \frac{\sum X_i^2}{n} - \frac{(\sum X_i)^2}{n^2} \quad 41$$

Dimana :

$S_i^2$	= Simpangan baku
$n$	= Jumlah populasi
$\sum X_i^2$	= Jumlah kuadrat data X
$\sum X_i$	= Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh  $S_i^2 = 0,51$  ,  $St^2 = 90,37$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,8743 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 8 ) hal ini menunjukkan bahwa koefisien reabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa instrument yang berjumlah 20 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrument final mengukur promosi.

### 3. Citra Merek (Variabel X<sub>2</sub>)

#### A. Definisi konseptual

Citra merek adalah representasi dari keseluruhan pemikiran terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengalaman masa lalu.

---

<sup>40</sup>*Ibid.*, h.89.

<sup>41</sup> Sudjana, *loc.cit.*

## B. Definisi Operasional

Citra merek sendiri memiliki empat dimensi. Pertama tipe dengan indikator pertama *Benefits* dengan sub indikator *function* lalu indikator kedua yaitu *overall evaluations* dengan sub indikator yaitu *experiential* . dimensi kedua yaitu *flavouribility* dengan indikator yaitu pelayanan jasa dan fasilitas penerbangan. Dimensi ketiga yaitu keunikan dengan indikator logo maskapai.

## C. Kisi – Kisi Instrumen Citra Merek

Kisi-kisi instrumen yang disajikan pada bagian ini merupakan kisi-kisi instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel citra merek yang diujicobakan dan juga sebagai kisi-kisi instrumen final yang digunakan untuk mengukur variabel Citra merek. Kisi-kisi ini disajikan dengan maksud untuk memberikan informasi mengenai butir-butir yang dimasukkan setelah uji validitas dan uji reliabilitas. Kisi-kisi instrumen dapat dilihat pada tabel III.5.

**Tabel III.5**

**Kisi-Kisi Instrumen Citra Merek (Variabel X<sub>2</sub>)**

Dimensi	Indikator	Sub Indikator	Butir Uji Coba		Drop	No. Butir Valid		No. Butir Final	
			(+)	(-)		(+)	(-)	(+)	(-)
Tipe	<i>Benefits</i>	<i>Function</i>	1	2		1	2	1	2
	<i>Overall evaluations (attitude)</i>	<i>Experiential</i>	3,5	4,6		3,5	4,6	3,5	4,6
<i>Favouribili</i>	Pelayanan jasa		7,8,10,12	9,11,13		7,8,10,1 2	9,11,13	7,8,10, 12	9,11,13

ty	Fasilitas penerbangan		14,15,18	16,17,19		14,15,18	16,17,19	14,15,18	16,17,19
keunikannya	Logo maskapai		20,21	22	21,22	20		20	

Untuk mengisi setiap butir pernyataan dalam instrumen penelitian, responden dapat memilih salah satu jawaban dari 5 alternatif yang telah disediakan. Dan 5 alternatif jawaban tersebut diberi nilai 1 (satu) sampai 5 (lima) sesuai dengan tingkat jawaban. Alternatif jawaban yang digunakan sebagai berikut:

**Tabel III. 6**

**Skala Penilaian Citra Merek**

No	Alternatif Jawaban	Item Positif	Item Negatif
1	Sangat Setuju ( SS )	5	1
2	Setuju ( S )	4	2
3	Ragu-ragu ( RR)	3	3
4	Tidak Setuju ( TS )	2	4
5	Sangat Tidak Setuju ( STS )	1	5

**d. Validasi Instrumen Citra Merek**

Proses pengembangan instrument citra merek dimulai dengan penyusunan instrumen model skala *likert* yang mengacu pada model indikator-indikator variabel Citra Merek terlihat pada tabel III.6.



Tahap berikutnya konsep instrumen dikonsultasikan kepada dosen pembimbing berkaitan dengan validitas konstruk, yaitu seberapa jauh butir – butir indikator tersebut telah mengukur indikator dari variabel Citra Merek sebagaimana tercantum pada tabel III.5. Setelah konsep instrumen disetujui, langkah selanjutnya adalah instrumen diujicobakan kepada 30 warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang diluar sampel yang sesuai dengan karakteristik populasi.

Proses validasi dilakukan dengan menganalisis data hasil uji coba instrumen, yaitu validitas butir dengan menggunakan koefisien korelasi antara skor butir dengan skor total instrumen. Rumus yang digunakan adalah sebagai berikut :

$$r_{it} = \frac{\sum x_{it}}{\sqrt{\sum x_i^2 \sum x_t^2}} \quad 42$$

Dimana :

- $r_{it}$  = Koefisien skor butir dengan skor total instrumen
- $x_i$  = Deviasi skor butir dari  $X_i$
- $x_t$  = Deviasi skor dari  $X_t$

Kriteria batas minimum pernyataan yang diterima adalah  $r_{tabel} = 0,361$ , jika  $r_{hitung} > r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap valid. Sedangkan, jika  $r_{hitung} < r_{tabel}$ , maka butir pernyataan dianggap tidak valid, yang kemudian butir pernyataan tersebut tidak digunakan atau harus di *drop*. Berdasarkan perhitungan dari 22 pernyataan tersebut,

---

<sup>42</sup>Djaali dan Pudji Muljono, *loc. cit.*

setelah divalidasi terdapat 2 pernyataan yang *drop* sehingga yang valid dan tetap digunakan sebanyak 20 pernyataan.

Selanjutnya, dihitung reliabilitasnya terhadap butir-butir pernyataan yang telah dianggap valid dengan menggunakan rumus *Alpha Cronbach* yang sebelumnya dihitung terlebih dahulu varian butir dan varian total. Uji reliabilitas dengan rumus *Alpha Cronbach*, yaitu :

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left[ 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right] \quad 43$$

Dimana :

$r_{ii}$	= Reliabilitas instrumen
$k$	= Banyak butir pernyataan (yang valid)
$\sum si^2$	= Jumlah varians skor butir
$st^2$	= Varian skor total

Varians butir itu sendiri dapat diperoleh dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$s_i^2 = \sum X_i^2 - \frac{(\sum X_i)^2}{n} \quad 44$$

Dimana :

$S_i^2$	= Simpangan baku
$n$	= Jumlah populasi
$\sum X_i^2$	= Jumlah kuadrat data X
$\sum X_i$	= Jumlah data

Dari hasil perhitungan diperoleh  $Si^2 = 0,38$  ,  $St^2 = 79,69$  dan  $r_{ii}$  sebesar 0,9229 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 14 ) hal ini menunjukkan bahwa koefisien reabilitas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan demikian dapat

---

<sup>43</sup>*Ibid.*, h.89.

<sup>44</sup> Sudjana, *loc.cit.*

dikatakan bahwa instrument yang berjumlah 20 butir pernyataan inilah yang akan digunakan sebagai instrument final mengukur keputusan pembelian.

## F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dilakukan dengan uji regresi linear sederhana dan korelasi dengan langkah-langkah sebagai berikut:

### 1. Mencari Persamaan Regresi

Mencari persamaan regresi dengan rumus:

$$\hat{Y} = a + bX^{45}$$

Dimana Koefisien a dan b dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:<sup>46</sup>

$$b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Dimana:

$$\sum x^2 = \sum X^2 - \frac{(\sum X)^2}{n}$$

$$\sum xy = \sum XY - \frac{(\sum X)(\sum Y)}{n}$$

Keterangan:

$\hat{Y}$  = Persamaan regresi

a = Konstanta

b = Koefisien arah regresi

---

<sup>45</sup>Sudjana, *Metoda Statistik* (Bandung :PT Tarsito, 2005), h.312.

<sup>46</sup>Ibid., h.315.

## 2. Uji Persyaratan Analisis

### a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y Atas X

Sebelum data yang diperoleh dipakai dalam perhitungan, data tersebut diuji terlebih dahulu untuk mengetahui apakah data tersebut berdistribusi normal atau tidak, yaitu dengan uji *Lilliefors*, pada taraf signifikan ( $\alpha$ ) = 0,05.

Dengan hipotesis statistik:

$H_0$  : Galat Taksiran Regresi Y atas X berdistribusi normal

$H_1$  : Galat Taksiran Regresi Y atas X tidak berdistribusi normal

Kriteria pengujian:

Terima  $H_0$  jika  $L_{hitung} < L_{tabel}$  berarti galat taksiran regresi Y atas X berdistribusi normal. Tolak  $H_0$  jika  $L_{hitung} > L_{tabel}$  berarti galat taksiran regresi Y atas X tidak berdistribusi normal. Dalam penelitian ini variabel X yang dimaksud dalam prosedur di atas adalah  $(Y - \hat{Y})$ .

### b. Uji Linearitas Regresi

Pengujian linieritas bertujuan untuk mengetahui apakah variabel mempunyai hubungan yang linier atau tidak secara signifikan. Pengujian dengan Excel menggunakan Test of Linearity pada taraf signifikansi 0,05. Variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi kurang dari 0,05<sup>47</sup>

Hipotesis penelitiannya adalah :

---

<sup>47</sup>*Ibid.*,h.46.

1)  $H_0$  : artinya data tidak linear

2)  $H_a$  : artinya data linear

Sedangkan kriteria pengujian dengan uji statistik, yaitu:

1) Jika signifikansi  $> 0,05$ , maka  $H_0$  diterima artinya data tidak linear.

2) Jika signifikansi  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak artinya data linear. Untuk mengetahui keberartian dan linearitas persamaan regresi di atas digunakan tabel ANAVA pada tabel III.5 berikut ini:<sup>48</sup>

**Tabel III.7**

**DAFTAR ANALISIS VARIANS**

**UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN LINEARITAS REGRESI**

Sumber varians	Bebas (db)	Jumlah kuadrat (jk)	Rata rata jumlah kuadrat (RJK)	Fhitung (Fo)	Ftotal (Ft)
Total (t)	N	$\sum Y^2$	-	-	
Regresi (a)	L	$\frac{(\sum Y^2)}{N}$	-	-	-
Regresi (b/a)	L	$b(\sum xy)$	$\frac{JK(b)}{db(b)}$	$\frac{RJK(b)^{*})}{RJK(s)}$	Fo > Ft maka- Regresi Berarti
Sisa (s)	N-2	JK(T)-JK(a)- JK(b/a)	$\frac{JK(s)}{db(s)}$	-	-
Tuna cocok (TC)	K-2	JK(s)-JK(g)	$\frac{JK(TC)}{db(TC)}$	$\frac{RJK(TC)}{RJK(G)} ns)$	Fo < Ft = Regresi Linier
Galat (G)	N-K	$JK(G)$ $= \sum Y^2 - \frac{(\sum Y)^2}{n}$	$\frac{JK(G)}{db(G)}$	-	-

<sup>48</sup>Sudjana, *Op.cit.*, h.332.

## 2. Persamaan Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi sederhana di gunakan untuk mendefinisikan hubungan linier antar satu variabel *independent* dan satu variabel *dependent*. Hasil dari analisis korelasi hanya untuk mengetahui seberapa besar tingkat keeratan atau kekuatan hubungan linier antar variabel saja. Adapun perhitungan persamaan umum regresi linier berganda di lakukan dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$Y = a + bX_i^{49}$$

Keterangan:

Y = variabel terikat

X = variabel bebas

a = konstanta (Nilai Y apabila  $X_1, X_2, \dots, X_n = 0$ )

b = koefisien regresi variabel bebas

## 3. Uji Hipotesis

### a. Uji Keberartian Regresi

Uji keberartian regresi ini digunakan untuk mengetahui apakah persamaan regresi yang diperoleh berarti atau tidak berarti, Dengan hipotesis statistik :

$$H_0 : \beta = 0$$

$$H_1 : \beta \neq 0$$

Kriteria Pengujian :

Tolak  $H_0$  jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ , maka regresi berarti

Terima  $H_0$  jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka regresi tidak berarti

---

<sup>49</sup>Sugiyono, *op. cit.*, h. 247.

Regresi dinyatakan positif signifikan jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .

### b. Perhitungan Koefisien Korelasi

Untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh variabel X terhadap variabel Y (besar kecilnya pengaruh antara kedua variabel), maka menghitung  $r_{xy}$  dapat menggunakan rumus  $r_{xy}$

Product Moment rumus sebagai berikut: <sup>50</sup>

$$r_{xy} = \frac{\sum xy}{\sqrt{\sum x^2 \sum y^2}}$$

Dimana .

$r_{xy}$  = Tingkat keterkaitan hubungan  
 $\sum x$  = Jumlah skor dalam sebaran X  
 $\sum y$  = Jumlah skor dalam sebaran Y

### C. Uji-t

Menurut Soepomo, “Uji-t digunakan sebagai alat analisis data, dapat dipakai untuk menguji satu sampel atau dua sampel”<sup>51</sup>. Pengujian hipotesis yang digunakan pada penelitian ini adalah uji koefisien regresi secara parsial (Uji-t) dengan menggunakan Microsoft Excel. Pengujian ini digunakan untuk mengetahui hubungan signifikan Promosi ( $X_1$ ) dengan Keputusan Pembelian (Y) dan hubungan Citra Merek ( $X_2$ ) dengan Keputusan Pembelian (Y).

$T_{hitung}$  dapat dicari dengan rumus sebagai berikut:

<sup>50</sup>*Ibid.*, h. 241.

<sup>51</sup> Bambang Soepomo, *Statistik Terapan : Dalam Penelitian Ilmu – Ilmu Sosial & Pendidikan*, (Jakarta, Rineka Cipta, 2000), h. 134.

$$T \text{ hitung} = \frac{r_{xy}\sqrt{n-2}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan:

$T_{\text{hitung}}$  = Skor signifikan koefisien korelasi  
 $r_{xy}$  = Koefisien korelasi product moment  
 $n$  = banyaknya sampel/data

Selanjutnya Sugiyono menambahkan, kriteria pengujiannya sebagai berikut:

- a. Jika probabilitas > 0,05  $H_0$  diterima
- b. Jika probabilitas < 0,05  $H_0$  ditolak <sup>53</sup>

#### d. Perhitungan Koefisien Determinasi

Selanjutnya, dilakukan perhitungan koefisien determinasi (penentu) yaitu untuk mengetahui persentase besarnya variasi variabel Y ditentukan oleh variabel X dengan menggunakan rumus koefisien determinasi sebagai berikut:

$$KD = r_{xy}^2 \text{ }^{54}$$

Dimana :

$KD$  = Koefisien determinasi

$r_{xy}$  = Koefisien korelasi *product moment*

---

<sup>52</sup>Sugiyono, *op.cit.*, h. 243.

<sup>53</sup>*Ibid.*

<sup>54</sup>Sugiyono, *op.cit.*, h. 23



## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Deskripsi Data**

Tujuan dari deskripsi data penelitian adalah untuk memberikan gambaran umum tentang penyebaran atau distribusi data yang diperoleh dari tiga variabel penelitian, yaitu promosi, citra merek dengan keputusan pembelian. Skor akhir di penelitian ini berdasarkan dari data mentah yang diolah menggunakan statistic dekriptif yaitu skor rata rata dan simpangan baku atau standar deviasi.

Dari total variabel yang mengarah pada masalah penelitian, berdasarkan jumlah variabel penelitian maka deskripsi data dibagi menjadi tiga kelompok yaitu promosi sebagai variabel bebas, citra merek sebagai variabel bebas dan keputusan pembelian sebagai variabel terikat. Dari variabel tersebut, hasil perhitungan statistic deksiptif dapat dilihat secara lengkap dan diuraikan sebagai berikut:

#### **1. Keputusan Pembelian (Variabel Y)**

Data Keputusan Pembelian diperoleh melalui pengisian instrumen penelitian berupa kuesioner dengan model skala *Likert* yang diisi oleh 132 warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang yang sudah menggunakan dan membeli sendiri tiket pesawat Garuda Indonesia sebagai responden

Berdasarkan pengelolaan data, diperoleh skor terendah 55 dan skor tertinggi adalah 93, jumlah skor adalah 10313, sehingga skor rata-rata Keputusan Pembelian (Y) sebesar 78,129, varians ( $S^2$ ) sebesar 56,327 dan simpangan baku (S) sebesar 7,505 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 27).

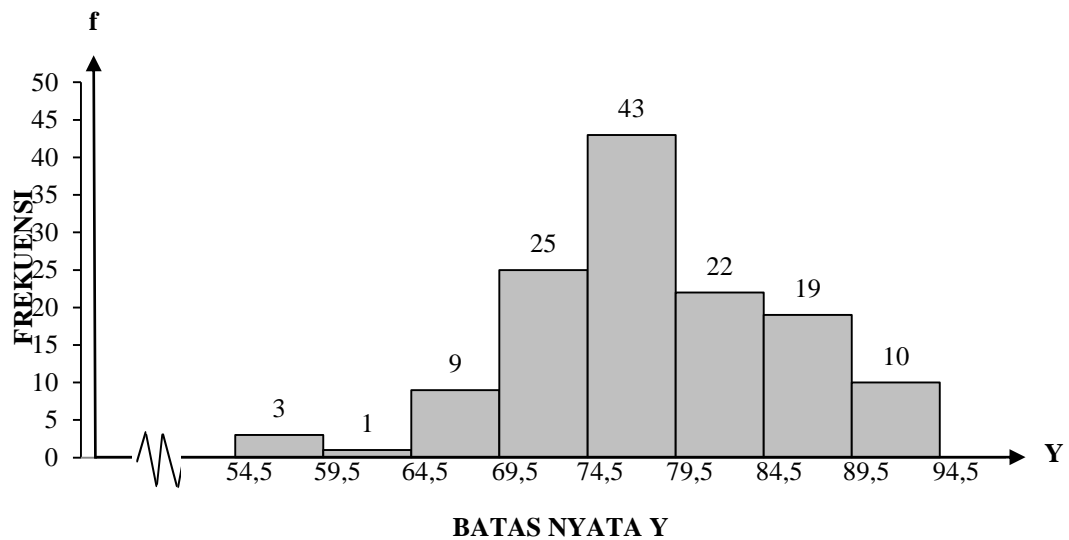
Distribusi frekuensi data Keputusan Pembelian dapat dilihat pada tabel IV.1 di bawah ini. Dimana rentang skor adalah 38, banyak interval kelas adalah 8 dan panjang kelas interval adalah 5 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 24).

**Tabel IV.1**  
**Distribusi Frekuensi Keputusan Pembelian (Variabel Y)**

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif
55	-	59	54,5	59,5	3	2,27%
60	-	64	59,5	64,5	1	0,76%
65	-	69	64,5	69,5	9	6,82%
70	-	74	69,5	74,5	25	18,94%
75	-	79	74,5	79,5	43	32,58%
80	-	84	79,5	84,5	22	16,67%
85	-	89	84,5	89,5	19	14,39%
90	-	94	89,5	94,5	10	7,58%
<b>JUMLAH</b>					<b>132</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data diolah oleh peneliti.**

Dapat dilihat pada table IV.I diatas bahwa frekuensi tertinggi variabel Keputusan Pembelian, yaitu 43 yang terletak di interval kelima, yang berada diantara 75 – 79 dengan frekuensi relatif sebesar 32,58%. Lalu frekuensi terendah, yaitu 1 berada diinterval kedua, yang berada diantara 60 – 64 dan memiliki frekuensi relatif 0,76%.



**Gambar IV. 1**

### **Grafik Histogram Keputusan Pembelian**

Menurut rata rata hasil skor yang dihitung indikator dari variabel Keputusan konsumen, dapat dilihat bahwa yang memiliki skor paling besar adalah dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator faktor internal dan subindikator diri sendiri dengan presentase sebesar 16,41%. Berikutnya, dimensi pencarian informasi dengan indikator pengalaman masa lalu dan sub indikator pernah menggunakan jasa dengan presentase sebesar 15,80%. Selanjutnya dimensi evaluasi alternative dengan presentase sebesar 15,64%. Berikutnya dimensi pengenalan kebutuhan dengan indikator faktor eksternal dan sub indikator teman dengan presentase sebesar 15,25%. Berikutnya dimensi pencarian informasi dengan indikator sumber pribadi dan subindikator keluarga dengan presentase sebesar 15,09%. Lalu dimensi keputusan pembelian dengan indikator harga dengan presentase sebesar 14,62%. Dan dimensi pengenalan kebutuhan

dengan indikator faktor eksternal dan subindikator tetangga dengan presentase sebesar 7,19%.

## **2. Promosi (Variabel X1)**

Berdasarkan hasil data promosi yang didapat dari pengisian instrumen penelitian berupa kuesioner dengan model skala *Likert* yang diisi oleh responden yang berasal dari 132 warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang yang telah menggunakan dan membeli sendiri tiket pesawat Garuda Indonesia.

Dari data yang telah diolah, diperoleh skor terendah 48 dan skor tertinggi adalah 95, jumlah skor adalah 9887, sehingga rata-rata skor Promosi (X1) sebesar 74,902, varians ( $S^2$ ) sebesar 96,990 dan simpangan baku (S) sebesar 9,848 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 27.)

Dibawah ini terdapat table IV.2 yang berisi tentang distribusi frekuensi data Promosi. Dimana rentang skor adalah 47, banyak kelas interval adalah 8 dan panjang kelas interval adalah 6 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 22)

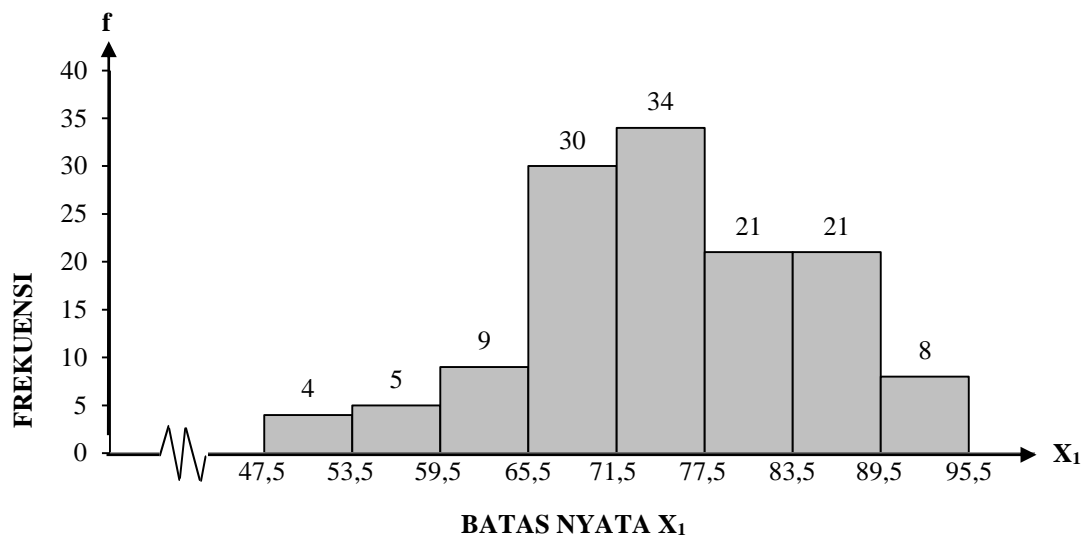
**Tabel IV.2**  
**Distribusi Frekuensi Promosi (Variabel X1)**

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif
48	-	53	47,5	53,5	4	3,03%
54	-	59	53,5	59,5	5	3,79%
60	-	65	59,5	65,5	9	6,82%
66	-	71	65,5	71,5	30	22,73%
72	-	77	71,5	77,5	34	25,76%
78	-	83	77,5	83,5	21	15,91%
84	-	89	83,5	89,5	21	15,91%
90	-	95	89,5	95,5	8	6,062%
<b>JUMLAH</b>					<b>132</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data diolah oleh peneliti.**

Dari tabel IV.2 dapat dilihat frekuensi tertinggi dari Promosi, yaitu 34 yang berada di interval kelima, antara 72 – 77 dan memiliki frekuensi relatif sebesar 25,76%. Sementara frekuensi terendah adalah 4 yang berada di interval kesatu, antara 48 – 53 dan memiliki frekuensi relatif 3,03%.

Untuk mempermudah melihat data Promosi, data digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:



**Gambar IV. 2**

### **Grafik Histogram Promosi**

Menurut rata rata hasil skor yang dihitung indikator dari variabel Promosi, dapat dilihat bahwa yang memiliki skor paling besar adalah indikator keinginan dari dimensi iklan dengan persentase sebesar 20,31%. Berikutnya, dimensi *sales promotion* dengan indikator pameran dengan persentase sebesar 20,03%. Selanjutnya dimensi *sales promotion* dengan indikator harga khusus sebesar 18,55%. Berikutnya indikator ketertarikan dari dimensi iklan dengan persentase 15,63%. Selanjutnya dari dimensi iklan dengan indikator tindakan sebesar 9,78%. Lalu indikator perhatian dari dimensi iklan dengan persentase sebesar 11,46%. Dan dari dimensi *sales promotion* dengan indikator promosi gabungan sebesar 4,25%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.4 (proses perhitungan dapat dilihat pada lampiran 44) .

### 3. Citra Merek (Variabel X2)

Berdasarkan data Citra Merek yang didapat dari pengisian instrumen penelitian berupa kuesioner dengan model skala *Likert* yang diisi oleh responden yang berasal dari 132 warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II kota Tangerang yang telah menggunakan dan melakukan sendiri pembelian tiket Garuda Indonesia.

Dari data yang telah diolah, diperoleh skor terendah 56 dan skor tertinggi adalah 100, jumlah skor adalah 10891, sehingga rata-rata skor Citra Merek (X2) sebesar 82,508, varians ( $S^2$ ) sebesar 56,435 dan simpangan baku (S) sebesar 7,512 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 52).

Dibawah ini terdapat table IV.5 yang berisi tentang distribusi frekuensi data Citra Merek. Dimana rentang skor adalah 44, banyak kelas interval adalah 8 dan panjang kelas interval adalah 6 (proses perhitungan terdapat pada lampiran 46).

**Tabel IV.3**

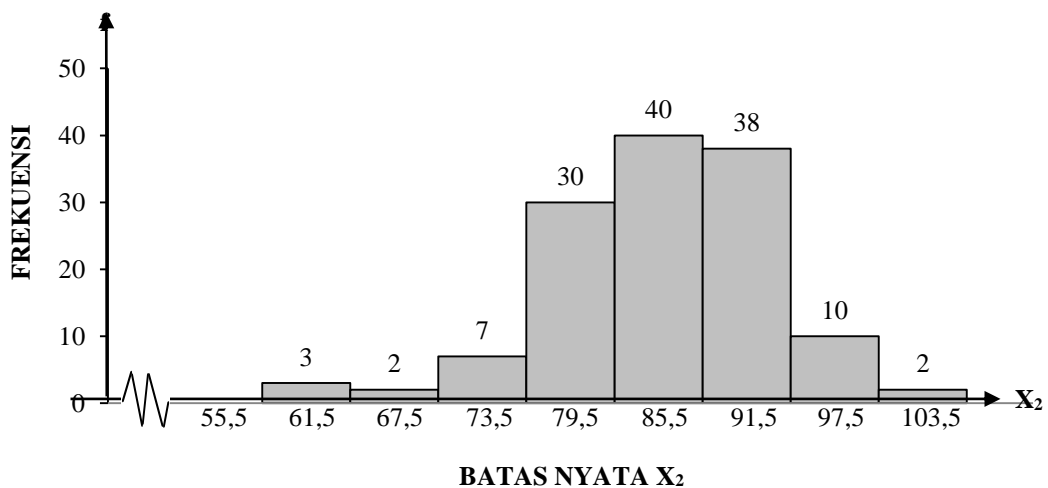
**Distribusi Frekuensi Citra Merek (Variabel X2)**

Kelas Interval			Batas Bawah	Batas Atas	Frekuensi Absolut	Frekuensi Relatif
56	-	61	55,5	61,5	3	2,27%
62	-	67	61,5	67,5	2	1,52%
68	-	73	67,5	73,5	7	5,30%
74	-	79	73,5	79,5	30	22,73%
80	-	85	79,5	85,5	40	30,30%
86	-	91	85,5	91,5	38	28,79%
92	-	97	91,5	97,5	10	7,58%
98	-	103	97,5	103,5	2	1,52%
<b>JUMLAH</b>					<b>132</b>	<b>100%</b>

**Sumber : Data diolah oleh peneliti.**

Dari tabel IV.3 dapat dilihat frekuensi tertinggi dari Citra Merek, yaitu 40 yang berada di interval kelima, antara 80 – 85 dan memiliki frekuensi relatif sebesar 30,30%. Sementara frekuensi terendah adalah 2 yang berada di interval kedua, antara 62 – 67 dan memiliki frekuensi relatif 1,52%.

Untuk mempermudah melihat data Citra Merek, data digambarkan dalam grafik histogram sebagai berikut:



**Gambar IV. 3**

### **Grafik Histogram Citra Merek**

Menurut rata rata hasil skor yang dihitung indikator dari variabel citra merek, dapat dilihat bahwa yang memiliki skor paling besar adalah dimensi tipe dengan indikator *benefits* dan subindikator *function* sebesar 21,35%. Berikutnya dimensi *flavouribility* dengan indikator pelayanan jasa sebesar 20,14%. Selanjutnya dimensi tipe dengan indikator *overall evaluations* dengan subindikator *experiential*

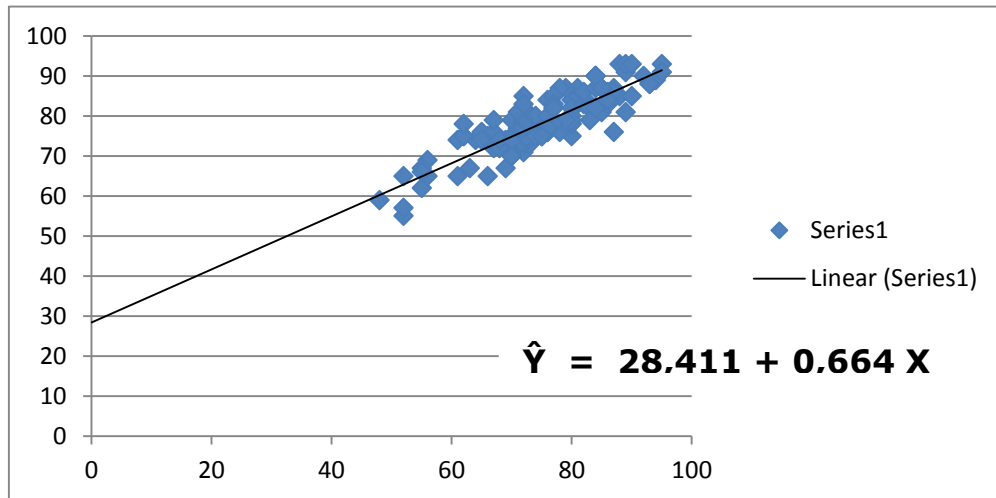


sebesar 20,03%. Lalu indikator fasilitas penerbangan dari dimensi *flavouribility* dengan persentase 19,79%. Selanjutnya dari dimensi keunikan dan indikator logo maskapai dengan persentase sebesar 18,68%. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel IV.6 (proses perhitungan dapat dilihat pada lampiran 68).

## **B. Analisis Data**

### **1. Persamaan Garis Regresi variabel Promosi dengan Keputusan Pembelian.**

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara Promosi (variabel X1) dengan keputusan pembelian (variabel Y) menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,664 dan menghasilkan konstanta sebesar 28,411. Dengan demikian, bentuk hubungan antara variabel Promosi dengan keputusan pembelian memiliki persamaan regresi  $\hat{Y} = 28,411 + 0,664X$ . Selanjutnya, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap satu skor Promosi dapat menyebabkan kenaikan Keputusan Konsumen sebesar 0,664 pada konstanta 28,411 (proses perhitungan terdapat di lampiran 30).



Persamaan garis regresi  $\hat{Y} = 28,411 + 0,664X$  dapat dilukiskan pada grafik berikut ini:

$$\text{Persamaan Regresi } \hat{Y} = 28,411 + 0,664X$$

**Gambar IV.4**

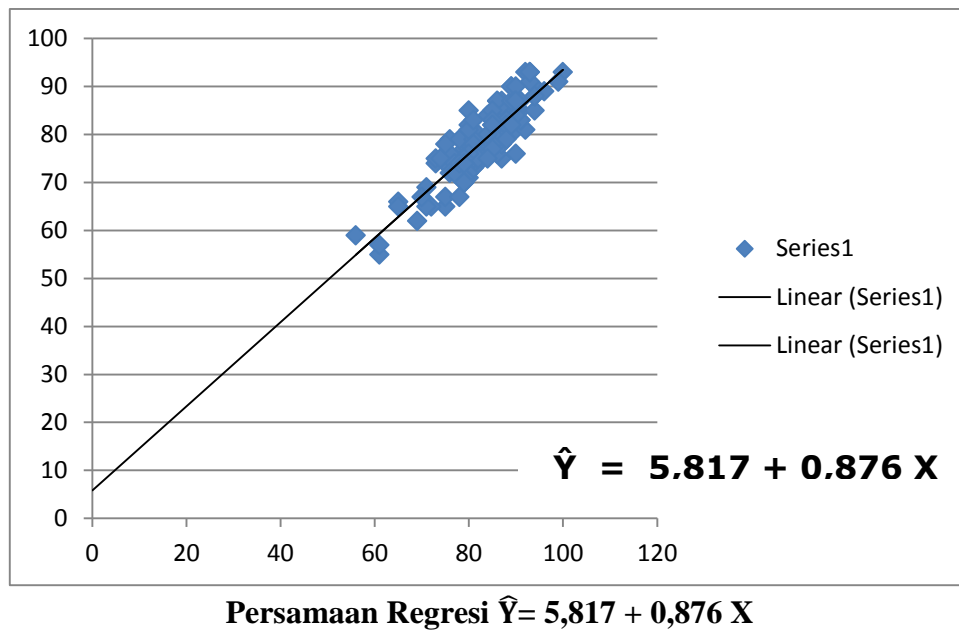
**Grafik Hubungan antara Promosi dengan Keputusan Pembelian**

## **2. Persamaan Garis Regresi Variabel Citra Merek dengan Keputusan Pembelian**

Analisis regresi linier sederhana terhadap pasangan data penelitian antara Citra Merek (variabel  $X_2$ ) dengan keputusan pembelian (variabel  $Y$ ) menghasilkan koefisien arah regresi sebesar 0,876 dan menghasilkan konstanta sebesar 5,817. Dengan demikian, bentuk hubungan antara variabel Promosi dengan keputusan pembelian memiliki persamaan regresi  $\hat{Y} = 5,817 + 0,876X$ . Selanjutnya, persamaan regresi tersebut menunjukkan bahwa setiap satu skor Promosi dapat menyebabkan kenaikan Keputusan

Konsumen sebesar 0,876 pada konstanta 5,817 (proses perhitungan terdapat di lampiran 53).

Persamaan garis regresi  $\hat{Y} = 5,817 + 0,876X$  dapat dilukiskan pada grafik berikut ini:



**Gambar IV.5**

**Grafik Hubungan antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian**

### 3. Pengujian Persyaratan Analisis

#### a. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X1

Dalam perhitungan persyaratan analisis dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi Y atas X1 berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas X1 dilakukan dengan menggunakan uji *Lilliefors*, pada taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ), untuk sampel sebanyak 132 warga, dengan kriteria pengujian berdistribusi normal apabila  $L_{hitung} (L_o) < L_{tabel}$

( $L_t$ ) dan jika sebaliknya, maka galat taksiran Y atas X1 tidak berdistribusi normal.

Hasil perhitungan uji *Lilliefors* menyimpulkan bahwa taksiran regresi Y atas X1 berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan perhitungan ( $L_o$ ) = 0,0618 sedangkan( $L_t$ ) = 0,077116. Ini berarti  $L_o < L_t$ , maka pengujian hipotesis statistiknya adalah  $H_0$  diterima atau data tersebut berdistribusi normal. (proses perhitungan terdapat pada lampiran 36). Dengan demikian, penelitian dapat dilanjutkan pada pengujian hipotesis yang menggunakan analisis korelasi dan regresi.

Untuk lebih jelasnya hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel IV. 4, sebagai berikut:

**Tabel IV.4**  
**Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X1**

No.	Galat Taksiran	$L_o$	$L_{tabel}$ (0,05)	Keputusan	Keterangan
1	Y atas X	0,0618	0,0771 16	Terima $H_0$	Normal

#### **b. Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X2**

Dalam perhitungan persyaratan analisis dilakukan untuk menguji apakah galat taksiran regresi Y atas X2 berdistribusi normal atau tidak. Pengujian normalitas galat taksiran regresi Y atas X2 dilakukan dengan menggunakan uji *Lilliefors*, pada taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ), untuk sampel sebanyak 132 warga, dengan

kriteria pengujian berdistribusi normal apabila  $L_{hitung} (L_o) < L_{tabel}$  ( $L_t$ ) dan jika sebaliknya, maka galat taksiran regresi Y atas X2 tidak berdistribusi normal.

Hasil perhitungan uji *Lilliefors* menyimpulkan bahwa taksiran regresi Y atas X2 berdistribusi normal. Hal ini dapat dibuktikan dengan hasil perhitungan perhitungan ( $L_o$ ) = 0,0678 sedangkan ( $L_t$ ) = 0,077116. Ini berarti  $L_o < L_t$ , maka pengujian hipotesis statistiknya adalah  $H_o$  diterima atau data tersebut berdistribusi normal. (proses perhitungan terdapat pada lampiran 35). Dengan demikian, penelitian dapat dilanjutkan pada pengujian hipotesis yang menggunakan analisis korelasi dan regresi.

Untuk lebih jelasnya hasil perhitungan tersebut dapat dilihat pada tabel IV. 5, sebagai berikut:

**Tabel IV.5**  
**Hasil Uji Normalitas Galat Taksiran Regresi Y atas X2**

No.	Galat Taksiran	$L_o$	$L_{tabel}$ (0,05)	Keputusan	Keterangan
1	Y atas X	0,0678	0,0771 16	Terima $H_o$	Normal

**c. Uji Linearitas Regresi variabel Promosi dengan Keputusan Pembelian.**

Kemudian dalam persyaratan analisis juga dilakukan pengujian linearitas regresi, untuk melihat apakah persamaan regresi tersebut berbentuk linear atau non linear, dengan kriteria pengujian  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka regresi dinyatakan linier.

Untuk tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linieritas regresi dengan dk pembilang  $(k-2) = 38$  dan dk penyebut  $(n-k) = 92$ , dengan  $(\alpha = 0,05)$ , diperoleh  $F_{hitung} = 1,56$  sedangkan  $F_{tabel} = 1,60$ . Ini berarti nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka pengujian hipotesis statistiknya adalah  $H_0$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah berbentuk linier (perhitungan terdapat pada lampiran 38).

**d. Uji Linearitas Regresi variabel Citra Merek dengan Keputusan Pembelian**

Kemudian dalam persyaratan analisis juga dilakukan pengujian linearitas regresi, untuk melihat apakah persamaan regresi tersebut berbentuk linear atau non linear, dengan kriteria pengujian  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka regresi dinyatakan linier.

Untuk tabel distribusi F yang digunakan untuk mengukur linieritas regresi dengan dk pembilang  $(k-2) = 30$  dan dk penyebut  $(n-k) = 100$ , dengan  $(\alpha = 0,05)$ , diperoleh  $F_{hitung} = 1,53$  sedangkan  $F_{tabel} = 1,60$ . Ini berarti nilai  $F_{hitung} < F_{tabel}$ , maka pengujian hipotesis statistiknya adalah  $H_1$  diterima sehingga dapat disimpulkan bahwa

model persamaan regresi adalah berbentuk linier (perhitungan terdapat pada lampiran 59).

### C. Pengujian Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian ini adalah terdapat hubungan positif antara:

- 1) Promosi (X1) dengan Keputusan Konsumen (Y) menggunakan Garuda Indonesia
- 2) Citra Merek (X2) dengan Keputusan Konsumen (Y) menggunakan Garuda Indonesia.

Berikut langkah-langkah yang digunakan:

#### a. Uji Keberartian Regresi

Dalam uji hipotesis, terdapat uji keberartian regresi yang bertujuan untuk mengetahui apakah model regresi yang digunakan berarti atau signifikan. Regresi dinyatakan berarti jika berhasil menolak  $H_0$ . Jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak berarti regresi dinyatakan berarti atau signifikan.

Berdasarkan hasil perhitungan keberartian regresi, maka diperoleh nilai perhitungan untuk  $H_0$  variabel promosi dengan keputusan pembelian  $F_{hitung}$  sebesar 82,88 dan untuk  $F_{tabel}$  sebesar 3,91. Untuk  $H_0$  variabel citra merek dengan keputusan pembelian pun diperoleh hasil perhitungan  $F_{hitung}$  sebesar 75,87 dan  $F_{tabel}$  sebesar 3,91. Berdasarkan uraian tersebut maka kesimpulan dalam pengujian ini adalah  $F_{hitung} 82,88 > F_{tabel} 3,91$ , ini berarti  $H_0$  variabel Promosi dengan keputusan pembelian ditolak dan sampel

dinyatakan memiliki regresi berarti atau signifikan. Untuk kesimpulan  $H_0$  variabel citra merek dengan keputusan pembelian adalah  $F_{hitung} 75,87 > F_{tabel} 3,91$ , ini berarti  $H_0$  ditolak dan sampel dinyatakan memiliki regresi berarti atau signifikan. (proses perhitungan terdapat pada lampiran 40 dan 64). Tabel ANAVA digunakan untuk melakukan pengujian, bersama dengan pengujian regresi yang dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

**Tabel IV.6**  
**Tabel ANAVA**  
**Untuk Pengujian Signifikansi dan Linieritas Persamaan Regresi**  
**Y atas X1**

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata – rata jumlah Kuadrat (RJK)	$F_{hitung}$	$F_{tabel}$
Total	132	813121.00			
Regresi (a)	1	805742.19			
Regresi (b/a)	1	5598.02	5598.02	82,88 <sup>**</sup> )	3.91
Residu	130	8789.7920	67.5446		
Tuna Cocok / Galat kekeliruan	38	3443.06	90.61	1.56 <sup>ns</sup> )	1.65
	92	5337.73	58.02		

Keterangan :

<sup>\*\*</sup>) Persamaan regresi berarti karena  $F_{hitung} (82,88) > F_{tabel} (3.91)$

<sup>ns</sup>) Persamaan regresi linear karena  $F_{hitung} (1.56) > F_{tabel} (1.65)$



**Tabel IV.7**  
**Tabel ANAVA**  
**Untuk Pengujian Signifikansi dan Linieritas Persamaan Regresi**  
**Y atas X2**

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata – rata jumlah Kuadrat (RJK)	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>
Total	132	813121.00			
Regresi (a)	1	805742.19			
Regresi (b/a)	1	5678.65	5678.65	75,87 <sup>**)</sup>	3.91
Residu	130	9730.1560	74.8474		
Tuna Cocok / Galat kekeliruan	30	3059.98	102.00	1.53 <sup>ns)</sup>	1.65
	100	6670.17	66.70		

Keterangan :

<sup>\*\*)</sup> Persamaan regresi berarti karena  $F_{hitung} (75,87) > F_{tabel} (3.91)$

<sup>ns)</sup> Persamaan regresi linear karena  $F_{hitung} (1.53) > F_{tabel} (1.65)$

Hasil pengujian pada tabel di atas menyimpulkan bahwa:

1. Hubungan antara Promosi dan Keputusan Pembelian adalah signifikan.
2. Hubungan antara Citra Merek dan Keputusan Pembelian adalah signifikan.

Berdasarkan analisis statistik yang menguji signifikansi hubungan dengan taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ). Menunjukkan bahwa Promosi dan Citra merek mempunyai hubungan dengan Keputusan Pembelian.

#### **b. Perhitungan Koefisien Korelasi**

Langkah berikutnya ialah melakukan perhitungan koefisien korelasi. Perhitungan ini dilakukan untuk mengetahui seberapa

besar hubungan antara Promosi dan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian. Untuk itu digunakan rumus koefisien korelasi *Product Moment* dari *Pearson*.

Berdasarkan perhitungan koefisien korelasi antara Promosi dengan Keputusan Pembelian, diperoleh ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,665. Dan untuk Citra Merek dengan Keputusan Pembelian diperoleh ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,649. (proses perhitungan terdapat pada lampiran 41 dan 65).

### c. Uji Keberartian Koefisien Korelasi (Uji-t)

Untuk mengetahui keberartian hubungan antara ketiga variabel.

Untuk uji signifikan koefisien korelasi disajikan pada tabel IV.11

**Tabel IV.8**  
**Pengujian Signifikan Koefisien Korelasi**  
**Antara Promosi dengan Keputusan Pembelian**

Koefisien antara X dan Y	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$
	0,665	44,22%	10.152	1,658

Dari perhitungan keberartian koefisien korelasi (Uji-t) antara Promosi dengan Keputusan Pembelian sebagaimana terlihat pada tabel IV.8 di atas, diperoleh  $t_{hitung} = 10.152 > t_{tabel} = 1,658$  (Proses perhitungan pada lampiran 41).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,665 adalah signifikan. Maka terdapat hubungan yang positif antara Promosi dengan Keputusan pembelian.

**Tabel IV.9**  
**Pengujian Signifikan Koefisien Korelasi**  
**Antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian**

Koefisien antara X dan Y	Koefisien Korelasi	Koefisien Determinasi	$t_{hitung}$	$t_{tabel}$
	0,649	42,10%	9.723	1,658

Berdasarkan perhitungan keberartian koefisien korelasi (Uji-t) antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian sebagaimana terlihat pada tabel IV.9 di atas, diperoleh  $t_{hitung} = 9.723 > t_{tabel} = 1,658$  (Proses perhitunga pada lampiran 66).

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa koefisien korelasi ( $r_{xy}$ ) sebesar 0,649 adalah signifikan. Maka bahwa terdapat hubungan yang positif antara Citra Merek dengan Keputusan Pembelian.

#### **d. Perhitungan Koefisien Determinasi**

Untuk mencari seberapa besar variasi Keputusan Pembelian yang ditentukan oleh Promosi, maka digunakan uji koefisien determinasi dengan hasil  $r_{xy}^2 = 0,665^2 = 0,4422 = 44,22\%$ .

Dari hasil tersebut, diinterpretasikan bahwa Keputusan Konsumen menggunakan Garuda Indonesia pada warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang ditentukan oleh Promosi sebesar 44,22% (proses perhitungan terdapat pada lampiran 43).

Untuk mencari seberapa besar variasi Keputusan Pembelian yang ditentukan oleh Citra Merek, maka digunakan uji koefisien determinasi dengan hasil  $r_{xy}^2 = 0,649^2 = 0,4210 = 42,10\%$ .

berikutnya diinterpretasikan bahwa Keputusan Konsumen menggunakan Garuda Indonesia pada warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang ditentukan oleh Citra Merek sebesar 42,10% (proses perhitungan terdapat pada lampiran 67).

#### **D. Pembahasan**

Menurut perhitungan yang sudah dijabarkan sebelumnya, terdapat hubungan yang positif dan signifikan antara Promosi dan Citra Merek dengan Keputusan Konsumen menggunakan Garuda Indonesia pada warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang.

Berdasarkan perhitungan yang telah dibahas sebelumnya, maka dapat disimpulkan Promosi dan Citra Merek mempengaruhi Keputusan Konsumen menggunakan Garuda Indonesia dengan kata lain semakin tinggi Promosi dan Citra Merek, maka Keputusan Konsumen untuk menggunakan Garuda Indonesia akan semakin meningkat.

Penelitian penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya bersifat mendukung untuk penelitian ini. maka, hasil penelitian ini menyatakan bahwa peneliti berhasil menguji hipotesis, dimana terdapat kesamaan dengan 4 penelitian yang sebelumnya. Karena, penelitian yang peneliti lakukan yaitu menunjukkan nilai koefisien korelasi Y atas X1  $r_{xy} = 0,665$  dan Y atas X2  $r_{xy} = 0,649$ . Hasil yang positif pada angka 0,665 dan 0,649 menunjukkan arah hubungan kedua variabel adalah korelasi positif. Dari

hasil pengujian uji keberartian koefisien korelasi (uji-t) diperoleh  $t_{hitung} = 10.152 > t_{tabel} = 1,658$  untuk Y atas X1 dan  $t_{hitung} = 9.723 > t_{tabel} = 1,658$  dengan kriteria pengujian koefisien korelasi dinyatakan signifikan jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ . Koefisien korelasi dilakukan pada taraf signifikan ( $\alpha = 0,05$ ) dengan derajat kebebasan ( $dk$ ) =  $n-2$ . Jika  $H_0$  ditolak maka koefisien korelasi signifikan, sehingga dapat disimpulkan antara Promosi dan Citra Merek dengan Keputusan Pembelian terdapat hubungan yang positif.

## BAB V

### KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Dari uraian di bab sebelumnya tentang deskripsi hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan positif antara Promosi dan Citra Merek dengan Keputusan Konsumen menggunakan Garuda Indonesia pada warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang.. Persamaan regresi untuk variabel X1 dengan Y adalah  $\hat{Y} = 28.411 + 0,664X$  dapat diartikan bahwa setiap kenaikan satu skor Promosi (X1), maka akan mengakibatkan skor kenaikan Keputusan Pembelian (variabel Y) sebesar 0,664 pada konstanta 28,411. Lalu untuk persamaan regresi variabel X2 dengan Y adalah  $\hat{Y} = 5.817 + 0,876X$ . Hal ini menunjukkan bahwa apabila Citra merek (X2) mengalami kenaikan satu skor akan mengakibatkan skor dari keputusan pembelian (Y) bertambah sebesar 0,876 pada konstanta 5.817

Keputusan pembelian ditentukan oleh Promosi sebesar 44,22% dan Keputusan pembelian juga ditentukan oleh citra merek sebesar 42,10%. Sisanya dipengaruhi oleh harga yang mahal dan kurangnya pengetahuan konsumen tentang fasilitas penerbangan..

### **Implikasi**

Dari kesimpulan yang telah dipaparkan sebelumnya, terdapat hubungan positif antara Promosi dan Citra Merek dengan Keputusan konsumen menggunakan Garuda Indonesia pada warga RW 007 Perumahan Angkasa Pura II Kota Tangerang. Hal ini membuktikan bahwa Promosi dan Citra Merek termasuk variabel-variabel yang menentukan Keputusan Pembelian pada warga.

Implikasi dari penelitian ini, Rendahnya Keputusan konsumen menggunakan Garuda Indonesia diakibatkan oleh Promosi dan Citra Merek yang kurang. Jika hal ini terus berlanjut akan menyebabkan semakin berkurangnya pendapat perusahaan dalam penjualan tiket sehingga dapat berakibat pada omzet yang mengecil dan yang terburuknya dapat membua kebangkrutan pada perusahaan.

Dari data yang telah diolah pada variabel Promosi, dapat dilihat bahwa yang memiliki skor paling besar adalah indikator keinginan dari dimensi iklan dengan persentase sebesar 20,31%. Berikutnya, dimensi *sales promotion* dengan indikator pameran dengan persentase sebesar 20,03%. Selanjutnya dimensi *sales promotion* dengan indikator harga khusus sebesar 18,55%. Berikutnya indikator ketertarikan dari dimensi iklan dengan persentase 15,63%. Selanjutnya dari dimensi iklan dengan indikator tindakan sebesar 9,78%. Lalu indikator perhatian dari dimensi iklan dengan persentase sebesar 11,46%. Dan dari dimensi *sales promotion* dengan indikator promosi gabungan sebesar 4,25%. Untuk

variabel citra merek dapat dilihat bahwa yang memiliki skor paling besar adalah dimensi tipe dengan indikator *benefits* dan subindikator *function* sebesar 21,35%. Berikutnya dimensi *flavouribility* dengan indikator pelayanan jasa sebesar 20,14%. Selanjutnya dimensi tipe dengan indikator *overall evaluations* dengan subindikator *experiential* sebesar 20,03%. Lalu indikator fasilitas penerbangan dari dimensi *flavouribility* dengan persentase 19,79%. Selanjutnya dari dimensi keunikan dan indikator logo maskapai dengan persentase sebesar 18,68%.

## B. Saran

Menurut implikasi dan kesimpulan yang sudah dijabarkan diatas, peneliti ingin menyampaikan beberapa saran. Diharapkan saran ini dapat bermanfaat bagi Garuda Indonesia, sebagai berikut:

1. Sebaiknya Garuda Indonesia memperbanyak promo tiket terutama untuk penerbangan domestik.
2. Sebaiknya Garuda Indonesia memperbanyak iklan tentang promo lain seperti harga khusus untuk sewa hotel/mobil. Dikarenakan banyaknya konsumen yang ternyata masih tidak tahu tentang hal itu karena tidak membeli tiket melalui website resmi Garuda, melainkan lewat *e-commerce*.
3. Sebaiknya Garuda Indonesia memperkuat lagi *Public Relation* perusahaan agar citra merek tetap baik dan dapat mengontrol berita



berita di sosial media tentang perusahaan yang membuat citra nya menurun.

4. Sebaiknya Garuda Indonesia mempertahankan dan meningkatkan pelayanan untuk konsumen. Karena pelayanan dari maskapai Garuda adalah sebuah nilai unggul dari *full service* yang di sediakan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anurag Singh dan Punita Duhan, *Managing Public Relation and Brand Image Trough Social Media* (United State of America:Business Science Reference,2016)
- Alma, Buchari, ”Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa”,(Bandung: Alfabeta,2011)
- Anandan, C, *Product Management Second Edition* (New Delhi: McGraw Hill: 2009).
- Christopher Lovelock, Jochen wirtz dan Jacky mussry, ”Pemasaran Jasa Manusia, teknologi, strategi”,(Jakarta: Erlangga,2011).
- Del I. Hawkins *et al*, *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy* (New York: McGraw-Hill, 2007)
- George E. Belch, Michael A. Belch, *Advertising and Promotion, an Integrated Marketing Communication Perspective* (New York: Mcgraw-Hill,2007)
- Irmawati L, *Manajemen Pemasaran di Rumah Sakit*(Institut Ilmu Kesehatan: Universitas Press,2015)
- Lamb, Hair dan McDaniel, *Essentials of Marketing,7e* (South-Western: Cengage Learning, 2012)
- Michael Dahlen, Fredrik Lange dan Terry Smith, *Marketing Communication: A Brand Narrative Approach* (United Kingdom: Grafos,2010)
- Naveen Baweja, *International business management of marketing* (New Delhi: Naveen Baweja. 2015)
- Phillip Kotler dan Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran edisi 12 Jilid 1* (Jakarta:indeks,2009)
- Rajagopal, *Marketing decision making and the management of pricing: successful business tools.*(United States: IGI Global, 2013)
- Rangkuti, Fredy. *Strategi Promosi yang Kreatif* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2009)
- Sangeeta Trott dan Vinod . Sople, *Brand Equity an Indian Perspective* (New Delhi:PHI,2016)

Wicaksono.2009.*Pengambilan Keputusan Stratejik untuk Organisasi Publik dan Organisasi Nonprofit*, Penerbit : PT. Gasindo, Jakarta

## **JURNAL**

Adi Putra,IGC .*et.al*, Pengaruh Harga Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Tiket Maskapai *Citilink* Oleh Wisatawan Nusantara Di Bandara Ngurah Rai, Bali” ISSN : 2338-863. Tahun 2016

Ghufran,Abdurrahman.*et.al*,Analisis pengaruh harga, promosi, kualitas Pelayanan, dan citra merek terhadap Keputusan pembelian konsumen: Studi kasus pada pengguna jasa penerbangan PT. Garuda indonesia di semarang, ISSN (Online): 2337-3792. Tahun 2012

Hamidi,Nase,*et.al*,*Study of the Effective Factors Influencing the Decision-Making Process of Iranian Air Travelers in Their Choice of Airline for Domestic Flights*, ISSN:2051-0853. Tahun 2013

Kuosowan, Bavernluck,*Market Factors Influencing The Decision to Patronage Low Cost Carriers*, ISSN: 1877-0428. Tahun 2015

## **INTERNET**

Tirto.id, Tidak Ada Lagi Garuda dan Citilink di Traveloka (<https://tirto.id/tak-ada-lagi-citilink-dan-garuda-di-traveloka-bWFT>) (diakses pada 25 februari 2016 16.44)

[www.garuda-indonesia.com](https://www.garuda-indonesia.com/files/pdf/investor-relations/company-presentation/2015%2002-12%20Corporate%20Presentation%20RUPO%20v3.pdf), Company Presentation (<https://www.garuda-indonesia.com/files/pdf/investor-relations/company-presentation/2015%2002-12%20Corporate%20Presentation%20RUPO%20v3.pdf>) (diakses pada 1 Maret 2017, 22.45)

Beritamometer.com, Omset Menurun, Garuda Indonesia terancam bangkrut. (<http://www.beritamometer.com/omzet-menurun-garuda-indonesia-terancam-bangkrut/>)(diakses pada 25 Februari 2017, 17.11)

## Lampiran 1



*Building  
Future  
Leaders*

### KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI, DAN PENDIDIKAN TINGGI UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA

Kampus Universitas Negeri Jakarta, Jalan Rawamangun Muka, Jakarta 13220  
Telepon/Faximile : Rektor : (021) 4893854, PRI : 4895130, PR II : 4893918, PR III : 4892926, PR IV : 4893982  
BUK : 4750930, BAKHUM : 4759081, BK : 4752180  
Bagian UHT : Telepon, 4893726, Bagian Keuangan : 4892414, Bagian Kepegawaian : 4890536, Bagian Humas : 4898486  
Laman : www.unj.ac.id

Nomor : 2083/UN39.12/KM/2017  
Lamp. : -  
Hal : Permohonan Izin Mengadakan Penelitian  
untuk Penulisan Skripsi

7 April 2017

Yth. Ketua RW 007  
Kel. Karanganyar, Kec. Neglasari,  
Kota Tangerang

Kami mohon kesediaan Saudara untuk dapat menerima Mahasiswa Universitas Negeri Jakarta :

Nama : Steria Yasmin  
Nomor Registrasi : 8135134116  
Program Studi : Pendidikan Tata Niaga  
Fakultas : Ekonomi Universitas Negeri Jakarta  
No. Telp/HP : 089664693126

Dengan ini kami mohon diberikan ijin mahasiswa tersebut, untuk dapat mengadakan penelitian guna mendapatkan data yang diperlukan dalam rangka penulisan skripsi dengan judul :

**"Hubungan Antara Promosi dan Citra Merek Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Garuda Indonesia Pada Warga RW 007 Kota Tangerang"**

Atas perhatian dan kerjasama Saudara, kami sampaikan terima kasih.

Kepala Biro Akademik, Kemahasiswaan,  
dan Hubungan Masyarakat



Woro Sasmoyo, SH  
NIP. 19630403 198510 2 001

Tembusan :  
1. Dekan Fakultas Ekonomi  
2. Koordinator Prodi Pendidikan Tata Niaga

PENGURUS RW.07 | PAP-II

Nomor : 003/RW-007/IV/2017  
Lampiran : 1 (Satu) Lembar  
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian  
Di RW.007 Perumahan PAP-II

Tangerang, 7 April 2017

KEPADA YTH.  
KEPALA BIRO ADMINISTRASI  
AKADEMIK DAN KEMAHASISWAAN  
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA  
JL. PEMUDA - RAWAMANGUN  
JAKARTA TIMUR

*Assalamu'alaikum wr, wb.*

*Puji syukur kehadiran Allah SWT teriring do'a semoga kita semua senantiasa berada dalam keadaan sehat wal afiat dan dalam lindungannya.*

Menjawab surat Kepala Biro Administrasi Akademik dan Kemahasiswaan Universitas Negeri Jakarta Nomor 2083/UN39.12/KM/2017 Tanggal 7 April 2017 Perihal Permohonan Izin Penelitian Skripsi, bersama ini diberitahukan bahwa pada prinsipnya kami dapat menyetujui permohonan penelitian skripsi mahasiswa UNJ atas nama Steria Yasmin dengan data lengkap sesuai surat tersebut.

Selanjutnya untuk mempermudah pelaksanaan Penelitian kepada warga, kami sarankan agar Sdri. Steria Yasmin dapat berkoordinasi dengan Petugas Keamanan RW.007 Perumahan AP-II dan Ketua RT di lingkungan RW.007 sebelum melaksanakan penelitian dimaksud.

Demikian yang dapat kami sampaikan, semoga penelitian yang dilaksanakan dapat berjalan dengan lancar dan sukses serta memberikan manfaat bagi pengembangan pengetahuan.

*Wassalamu'alaikum wr, wb.*

A.N. PENGURUS RW.007  
SEKRETARIS



Tembusan :

1. Bapak Ketua RW.007 Kel. Karanganyar
2. Koordinator Keamanan RW.007
3. Para Ketua RT di Lingkungan RW.007

Sekretariat : Jl. Sam Ratulangi Komplek PAP-II Kel. Karanganyar | Tangerang

**SKOR UJI COBA INSTRUMEN  
VARIABEL X1 (PROMOSI)**

No. Resp.	Butir Pernyataan																									X <sub>i</sub>	X <sub>i</sub> <sup>2</sup>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25		
1	5	5	4	4	5	5	4	4	4	1	4	1	3	4	3	4	5	1	5	5	4	5	4	2	3	94	8836
2	5	5	4	4	5	5	4	4	4	1	4	1	3	4	3	4	5	1	5	4	4	5	4	2	3	93	8649
3	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4	4	2	4	106	11236
4	2	2	3	3	3	1	3	4	4	2	5	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2	4	2	3	73	5329
5	4	4	2	3	3	2	3	2	3	2	4	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	77	5929
6	4	4	2	3	3	2	3	2	3	2	4	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	77	5929
7	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1	4	4	5	5	5	5	5	2	2	4	2	4	4	2	5	96	9216
8	5	5	5	5	5	4	5	4	5	2	2	5	5	5	2	3	3	3	2	5	4	2	2	4	1	93	8649
9	5	5	5	5	5	4	5	4	5	2	2	5	5	5	2	3	3	3	2	4	4	2	2	4	1	92	8464
10	5	5	5	5	5	4	5	4	5	2	2	5	5	5	2	3	3	3	2	4	4	2	2	4	1	92	8464
11	5	5	5	5	5	4	5	4	5	2	2	5	5	5	2	3	3	3	2	5	4	2	2	4	1	93	8649
12	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	2	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4	2	3	92	8464
13	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	4	2	3	4	3	3	4	2	2	3	3	2	4	2	4	80	6400
14	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	4	2	3	4	3	3	4	2	2	3	3	2	4	2	4	80	6400
15	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	4	2	3	4	3	3	4	2	2	3	3	2	4	2	4	80	6400
16	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	2	4	2	4	4	4	2	3	4	2	3	92	8464
17	4	2	4	2	3	4	3	3	3	2	1	4	3	3	3	4	2	3	2	4	2	3	2	4	3	73	5329
18	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	101	10201
19	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	113	12769
20	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	4	1	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	5	107	11449
21	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	1	4	4	3	3	3	3	2	5	1	4	99	9801
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	95	9025
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	2	4	96	9216
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	2	4	96	9216
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	4	95	9025
26	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	2	1	3	2	2	4	2	2	3	4	4	5	3	3	81	6561
27	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	4	3	3	4	3	2	4	3	4	86	7396
28	5	4	3	4	4	2	4	3	5	2	4	2	2	2	2	4	3	3	3	4	4	3	5	2	2	81	6561
29	5	4	3	4	4	2	4	3	5	2	4	2	2	2	2	4	3	3	3	5	4	3	5	2	2	82	6724
30	5	4	3	4	4	2	4	3	5	2	4	2	2	2	2	4	3	3	3	5	4	3	5	2	2	82	6724
∑X <sub>i</sub>	133	125	116	121	126	104	121	112	129	83	105	87	103	121	92	114	114	92	93	120	107	93	115	74	97	2697	245475
∑X <sub>i</sub> <sup>2</sup>	605	537	472	503	542	400	499	430	569	275	397	295	393	515	318	448	452	310	317	498	397	317	465	204	353		

LAMPIRAN 4

PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH VALIDITAS  
VARIABEL X1 (PROMOSI)

No. Resp.	Butir Pernyataan																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	5	5	4	4	5	5	4	4	4	1	3	4	3	4	5	1	5	5	4	5
2	5	5	4	4	5	5	4	4	4	1	3	4	3	4	5	1	5	4	4	5
3	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	4
4	2	2	3	3	3	1	3	4	4	2	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2
5	4	4	2	3	3	2	3	2	3	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4
6	4	4	2	3	3	2	3	2	3	2	2	4	3	4	4	3	3	3	3	4
7	4	4	5	4	4	4	4	4	4	1	5	5	5	5	5	2	2	4	2	4
8	5	5	5	5	5	4	5	4	5	2	5	5	2	3	3	3	2	5	4	2
9	5	5	5	5	5	4	5	4	5	2	5	5	2	3	3	3	2	4	4	2
10	5	5	5	5	5	4	5	4	5	2	5	5	2	3	3	3	2	4	4	2
11	5	5	5	5	5	4	5	4	5	2	5	5	2	3	3	3	2	5	4	2
12	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	3
13	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	3	3	4	2	2	3	3	2
14	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	3	3	4	2	2	3	3	2
15	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	3	4	3	3	4	2	2	3	3	2
16	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	2	4	2	4	4	4	2	3
17	4	2	4	2	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	2	3	2	4	2	3
18	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
19	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5
20	5	5	5	5	5	5	4	4	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	4
21	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	1	4	4	3	3	3	3	2
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
26	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	1	3	2	2	4	2	2	3	4	4
27	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	2	3	4	3	3	4	3	2
28	5	4	3	4	4	2	4	3	5	2	2	2	2	4	3	3	3	4	4	3
29	5	4	3	4	4	2	4	3	5	2	2	2	2	4	3	3	3	5	4	3
30	5	4	3	4	4	2	4	3	5	2	2	2	2	4	3	3	3	5	4	3
$\sum X_i$	133	125	116	121	126	104	121	112	129	83	103	121	92	114	114	92	93	120	107	93

$\sum X_i^2$	605	537	472	503	542	400	499	430	569	275	393	515	318	448	452	310	317	498	397	317
--------------	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----



## Lampiran 5

### PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR VARIABEL X1 (PROMOSI)

Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom  $SX_i$  = Jumlah butir ke satu  
$$\begin{aligned} Sx_i &= 5+5+5+\dots+5 \\ &= 133 \end{aligned}$$
2. Kolom  $SX_t$  = Jumlah total butir dari setiap responden  
$$\begin{aligned} SX_t &= 93+93+106+\dots+81 \\ &= 2697 \end{aligned}$$
3. Kolom  $SX_t^2$   
$$\begin{aligned} SX_t^2 &= 93^2 + 93^2 + 116^2 + \dots + 81^2 \\ &= 245475 \end{aligned}$$
4. Kolom  $SX_i^2$   
$$\begin{aligned} SX_i^2 &= 5^2 + 5^2 + 5^2 + \dots + 5^2 \\ &= 605 \end{aligned}$$
5. Kolom  $SX_i \cdot X_t$   
$$\begin{aligned} SX_i \cdot X_t &= 470 + 465 + 530 + \dots + 410 \\ &= 12057 \end{aligned}$$
6. Kolom  $Sx_i^2$   
$$\begin{aligned} Sx_i^2 &= SX_i^2 - \frac{(SX_i)^2}{n} \\ &= 605 - \frac{133^2}{30} \\ &= 15.367 \end{aligned}$$
7. Kolom  $Sx_i \cdot x_t$   
$$\begin{aligned} Sx_i \cdot x_t &= SX_i \cdot X_t - \frac{(SX_i)(SX_t)}{n} \\ &= 12057 - \frac{133 \times 2697}{30} \\ &= 100.30 \end{aligned}$$
8. Kolom  $Sx_t^2$   
$$\begin{aligned} Sx_t^2 &= SX_t^2 - \frac{(SX_t)^2}{n} \\ &= 245475 - \frac{2697^2}{30} \\ &= 3014.70 \end{aligned}$$
9. Kolom  $r_{hitung}$   
$$\begin{aligned} r_{hitung} &= \frac{Sx_i \cdot x_t}{\sqrt{(Sx_i^2)(Sx_t^2)}} \\ &= \frac{100.300}{\sqrt{15.367 \times 3014.700}} = \mathbf{0.466} \end{aligned}$$

## Lampiran 6

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS  
VARIABEL X1 (PROMOSI)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum x_i^2$	$\sum x_i \cdot x_t$	$\sum x_t^2$	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimp.
1	133	605	12057	15.37	100.30	3014.7	0.466	0.361	VALID
2	125	537	11365	16.17	127.50	3014.7	0.578	0.361	VALID
3	116	472	18341	23.47	7912.60	3014.7	29.749	0.361	VALID
4	121	503	11025	14.97	147.10	3014.7	0.693	0.361	VALID
5	126	542	11463	12.80	135.60	3014.7	0.690	0.361	VALID
6	104	400	9624	39.47	274.40	3014.7	0.796	0.361	VALID
7	121	499	10989	10.97	111.10	3014.7	0.611	0.361	VALID
8	112	430	10183	11.87	114.20	3014.7	0.604	0.361	VALID
9	129	569	11713	14.30	115.90	3014.7	0.558	0.361	VALID
10	83	275	7647	45.37	185.30	3014.7	0.501	0.361	VALID
11	105	397	9462	29.50	22.50	3014.7	0.075	0.361	DROP
12	87	295	7916	42.70	94.70	3014.7	0.264	0.361	DROP
13	103	393	9452	39.37	192.30	3014.7	0.558	0.361	VALID
14	121	515	11045	26.97	167.10	3014.7	0.586	0.361	VALID
15	92	318	8438	35.87	167.20	3014.7	0.508	0.361	VALID
16	114	448	10352	14.80	103.40	3014.7	0.490	0.361	VALID
17	114	452	10339	18.80	90.40	3014.7	0.380	0.361	VALID
18	92	310	8421	27.87	150.20	3014.7	0.518	0.361	VALID
19	93	317	8507	28.70	146.30	3014.7	0.497	0.361	VALID
20	120	498	10879	18.00	91.00	3014.7	0.391	0.361	VALID
21	107	397	9721	15.37	101.70	3014.7	0.473	0.361	VALID
22	93	317	8468	28.70	107.30	3014.7	0.365	0.361	VALID
23	115	465	10327	24.17	-11.50	3014.7	-0.043	0.361	DROP
24	74	204	6663	21.47	10.40	3014.7	0.041	0.361	DROP
25	97	353	8793	39.37	72.70	3014.7	0.211	0.361	DROP

Lampiran 7

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS  
VARIABEL X1 (PROMOSI)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum x_i^2$	$\sum x_i \cdot x_t$	$\sum x_t^2$	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimp.
1	133	605	12057	15.37	100.30	3014.7	0.466	0.361	VALID
2	125	537	11365	16.17	127.50	3014.7	0.578	0.361	VALID
3	116	472	18341	23.47	7912.60	3014.7	29.749	0.361	VALID
4	121	503	11025	14.97	147.10	3014.7	0.693	0.361	VALID
5	126	542	11463	12.80	135.60	3014.7	0.690	0.361	VALID
6	104	400	9624	39.47	274.40	3014.7	0.796	0.361	VALID
7	121	499	10989	10.97	111.10	3014.7	0.611	0.361	VALID
8	112	430	10183	11.87	114.20	3014.7	0.604	0.361	VALID
9	129	569	11713	14.30	115.90	3014.7	0.558	0.361	VALID
10	83	275	7647	45.37	185.30	3014.7	0.501	0.361	VALID
11	103	393	9452	39.37	192.30	3014.7	0.558	0.361	VALID
12	121	515	11045	26.97	167.10	3014.7	0.586	0.361	VALID
13	92	318	8438	35.87	167.20	3014.7	0.508	0.361	VALID
14	114	448	10352	14.80	103.40	3014.7	0.490	0.361	VALID
15	114	452	10339	18.80	90.40	3014.7	0.380	0.361	VALID
16	92	310	8421	27.87	150.20	3014.7	0.518	0.361	VALID
17	93	317	8507	28.70	146.30	3014.7	0.497	0.361	VALID
18	120	498	10879	18.00	91.00	3014.7	0.391	0.361	VALID
19	107	397	9721	15.37	101.70	3014.7	0.473	0.361	VALID
20	93	317	8468	28.70	107.30	3014.7	0.365	0.361	VALID



Lampiran 8

PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS VARIABEL X1 (PROMOSI)

No.	Varians
1	0.51
2	0.54
3	0.78
4	0.50
5	0.43
6	1.32
7	0.37
8	0.40
9	0.48
10	1.51
11	1.31
12	0.90
13	1.20
14	0.49
15	0.63
16	0.93
17	0.96
18	0.60
19	0.51
20	0.96
$\Sigma Si^2$	<b>15.31</b>

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus (Contoh No.1)

$$Si^2 = \frac{\Sigma Xi^2 - \frac{(\Sigma Xi)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{605 - \frac{133^2}{30}}{30} = 0.51$$

2. Menghitung varians total

$$St^2 = \frac{\Sigma Xt^2 - \frac{(\Sigma Xt)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{166843 - \frac{2219^2}{30}}{30} = 90.37$$

3. Menghitung Reliabilitas

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\Sigma si^2}{st^2} \right)$$

$$= \frac{20}{19} \left( 1 - \frac{15.31}{90.37} \right)$$

$$= 0.8743$$

Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa  $r_{ii}$  termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang tinggi**



Lampiran 9

SKOR UJI COBA INSTRUMEN  
VARIABEL X2 (CITRA MEREK)

No. Resp.	Butir Pernyataan																						X <sub>i</sub>	X <sub>i</sub> <sup>2</sup>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
1	5	3	4	5	5	5	3	5	3	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	97	9409
2	5	3	4	5	5	5	3	5	3	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	4	5	97	9409
3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	3	5	100	10000
4	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	84	7056
5	5	5	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	4	87	7569
6	5	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	90	8100
7	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	90	8100
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	12100
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	109	11881
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	109	11881
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	109	11881
12	4	4	4	5	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	91	8281
13	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	87	7569
14	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	88	7744
15	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86	7396
16	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	86	7396
17	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	2	5	1	4	5	2	1	4	4	5	4	4	74	5476
18	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	88	7744
19	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	1	95	9025
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	106	11236
21	5	3	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	4	1	5	95	9025
22	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	88	7744
23	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	85	7225
24	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	3	4	3	88	7744
25	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	3	85	7225
26	5	3	4	4	5	4	4	5	3	5	1	5	4	4	5	3	4	5	5	3	4	1	86	7396
27	4	4	5	4	5	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	88	7744
28	4	3	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	5	5	3	4	4	4	5	4	4	89	7921
29	3	3	5	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	82	6724
30	4	3	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	5	4	4	85	7225
ΣX <sub>i</sub>	134	120	131	132	138	130	115	130	112	132	123	123	112	124	127	121	126	128	129	135	115	117	2754	255226
ΣX <sub>i</sub> <sup>2</sup>	610	496	583	592	646	576	455	580	438	592	531	519	442	524	549	501	546	558	563	621	465	483		

Lampiran 10

PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH VALIDITAS  
VARIABEL X2 (CITRA MEREK)

No. Resp.	Butir Pernyataan																				Xt
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	
1	5	3	4	5	5	5	3	5	3	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	88
2	5	3	4	5	5	5	3	5	3	5	5	3	3	5	4	5	5	5	5	5	88
3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	92
4	4	4	3	4	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	78
5	5	5	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	81
6	5	5	4	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	82
7	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	82
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
12	4	4	4	5	5	4	4	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	84
13	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	79
14	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	80
15	3	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	78
16	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78
17	4	3	3	3	3	4	3	2	4	4	2	5	1	4	5	2	1	4	2	5	64
18	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	82
19	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	90
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100
21	5	3	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	3	4	5	4	5	5	5	4	89
22	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	79
23	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	75
24	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	78
25	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	5	76
26	5	3	4	4	5	4	4	5	3	5	1	5	4	4	5	4	4	5	4	3	81
27	4	4	5	4	5	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	80
28	4	3	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4	5	82
29	3	3	5	4	5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	74
30	4	3	5	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	5	77
$\sum X_i$	134	120	131	132	138	130	115	130	112	132	121	123	113	124	127	121	126	128	125	135	2517
$\sum X_i^2$	610	496	583	592	646	576	455	580	438	592	517	519	449	524	549	503	546	558	533	621	



$X_i^2$
7744
7744
8464
6084
6561
6724
6724
10000
10000
10000
10000
7056
6241
6400
6084
6084
4096
6724
8100
10000
7921
6241
5625
6084
5776
6561
6400
6724
5476
5929
213567

Lampiran 11

**PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR  
VARIABEL X2 (CITRA MEREK)**

Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom  $SX_i$  = Jumlah butir ke satu  

$$\begin{aligned} Sx_i &= 5+5+4+...+4 \\ &= 134 \end{aligned}$$
  
2. Kolom  $SX_t$  = Jumlah total butir dari setiap responden  

$$\begin{aligned} SX_t &= 97+97+100+...+85 \\ &= 2754 \end{aligned}$$
  
3. Kolom  $SX_t^2$   

$$\begin{aligned} SX_t^2 &= 97^2 + 97^2 + 100^2 + \dots + 85^2 \\ &= 255226 \end{aligned}$$
  
4. Kolom  $SX_i^2$   

$$\begin{aligned} SX_i^2 &= 5^2 + 5^2 + 4^2 + \dots + 4^2 \\ &= 610 \end{aligned}$$
  
5. Kolom  $SX_i \cdot X_t$   

$$\begin{aligned} SX_i \cdot X_t &= 485+485+400+...+360 \\ &= 12392 \end{aligned}$$
  
6. Kolom  $Sx_i^2$   

$$\begin{aligned} Sx_i^2 &= SX_i^2 \cdot \frac{(SX_i)^2}{n} \\ &= 610 \cdot \frac{134^2}{30} \\ &= 11.467 \end{aligned}$$
  
7. Kolom  $Sx_i \cdot x_t$   

$$\begin{aligned} Sx_i \cdot x_t &= \sqrt{\frac{SX_i \cdot X_t}{n} \cdot \frac{(SX_i)(SX_t)}{n}} \\ &= \sqrt{\frac{12392}{30} \cdot \frac{134 \times 2754}{30}} \\ &= 90.80 \end{aligned}$$
  
8. Kolom  $Sx_t^2$   

$$\begin{aligned} Sx_t^2 &= SX_t^2 \cdot \frac{(SX_t)^2}{n} \\ &= 255226 \cdot \frac{2754^2}{30} \\ &= 2408.80 \end{aligned}$$
  
9. Kolom  $r_{hitung}$   

$$\begin{aligned} r_{hitung} &= \frac{Sx_i \cdot x_t}{\sqrt{(Sx_i^2) (Sx_t^2)}} \\ &= \frac{90.800}{\sqrt{11.467 \cdot 2408.800}} = \mathbf{0.546} \end{aligned}$$

## Lampiran 12

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS  
VARIABEL X2 (CITRA MEREK)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum x_i^2$	$\sum x_i \cdot x_t$	$\sum x_t^2$	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimp.
1	134	610	12392	11.47	90.80	2408.8	0.546	0.361	VALID
2	120	496	11131	16.00	115.00	2408.8	0.586	0.361	VALID
3	131	583	25359	10.97	13333.20	2408.8	82.035	0.361	VALID
4	132	592	12226	11.20	108.40	2408.8	0.660	0.361	VALID
5	138	646	12754	11.20	85.60	2408.8	0.521	0.361	VALID
6	130	576	12048	12.67	114.00	2408.8	0.653	0.361	VALID
7	115	455	10681	14.17	124.00	2408.8	0.671	0.361	VALID
8	130	580	12078	16.67	144.00	2408.8	0.719	0.361	VALID
9	112	438	10414	19.87	132.40	2408.8	0.605	0.361	VALID
10	132	592	12220	11.20	102.40	2408.8	0.623	0.361	VALID
11	123	531	11439	26.70	147.60	2408.8	0.582	0.361	VALID
12	123	519	11364	14.70	72.60	2408.8	0.386	0.361	VALID
13	112	442	10456	23.87	174.40	2408.8	0.727	0.361	VALID
14	124	524	11502	11.47	118.80	2408.8	0.715	0.361	VALID
15	127	549	11751	11.37	92.40	2408.8	0.558	0.361	VALID
16	121	501	11236	12.97	128.20	2408.8	0.725	0.361	VALID
17	126	546	11721	16.80	154.20	2408.8	0.767	0.361	VALID
18	128	558	11865	11.87	114.60	2408.8	0.678	0.361	VALID
19	129	563	11911	8.30	68.80	2408.8	0.487	0.361	VALID
20	135	621	12459	13.50	66.00	2408.8	0.366	0.361	VALID
21	115	465	10638	24.17	81.00	2408.8	0.336	0.361	DROP
22	117	483	10821	26.70	80.40	2408.8	0.317	0.361	DROP

Lampiran 13

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS  
VARIABEL X2 (CITRA MEREK)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum x_i^2$	$\sum x_i \cdot x_t$	$\sum x_t^2$	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimp.
1	134	610	12392	11.47	90.80	2408.8	0.546	0.361	VALID
2	120	496	11131	16.00	115.00	2408.8	0.586	0.361	VALID
3	131	583	25359	10.97	13333.20	2408.8	82.035	0.361	VALID
4	132	592	12226	11.20	108.40	2408.8	0.660	0.361	VALID
5	138	646	12754	11.20	85.60	2408.8	0.521	0.361	VALID
6	130	576	12048	12.67	114.00	2408.8	0.653	0.361	VALID
7	115	455	10681	14.17	124.00	2408.8	0.671	0.361	VALID
8	130	580	12078	16.67	144.00	2408.8	0.719	0.361	VALID
9	112	438	10414	19.87	132.40	2408.8	0.605	0.361	VALID
10	132	592	12220	11.20	102.40	2408.8	0.623	0.361	VALID
11	123	531	11439	26.70	147.60	2408.8	0.582	0.361	VALID
12	123	519	11364	14.70	72.60	2408.8	0.386	0.361	VALID
13	112	442	10456	23.87	174.40	2408.8	0.727	0.361	VALID
14	124	524	11502	11.47	118.80	2408.8	0.715	0.361	VALID
15	127	549	11751	11.37	92.40	2408.8	0.558	0.361	VALID
16	121	501	11236	12.97	128.20	2408.8	0.725	0.361	VALID
17	126	546	11721	16.80	154.20	2408.8	0.767	0.361	VALID
18	128	558	11865	11.87	114.60	2408.8	0.678	0.361	VALID
19	129	563	11911	8.30	68.80	2408.8	0.487	0.361	VALID
20	135	621	12459	13.50	66.00	2408.8	0.366	0.361	VALID



Lampiran 14

PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS  
VARIABEL X2 (CITRA MEREK)

No.	Varians
1	0.38
2	0.53
3	0.37
4	0.37
5	0.37
6	0.42
7	0.47
8	0.56
9	0.66
10	0.37
11	0.97
12	0.49
13	0.78
14	0.38
15	0.38
16	0.50
17	0.56
18	0.40
19	0.41
20	0.45
$\sum Si^2$	<b>9.82</b>

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus (Contoh No.1)

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{610 - \frac{134^2}{30}}{30} = 0.38$$

2. Menghitung varians total

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2 - \frac{(\sum Xt)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{213567 - \frac{2517^2}{30}}{30} = 79.69$$

3. Menghitung Reliabilitas

$$rii = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

$$= \frac{20}{19} \left( 1 - \frac{9.82}{79.69} \right)$$

$$= 0.9229$$

Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa  $r_{ii}$  termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang tinggi**

Lampiran 15

SKOR UJI COBA INSTRUMEN  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)

No. Resp.	Butir Pernyataan																						X <sub>i</sub>	X <sub>i</sub> <sup>2</sup>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22		
1	5	4	4	4	3	3	5	4	3	3	5	5	4	4	4	5	3	3	4	5	3	4	87	7569
2	5	5	3	5	5	4	3	4	4	4	3	5	4	5	3	4	4	3	4	5	3	4	89	7921
3	4	5	5	4	4	3	3	4	3	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	91	8281
4	5	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5	3	3	95	9025
5	3	4	5	5	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4	4	4	96	9216
6	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	5	4	3	3	4	5	4	4	88	7744
7	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	98	9604
8	3	3	4	4	5	4	3	3	3	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5	1	2	82	6724
9	3	3	4	3	4	5	4	4	4	3	5	5	3	3	3	4	5	4	3	3	4	4	84	7056
10	5	4	4	5	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	82	6724
11	5	4	3	4	4	4	5	3	4	5	4	5	3	3	5	3	4	3	3	4	4	4	86	7396
12	5	4	3	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	5	4	3	3	4	5	4	4	93	8649
13	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	3	95	9025
14	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3	4	4	85	7225
15	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	5	4	4	91	8281
16	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	99	9801
17	5	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	3	99	9801
18	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	97	9409
19	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	95	9025
20	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	77	5929
21	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	3	101	10201
22	4	5	4	3	5	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	5	3	2	89	7921
23	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	3	100	10000
24	5	3	5	3	3	5	5	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	4	4	83	6889
25	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	101	10201
26	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	99	9801
27	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	86	7396
28	3	3	3	4	5	3	3	5	4	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3	4	4	4	79	6241
29	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	89	7921
30	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	93	8649
ΣX <sub>i</sub>	126	125	126	124	130	127	124	133	122	127	124	122	124	131	128	124	119	118	123	133	112	107	2729	249625
ΣX <sub>i</sub> <sup>2</sup>	548	537	544	528	576	553	534	603	512	555	532	518	526	589	558	524	491	482	517	605	432	397		

Lampiran 16

PERHITUNGAN KEMBALI DATA UJI COBA SETELAH VALIDITAS  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)

No. Resp.	Butir Pernyataan																			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20
1	5	4	4	4	3	3	5	4	3	3	5	5	4	4	4	5	3	3	4	5
2	5	5	3	5	5	4	3	4	4	4	3	5	4	5	3	4	4	3	4	5
3	4	5	5	4	4	3	3	4	3	5	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4
4	5	5	3	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	4	5
5	3	4	5	5	4	3	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	3	5	5	4
6	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	5	4	3	3	4	5
7	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	3	3	4	5	5	4	5	5	4	5
8	3	3	4	4	5	4	3	3	3	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	5
9	3	3	4	3	4	5	4	4	3	5	5	5	3	3	3	4	5	4	3	3
10	5	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	3
11	5	4	3	4	4	4	5	3	4	5	4	5	3	3	5	3	4	3	3	4
12	5	4	3	5	5	5	4	5	4	4	4	3	5	5	5	4	3	3	4	5
13	3	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4
14	4	4	4	3	4	4	5	5	3	4	3	3	3	4	4	5	4	4	4	3
15	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	5
16	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
17	5	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5
18	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5
19	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5
20	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	3
21	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5
22	4	5	4	3	5	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	4	4	4	4	5
23	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4
24	5	3	5	3	3	5	5	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5
25	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4
26	5	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5
27	3	4	4	4	4	4	3	5	5	5	4	3	3	3	4	4	5	3	4	4
28	3	3	3	4	5	3	3	5	4	3	3	3	4	5	4	3	3	3	3	4
29	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	5



<b>30</b>	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	5
<b><math>\sum X_i</math></b>	<b>126</b>	<b>125</b>	<b>126</b>	<b>124</b>	<b>130</b>	<b>127</b>	<b>124</b>	<b>133</b>	<b>122</b>	<b>127</b>	<b>124</b>	<b>122</b>	<b>124</b>	<b>131</b>	<b>128</b>	<b>124</b>	<b>119</b>	<b>118</b>	<b>123</b>	<b>133</b>
<b><math>\sum X_i^2</math></b>	<b>548</b>	<b>537</b>	<b>544</b>	<b>528</b>	<b>576</b>	<b>553</b>	<b>534</b>	<b>603</b>	<b>512</b>	<b>555</b>	<b>532</b>	<b>518</b>	<b>526</b>	<b>589</b>	<b>558</b>	<b>524</b>	<b>491</b>	<b>482</b>	<b>517</b>	<b>605</b>

Lampiran 17

**PERHITUNGAN ANALISIS BUTIR  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

Beserta contoh perhitungan untuk butir 1

1. Kolom  $SX_i$  = Jumlah butir ke satu  

$$\begin{aligned} Sx_i &= 5+5+4+\dots+4 \\ &= 126 \end{aligned}$$
2. Kolom  $SX_t$  = Jumlah total butir dari setiap responden  

$$\begin{aligned} SX_t &= 87+89+91+\dots+93 \\ &= 2729 \end{aligned}$$
3. Kolom  $SX_t^2$   

$$\begin{aligned} SX_t^2 &= 87^2 + 89^2 + 91^2 + \dots + 93^2 \\ &= 249625 \end{aligned}$$
4. Kolom  $SX_i^2$   

$$\begin{aligned} SX_i^2 &= 5^2 + 5^2 + 4^2 + \dots + 4^2 \\ &= 548 \end{aligned}$$
5. Kolom  $SX_i \cdot X_t$   

$$\begin{aligned} SX_i \cdot X_t &= 435+445+364+\dots+372 \\ &= 11526 \end{aligned}$$
6. Kolom  $Sx_i^2$   

$$\begin{aligned} Sx_i^2 &= SX_i^2 - \frac{(SX_i)^2}{n} \\ &= 548 - \frac{126^2}{30} \\ &= 18.800 \end{aligned}$$
7. Kolom  $Sx_i \cdot x_t$   

$$\begin{aligned} Sx_i \cdot x_t &= SX_i \cdot X_t - \frac{(SX_i)(SX_t)}{n} \\ &= 11526 - \frac{126 \times 2729}{30} \\ &= 64.20 \end{aligned}$$
8. Kolom  $Sx_t^2$   

$$\begin{aligned} Sx_t^2 &= SX_t^2 - \frac{(SX_t)^2}{n} \\ &= 249625 - \frac{2729^2}{30} \\ &= 1376.97 \end{aligned}$$
9. Kolom  $r_{hitung}$   

$$\begin{aligned} r_{hitung} &= \frac{Sx_i \cdot x_t}{\sqrt{(Sx_i^2)(Sx_t^2)}} \\ &= \frac{64.200}{\sqrt{18.800 \cdot 1376.967}} = \mathbf{0.399} \end{aligned}$$

Lampiran 18

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum x_i^2$	$\sum x_i \cdot x_t$	$\sum x_t^2$	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimp.
1	126	548	11526	18.80	64.20	1377.0	0.399	0.361	VALID
2	125	537	11467	16.17	96.17	1377.0	0.645	0.361	VALID
3	126	544	24680	14.80	13218.20	1377.0	92.593	0.361	VALID
4	124	528	11351	15.47	71.13	1377.0	0.487	0.361	VALID
5	130	576	11876	12.67	50.33	1377.0	0.381	0.361	VALID
6	127	553	11630	15.37	77.23	1377.0	0.531	0.361	VALID
7	124	534	11352	21.47	72.13	1377.0	0.420	0.361	VALID
8	133	603	12161	13.37	62.43	1377.0	0.460	0.361	VALID
9	122	512	11168	15.87	70.07	1377.0	0.474	0.361	VALID
10	127	555	11614	17.37	61.23	1377.0	0.396	0.361	VALID
11	124	532	11343	19.47	63.13	1377.0	0.386	0.361	VALID
12	122	518	11164	21.87	66.07	1377.0	0.381	0.361	VALID
13	124	526	11331	13.47	51.13	1377.0	0.376	0.361	VALID
14	131	589	11983	16.97	66.37	1377.0	0.434	0.361	VALID
15	128	558	11694	11.87	50.27	1377.0	0.393	0.361	VALID
16	124	524	11332	11.47	52.13	1377.0	0.415	0.361	VALID
17	119	491	10903	18.97	77.97	1377.0	0.482	0.361	VALID
18	118	482	10826	17.87	91.93	1377.0	0.586	0.361	VALID
19	123	517	11272	12.70	83.10	1377.0	0.628	0.361	VALID
20	133	605	12156	15.37	57.43	1377.0	0.395	0.361	VALID
21	112	432	10213	13.87	24.73	1377.0	0.179	0.361	DROP
22	107	397	9740	15.37	6.57	1377.0	0.045	0.361	DROP

Lampiran 19

**DATA PERHITUNGAN VALIDITAS  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No. Butir	$\sum X_i$	$\sum X_i^2$	$\sum X_i \cdot X_t$	$\sum x_i^2$	$\sum x_i \cdot x_t$	$\sum x_t^2$	$r_{hitung}$	$r_{tabel}$	Kesimp.
1	126	548	11526	18.80	64.20	1377.0	0.399	0.361	VALID
2	125	537	11467	16.17	96.17	1377.0	0.645	0.361	VALID
3	126	544	24680	14.80	13218.20	1377.0	92.593	0.361	VALID
4	124	528	11351	15.47	71.13	1377.0	0.487	0.361	VALID
5	130	576	11876	12.67	50.33	1377.0	0.381	0.361	VALID
6	127	553	11630	15.37	77.23	1377.0	0.531	0.361	VALID
7	124	534	11352	21.47	72.13	1377.0	0.420	0.361	VALID
8	133	603	12161	13.37	62.43	1377.0	0.460	0.361	VALID
9	122	512	11168	15.87	70.07	1377.0	0.474	0.361	VALID
10	127	555	11614	17.37	61.23	1377.0	0.396	0.361	VALID
11	124	532	11343	19.47	63.13	1377.0	0.386	0.361	VALID
12	122	518	11164	21.87	66.07	1377.0	0.381	0.361	VALID
13	124	526	11331	13.47	51.13	1377.0	0.376	0.361	VALID
14	131	589	11983	16.97	66.37	1377.0	0.434	0.361	VALID
15	128	558	11694	11.87	50.27	1377.0	0.393	0.361	VALID
16	124	524	11332	11.47	52.13	1377.0	0.415	0.361	VALID
17	119	491	10903	18.97	77.97	1377.0	0.482	0.361	VALID
18	118	482	10826	17.87	91.93	1377.0	0.586	0.361	VALID
19	123	517	11272	12.70	83.10	1377.0	0.628	0.361	VALID
20	133	605	12156	15.37	57.43	1377.0	0.395	0.361	VALID



**PERHITUNGAN VARIANS BUTIR, VARIANS TOTAL DAN UJI RELIABILITAS  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No.	Varians
1	0.63
2	0.54
3	0.49
4	0.52
5	0.42
6	0.51
7	0.72
8	0.45
9	0.53
10	0.58
11	0.65
12	0.73
13	0.45
14	0.57
15	0.40
16	0.38
17	0.63
18	0.60
19	0.42
20	0.51
$\sum Si^2$	<b>10.71</b>

1. Menghitung Varians tiap butir dengan rumus (Contoh No.1)

$$Si^2 = \frac{\sum Xi^2 - \frac{(\sum Xi)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{548 - \frac{126^2}{30}}{30} = 0.63$$

2. Menghitung varians total

$$St^2 = \frac{\sum Xt^2 - \frac{(\sum Xt)^2}{n}}{n}$$

$$= \frac{211362 - \frac{2510^2}{30}}{30} = 45.29$$

3. Menghitung Reliabilitas

$$r_{ii} = \frac{k}{k-1} \left( 1 - \frac{\sum si^2}{st^2} \right)$$

$$= \frac{20}{19} \left( 1 - \frac{10.71}{45.29} \right)$$

$$= 0.8037$$

Kesimpulan

Dari perhitungan di atas menunjukkan bahwa  $r_{ii}$  termasuk dalam kategori (0,800 - 1,000). Maka instrumen memiliki **reliabilitas yang tinggi**







69	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	2	2	2	3	3	2	67	4489
70	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	86	7396
71	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	2	4	3	2	3	2	61	3721
72	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	82	6724
73	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	94	8836
74	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	95	9025
75	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	89	7921
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	77	5929
77	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	2	5	4	3	4	5	3	5	4	5	83	6889
78	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	89	7921
79	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	93	8649
80	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	83	6889
81	5	4	3	4	4	3	3	4	2	4	4	1	2	2	2	4	2	3	4	2	62	3844
82	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	2	71	5041
83	5	4	3	4	4	4	3	5	2	4	4	2	2	2	3	3	3	4	4	2	67	4489
84	5	5	5	5	5	4	2	3	5	5	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	78	6084
85	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	74	5476
86	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	76	5776
87	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	75	5625
88	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	90	8100
89	5	5	3	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70	4900
90	1	4	4	2	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	4	1	3	2	3	3	56	3136
91	3	3	5	2	2	3	4	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	55	3025
92	4	4	3	2	2	4	4	2	5	5	4	5	5	3	4	4	3	3	3	3	72	5184
93	5	5	3	5	5	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	70	4900
94	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	76	5776
95	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	4	2	76	5776
96	2	1	1	2	2	3	3	3	1	2	2	2	3	3	3	4	4	1	5	1	48	2304

97	5	5	4	2	5	5	3	3	2	4	4	4	3	1	1	2	2	1	4	2	62	3844
98	5	5	3	3	3	4	5	4	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	74	5476
99	3	3	3	2	4	3	2	1	2	1	5	3	4	1	4	2	5	2	1	4	55	3025
100	4	4	1	3	3	2	2	2	2	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	52	2704
101	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	77	5929
102	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	77	5929
103	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	83	6889
104	4	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	75	5625
105	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	5	84	7056
106	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4	4	84	7056
107	4	4	1	3	3	2	2	2	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	2	52	2704
108	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	5	4	4	4	84	7056
109	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	77	5929
110	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	5	84	7056
111	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	3	5	4	4	84	7056
112	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	85	7225
113	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	70	4900
114	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	85	7225
115	4	5	3	5	5	3	3	4	3	4	5	4	4	1	3	3	4	2	4	2	71	5041
116	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	70	4900
117	4	4	2	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	67	4489
118	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	68	4624
119	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	67	4489
120	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	68	4624
121	4	4	4	4	5	4	4	2	3	2	4	2	5	2	2	2	2	2	2	2	62	3844
122	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3	3	3	3	72	5184
123	5	5	4	5	5	3	3	4	3	2	4	2	4	2	4	4	3	3	3	3	71	5041
124	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	70	4900
125	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	2	4	4	3	3	3	3	72	5184
126	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	70	4900
127	5	5	4	5	5	3	3	4	3	2	4	2	4	2	4	4	3	3	3	3	71	5041
128	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	70	4900
129	4	4	4	4	4	3	3	4	3	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	2	70	4900
130	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	2	68	4624
131	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	68	4624
132	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	70	4900
	574	559	489	512	544	494	507	490	517	479	488	489	539	455	497	486	440	435	473	420	9887	753257

---

	2566	2431	1909	2072	2312	1934	2021	1918	2123	1883	1912	1931	2295	1713	1975	1874	1558	1553	1789	1466
--	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------	------

LAMPIRAN 22

**Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram  
(PROMOSI)**

1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{Data terkecil} \\ &= 95 - 48 \\ &= 47 \end{aligned}$$

2. Banyaknya Interval Kelas (aturan Sturges)

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3,3) \text{ Log } n \\ &= 1 + (3,3) \text{ Log } 110 \\ &= 1 + (3,3) \times 2.04139 \\ &= 7.7366 \\ &= 8 \end{aligned}$$

3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{47}{8} \\ &= 5.875 \\ &= 6 \end{aligned}$$

	Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
0					
4	48 - 53	47.5	53.5	4	3.03
5	54 - 59	53.5	59.5	5	3.79
9	60 - 65	59.5	65.5	9	6.82
30	66 - 71	65.5	71.5	30	22.73
34	72 - 77	71.5	77.5	34	25.76
21	78 - 83	77.5	83.5	21	15.91
21	84 - 89	83.5	89.5	21	15.91
8	90 - 95	89.5	95.5	8	6.06
	JUMLAH			132	100.00

LAMPIRAN 23

SKOR FINAL INSTRUMEN  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)

No. Resp.	Butir Pernyataan																				X <sub>i</sub>	X <sub>i</sub> <sup>2</sup>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	5	1	4	5	4	5	2	5	78	6084
2	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	76	5776
3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	74	5476
4	1	3	4	2	4	2	3	2	2	3	2	3	4	2	3	4	1	4	2	4	55	3025
5	2	4	2	4	2	3	3	3	4	3	4	4	2	4	4	2	4	2	4	2	62	3844
6	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	77	5929
7	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	81	6561
8	4	4	4	4	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	71	5041
9	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	5	5	4	5	4	4	4	4	84	7056
10	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	2	4	4	4	4	4	85	7225
11	5	5	5	4	3	3	4	5	4	5	2	5	5	4	5	5	4	5	4	4	86	7396
12	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	2	5	5	3	5	5	5	93	8649
13	5	5	5	4	4	4	2	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	2	83	6889
14	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	93	8649
15	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	5	4	4	85	7225
16	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	3	2	4	4	5	4	4	4	3	4	78	6084
17	2	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	80	6400
18	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	4	76	5776
19	5	5	4	5	4	4	3	3	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	87	7569
20	4	5	5	5	3	3	3	3	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	2	4	82	6724
21	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	4	4	85	7225
22	4	4	4	4	2	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	75	5625
23	5	5	4	4	4	4	2	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	81	6561
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	76	5776
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	1	4	4	4	4	4	75	5625
26	3	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	69	4761

27	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	2	1	4	3	3	65	4225
28	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	2	87	7569
29	5	5	4	4	5	4	3	2	3	4	4	4	5	4	5	4	3	4	3	3	78	6084
30	4	4	3	4	5	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	3	74	5476
31	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	6084
32	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	75	5625
33	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	5	5	5	5	5	5	3	90	8100
34	5	2	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82	6724
35	5	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	2	85	7225
36	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	6084
37	2	2	2	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	3	5	5	3	3	3	76	5776
38	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	1	5	5	4	3	5	1	3	3	2	76	5776
39	4	4	4	5	3	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	3	73	5329
40	5	5	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	3	2	4	3	4	4	3	4	76	5776
41	5	5	5	4	4	4	4	2	5	4	5	5	5	3	5	4	5	3	3	3	83	6889
42	2	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83	6889
43	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	86	7396
44	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	2	4	5	4	4	4	4	85	7225
45	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	5329
46	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	77	5929
47	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	67	4489
48	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3	3	4	4	2	3	75	5625
49	4	4	5	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	73	5329
50	5	5	4	4	2	4	5	4	4	2	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	83	6889
51	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	79	6241
52	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	4	4	78	6084
53	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	73	5329
54	4	4	2	2	4	3	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	65	4225
55	4	4	2	3	3	4	4	5	3	5	4	5	4	4	3	5	3	4	3	2	74	5476
56	5	2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	74	5476
57	5	5	5	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	82	6724

58	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	5	4	3	76	5776
59	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	76	5776
60	4	4	2	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	3	3	78	6084
61	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	3	2	79	6241
62	5	5	5	5	3	5	5	3	4	4	5	5	5	2	4	5	5	4	5	4	88	7744
63	4	4	4	2	2	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	2	67	4489
64	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74	5476
65	4	2	4	4	3	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	5184
66	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	87	7569
67	5	5	2	2	5	2	5	5	5	2	2	5	5	5	4	4	4	5	5	2	79	6241
68	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	77	5929
69	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	76	5776
70	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	84	7056
71	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2	5	2	4	74	5476
72	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	86	7396
73	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	89	7921
74	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	91	8281
75	5	5	5	5	2	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	91	8281
76	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	78	6084
77	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	83	6889
78	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	93	8649
79	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	88	7744
80	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	82	6724
81	5	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	75	5625
82	2	5	4	4	5	3	4	4	5	3	5	5	2	4	4	4	5	3	4	3	78	6084
83	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	79	6241
84	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	87	7569
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	6400
86	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	80	6400	
87	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	75	5625
88	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	93	8649

89	5	5	5	5	4	4	2	4	5	4	5	2	5	2	4	4	2	4	4	4	79	6241
90	2	4	3	3	2	2	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3	65	4225
91	2	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	3	3	4	67	4489
92	5	5	4	3	4	4	3	5	3	4	3	5	5	5	3	3	4	4	3	4	79	6241
93	5	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	70	4900
94	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	5	2	3	3	5	4	5	5	4	84	7056
95	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77	5929
96	4	4	3	3	5	2	3	2	3	4	2	4	4	3	2	4	2	3	1	1	59	3481
97	5	5	5	5	3	3	3	4	4	2	2	4	2	3	4	5	5	5	3	3	75	5625
98	5	5	3	4	3	4	5	4	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	75	5625
99	2	2	5	3	5	2	3	3	3	3	3	4	4	2	4	5	3	4	5	1	66	4356
100	2	4	4	4	3	4	3	3	2	3	5	2	4	2	4	1	3	1	1	2	57	3249
101	2	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	2	4	5	5	4	85	7225
102	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	5	5	3	2	4	5	2	4	83	6889
103	5	2	5	2	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	79	6241
104	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	75	5625
105	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	87	7569
106	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	90	8100
107	5	4	4	4	2	2	3	3	3	3	2	2	2	5	4	5	3	2	5	2	65	4225
108	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	82	6724
109	5	5	2	5	4	3	5	4	5	4	2	4	5	5	3	5	4	5	3	4	82	6724
110	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	90	8100
111	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	90	8100
112	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	87	7569
113	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	71	5041
114	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	87	7569
115	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	5	2	2	5	4	5	4	4	4	81	6561
116	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	74	5476
117	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	72	5184
118	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	74	5476
119	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	72	5184



120	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	72	5184
121	5	5	3	5	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	1	78	6084
122	5	5	4	2	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	2	83	6889
123	5	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	76	5776
124	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	71	5041
125	2	5	4	5	5	4	3	3	3	2	5	5	5	5	5	5	3	5	2	2	78	6084
126	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	70	4900
127	5	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	76	5776
128	2	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	2	5	2	4	4	4	4	4	4	75	5625
129	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	70	4900
130	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	72	5184
131	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	74	5476
132	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	74	5476
	560	572	527	534	492	469	511	498	520	503	505	543	539	516	514	545	500	526	484	455	10313	813121
	2486	2558	2193	2248	1930	1739	2061	1962	2114	1999	2045	2311	2297	2116	2064	2329	1976	2182	1868	1667		

**LAMPIRAN 24****Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram  
(KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

## 1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned}\text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{Data terkecil} \\ &= 93 - 55 \\ &= 38\end{aligned}$$

## 2. Banyaknya Interval Kelas (aturan Sturges)

$$\begin{aligned}K &= 1 + (3,3) \text{ Log } n \\ &= 1 + (3,3) \text{ Log } 110 \\ &= 1 + (3,3) \times 2.04139 \\ &= 7.7366 \\ &= 8\end{aligned}$$

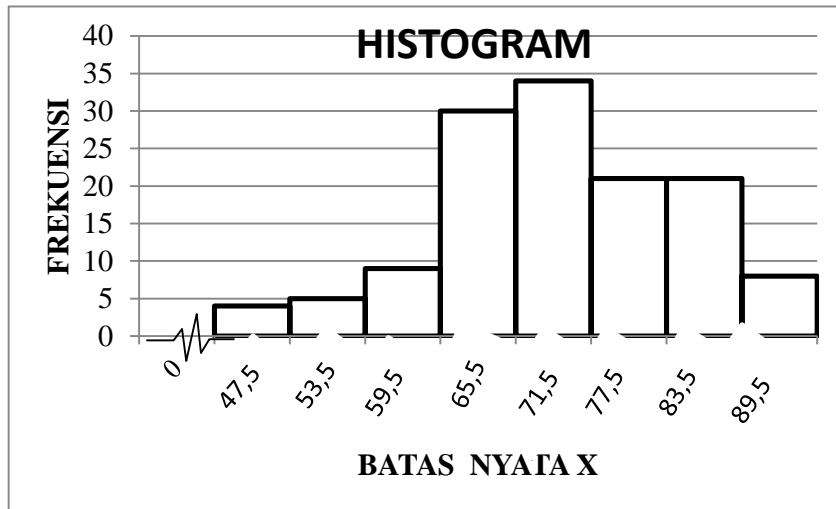
## 3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned}P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{38}{8} \\ &= 4.75 \\ &= 5\end{aligned}$$

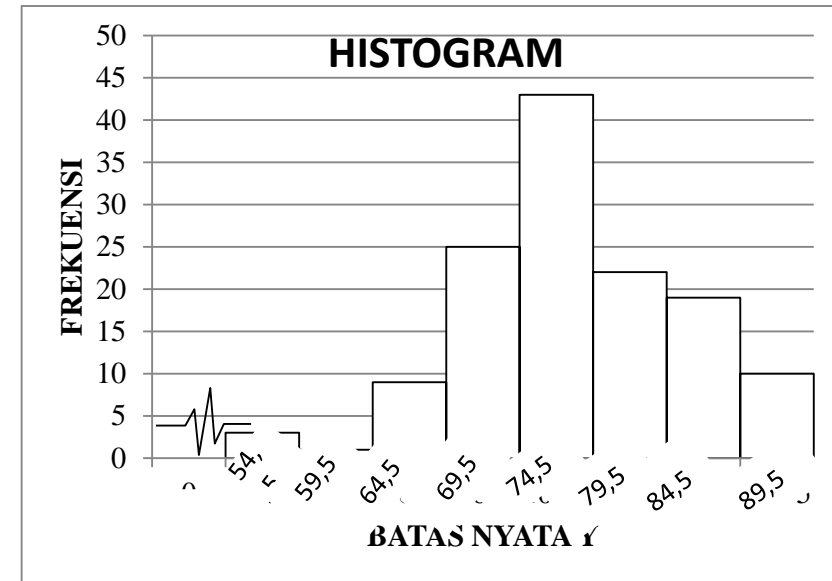
	Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
0					
3	55 - 59	54.5	59.5	3	2.27
1	60 - 64	59.5	64.5	1	0.76
9	65 - 69	64.5	69.5	9	6.82
25	70 - 74	69.5	74.5	25	18.94
43	75 - 79	74.5	79.5	43	32.58
22	80 - 84	79.5	84.5	22	16.67
19	85 - 89	84.5	89.5	19	14.39
10	90 - 94	89.5	94.5	10	7.58
	JUMLAH			132	100.00

LAMPIRAN 25

HISTOGRAM VARIABEL X1  
PROMOSI



HISTOGRAM VARIABEL Y  
KEPUTUSAN PEMBELIAN



**LAMPIRAN 26****DATA MENTAH  
VARIABEL X (PROMOSI)  
DAN VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No.	VARIABEL X	VARIABEL Y
1	78	78
2	76	76
3	69	74
4	52	55
5	55	62
6	71	77
7	85	81
8	72	71
9	80	84
10	88	85
11	86	86
12	88	93
13	81	83
14	95	93
15	81	85
16	75	78
17	80	80
18	76	76
19	87	87
20	72	82
21	72	85
22	80	75
23	89	81
24	78	76
25	66	75
26	56	69
27	66	65
28	81	87
29	79	78
30	64	74
31	80	78
32	71	75
33	92	90
34	80	82
35	87	85
36	80	78
37	87	76
38	72	76
39	73	73
40	65	76
41	86	83
42	82	83

43	87	86
44	90	85
45	69	73
46	72	77
47	63	67
48	75	75
49	73	73
50	86	83
51	80	79
52	75	78
53	72	73
54	61	65
55	72	74
56	72	74
57	77	82
58	74	76
59	71	76
60	75	78
61	77	79
62	93	88
63	69	67
64	65	74
65	71	72
66	79	87
67	79	79
68	73	77
69	67	76
70	86	84
71	61	74
72	82	86
73	94	89
74	95	91
75	89	91
76	77	78
77	83	83
78	89	93
79	93	88
80	83	82
81	62	75
82	71	78
83	67	79
84	78	87
85	74	80
86	76	80
87	75	75
88	90	93
89	70	79
90	56	65

91	55	67
92	72	79
93	70	70
94	76	84
95	76	77
96	48	59
97	62	75
98	74	75
99	55	66
100	52	57
101	77	85
102	77	83
103	83	79
104	75	75
105	84	87
106	84	90
107	52	65
108	84	82
109	77	82
110	84	90
111	84	90
112	85	87
113	70	71
114	85	87
115	71	81
116	70	74
117	67	72
118	68	74
119	67	72
120	68	72
121	62	78
122	72	83
123	71	76
124	70	71
125	72	78
126	70	70
127	71	76
128	70	75
129	70	70
130	68	72
131	68	74
132	70	74
	9887	10313

**LAMPIRAN 27****PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU**

1. Rata-rata (X)

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} \\ &= \frac{9887}{132} \\ &= 74.902\end{aligned}$$

2. Varians (X)

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(X - \bar{X})^2}{n-1} \\ &= \frac{12705.7}{131} \\ &= 96.990\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (X)

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{96.990} \\ &= 9.848\end{aligned}$$

1. Rata-rata (Y)

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\Sigma Y}{n} \\ &= \frac{10313.00}{132} \\ &= 78.129\end{aligned}$$

2. Varians (Y)

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(Y - \bar{Y})^2}{n-1} \\ &= \frac{7378.811}{131} \\ &= 56.327\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (Y)

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{56.327} \\ &= 7.505\end{aligned}$$

## LAMPIRAN 28

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA  
VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU, VARIABEL X1 DAN Y**

No.	X	Y	$X - \bar{X}$	$Y - \bar{Y}$	$(X - \bar{X})^2$	$(Y - \bar{Y})^2$
1	78	78	3.098	-0.129	9.601	0.017
2	76	76	1.098	-2.129	1.207	4.532
3	69	74	-5.902	-4.129	34.828	17.047
4	52	55	-22.902	-23.129	524.479	534.941
5	55	62	-19.902	-16.129	396.070	260.138
6	71	77	-3.902	-1.129	15.222	1.274
7	85	81	10.098	2.871	101.979	8.244
8	72	71	-2.902	-7.129	8.419	50.820
9	80	84	5.098	5.871	25.995	34.471
10	88	85	13.098	6.871	171.570	47.214
11	86	86	11.098	7.871	123.176	61.956
12	88	93	13.098	14.871	171.570	221.153
13	81	83	6.098	4.871	37.192	23.729
14	95	93	20.098	14.871	403.949	221.153
15	81	85	6.098	6.871	37.192	47.214
16	75	78	0.098	-0.129	0.010	0.017
17	80	80	5.098	1.871	25.995	3.501
18	76	76	1.098	-2.129	1.207	4.532
19	87	87	12.098	8.871	146.373	78.698
20	72	82	-2.902	3.871	8.419	14.986
21	72	85	-2.902	6.871	8.419	47.214
22	80	75	5.098	-3.129	25.995	9.789
23	89	81	14.098	2.871	198.767	8.244
24	78	76	3.098	-2.129	9.601	4.532
25	66	75	-8.902	-3.129	79.237	9.789
26	56	69	-18.902	-9.129	357.267	83.335
27	66	65	-8.902	-13.129	79.237	172.365
28	81	87	6.098	8.871	37.192	78.698
29	79	78	4.098	-0.129	16.798	0.017
30	64	74	-10.902	-4.129	118.843	17.047
31	80	78	5.098	-0.129	25.995	0.017
32	71	75	-3.902	-3.129	15.222	9.789
33	92	90	17.098	11.871	292.358	140.926
34	80	82	5.098	3.871	25.995	14.986
35	87	85	12.098	6.871	146.373	47.214
36	80	78	5.098	-0.129	25.995	0.017
37	87	76	12.098	-2.129	146.373	4.532
38	72	76	-2.902	-2.129	8.419	4.532
39	73	73	-1.902	-5.129	3.616	26.304
40	65	76	-9.902	-2.129	98.040	4.532
41	86	83	11.098	4.871	123.176	23.729
42	82	83	7.098	4.871	50.388	23.729



43	87	86	12.098	7.871	146.373	61.956
44	90	85	15.098	6.871	227.964	47.214
45	69	73	-5.902	-5.129	34.828	26.304
46	72	77	-2.902	-1.129	8.419	1.274
47	63	67	-11.902	-11.129	141.646	123.850
48	75	75	0.098	-3.129	0.010	9.789
49	73	73	-1.902	-5.129	3.616	26.304
50	86	83	11.098	4.871	123.176	23.729
51	80	79	5.098	0.871	25.995	0.759
52	75	78	0.098	-0.129	0.010	0.017
53	72	73	-2.902	-5.129	8.419	26.304
54	61	65	-13.902	-13.129	193.252	172.365
55	72	74	-2.902	-4.129	8.419	17.047
56	72	74	-2.902	-4.129	8.419	17.047
57	77	82	2.098	3.871	4.404	14.986
58	74	76	-0.902	-2.129	0.813	4.532
59	71	76	-3.902	-2.129	15.222	4.532
60	75	78	0.098	-0.129	0.010	0.017
61	77	79	2.098	0.871	4.404	0.759
62	93	88	18.098	9.871	327.555	97.441
63	69	67	-5.902	-11.129	34.828	123.850
64	65	74	-9.902	-4.129	98.040	17.047
65	71	72	-3.902	-6.129	15.222	37.562
66	79	87	4.098	8.871	16.798	78.698
67	79	79	4.098	0.871	16.798	0.759
68	73	77	-1.902	-1.129	3.616	1.274
69	67	76	-7.902	-2.129	62.434	4.532
70	86	84	11.098	5.871	123.176	34.471
71	61	74	-13.902	-4.129	193.252	17.047
72	82	86	7.098	7.871	50.388	61.956
73	94	89	19.098	10.871	364.752	118.183
74	95	91	20.098	12.871	403.949	165.668
75	89	91	14.098	12.871	198.767	165.668
76	77	78	2.098	-0.129	4.404	0.017
77	83	83	8.098	4.871	65.585	23.729
78	89	93	14.098	14.871	198.767	221.153
79	93	88	18.098	9.871	327.555	97.441
80	83	82	8.098	3.871	65.585	14.986
81	62	75	-12.902	-3.129	166.449	9.789
82	71	78	-3.902	-0.129	15.222	0.017
83	67	79	-7.902	0.871	62.434	0.759
84	78	87	3.098	8.871	9.601	78.698
85	74	80	-0.902	1.871	0.813	3.501
86	76	80	1.098	1.871	1.207	3.501
87	75	75	0.098	-3.129	0.010	9.789
88	90	93	15.098	14.871	227.964	221.153
89	70	79	-4.902	0.871	24.025	0.759
90	56	65	-18.902	-13.129	357.267	172.365

<b>91</b>	55	67	-19.902	-11.129	396.070	123.850
<b>92</b>	72	79	-2.902	0.871	8.419	0.759
<b>93</b>	70	70	-4.902	-8.129	24.025	66.077
<b>94</b>	76	84	1.098	5.871	1.207	34.471
<b>95</b>	76	77	1.098	-1.129	1.207	1.274
<b>96</b>	48	59	-26.902	-19.129	723.692	365.911
<b>97</b>	62	75	-12.902	-3.129	166.449	9.789
<b>98</b>	74	75	-0.902	-3.129	0.813	9.789
<b>99</b>	55	66	-19.902	-12.129	396.070	147.107
<b>100</b>	52	57	-22.902	-21.129	524.479	446.426
<b>101</b>	77	85	2.098	6.871	4.404	47.214
<b>102</b>	77	83	2.098	4.871	4.404	23.729
<b>103</b>	83	79	8.098	0.871	65.585	0.759
<b>104</b>	75	75	0.098	-3.129	0.010	9.789
<b>105</b>	84	87	9.098	8.871	82.782	78.698
<b>106</b>	84	90	9.098	11.871	82.782	140.926
<b>107</b>	52	65	-22.902	-13.129	524.479	172.365
<b>108</b>	84	82	9.098	3.871	82.782	14.986
<b>109</b>	77	82	2.098	3.871	4.404	14.986
<b>110</b>	84	90	9.098	11.871	82.782	140.926
<b>111</b>	84	90	9.098	11.871	82.782	140.926
<b>112</b>	85	87	10.098	8.871	101.979	78.698
<b>113</b>	70	71	-4.902	-7.129	24.025	50.820
<b>114</b>	85	87	10.098	8.871	101.979	78.698
<b>115</b>	71	81	-3.902	2.871	15.222	8.244
<b>116</b>	70	74	-4.902	-4.129	24.025	17.047
<b>117</b>	67	72	-7.902	-6.129	62.434	37.562
<b>118</b>	68	74	-6.902	-4.129	47.631	17.047
<b>119</b>	67	72	-7.902	-6.129	62.434	37.562
<b>120</b>	68	72	-6.902	-6.129	47.631	37.562
<b>121</b>	62	78	-12.902	-0.129	166.449	0.017
<b>122</b>	72	83	-2.902	4.871	8.419	23.729
<b>123</b>	71	76	-3.902	-2.129	15.222	4.532
<b>124</b>	70	71	-4.902	-7.129	24.025	50.820
<b>125</b>	72	78	-2.902	-0.129	8.419	0.017
<b>126</b>	70	70	-4.902	-8.129	24.025	66.077
<b>127</b>	71	76	-3.902	-2.129	15.222	4.532
<b>128</b>	70	75	-4.902	-3.129	24.025	9.789
<b>129</b>	70	70	-4.902	-8.129	24.025	66.077
<b>130</b>	68	72	-6.902	-6.129	47.631	37.562
<b>131</b>	68	74	-6.902	-4.129	47.631	17.047
<b>132</b>	70	74	-4.902	-4.129	24.025	17.047
	<b>9887</b>	<b>10313</b>			<b>12705.720</b>	<b>7378.811</b>

**LAMPIRAN 29**

## Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian

<b>No. Resp</b>	<b>X</b>	<b>Y</b>	<b>X<sup>2</sup></b>	<b>Y<sup>2</sup></b>	<b>XY</b>
1	78	78	6084	6084	6084
2	76	76	5776	5776	5776
3	69	74	4761	5476	5106
4	52	55	2704	3025	2860
5	55	62	3025	3844	3410
6	71	77	5041	5929	5467
7	85	81	7225	6561	6885
8	72	71	5184	5041	5112
9	80	84	6400	7056	6720
10	88	85	7744	7225	7480
11	86	86	7396	7396	7396
12	88	93	7744	8649	8184
13	81	83	6561	6889	6723
14	95	93	9025	8649	8835
15	81	85	6561	7225	6885
16	75	78	5625	6084	5850
17	80	80	6400	6400	6400
18	76	76	5776	5776	5776
19	87	87	7569	7569	7569
20	72	82	5184	6724	5904
21	72	85	5184	7225	6120
22	80	75	6400	5625	6000
23	89	81	7921	6561	7209
24	78	76	6084	5776	5928
25	66	75	4356	5625	4950
26	56	69	3136	4761	3864
27	66	65	4356	4225	4290
28	81	87	6561	7569	7047
29	79	78	6241	6084	6162
30	64	74	4096	5476	4736
31	80	78	6400	6084	6240
32	71	75	5041	5625	5325
33	92	90	8464	8100	8280
34	80	82	6400	6724	6560
35	87	85	7569	7225	7395
36	80	78	6400	6084	6240
37	87	76	7569	5776	6612
38	72	76	5184	5776	5472
39	73	73	5329	5329	5329
40	65	76	4225	5776	4940
41	86	83	7396	6889	7138
42	82	83	6724	6889	6806
43	87	86	7569	7396	7482

44	90	85	8100	7225	7650
45	69	73	4761	5329	5037
46	72	77	5184	5929	5544
47	63	67	3969	4489	4221
48	75	75	5625	5625	5625
49	73	73	5329	5329	5329
50	86	83	7396	6889	7138
51	80	79	6400	6241	6320
52	75	78	5625	6084	5850
53	72	73	5184	5329	5256
54	61	65	3721	4225	3965
55	72	74	5184	5476	5328
56	72	74	5184	5476	5328
57	77	82	5929	6724	6314
58	74	76	5476	5776	5624
59	71	76	5041	5776	5396
60	75	78	5625	6084	5850
61	77	79	5929	6241	6083
62	93	88	8649	7744	8184
63	69	67	4761	4489	4623
64	65	74	4225	5476	4810
65	71	72	5041	5184	5112
66	79	87	6241	7569	6873
67	79	79	6241	6241	6241
68	73	77	5329	5929	5621
69	67	76	4489	5776	5092
70	86	84	7396	7056	7224
71	61	74	3721	5476	4514
72	82	86	6724	7396	7052
73	94	89	8836	7921	8366
74	95	91	9025	8281	8645
75	89	91	7921	8281	8099
76	77	78	5929	6084	6006
77	83	83	6889	6889	6889
78	89	93	7921	8649	8277
79	93	88	8649	7744	8184
80	83	82	6889	6724	6806
81	62	75	3844	5625	4650
82	71	78	5041	6084	5538
83	67	79	4489	6241	5293
84	78	87	6084	7569	6786
85	74	80	5476	6400	5920
86	76	80	5776	6400	6080
87	75	75	5625	5625	5625
88	90	93	8100	8649	8370
89	70	79	4900	6241	5530
90	56	65	3136	4225	3640
91	55	67	3025	4489	3685

92	72	79	5184	6241	5688
93	70	70	4900	4900	4900
94	76	84	5776	7056	6384
95	76	77	5776	5929	5852
96	48	59	2304	3481	2832
97	62	75	3844	5625	4650
98	74	75	5476	5625	5550
99	55	66	3025	4356	3630
100	52	57	2704	3249	2964
101	77	85	5929	7225	6545
102	77	83	5929	6889	6391
103	83	79	6889	6241	6557
104	75	75	5625	5625	5625
105	84	87	7056	7569	7308
106	84	90	7056	8100	7560
107	52	65	2704	4225	3380
108	84	82	7056	6724	6888
109	77	82	5929	6724	6314
110	84	90	7056	8100	7560
111	84	90	7056	8100	7560
112	85	87	7225	7569	7395
113	70	71	4900	5041	4970
114	85	87	7225	7569	7395
115	71	81	5041	6561	5751
116	70	74	4900	5476	5180
117	67	72	4489	5184	4824
118	68	74	4624	5476	5032
119	67	72	4489	5184	4824
120	68	72	4624	5184	4896
121	62	78	3844	6084	4836
122	72	83	5184	6889	5976
123	71	76	5041	5776	5396
124	70	71	4900	5041	4970
125	72	78	5184	6084	5616
126	70	70	4900	4900	4900
127	71	76	5041	5776	5396
128	70	75	4900	5625	5250
129	70	70	4900	4900	4900
130	68	72	4624	5184	4896
131	68	74	4624	5476	5032
132	70	74	4900	5476	5180
<b>Σ</b>	<b>9887</b>	<b>10313</b>	<b>753257</b>	<b>813121</b>	<b>780893</b>

**PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI LINIER SEDERHANA**

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$\begin{aligned} n &= 132 \\ \Sigma XY &= 780893 & \Sigma X^2 &= 753257 \\ \Sigma X &= 9887 & \Sigma Y^2 &= 813121.00 \\ \Sigma Y &= 10313.00 \end{aligned}$$

$$\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{10313}{132} = 78.129$$

$$\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} = \frac{9887}{132} = 74.902$$

$$\begin{aligned} \Sigma xy &= \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n} \\ &= 780893 - \frac{101964631}{132} \\ &= 8433.674 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \Sigma x^2 &= \Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n} \\ &= 753257 - \frac{97752769}{132} \\ &= 12705.720 \end{aligned}$$

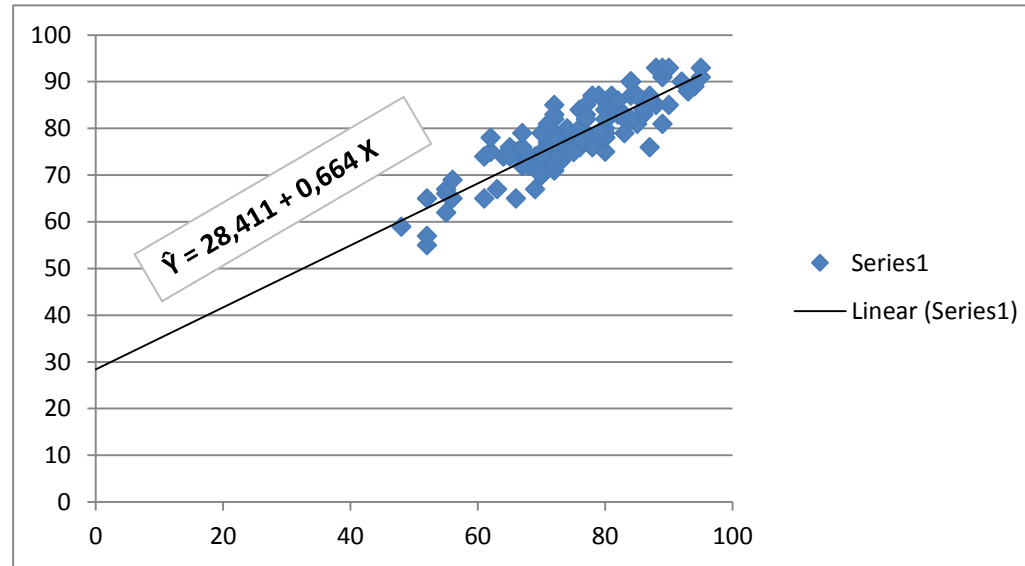
$$\begin{aligned} \Sigma y^2 &= \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= 813121 - \frac{106357969}{132} \\ &= 7378.811 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} b &= \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2} \\ &= \frac{8433.674}{12705.720} = 0.664 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} a &= Y - bX \\ &= 78.129 - 0.6638 \times 74.902 \\ &= 28.411 \end{aligned}$$

Jadi Persamaan Regresi adalah  $\hat{Y} = 28.411 + 0.664 X$

LAMPIRAN 31



## LAMPIRAN 32

Tabel Untuk menghitung  $\hat{Y} = a + bX$ 

n	X	$\hat{Y} = 28,411 + 0,664 X$	$\hat{Y}$
1	76	28.411 + 0.66 . 76	78.858
2	48	28.411 + 0.66 . 48	60.272
3	72	28.411 + 0.66 . 72	76.203
4	90	28.411 + 0.66 . 90	88.151
5	55	28.411 + 0.66 . 55	64.919
6	87	28.411 + 0.66 . 87	86.159
7	65	28.411 + 0.66 . 65	71.556
8	76	28.411 + 0.66 . 76	78.858
9	76	28.411 + 0.66 . 76	78.858
10	78	28.411 + 0.66 . 78	80.185
11	61	28.411 + 0.66 . 61	68.901
12	83	28.411 + 0.66 . 83	83.504
13	62	28.411 + 0.66 . 62	69.565
14	78	28.411 + 0.66 . 78	80.185
15	56	28.411 + 0.66 . 56	65.583
16	67	28.411 + 0.66 . 67	72.884
17	86	28.411 + 0.66 . 86	85.496
18	82	28.411 + 0.66 . 82	82.841
19	71	28.411 + 0.66 . 71	75.539
20	67	28.411 + 0.66 . 67	72.884
21	56	28.411 + 0.66 . 56	65.583
22	74	28.411 + 0.66 . 74	77.530
23	77	28.411 + 0.66 . 77	79.522
24	66	28.411 + 0.66 . 66	72.220
25	79	28.411 + 0.66 . 79	80.849
26	80	28.411 + 0.66 . 80	81.513
27	73	28.411 + 0.66 . 73	76.867
28	87	28.411 + 0.66 . 87	86.159
29	72	28.411 + 0.66 . 72	76.203
30	74	28.411 + 0.66 . 74	77.530
31	69	28.411 + 0.66 . 69	74.212
32	94	28.411 + 0.66 . 94	90.806
33	74	28.411 + 0.66 . 74	77.530
34	69	28.411 + 0.66 . 69	74.212
35	86	28.411 + 0.66 . 86	85.496
36	77	28.411 + 0.66 . 77	79.522
37	95	28.411 + 0.66 . 95	91.470
38	77	28.411 + 0.66 . 77	79.522
39	55	28.411 + 0.66 . 55	64.919
40	92	28.411 + 0.66 . 92	89.478
41	69	28.411 + 0.66 . 69	74.212
42	75	28.411 + 0.66 . 75	78.194
43	71	28.411 + 0.66 . 71	75.539
44	93	28.411 + 0.66 . 93	90.142



<b>45</b>	52	28.411 + 0.66 . 52	62.927
<b>46</b>	71	28.411 + 0.66 . 71	75.539
<b>47</b>	65	28.411 + 0.66 . 65	71.556
<b>48</b>	80	28.411 + 0.66 . 80	81.513
<b>49</b>	89	28.411 + 0.66 . 89	87.487
<b>50</b>	70	28.411 + 0.66 . 70	74.875
<b>51</b>	72	28.411 + 0.66 . 72	76.203
<b>52</b>	86	28.411 + 0.66 . 86	85.496
<b>53</b>	72	28.411 + 0.66 . 72	76.203
<b>54</b>	55	28.411 + 0.66 . 55	64.919
<b>55</b>	75	28.411 + 0.66 . 75	78.194
<b>56</b>	72	28.411 + 0.66 . 72	76.203
<b>57</b>	80	28.411 + 0.66 . 80	81.513
<b>58</b>	87	28.411 + 0.66 . 87	86.159
<b>59</b>	82	28.411 + 0.66 . 82	82.841
<b>60</b>	63	28.411 + 0.66 . 63	70.229
<b>61</b>	77	28.411 + 0.66 . 77	79.522
<b>62</b>	75	28.411 + 0.66 . 75	78.194
<b>63</b>	73	28.411 + 0.66 . 73	76.867
<b>64</b>	95	28.411 + 0.66 . 95	91.470
<b>65</b>	81	28.411 + 0.66 . 81	82.177
<b>66</b>	76	28.411 + 0.66 . 76	78.858
<b>67</b>	78	28.411 + 0.66 . 78	80.185
<b>68</b>	71	28.411 + 0.66 . 71	75.539
<b>69</b>	88	28.411 + 0.66 . 88	86.823
<b>70</b>	80	28.411 + 0.66 . 80	81.513
<b>71</b>	87	28.411 + 0.66 . 87	86.159
<b>72</b>	79	28.411 + 0.66 . 79	80.849
<b>73</b>	76	28.411 + 0.66 . 76	78.858
<b>74</b>	70	28.411 + 0.66 . 70	74.875
<b>75</b>	62	28.411 + 0.66 . 62	69.565
<b>76</b>	52	28.411 + 0.66 . 52	62.927
<b>77</b>	83	28.411 + 0.66 . 83	83.504
<b>78</b>	84	28.411 + 0.66 . 84	84.168
<b>79</b>	81	28.411 + 0.66 . 81	82.177
<b>80</b>	66	28.411 + 0.66 . 66	72.220
<b>81</b>	81	28.411 + 0.66 . 81	82.177
<b>82</b>	64	28.411 + 0.66 . 64	70.893
<b>83</b>	86	28.411 + 0.66 . 86	85.496
<b>84</b>	72	28.411 + 0.66 . 72	76.203
<b>85</b>	89	28.411 + 0.66 . 89	87.487
<b>86</b>	93	28.411 + 0.66 . 93	90.142
<b>87</b>	77	28.411 + 0.66 . 77	79.522
<b>88</b>	88	28.411 + 0.66 . 88	86.823
<b>89</b>	90	28.411 + 0.66 . 90	88.151
<b>90</b>	80	28.411 + 0.66 . 80	81.513
<b>91</b>	79	28.411 + 0.66 . 79	80.849
<b>92</b>	71	28.411 + 0.66 . 71	75.539

<b>93</b>	83	28.411 + 0.66 . 83	83.504
<b>94</b>	85	28.411 + 0.66 . 85	84.832
<b>95</b>	73	28.411 + 0.66 . 73	76.867
<b>96</b>	72	28.411 + 0.66 . 72	76.203
<b>97</b>	75	28.411 + 0.66 . 75	78.194
<b>98</b>	89	28.411 + 0.66 . 89	87.487
<b>99</b>	80	28.411 + 0.66 . 80	81.513
<b>100</b>	75	28.411 + 0.66 . 75	78.194
<b>101</b>	72	28.411 + 0.66 . 72	76.203
<b>102</b>	80	28.411 + 0.66 . 80	81.513
<b>103</b>	75	28.411 + 0.66 . 75	78.194
<b>104</b>	72	28.411 + 0.66 . 72	76.203
<b>105</b>	61	28.411 + 0.66 . 61	68.901
<b>106</b>	72	28.411 + 0.66 . 72	76.203
<b>107</b>	72	28.411 + 0.66 . 72	76.203
<b>108</b>	77	28.411 + 0.66 . 77	79.522
<b>109</b>	74	28.411 + 0.66 . 74	77.530
<b>110</b>	71	28.411 + 0.66 . 71	75.539
<b>111</b>	75	28.41142 + 0.66 . 75	78.194
<b>112</b>	77	28.41142 + 0.66 . 77	79.522
<b>113</b>	93	28.41142 + 0.66 . 93	90.142
<b>114</b>	69	28.41142 + 0.66 . 69	74.212
<b>115</b>	65	28.41142 + 0.66 . 65	71.556
<b>116</b>	71	28.41142 + 0.66 . 71	75.539
<b>117</b>	79	28.41142 + 0.66 . 79	80.849
<b>118</b>	79	28.41142 + 0.66 . 79	80.849
<b>119</b>	73	28.41142 + 0.66 . 73	76.867
<b>120</b>	67	28.41142 + 0.66 . 67	72.884
<b>121</b>	86	28.41142 + 0.66 . 86	85.496
<b>122</b>	61	28.41142 + 0.66 . 61	68.901
<b>123</b>	82	28.41142 + 0.66 . 82	82.841
<b>124</b>	94	28.41142 + 0.66 . 94	90.806
<b>125</b>	95	28.41142 + 0.66 . 95	91.470
<b>126</b>	89	28.41142 + 0.66 . 89	87.487
<b>127</b>	77	28.41142 + 0.66 . 77	79.522
<b>128</b>	83	28.41142 + 0.66 . 83	83.504
<b>129</b>	89	28.41142 + 0.66 . 89	87.487
<b>130</b>	93	28.41142 + 0.66 . 93	90.142
<b>131</b>	83	28.41142 + 0.66 . 83	83.504
<b>132</b>	62	28.41142 + 0.66 . 62	69.565

## LANGKAH PERHITUNGAN UJI NORMALITAS GALAT TAKSIRAN REGRESI Y ATAS X1

Disertai contoh perhitungan untuk no. 1 (pada tabel normalitas)

1. kolom  $Y - \hat{Y}$

data diurutkan dari data yang terkecil sampai yang terbesar

2. kolom  $(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$   
mengikuti kolom  $Y - \hat{Y}$

3. kolom  $Z_i$

$$Z_i = \frac{\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}}{S} = \frac{-10.159}{3.69} = -2.76$$

4. Kolom  $Z_t$

Dari kolom  $Z_i$  kemudian dikonsultasikan tabel distribusi Z

Contoh:  $Z = -2.76$

Pada sumbu menurun cari angka 2,1; lalu pada sumbu mendatar angka 9

Maka diperoleh nilai  $Z_t = 0.4922$

5. Kolom  $F(z_i)$

Jika  $Z_i$  negatif, maka  $F(z_i) = 0,5 - Z_t$

Jika  $Z_i$  positif, maka  $F(z_i) = 0,5 + Z_t$

$$\begin{aligned} Z_i &= -2.76 & \text{Maka } F(z_i) &= 0.5 - 0.4922 \\ & & &= 0.0078 \end{aligned}$$

6. Kolom  $S(z_i)$

$$\frac{\text{Nomor}}{\text{Jumlah Responden}} = \frac{1}{132} = 0.0076$$

7. Kolom  $IF(z_i) - S(z_i)I$

$$\text{nilai mutlak antara } F(z_i) - S(z_i)I = 0.0078 - 0.00758 = 0.0002$$

LAMPIRAN 34

TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU  
REGRESI  $\hat{Y} = 28,411 + 0,664 X$

No.	X	Y	$\hat{Y}$	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \bar{\hat{Y}})$	$[(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \bar{\hat{Y}})]^2$
1	48	59.00	60.272	-1.272	-1.272	1.6189
2	52	55.00	62.927	-7.927	-7.927	62.8445
3	52	57.00	62.927	-5.927	-5.927	35.1347
4	52	65.00	62.927	2.073	2.073	4.2955
5	55	66.00	64.919	1.081	1.081	1.1691
6	55	62.00	64.919	-2.919	-2.919	8.5192
7	55	67.00	64.919	2.081	2.081	4.3316
8	56	65.00	65.583	-0.583	-0.583	0.3393
9	56	69.00	65.583	3.417	3.417	11.6791
10	61	65.00	68.901	-3.901	-3.901	15.2208
11	61	74.00	68.901	5.099	5.099	25.9959
12	62	75.00	69.565	5.435	5.435	29.5376
13	62	75.00	69.565	5.435	5.435	29.5376
14	62	78.00	69.565	8.435	8.435	71.1467
15	63	67.00	70.229	-3.229	-3.229	10.4259
16	64	74.00	70.893	3.107	3.107	9.6554
17	65	76.00	71.556	4.444	4.444	19.7450
18	65	74.00	71.556	2.444	2.444	5.9709
19	66	75.00	72.220	2.780	2.780	7.7271
20	66	65.00	72.220	-7.220	-7.220	52.1317
21	67	72.00	72.884	-0.884	-0.884	0.7815
22	67	76.00	72.884	3.116	3.116	9.7095
23	67	79.00	72.884	6.116	6.116	37.4055
24	67	72.00	72.884	-0.884	-0.884	0.7815
25	68	74.00	73.548	0.452	0.452	0.2045
26	68	72.00	73.548	-1.548	-1.548	2.3956
27	68	72.00	73.548	-1.548	-1.548	2.3956
28	68	74.00	73.548	0.452	0.452	0.2045
29	69	74.00	74.212	-0.212	-0.212	0.0447
30	69	73.00	74.212	-1.212	-1.212	1.4678
31	69	67.00	74.212	-7.212	-7.212	52.0063
32	70	79.00	74.875	4.125	4.125	17.0131
33	70	70.00	74.875	-4.875	-4.875	23.7686
34	70	71.00	74.875	-3.875	-3.875	15.0180
35	70	74.00	74.875	-0.875	-0.875	0.7662
36	70	71.00	74.875	-3.875	-3.875	15.0180
37	70	70.00	74.875	-4.875	-4.875	23.7686
38	70	75.00	74.875	0.125	0.125	0.0155
39	70	70.00	74.875	-4.875	-4.875	23.7686
40	70	74.00	74.875	-0.875	-0.875	0.7662
41	71	77.00	75.539	1.461	1.461	2.1343
42	71	75.00	75.539	-0.539	-0.539	0.2906
43	71	76.00	75.539	0.461	0.461	0.2124
44	71	72.00	75.539	-3.539	-3.539	12.5251
45	71	78.00	75.539	2.461	2.461	6.0561

46	71	81.00	75.539	5.461	5.461	29.8217
47	71	76.00	75.539	0.461	0.461	0.2124
48	71	76.00	75.539	0.461	0.461	0.2124
49	72	71.00	76.203	-5.203	-5.203	27.0696
50	72	82.00	76.203	5.797	5.797	33.6070
51	72	85.00	76.203	8.797	8.797	77.3899
52	72	76.00	76.203	-0.203	-0.203	0.0411
53	72	77.00	76.203	0.797	0.797	0.6354
54	72	73.00	76.203	-3.203	-3.203	10.2582
55	72	74.00	76.203	-2.203	-2.203	4.8525
56	72	74.00	76.203	-2.203	-2.203	4.8525
57	72	79.00	76.203	2.797	2.797	7.8241
58	72	83.00	76.203	6.797	6.797	46.2013
59	72	78.00	76.203	1.797	1.797	3.2298
60	73	73.00	76.867	-3.867	-3.867	14.9507
61	73	73.00	76.867	-3.867	-3.867	14.9507
62	73	77.00	76.867	0.133	0.133	0.0178
63	74	76.00	77.530	-1.530	-1.530	2.3421
64	74	80.00	77.530	2.470	2.470	6.0990
65	74	75.00	77.530	-2.530	-2.530	6.4029
66	75	78.00	78.194	-0.194	-0.194	0.0377
67	75	75.00	78.194	-3.194	-3.194	10.2027
68	75	78.00	78.194	-0.194	-0.194	0.0377
69	75	78.00	78.194	-0.194	-0.194	0.0377
70	75	75.00	78.194	-3.194	-3.194	10.2027
71	75	75.00	78.194	-3.194	-3.194	10.2027
72	76	76.00	78.858	-2.858	-2.858	8.1678
73	76	76.00	78.858	-2.858	-2.858	8.1678
74	76	80.00	78.858	1.142	1.142	1.3043
75	76	84.00	78.858	5.142	5.142	26.4409
76	76	77.00	78.858	-1.858	-1.858	3.4519
77	77	82.00	79.522	2.478	2.478	6.1420
78	77	79.00	79.522	-0.522	-0.522	0.2722
79	77	78.00	79.522	-1.522	-1.522	2.3156
80	77	85.00	79.522	5.478	5.478	30.0118
81	77	83.00	79.522	3.478	3.478	12.0986
82	77	82.00	79.522	2.478	2.478	6.1420
83	78	78.00	80.185	-2.185	-2.185	4.7763
84	78	76.00	80.185	-4.185	-4.185	17.5181
85	78	87.00	80.185	6.815	6.815	46.4378
86	79	78.00	80.849	-2.849	-2.849	8.1182
87	79	87.00	80.849	6.151	6.151	37.8319
88	79	79.00	80.849	-1.849	-1.849	3.4197
89	80	84.00	81.513	2.487	2.487	6.1851
90	80	80.00	81.513	-1.513	-1.513	2.2892
91	80	75.00	81.513	-6.513	-6.513	42.4193
92	80	78.00	81.513	-3.513	-3.513	12.3412
93	80	82.00	81.513	0.487	0.487	0.2372
94	80	78.00	81.513	-3.513	-3.513	12.3412
95	80	79.00	81.513	-2.513	-2.513	6.3152

96	81	83.00	82.177	0.823	0.823	0.6777
97	81	85.00	82.177	2.823	2.823	7.9706
98	81	87.00	82.177	4.823	4.823	23.2635
99	82	83.00	82.841	0.159	0.159	0.0254
100	82	86.00	82.841	3.159	3.159	9.9821
101	83	83.00	83.504	-0.504	-0.504	0.2543
102	83	82.00	83.504	-1.504	-1.504	2.2630
103	83	79.00	83.504	-4.504	-4.504	20.2889
104	84	87.00	84.168	2.832	2.832	8.0197
105	84	90.00	84.168	5.832	5.832	34.0112
106	84	82.00	84.168	-2.168	-2.168	4.7006
107	84	90.00	84.168	5.832	5.832	34.0112
108	84	90.00	84.168	5.832	5.832	34.0112
109	85	87.00	84.832	2.168	2.168	4.7008
110	85	87.00	84.832	2.168	2.168	4.7008
111	85	81.00	84.832	-3.832	-3.832	14.6831
112	86	86.00	85.496	0.504	0.504	0.2544
113	86	84.00	85.496	-1.496	-1.496	2.2369
114	87	85.00	86.159	-1.159	-1.159	1.3442
115	87	76.00	86.159	-10.159	-10.159	103.2134
116	87	86.00	86.159	-0.159	-0.159	0.0254
117	86	83.00	85.496	-2.496	-2.496	6.2282
118	86	83.00	85.496	-2.496	-2.496	6.2282
119	87	87.00	86.159	0.841	0.841	0.7066
120	88	85.00	86.823	-1.823	-1.823	3.3239
121	88	93.00	86.823	6.177	6.177	38.1533
122	89	81.00	87.487	-6.487	-6.487	42.0804
123	89	91.00	87.487	3.513	3.513	12.3416
124	89	93.00	87.487	5.513	5.513	30.3939
125	90	93.00	88.151	4.849	4.849	23.5156
126	90	85.00	88.151	-3.151	-3.151	9.9270
127	92	90.00	89.478	0.522	0.522	0.2722
128	93	88.00	90.142	-2.142	-2.142	4.5882
129	93	88.00	90.142	-2.142	-2.142	4.5882
130	94	89.00	90.806	-1.806	-1.806	3.2609
131	95	91.00	91.470	-0.470	-0.470	0.2205
132	95	93.00	91.470	1.530	1.530	2.3423
<b>Σ</b>	<b>9887</b>	<b>10313</b>	<b>10313.000</b>	<b>0.000</b>		<b>1780.7915</b>

**LAMPIRAN 35****PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIAN, SIMPANGAN BAKU  
REGRESI  $\hat{Y} = 28,411 + 0,664 X$** 

$$\begin{aligned} 1. \text{ Rata-rata} &= \overline{Y - \hat{Y}} = \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})}{n} \\ &= \frac{0.000}{132} \\ &= 0.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 2. \text{ Varians} \quad S^2 &= \frac{\Sigma\{(Y - \hat{Y}) - (\overline{Y - \hat{Y}})\}^2}{n - 1} \\ &= \frac{1780.79}{131} \\ &= 13.59 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 3. \text{ Simpangan Baku} &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{13.59} \\ &= 3.69 \end{aligned}$$

LAMPIRAN 36

PERHITUNGAN NORMALITAS GALAT TAKSIRAN REGRESI Y ATAS X1

$$\hat{Y} = 28,411 + 0,664 X$$

No.	(Y - $\hat{Y}$ )	(Y - $\hat{Y}$ ) - $\overline{(Y - \hat{Y})}$	Zi	Zt	F(zi)	S(zi)	F(zi) - S(zi)
1	-10.159	-10.159	-2.76	0.4922	0.0078	0.0076	0.0002
2	-7.927	-7.927	-2.15	0.4798	0.0202	0.0152	0.0050
3	-7.220	-7.220	-1.96	0.4772	0.0228	0.0227	0.0001
4	-7.212	-7.212	-1.96	0.4699	0.0301	0.0303	0.0002
5	-6.513	-6.513	-1.77	0.4545	0.0455	0.0379	0.0076
6	-6.487	-6.487	-1.76	0.4357	0.0643	0.0455	0.0188
7	-5.927	-5.927	-1.61	0.4236	0.0764	0.0530	0.0234
8	-5.203	-5.203	-1.41	0.4131	0.0869	0.0606	0.0263
9	-4.875	-4.875	-1.32	0.4115	0.0885	0.0682	0.0203
10	-4.875	-4.875	-1.32	0.398	0.1020	0.0758	0.0262
11	-4.875	-4.875	-1.32	0.398	0.1020	0.0833	0.0187
12	-4.504	-4.504	-1.22	0.398	0.1020	0.0909	0.0111
13	-4.185	-4.185	-1.14	0.3907	0.1093	0.0985	0.0108
14	-3.901	-3.901	-1.06	0.3907	0.1093	0.1061	0.0032
15	-3.875	-3.875	-1.05	0.379	0.1210	0.1136	0.0074
16	-3.875	-3.875	-1.05	0.3643	0.1357	0.1212	0.0145
17	-3.867	-3.867	-1.05	0.3643	0.1357	0.1288	0.0069
18	-3.867	-3.867	-1.05	0.3461	0.1539	0.1364	0.0175
19	-3.832	-3.832	-1.04	0.3438	0.1562	0.1439	0.0123
20	-3.539	-3.539	-0.96	0.3413	0.1587	0.1515	0.0072
21	-3.513	-3.513	-0.95	0.3413	0.1587	0.1591	0.0004
22	-3.513	-3.513	-0.95	0.3365	0.1635	0.1667	0.0032
23	-3.229	-3.229	-0.88	0.3365	0.1635	0.1742	0.0107
24	-3.203	-3.203	-0.87	0.3365	0.1635	0.1818	0.0183
25	-3.194	-3.194	-0.87	0.334	0.1660	0.1894	0.0234
26	-3.194	-3.194	-0.87	0.3289	0.1711	0.1970	0.0259
27	-3.194	-3.194	-0.87	0.3264	0.1736	0.2045	0.0309
28	-3.151	-3.151	-0.85	0.3238	0.1762	0.2121	0.0359
29	-2.919	-2.919	-0.79	0.3212	0.1788	0.2197	0.0409
30	-2.858	-2.858	-0.78	0.3212	0.1788	0.2273	0.0485
31	-2.858	-2.858	-0.78	0.3106	0.1894	0.2348	0.0454
32	-2.849	-2.849	-0.77	0.2967	0.2033	0.2424	0.0391
33	-2.530	-2.530	-0.69	0.291	0.2090	0.2500	0.0410
34	-2.513	-2.513	-0.68	0.2881	0.2119	0.2576	0.0457
35	-2.496	-2.496	-0.68	0.2764	0.2236	0.2652	0.0416
36	-2.496	-2.496	-0.68	0.2704	0.2296	0.2727	0.0431
37	-2.203	-2.203	-0.60	0.2642	0.2358	0.2803	0.0445
38	-2.203	-2.203	-0.60	0.2518	0.2482	0.2879	0.0397
39	-2.185	-2.185	-0.59	0.2389	0.2611	0.2955	0.0344
40	-2.168	-2.168	-0.59	0.2291	0.2709	0.3030	0.0321
41	-2.142	-2.142	-0.58	0.2291	0.2709	0.3106	0.0397
42	-2.142	-2.142	-0.58	0.2258	0.2742	0.3182	0.0440



43	-1.858	-1.858	-0.50	0.219	0.2810	0.3258	0.0448
44	-1.849	-1.849	-0.50	0.1915	0.3085	0.3333	0.0248
45	-1.823	-1.823	-0.49	0.1879	0.3121	0.3409	0.0288
46	-1.806	-1.806	-0.49	0.1772	0.3228	0.3485	0.0257
47	-1.548	-1.548	-0.42	0.1368	0.3632	0.3561	0.0071
48	-1.548	-1.548	-0.42	0.1368	0.3632	0.3636	0.0004
49	-1.530	-1.530	-0.42	0.1331	0.3669	0.3712	0.0043
50	-1.522	-1.522	-0.41	0.1217	0.3783	0.3788	0.0005
51	-1.513	-1.513	-0.41	0.1179	0.3821	0.3864	0.0043
52	-1.504	-1.504	-0.41	0.1179	0.3821	0.3939	0.0118
53	-1.496	-1.496	-0.41	0.1179	0.3821	0.4015	0.0194
54	-1.272	-1.272	-0.35	0.1026	0.3974	0.4091	0.0117
55	-1.212	-1.212	-0.33	0.0948	0.4052	0.4167	0.0115
56	-1.159	-1.159	-0.31	0.0793	0.4207	0.4242	0.0035
57	-0.884	-0.884	-0.24	0.0793	0.4207	0.4318	0.0111
58	-0.884	-0.884	-0.24	0.0714	0.4286	0.4394	0.0108
59	-0.875	-0.875	-0.24	0.0714	0.4286	0.4470	0.0184
60	-0.875	-0.875	-0.24	0.0675	0.4325	0.4545	0.0220
61	-0.583	-0.583	-0.16	0.0636	0.4364	0.4621	0.0257
62	-0.539	-0.539	-0.15	0.0636	0.4364	0.4697	0.0333
63	-0.522	-0.522	-0.14	0.0636	0.4364	0.4773	0.0409
64	-0.504	-0.504	-0.14	0.0596	0.4404	0.4848	0.0444
65	-0.470	-0.470	-0.13	0.0517	0.4483	0.4924	0.0441
66	-0.212	-0.212	-0.06	0.0478	0.4522	0.5000	0.0478
67	-0.203	-0.203	-0.06	0.0319	0.4681	0.5076	0.0395
68	-0.194	-0.194	-0.05	0.0279	0.4721	0.5152	0.0431
69	-0.194	-0.194	-0.05	0.0279	0.4721	0.5227	0.0506
70	-0.194	-0.194	-0.05	0.0279	0.4721	0.5303	0.0582
71	-0.159	-0.159	-0.04	0.0239	0.4761	0.5379	0.0618
72	0.125	0.125	0.03	0.004	0.5040	0.5455	0.0415
73	0.133	0.133	0.04	0	0.5000	0.5530	0.0530
74	0.159	0.159	0.04	0.016	0.5160	0.5606	0.0446
75	0.452	0.452	0.12	0.0199	0.5199	0.5682	0.0483
76	0.452	0.452	0.12	0.0398	0.5398	0.5758	0.0360
77	0.461	0.461	0.13	0.0596	0.5596	0.5833	0.0237
78	0.461	0.461	0.13	0.0596	0.5596	0.5909	0.0313
79	0.461	0.461	0.13	0.0596	0.5596	0.5985	0.0389
80	0.487	0.487	0.13	0.0636	0.5636	0.6061	0.0425
81	0.504	0.504	0.14	0.0714	0.5714	0.6136	0.0422
82	0.522	0.522	0.14	0.0753	0.5753	0.6212	0.0459
83	0.797	0.797	0.22	0.0832	0.5832	0.6288	0.0456
84	0.823	0.823	0.22	0.0987	0.5987	0.6364	0.0377
85	0.841	0.841	0.23	0.0987	0.5987	0.6439	0.0452
86	1.081	1.081	0.29	0.1255	0.6255	0.6515	0.0260
87	1.142	1.142	0.31	0.1331	0.6331	0.6591	0.0260
88	1.461	1.461	0.40	0.1628	0.6628	0.6667	0.0039
89	1.530	1.530	0.42	0.1664	0.6664	0.6742	0.0078
90	1.797	1.797	0.49	0.1664	0.6664	0.6818	0.0154

91	2.073	2.073	0.56	0.1808	0.6808	0.6894	0.0086
92	2.081	2.081	0.56	0.1879	0.6879	0.6970	0.0091
93	2.168	2.168	0.59	0.195	0.6950	0.7045	0.0095
94	2.168	2.168	0.59	0.195	0.6950	0.7121	0.0171
95	2.444	2.444	0.66	0.2019	0.7019	0.7197	0.0178
96	2.461	2.461	0.67	0.2291	0.7291	0.7273	0.0018
97	2.470	2.470	0.67	0.2518	0.7518	0.7348	0.0170
98	2.478	2.478	0.67	0.2518	0.7518	0.7424	0.0094
99	2.478	2.478	0.67	0.258	0.7580	0.7500	0.0080
100	2.487	2.487	0.67	0.2704	0.7704	0.7576	0.0128
101	2.780	2.780	0.75	0.2734	0.7734	0.7652	0.0082
102	2.797	2.797	0.76	0.2764	0.7764	0.7727	0.0037
103	2.823	2.823	0.77	0.2823	0.7823	0.7803	0.0020
104	2.832	2.832	0.77	0.2881	0.7881	0.7879	0.0002
105	3.107	3.107	0.84	0.3023	0.8023	0.7955	0.0068
106	3.116	3.116	0.85	0.3461	0.8461	0.8030	0.0431
107	3.159	3.159	0.86	0.3461	0.8461	0.8106	0.0355
108	3.417	3.417	0.93	0.3461	0.8461	0.8182	0.0279
109	3.478	3.478	0.94	0.3461	0.8461	0.8258	0.0203
110	3.513	3.513	0.95	0.3508	0.8508	0.8333	0.0175
111	4.125	4.125	1.12	0.3665	0.8665	0.8409	0.0256
112	4.444	4.444	1.21	0.383	0.8830	0.8485	0.0345
113	4.823	4.823	1.31	0.3888	0.8888	0.8561	0.0327
114	4.849	4.849	1.32	0.3907	0.8907	0.8636	0.0271
115	5.099	5.099	1.38	0.398	0.8980	0.8712	0.0268
116	5.142	5.142	1.39	0.4082	0.9082	0.8788	0.0294
117	5.435	5.435	1.47	0.4162	0.9162	0.8864	0.0298
118	5.435	5.435	1.47	0.4162	0.9162	0.8939	0.0223
119	5.461	5.461	1.48	0.4265	0.9265	0.9015	0.0250
120	5.478	5.478	1.49	0.4357	0.9357	0.9091	0.0266
121	5.513	5.513	1.50	0.4429	0.9429	0.9167	0.0262
122	5.797	5.797	1.57	0.4441	0.9441	0.9242	0.0199
123	5.832	5.832	1.58	0.4441	0.9441	0.9318	0.0123
124	5.832	5.832	1.58	0.4441	0.9441	0.9394	0.0047
125	5.832	5.832	1.58	0.4474	0.9474	0.9470	0.0004
126	6.116	6.116	1.66	0.4515	0.9515	0.9545	0.0030
127	6.151	6.151	1.67	0.4671	0.9671	0.9621	0.0050
128	6.177	6.177	1.68	0.4671	0.9671	0.9697	0.0026
129	6.797	6.797	1.84	0.4671	0.9671	0.9773	0.0102
130	6.815	6.815	1.85	0.4688	0.9688	0.9848	0.0160
131	8.435	8.435	2.29	0.4861	0.9861	0.9924	0.0063
132	8.797	8.797	2.39	0.4918	0.9918	1.0000	0.0082

Dari perhitungan, di dapat nilai  $L_{Hitung}$  terbesar = 0.0618 ,  $L_{Tabel}$  untuk  $n = 132$  dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,077116.  $L_{Hitung} < L_{Tabel}$ . Dengan demikian dapat disimpulkan data berdistribusi normal

## LAMPIRAN 37

### PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN REGRESI

1. Mencari jumlah kuadrat total JK (T)  
$$\begin{aligned} \text{JK (T)} &= \Sigma Y^2 \\ &= 813121 \end{aligned}$$
2. Mencari jumlah kuadrat regresi a JK (a)  
$$\begin{aligned} \text{JK (a)} &= \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= 805742 \end{aligned}$$
3. Mencari jumlah kuadrat regresi b JK (b/a)  
$$\begin{aligned} \text{JK (b/a)} &= b \cdot \Sigma xy \\ &= 0.66 \quad \times \quad 8433.674 \\ &= 5598.019 \end{aligned}$$
4. Mencari jumlah kuadrat residu JK (res)  
$$\begin{aligned} \text{JK (res)} &= \text{JK (T)} - \text{JK (a)} - \text{JK (b/a)} \\ &= 813121 \quad - \quad 805742 \quad - \quad 5598.019 \\ &= 8780.792 \end{aligned}$$
5. Mencari derajat kebebasan  
$$\begin{aligned} \text{dk (T)} &= n = 132 \\ \text{dk (a)} &= 1 \\ \text{dk (b/a)} &= 1 \\ \text{dk (res)} &= n-2 = 130 \end{aligned}$$
6. Mencari rata-rata jumlah kuadrat  
$$\begin{aligned} \text{RJK (b/a)} &= \frac{\text{JK (b/a)}}{\text{dk (b/a)}} = \frac{5598.019}{1} = 5598.019 \\ \text{RJK (res)} &= \frac{\text{JK (res)}}{\text{dk (res)}} = \frac{8780.792}{130} = 67.545 \end{aligned}$$
7. Kriteria pengujian  
Tolak  $H_0$  jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{Tabel}}$ , maka regresi berarti  
Terima  $H_0$  jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{Tabel}}$ , maka regresi tidak berarti
8. Pengujian  
$$F_{\text{hitung}} = \frac{\text{RJK (b/a)}}{\text{RJK (res)}} = \frac{5598.019}{67.545} = 82.879$$
9. Kesimpulan  
Berdasarkan hasil perhitungan  $F_{\text{hitung}} = 82.879$   
Berdasarkan taraf signifikan 0,05, pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut  $n-2 = 130$  dihasilkan  $F_{\text{tabel}}$  sebesar  $= 3.91$   
sehingga  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah **signifikan**

## LAMPIRAN 38

### PERHITUNGAN UJI KELINEARAN REGRESI

1. Mencari Jumlah Kuadrat Error JK (G)

$$\begin{aligned} \text{JK (G)} &= \sum \left\{ \sum Y_k^2 - \frac{\sum Y_k^2}{n_k} \right\} \\ &= 5337.73 \text{ (Lihat tabel Perhitungan JK } G_{(\text{galat})}) \end{aligned}$$

2. Mencari Jumlah Kuadrat Tuna cocok JK (TC)

$$\begin{aligned} \text{JK (TC)} &= \text{JK (res)} - \text{JK(G)} \\ &= 8780.79 - 5337.73 \\ &= 3443.06 \end{aligned}$$

3. Mencari Derajat Kebebasan

$$\begin{aligned} k &= 40 \\ dk_{(\text{TC})} &= k - 2 = 38 \\ dk_{(\text{G})} &= n - k = 92 \end{aligned}$$

4. Mencari rata-rata jumlah kuadrat

$$\begin{aligned} \text{RJK}_{(\text{TC})} &= \frac{3443.06}{38} = 90.61 \\ \text{RJK}_{(\text{G})} &= \frac{5337.73}{92} = 58.02 \end{aligned}$$

5. Kriteria Pengujian

Terima  $H_0$  jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ , maka regresi linier  
Tolak  $H_0$  jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka regresi tidak linier

6. Pengujian

$$F_{\text{hitung}} = \frac{\text{RJK}_{(\text{TC})}}{\text{RJK}_{(\text{G})}} = \frac{90.61}{58.02} = 1.56$$

7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan  $F_{\text{hitung}} = 1.56$   
Berdasarkan taraf signifikan 0,05, pada tabel distribusi F dengan  
Menggunakan dk pembilang 38 dan dk penyebut 92 dihasilkan  $F_{\text{tabel}}$  sebesar = 1,60  
sehingga  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan  
regresi adalah **linier**

LAMPIRAN 39

TABEL PERHITUNGAN UJI KELINEARAN REGRESI

No.	K	n	X	Y	Y <sup>2</sup>	XY	ΣY <sup>2</sup>	(ΣY)	(ΣY) <sup>2</sup>	$\frac{(\Sigma Y)^2}{nK}$	$\left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{nK} \right\}$
1	I	1	48	59.00	3481.00	2832.000					
2	II	3	52	55.00	3025.00	2860.000	10499.00	177.00	31329.00	10443.00	56.00
3			52	57.00	3249.00	2964.000					
4			52	65.00	4225.00	3380.000					
5	III	3	55	66.00	4356.00	3630.000	12689.00	195.00	38025.00	12675.00	14.00
6			55	62.00	3844.00	3410.000					
7			55	67.00	4489.00	3685.000					
8	IV	2	56	65.00	4225.00	3640.000	8986.00	134.00	17956.00	8978.00	18.00
9			56	69.00	4761.00	3864.000					
10	V	2	61	65.00	4225.00	3965.000	9701.00	139.00	19321.00	9660.50	140.50
11			61	74.00	5476.00	4514.000					
12	VI	3	62	75.00	5625.00	4650.000	17334.00	228.00	51984.00	17328.00	16.00
13			62	75.00	5625.00	4650.000					
14			62	78.00	6084.00	4836.000					
15	VII	1	63	67.00	4489.00	4221.000					
16	VIII	1	64	74.00	5476.00	4736.000					
17	IX	2	65	76.00	5776.00	4940.000	11252.00	150.00	22500.00	11250.00	52.00
18			65	74.00	5476.00	4810.000					
19	X	2	66	75.00	5625.00	4950.000	9850.00	140.00	19600.00	9800.00	50.00
20			66	65.00	4225.00	4290.000					
21	XI	4	67	72.00	5184.00	4824.000	22385.00	299.00	89401.00	22350.25	234.75
22			67	76.00	5776.00	5092.000					
23			67	79.00	6241.00	5293.000					
24			67	72.00	5184.00	4824.000					
25	XII	4	68	74.00	5476.00	5032.000	21320.00	292.00	85264.00	21316.00	104.00
26			68	72.00	5184.00	4896.000					
27			68	72.00	5184.00	4896.000					
28			68	74.00	5476.00	5032.000					
29	XIII	3	69	74.00	5476.00	5106.000	15294.00	214.00	45796.00	15265.33	28.67
30			69	73.00	5329.00	5037.000					
31			69	67.00	4489.00	4623.000					
32	XIV	9	70	79.00	6241.00	5530.000	47600.00	654.00	427716.00	47524.00	276.00
33			70	70.00	4900.00	4900.000					

34			70	71.00	5041.00	4970.000					
35			70	74.00	5476.00	5180.000					
36			70	71.00	5041.00	4970.000					
37			70	70.00	4900.00	4900.000					
38			70	75.00	5625.00	5250.000					
39			70	70.00	4900.00	4900.000					
40			70	74.00	5476.00	5180.000					
41	XV	8	71	77.00	5929.00	5467.000	46711.00	611.00	373321.00	46665.13	545.88
42			71	75.00	5625.00	5325.000					
43			71	76.00	5776.00	5396.000					
44			71	72.00	5184.00	5112.000					
45			71	78.00	6084.00	5538.000					
46			71	81.00	6561.00	5751.000					
47			71	76.00	5776.00	5396.000					
48			71	76.00	5776.00	5396.000					
49	XVI	11	72	71.00	5041.00	5112.000	66190.00	852.00	725904.00	65991.27	698.73
50			72	82.00	6724.00	5904.000					
51			72	85.00	7225.00	6120.000					
52			72	76.00	5776.00	5472.000					
53			72	77.00	5929.00	5544.000					
54			72	73.00	5329.00	5256.000					
55			72	74.00	5476.00	5328.000					
56			72	74.00	5476.00	5328.000					
57			72	79.00	6241.00	5688.000					
58			72	83.00	6889.00	5976.000					
59			72	78.00	6084.00	5616.000					
60	XVII	3	73	73.00	5329.00	5329.000	16587.00	223.00	49729.00	16576.33	110.67
61			73	73.00	5329.00	5329.000					
62			73	77.00	5929.00	5621.000					
63	XVIII	3	74	76.00	5776.00	5624.000	17801.00	231.00	53361.00	17787.00	114.00
64			74	80.00	6400.00	5920.000					
65			74	75.00	5625.00	5550.000					
66	XIX	6	75	78.00	6084.00	5850.000	35127.00	459.00	210681.00	35113.50	513.50
67			75	75.00	5625.00	5625.000					
68			75	78.00	6084.00	5850.000					
69			75	78.00	6084.00	5850.000					
70			75	75.00	5625.00	5625.000					

71			75	75.00	5625.00	5625.000					
72	XX	5	76	76.00	5776.00	5776.000	30937.00	393.00	154449.00	30889.80	247.20
73			76	76.00	5776.00	5776.000					
74			76	80.00	6400.00	6080.000					
75			76	84.00	7056.00	6384.000					
76			76	77.00	5929.00	5852.000					
77	XXI	6	77	82.00	6724.00	6314.000	39887.00	489.00	239121.00	39853.50	33.50
78			77	79.00	6241.00	6083.000					
79			77	78.00	6084.00	6006.000					
80			77	85.00	7225.00	6545.000					
81			77	83.00	6889.00	6391.000					
82			77	82.00	6724.00	6314.000					
83	XXII	3	78	78.00	6084.00	6084.000	19429.00	241.00	58081.00	19360.33	168.67
84			78	76.00	5776.00	5928.000					
85			78	87.00	7569.00	6786.000					
86	XXIII	3	79	78.00	6084.00	6162.000	19894.00	244.00	59536.00	19845.33	148.67
87			79	87.00	7569.00	6873.000					
88			79	79.00	6241.00	6241.000					
89	XXIV	7	80	84.00	7056.00	6720.000	44214.00	556.00	309136.00	44162.29	651.71
90			80	80.00	6400.00	6400.000					
91			80	75.00	5625.00	6000.000					
92			80	78.00	6084.00	6240.000					
93			80	82.00	6724.00	6560.000					
94			80	78.00	6084.00	6240.000					
95			80	79.00	6241.00	6320.000					
96	XXV	3	81	83.00	6889.00	6723.000	21683.00	255.00	65025.00	21675.00	308.00
97			81	85.00	7225.00	6885.000					
98			81	87.00	7569.00	7047.000					
99	XXVI	2	82	83.00	6889.00	6806.000	14285.00	169.00	28561.00	14280.50	4.50
100			82	86.00	7396.00	7052.000					
101	XXVII	3	83	83.00	6889.00	6889.000	19854.00	244.00	59536.00	19845.33	8.67
102			83	82.00	6724.00	6806.000					
103			83	79.00	6241.00	6557.000					
104	XXVIII	5	84	87.00	7569.00	7308.000	38593.00	439.00	192721.00	38544.20	248.80
105			84	90.00	8100.00	7560.000					

106			84	82.00	6724.00	6888.000						
107			84	90.00	8100.00	7560.000						
108			84	90.00	8100.00	7560.000						
109	XXIX	3	85	87.00	7569.00	7395.000	21699.00	255.00	65025.00	21675.00	24.00	
110			85	87.00	7569.00	7395.000						
111			85	81.00	6561.00	6885.000						
112	XXX	2	86	86.00	7396.00	7396.000	14452.00	170.00	28900.00	14450.00	2.00	
113			86	84.00	7056.00	7224.000						
114	XXXI	3	87	85.00	7225.00	7395.000	20397.00	247.00	61009.00	20336.33	160.67	
115			87	76.00	5776.00	6612.000						
116			87	86.00	7396.00	7482.000						
117	XXXII	2	86	83.00	6889.00	7138.000	13778.00	166.00	27556.00	13778.00	0.00	
118			86	83.00	6889.00	7138.000						
119	XXXIII	1	87	87.00	7569.00	7569.000						
120	XXXIV	2	88	85.00	7225.00	7480.000	15874.00	178.00	31684.00	15842.00	32.00	
121			88	93.00	8649.00	8184.000						
122	XXXV	3	89	81.00	6561.00	7209.000	23491.00	265.00	70225.00	23408.33	282.67	
123			89	91.00	8281.00	8099.000						
124			89	93.00	8649.00	8277.000						
125	XXXVI	2	90	93.00	8649.00	8370.000	15874.00	178.00	31684.00	15842.00	32.00	
126			90	85.00	7225.00	7650.000						
127	XXXVII	1	92	90.00	8100.00	8280.000						
128	XXXVIII	2	93	88.00	7744.00	8184.000	15488.00	176.00	30976.00	15488.00	0.00	
129			93	88.00	7744.00	8184.000						
130	XXXIX	1	94	89.00	7921.00	8366.000						
131	XXXX	2	95	91.00	8281.00	8645.000	16930.00	184.00	33856.00	16928.00	12.00	
132			95	93.00	8649.00	8835.000						
<b>Σ</b>	<b>40</b>	<b>132</b>	<b>9887</b>	<b>10313</b>	<b>813121</b>	<b>780893</b>	<b>776085</b>				<b>5337.73</b>	



LAMPIRAN 40

TABEL ANAVA UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN UJI KELINIERAN REGRESI

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>
Total	n	$\Sigma Y^2$			
Regresi (a)	1	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$			
Regresi (b/a)	1	b. $\Sigma xy$	$\frac{b.\Sigma xy}{1}$	$\frac{RJK_{(b/a)^*}}{RJK_{(res)}}$	$\frac{F(1-\alpha)}{(1, n-2)}$
Residu	n-2	JK (res)	$\frac{JK_{(res)}}{n-2}$		
Tuna Cocok	k - 2	JK (TC)	$\frac{JK_{(TC)}}{k-2}$	$\frac{RJK_{(TC)^{ns}}}{RJK_{(G)}}$	$\frac{F(1-\alpha)}{(k-2, n-k)}$
Galat Kekeliruan	n - k	JK (G)	$\frac{JK_{(G)}}{n-k}$		

Keterangan : \*) Persamaan regresi berarti jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$

<sup>ns)</sup> Persamaan regresi linear jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>
Total	132	813121.00			
Regresi (a)	1	805742.19			
Regresi (b/a)	1	5598.02	5598.02	82.88 **)	3.91
Residu	130	8780.7920	67.5446		
Tuna Cocok	38	3443.06	90.61	1.56 <sup>ns)</sup>	1.65
Galat Kekeliruan	92	5337.73	58.02		

Keterangan : \*\*) Persamaan regresi berarti karena  $F_{hitung} (82,88) > F_{tabel} (3,91)$

<sup>ns)</sup> Persamaan regresi linear karena  $F_{hitung} (1,56) < F_{tabel} (1,65)$

LAMPIRAN 41

**PERHITUNGAN KOEFISIEN KORELASI  
*PRODUCT MOMENT***

Mencari Koefisien Korelasi dengan Rumus *Product Moment*

Diketahui :

$$\Sigma x^2 = 12705.720$$

$$\Sigma y^2 = 7378.81$$

$$\Sigma xy = 8433.674$$

$$r_{XY} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{(\Sigma x^2) \cdot (\Sigma y)^2}}$$

$$r_{XY} = \frac{8433.67}{\sqrt{12705.720 \times 7378.81}}$$

$$r_{XY} = \frac{8433.674}{12682.618}$$

$$r_{XY} = 0.665$$

**PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN  
KOEFSIEN KORELASI (Uji-t)**

Koefisien Korelasi *Product Moment* (Uji-t)

$$\begin{aligned}
 t_h &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0.665\sqrt{110-2}}{\sqrt{1-0.442}} \\
 &= \frac{0.665 \times 11.40}{\sqrt{0.558}} \\
 &= \frac{7.582}{0.747} \\
 &= 10.152
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

tabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk (n-2) = (110 - 2) = 108 sebesar 1,658

Kriteria pengujian :

Ho ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

Ho diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ .

Dari hasil pengujian :

$t_{hitung} ( 10.152 ) > t_{tabel} (1,658)$ , maka terdapat hubungan yang **Positif dan Signifikan** antara variabel X dengan variabel Y

**PERHITUNGAN KOEFISIEN DETERMINASI**

Untuk mencari seberapa besar variasi variabel Y yang ditentukan oleh variabel X, maka digunakan Koefisien Determinasi dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{XY}^2 \\ &= 0.665^2 \\ &= 0.4422 \\ &= 44.22\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa keputusan pembelian ditentukan oleh promosi sebesar 44,22 %

**SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL X1  
PROMOSI**

**SKOR INDIKAT Jumlah skor butir tiap soal indikator**

**SKOR INDIKAT Jumlah skor butir tiap soal indikator**

**Banyaknya soal indikator**

dimensi	indikator	jumlah soal	skor		presentase
iklan	perhatian	2 soal	$\frac{574+559}{2}$	1133	11.46%
	ketertarikan	3 soal	$\frac{489+512+544}{3}$	1545	15.63%
	keinginan	4 soal	$\frac{494+507+490+517}{4}$	2008	20.31%
	tindakan	2 soal	$\frac{479+488}{2}$	967	9.78%
sales promotion	pameran	4 soal	$\frac{489+539+455+497}{4}$	1980	20.03%
	harga khusus	4 soal	$\frac{486+440+435+473}{4}$	1834	18.55%
	promosi gabungan	1 soal	$\frac{420}{1}$	420	4.25%
			jumlah skor		
			9887		100.00%

494.35

Dari hasil perhitungan, kedua dimensi tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang.

dimensi iklan dengan indikator keinginan dan *sales promotion* dengan indikator pameran memiliki pengaruh yang cukup besar dalam promosi.

**SKOR FINAL INSTRUMEN  
VARIABEL X2 (CITRA MEREK)**

No. Resp.	Butir Pernyataan																				X <sub>t</sub>	X <sub>t</sub> <sup>2</sup>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
1	4	2	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	86	7396
2	5	5	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	3	4	84	7056
3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	3	78	6084
2	4	2	3	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	3	2	2	2	4	4	4	61	3721
5	4	4	3	4	4	2	4	4	4	3	2	3	4	2	2	4	4	4	4	4	69	4761
6	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	79	6241
7	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	90	8100
8	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	80	6400
9	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	86	7396
10	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	91	8281
11	5	5	5	4	3	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	90	8100
12	2	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	92	8464
13	5	5	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	87	7569
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	100	10000
15	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	87	7569
16	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	83	6889
17	5	5	4	5	5	5	3	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	3	4	87	7569
18	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	3	3	4	5	4	5	5	4	84	7056
19	5	5	4	5	4	4	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	91	8281
20	4	5	5	5	3	3	3	3	5	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4	80	6400
21	2	5	2	2	4	5	5	4	5	3	5	4	4	4	4	5	2	5	5	5	80	6400
22	5	5	5	5	3	4	5	4	5	4	2	5	5	5	4	5	5	5	4	2	87	7569
23	5	4	5	5	3	5	2	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	92	8464
24	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	2	4	4	5	4	4	3	86	7396
25	4	2	4	4	2	5	5	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	75	5625
26	4	4	4	4	3	4	4	2	2	5	2	2	4	5	2	4	4	4	4	4	71	5041
27	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	75	5625
28	5	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	5	3	5	87	7569
29	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	3	5	86	7396



65	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	6400
66	5	4	5	5	4	3	3	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	86	7396
67	2	5	2	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	5	2	5	4	5	5	86	7396
68	5	5	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	81	6561
69	2	4	5	5	4	2	4	3	3	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	5	76	5776
70	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	90	8100
71	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	2	2	4	73	5329
72	5	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	87	7569
73	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	96	9216
74	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	99	9801
75	5	5	5	5	2	3	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	93	8649
76	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	3	4	85	7225
77	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	5	5	4	5	5	4	5	4	88	7744
78	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	93	8649
79	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	94	8836
80	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	88	7744
81	2	4	4	5	3	2	2	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	73	5329
82	5	5	4	4	5	3	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	2	3	4	3	80	6400
83	5	5	5	2	5	2	2	5	4	4	5	2	2	5	2	4	4	4	4	5	76	5776
84	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	86	7396
85	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	82	6724
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	84	7056
87	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	83	6889
88	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	93	8649
89	5	5	5	4	5	2	5	5	2	5	2	4	4	5	4	2	3	3	3	5	78	6084
90	4	4	3	3	5	4	5	4	2	5	4	3	5	3	2	2	2	4	4	3	71	5041
91	2	2	2	4	4	4	4	4	4	3	2	5	4	4	4	4	2	4	4	4	70	4900
92	5	5	4	5	4	4	3	5	3	4	3	5	5	5	3	3	4	4	3	4	81	6561
93	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	79	6241
94	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	3	5	3	3	4	4	5	5	4	84	7056
95	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	85	7225
96	4	4	3	3	2	2	3	2	3	4	2	4	4	3	2	4	2	3	1	1	56	3136
97	5	5	4	5	3	3	3	4	4	5	2	4	5	3	4	5	2	2	3	3	74	5476
98	5	5	3	4	5	4	5	2	5	5	3	5	3	4	3	5	5	3	5	3	82	6724
99	5	2	5	3	2	4	4	4	2	3	3	4	4	2	4	4	3	4	2	1	65	4225



100	2	4	4	4	3	3	2	3	3	3	2	5	5	2	4	2	2	2	2	4	61	3721
101	5	5	5	5	4	3	5	4	2	4	5	4	5	5	3	5	4	3	5	4	85	7225
102	5	2	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	5	5	4	85	7225
103	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	88	7744
104	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	84	7056
105	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	89	7921
106	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	3	4	5	5	4	89	7921
107	5	4	4	4	2	4	2	2	3	3	2	2	5	5	4	2	3	2	5	2	65	4225
108	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	89	7921
109	4	4	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	2	4	85	7225
110	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	5	5	4	5	3	4	89	7921
111	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	90	8100
112	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	90	8100
113	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	5	79	6241
114	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	90	8100
115	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	5	4	2	2	5	4	5	4	4	4	80	6400
116	4	5	5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	79	6241
117	4	4	4	4	4	3	5	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	77	5929
118	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	77	5929
119	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	76	5776
120	4	5	5	4	4	4	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	77	5929
121	5	5	4	2	3	4	4	2	5	4	4	5	4	3	4	2	2	5	4	4	75	5625
122	5	5	4	5	5	4	3	3	3	5	5	4	5	5	2	5	3	4	4	2	81	6561
123	5	4	3	4	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	80	6400
124	4	4	5	3	2	2	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	3	5	5	79	6241
125	5	5	4	5	5	4	3	3	3	5	5	2	5	2	5	5	3	5	5	2	81	6561
126	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	4	79	6241
127	5	4	3	4	5	4	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	80	6400
128	5	2	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	5	4	4	4	2	4	4	79	6241
129	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	3	4	3	3	4	5	5	4	4	79	6241
130	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	2	4	5	4	4	4	4	3	3	77	5929
131	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	78	6084
132	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	79	6241
	581	578	566	569	529	511	537	536	539	537	547	557	574	547	526	546	523	544	537	507	10891	905983
	2631	2612	2498	2527	2207	2081	2261	2270	2281	2269	2381	2433	2568	2357	2180	2350	2173	2312	2271	2053		

**Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram  
(CITRA MEREK)**

## 1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{Data terkecil} \\ &= 100 - 56 \\ &= 44 \end{aligned}$$

## 2. Banyaknya Interval Kelas (aturan Sturges)

$$\begin{aligned} K &= 1 + (3,3) \text{ Log } n \\ &= 1 + (3,3) \text{ Log } 110 \\ &= 1 + (3,3) \times 2.04139 \\ &= 7.7366 \\ &= 8 \end{aligned}$$

## 3. Panjang Kelas Interval (KI)

$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{44}{8} \\ &= 5.5 \\ &= 6 \end{aligned}$$

	Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
0					
3	56 - 61	55.5	61.5	3	2.27
2	62 - 67	61.5	67.5	2	1.52
7	68 - 73	67.5	73.5	7	5.30
30	74 - 79	73.5	79.5	30	22.73
40	80 - 85	79.5	85.5	40	30.30
38	86 - 91	85.5	91.5	38	28.79
10	92 - 97	91.5	97.5	10	7.58
2	98 - 103	97.5	103.5	2	1.52
	JUMLAH			132	100.00

**SKOR FINAL INSTRUMEN  
VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No. Resp.	Butir Pernyataan																				X <sub>i</sub>	X <sub>i</sub> <sup>2</sup>
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	5	1	4	5	4	5	2	5	78	6084
2	5	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	76	5776
3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	74	5476
4	1	3	4	2	4	2	3	2	2	3	2	3	4	2	3	4	1	4	2	4	55	3025
5	2	4	2	4	2	3	3	3	4	3	4	4	2	4	4	2	4	2	4	2	62	3844
6	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	77	5929
7	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	81	6561
8	4	4	4	4	2	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	71	5041
9	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	5	5	4	5	4	4	4	4	84	7056
10	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	2	4	4	4	4	4	85	7225
11	5	5	5	4	3	3	4	5	4	5	2	5	5	4	5	5	4	5	4	4	86	7396
12	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	2	5	5	3	5	5	5	93	8649
13	5	5	5	4	4	4	2	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	2	83	6889
14	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	93	8649
15	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	5	4	4	85	7225
16	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	3	2	4	4	5	4	4	4	3	4	78	6084
17	2	5	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	80	6400
18	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	5	5	3	4	3	4	4	4	4	76	5776
19	5	5	4	5	4	4	3	3	4	3	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	87	7569
20	4	5	5	5	3	3	3	3	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	2	4	82	6724
21	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	5	4	4	85	7225
22	4	4	4	4	2	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	75	5625
23	5	5	4	4	4	4	2	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	81	6561
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	3	76	5776
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	1	4	4	4	4	4	75	5625
26	3	4	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	2	4	4	4	69	4761
27	4	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	5	4	4	2	1	4	3	3	65	4225
28	5	5	4	5	5	4	3	5	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	2	87	7569
29	5	5	4	4	5	4	3	2	3	4	4	4	5	4	5	4	3	4	3	3	78	6084
30	4	4	3	4	5	4	4	2	3	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	3	74	5476
31	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	6084
32	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	75	5625

33	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	4	2	5	5	5	5	5	5	3	90	8100
34	5	2	3	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	82	6724
35	5	4	4	5	4	3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	2	85	7225
36	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	78	6084
37	2	2	2	4	4	5	4	3	4	5	5	5	5	4	3	5	5	3	3	3	76	5776
38	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	1	5	5	4	3	5	1	3	3	2	76	5776
39	4	4	4	5	3	3	2	4	3	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	3	73	5329
40	5	5	4	4	3	3	4	4	3	5	5	4	3	2	4	3	4	4	3	4	76	5776
41	5	5	5	4	4	4	4	2	5	4	5	5	5	3	5	4	5	3	3	3	83	6889
42	2	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83	6889
43	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	86	7396
44	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	2	4	5	4	4	4	4	85	7225
45	4	4	4	4	4	3	4	3	3	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	5329
46	4	4	4	4	2	3	4	3	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	77	5929
47	4	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	67	4489
48	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	3	5	5	4	3	3	4	4	2	3	75	5625
49	4	4	5	2	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4	73	5329
50	5	5	4	4	2	4	5	4	4	2	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	83	6889
51	5	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	2	4	4	4	4	4	79	6241
52	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	2	4	4	5	4	4	4	4	78	6084
53	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	73	5329
54	4	4	2	2	4	3	2	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	2	2	65	4225
55	4	4	2	3	3	4	4	5	3	5	4	5	4	4	3	5	3	4	3	2	74	5476
56	5	2	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	74	5476
57	5	5	5	4	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	82	6724
58	5	5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	3	5	4	3	76	5776
59	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	76	5776
60	4	4	2	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	3	3	78	6084
61	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	3	3	2	79	6241
62	5	5	5	5	3	5	5	3	4	4	5	5	5	2	4	5	5	4	5	4	88	7744
63	4	4	4	2	2	3	2	3	2	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	2	67	4489
64	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74	5476
65	4	2	4	4	3	3	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72	5184
66	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	87	7569
67	5	5	2	2	5	2	5	5	5	2	2	5	5	5	4	4	4	5	5	2	79	6241
68	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	77	5929
69	5	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	76	5776
70	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	84	7056

71	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	2	5	2	4	74	5476
72	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	86	7396
73	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	89	7921
74	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	91	8281
75	5	5	5	5	2	3	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	91	8281
76	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	78	6084
77	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	83	6889
78	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	93	8649
79	5	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	88	7744
80	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	82	6724
81	5	4	4	4	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	3	4	75	5625
82	2	5	4	4	5	3	4	4	5	3	5	5	2	4	4	4	5	3	4	3	78	6084
83	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	79	6241
84	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	87	7569
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	80	6400
86	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	80	6400
87	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	75	5625
88	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	93	8649
89	5	5	5	5	4	4	2	4	5	4	5	2	5	2	4	4	2	4	4	4	79	6241
90	2	4	3	3	2	2	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2	4	3	65	4225
91	2	2	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	5	3	3	4	67	4489
92	5	5	4	3	4	4	3	5	3	4	3	5	5	5	3	3	4	4	3	4	79	6241
93	5	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	70	4900
94	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	5	2	3	3	5	4	5	5	4	84	7056
95	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	77	5929
96	4	4	3	3	5	2	3	2	3	4	2	4	4	3	2	4	2	3	1	1	59	3481
97	5	5	5	5	3	3	3	4	4	2	2	4	2	3	4	5	5	5	3	3	75	5625
98	5	5	3	4	3	4	5	4	5	5	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	75	5625
99	2	2	5	3	5	2	3	3	3	3	3	4	4	2	4	5	3	4	5	1	66	4356
100	2	4	4	4	3	4	3	3	2	3	5	2	4	2	4	1	3	1	1	2	57	3249
101	2	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	2	4	5	5	4	85	7225
102	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	4	5	5	3	2	4	5	2	4	83	6889
103	5	2	5	2	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	79	6241
104	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	4	75	5625
105	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	87	7569

106	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	90	8100
107	5	4	4	4	2	2	3	3	3	3	2	2	2	5	4	5	3	2	5	2	65	4225
108	4	4	4	4	3	3	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	3	4	82	6724
109	5	5	2	5	4	3	5	4	5	4	2	4	5	5	3	5	4	5	3	4	82	6724
110	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	90	8100
111	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	5	4	90	8100
112	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	87	7569
113	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	71	5041
114	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	87	7569
115	4	5	5	5	3	3	4	4	4	4	5	5	2	2	5	4	5	4	4	4	81	6561
116	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	74	5476
117	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	72	5184
118	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	74	5476
119	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	72	5184
120	4	4	4	4	4	4	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	72	5184
121	5	5	3	5	3	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	1	78	6084
122	5	5	4	2	5	4	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	2	83	6889
123	5	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	76	5776
124	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	71	5041
125	2	5	4	5	5	4	3	3	3	2	5	5	5	5	5	5	3	5	2	2	78	6084
126	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	3	3	4	3	70	4900
127	5	4	3	4	3	4	3	3	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	76	5776
128	2	5	2	5	4	4	4	4	4	4	4	2	5	2	4	4	4	4	4	4	75	5625
129	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	3	3	70	4900
130	4	4	4	4	3	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	72	5184
131	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	74	5476
132	4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	74	5476
	560	572	527	534	492	469	511	498	520	503	505	543	539	516	514	545	500	526	484	455	10313	813121
	2486	2558	2193	2248	1930	1739	2061	1962	2114	1999	2045	2311	2297	2116	2064	2329	1976	2182	1868	1667		

**Proses Perhitungan Menggambar Grafik Histogram  
(KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

## 1. Menentukan Rentang

$$\begin{aligned} \text{Rentang} &= \text{Data terbesar} - \text{Data terkecil} \\ &= 93 - 55 \\ &= 38 \end{aligned}$$

## 2. Banyaknya Interval Kelas (aturan Sturges)

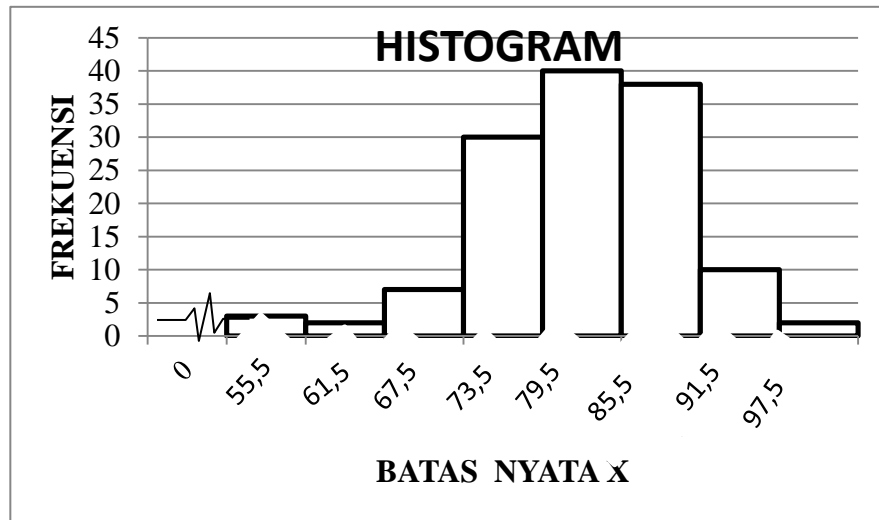
$$\begin{aligned} K &= 1 + (3,3) \text{ Log } n \\ &= 1 + (3,3) \text{ Log } 110 \\ &= 1 + (3,3) \times 2.04139 \\ &= 7.7366 \\ &= 8 \end{aligned}$$

## 3. Panjang Kelas Interval (KI)

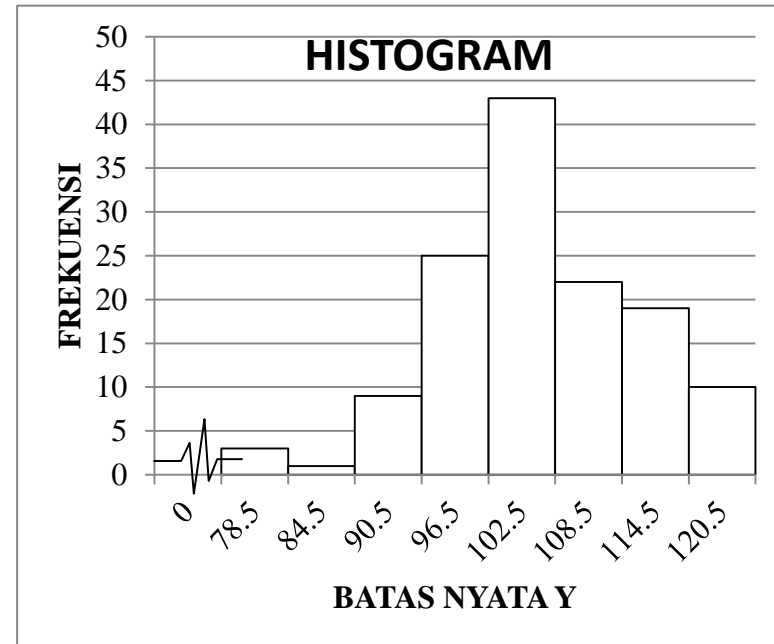
$$\begin{aligned} P &= \frac{\text{Rentang}}{\text{Kelas}} \\ &= \frac{38}{8} \\ &= 4.75 \\ &= 5 \end{aligned}$$

	Kelas Interval	Batas Bawah	Batas Atas	Frek. Absolut	Frek. Relatif
0					
3	55 - 59	54.5	59.5	3	2.27
1	60 - 64	59.5	64.5	1	0.76
9	65 - 69	64.5	69.5	9	6.82
25	70 - 74	69.5	74.5	25	18.94
43	75 - 79	74.5	79.5	43	32.58
22	80 - 84	79.5	84.5	22	16.67
19	85 - 89	84.5	89.5	19	14.39
10	90 - 94	89.5	94.5	10	7.58
	JUMLAH			132	100.00

**HISTOGRAM VARIABEL X2  
CITRA MEREK**



**HISTOGRAM VARIABEL Y  
KEPUTUSAN PEMBELIAN**





**DATA MENTAH**  
**VARIABEL X2 (CITRA MEREK)**  
**DAN VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**

No.	VARIABEL X	VARIABEL Y
1	86	78
2	84	76
3	78	74
4	61	55
5	69	62
6	79	77
7	90	81
8	80	71
9	86	84
10	91	85
11	90	86
12	92	93
13	87	83
14	100	93
15	87	85
16	83	78
17	87	80
18	84	76
19	91	87
20	80	82
21	80	85
22	87	75
23	92	81
24	86	76
25	75	75
26	71	69
27	75	65
28	87	87
29	86	78
30	75	74
31	87	78
32	79	75
33	94	90
34	87	82
35	90	85
36	87	78
37	90	76
38	80	76
39	81	73
40	75	76
41	91	83
42	87	83

43	90	86
44	94	85
45	78	73
46	80	77
47	75	67
48	83	75
49	81	73
50	91	83
51	87	79
52	83	78
53	80	73
54	72	65
55	80	74
56	80	74
57	85	82
58	82	76
59	80	76
60	83	78
61	85	79
62	94	88
63	78	67
64	75	74
65	80	72
66	86	87
67	86	79
68	81	77
69	76	76
70	90	84
71	73	74
72	87	86
73	96	89
74	99	91
75	93	91
76	85	78
77	88	83
78	93	93
79	94	88
80	88	82
81	73	75
82	80	78
83	76	79
84	86	87
85	82	80
86	84	80
87	83	75
88	93	93
89	78	79
90	71	65

91	70	67
92	81	79
93	79	70
94	84	84
95	85	77
96	56	59
97	74	75
98	82	75
99	65	66
100	61	57
101	85	85
102	85	83
103	88	79
104	84	75
105	89	87
106	89	90
107	65	65
108	89	82
109	85	82
110	89	90
111	90	90
112	90	87
113	79	71
114	90	87
115	80	81
116	79	74
117	77	72
118	77	74
119	76	72
120	77	72
121	75	78
122	81	83
123	80	76
124	79	71
125	81	78
126	79	70
127	80	76
128	79	75
129	79	70
130	77	72
131	78	74
132	79	74
	10891	10313

**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA  
VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU, VARIABEL X2 DAN Y**

No.	X	Y	$X - \bar{X}$	$Y - \bar{Y}$	$(X - \bar{X})^2$	$(Y - \bar{Y})^2$
1	86	78	3.492	-0.129	12.197	0.017
2	84	76	1.492	-2.129	2.227	4.532
3	78	74	-4.508	-4.129	20.318	17.047
4	61	55	-21.508	-23.129	462.576	534.941
5	69	62	-13.508	-16.129	182.455	260.138
6	79	77	-3.508	-1.129	12.303	1.274
7	90	81	7.492	2.871	56.136	8.244
8	80	71	-2.508	-7.129	6.288	50.820
9	86	84	3.492	5.871	12.197	34.471
10	91	85	8.492	6.871	72.121	47.214
11	90	86	7.492	7.871	56.136	61.956
12	92	93	9.492	14.871	90.106	221.153
13	87	83	4.492	4.871	20.182	23.729
14	100	93	17.492	14.871	305.985	221.153
15	87	85	4.492	6.871	20.182	47.214
16	83	78	0.492	-0.129	0.242	0.017
17	87	80	4.492	1.871	20.182	3.501
18	84	76	1.492	-2.129	2.227	4.532
19	91	87	8.492	8.871	72.121	78.698
20	80	82	-2.508	3.871	6.288	14.986
21	80	85	-2.508	6.871	6.288	47.214
22	87	75	4.492	-3.129	20.182	9.789
23	92	81	9.492	2.871	90.106	8.244
24	86	76	3.492	-2.129	12.197	4.532
25	75	75	-7.508	-3.129	56.364	9.789
26	71	69	-11.508	-9.129	132.424	83.335
27	75	65	-7.508	-13.129	56.364	172.365
28	87	87	4.492	8.871	20.182	78.698
29	86	78	3.492	-0.129	12.197	0.017
30	75	74	-7.508	-4.129	56.364	17.047
31	87	78	4.492	-0.129	20.182	0.017
32	79	75	-3.508	-3.129	12.303	9.789
33	94	90	11.492	11.871	132.076	140.926
34	87	82	4.492	3.871	20.182	14.986
35	90	85	7.492	6.871	56.136	47.214
36	87	78	4.492	-0.129	20.182	0.017
37	90	76	7.492	-2.129	56.136	4.532
38	80	76	-2.508	-2.129	6.288	4.532
39	81	73	-1.508	-5.129	2.273	26.304
40	75	76	-7.508	-2.129	56.364	4.532
41	91	83	8.492	4.871	72.121	23.729
42	87	83	4.492	4.871	20.182	23.729

43	90	86	7.492	7.871	56.136	61.956
44	94	85	11.492	6.871	132.076	47.214
45	78	73	-4.508	-5.129	20.318	26.304
46	80	77	-2.508	-1.129	6.288	1.274
47	75	67	-7.508	-11.129	56.364	123.850
48	83	75	0.492	-3.129	0.242	9.789
49	81	73	-1.508	-5.129	2.273	26.304
50	91	83	8.492	4.871	72.121	23.729
51	87	79	4.492	0.871	20.182	0.759
52	83	78	0.492	-0.129	0.242	0.017
53	80	73	-2.508	-5.129	6.288	26.304
54	72	65	-10.508	-13.129	110.409	172.365
55	80	74	-2.508	-4.129	6.288	17.047
56	80	74	-2.508	-4.129	6.288	17.047
57	85	82	2.492	3.871	6.212	14.986
58	82	76	-0.508	-2.129	0.258	4.532
59	80	76	-2.508	-2.129	6.288	4.532
60	83	78	0.492	-0.129	0.242	0.017
61	85	79	2.492	0.871	6.212	0.759
62	94	88	11.492	9.871	132.076	97.441
63	78	67	-4.508	-11.129	20.318	123.850
64	75	74	-7.508	-4.129	56.364	17.047
65	80	72	-2.508	-6.129	6.288	37.562
66	86	87	3.492	8.871	12.197	78.698
67	86	79	3.492	0.871	12.197	0.759
68	81	77	-1.508	-1.129	2.273	1.274
69	76	76	-6.508	-2.129	42.349	4.532
70	90	84	7.492	5.871	56.136	34.471
71	73	74	-9.508	-4.129	90.394	17.047
72	87	86	4.492	7.871	20.182	61.956
73	96	89	13.492	10.871	182.046	118.183
74	99	91	16.492	12.871	272.000	165.668
75	93	91	10.492	12.871	110.091	165.668
76	85	78	2.492	-0.129	6.212	0.017
77	88	83	5.492	4.871	30.167	23.729
78	93	93	10.492	14.871	110.091	221.153
79	94	88	11.492	9.871	132.076	97.441
80	88	82	5.492	3.871	30.167	14.986
81	73	75	-9.508	-3.129	90.394	9.789
82	80	78	-2.508	-0.129	6.288	0.017
83	76	79	-6.508	0.871	42.349	0.759
84	86	87	3.492	8.871	12.197	78.698
85	82	80	-0.508	1.871	0.258	3.501
86	84	80	1.492	1.871	2.227	3.501
87	83	75	0.492	-3.129	0.242	9.789
88	93	93	10.492	14.871	110.091	221.153
89	78	79	-4.508	0.871	20.318	0.759
90	71	65	-11.508	-13.129	132.424	172.365

<b>91</b>	70	67	-12.508	-11.129	156.439	123.850
<b>92</b>	81	79	-1.508	0.871	2.273	0.759
<b>93</b>	79	70	-3.508	-8.129	12.303	66.077
<b>94</b>	84	84	1.492	5.871	2.227	34.471
<b>95</b>	85	77	2.492	-1.129	6.212	1.274
<b>96</b>	56	59	-26.508	-19.129	702.652	365.911
<b>97</b>	74	75	-8.508	-3.129	72.379	9.789
<b>98</b>	82	75	-0.508	-3.129	0.258	9.789
<b>99</b>	65	66	-17.508	-12.129	306.515	147.107
<b>100</b>	61	57	-21.508	-21.129	462.576	446.426
<b>101</b>	85	85	2.492	6.871	6.212	47.214
<b>102</b>	85	83	2.492	4.871	6.212	23.729
<b>103</b>	88	79	5.492	0.871	30.167	0.759
<b>104</b>	84	75	1.492	-3.129	2.227	9.789
<b>105</b>	89	87	6.492	8.871	42.152	78.698
<b>106</b>	89	90	6.492	11.871	42.152	140.926
<b>107</b>	65	65	-17.508	-13.129	306.515	172.365
<b>108</b>	89	82	6.492	3.871	42.152	14.986
<b>109</b>	85	82	2.492	3.871	6.212	14.986
<b>110</b>	89	90	6.492	11.871	42.152	140.926
<b>111</b>	90	90	7.492	11.871	56.136	140.926
<b>112</b>	90	87	7.492	8.871	56.136	78.698
<b>113</b>	79	71	-3.508	-7.129	12.303	50.820
<b>114</b>	90	87	7.492	8.871	56.136	78.698
<b>115</b>	80	81	-2.508	2.871	6.288	8.244
<b>116</b>	79	74	-3.508	-4.129	12.303	17.047
<b>117</b>	77	72	-5.508	-6.129	30.333	37.562
<b>118</b>	77	74	-5.508	-4.129	30.333	17.047
<b>119</b>	76	72	-6.508	-6.129	42.349	37.562
<b>120</b>	77	72	-5.508	-6.129	30.333	37.562
<b>121</b>	75	78	-7.508	-0.129	56.364	0.017
<b>122</b>	81	83	-1.508	4.871	2.273	23.729
<b>123</b>	80	76	-2.508	-2.129	6.288	4.532
<b>124</b>	79	71	-3.508	-7.129	12.303	50.820
<b>125</b>	81	78	-1.508	-0.129	2.273	0.017
<b>126</b>	79	70	-3.508	-8.129	12.303	66.077
<b>127</b>	80	76	-2.508	-2.129	6.288	4.532
<b>128</b>	79	75	-3.508	-3.129	12.303	9.789
<b>129</b>	79	70	-3.508	-8.129	12.303	66.077
<b>130</b>	77	72	-5.508	-6.129	30.333	37.562
<b>131</b>	78	74	-4.508	-4.129	20.318	17.047
<b>132</b>	79	74	-3.508	-4.129	12.303	17.047
	<b>10891</b>	<b>10313</b>			<b>7392.992</b>	<b>7378.811</b>

**PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU**

1. Rata-rata (X)

$$\begin{aligned}\bar{X} &= \frac{\Sigma X}{n} \\ &= \frac{10891}{132} \\ &= 82.508\end{aligned}$$

2. Varians (X)

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(X - \bar{X})^2}{n-1} \\ &= \frac{7392.99}{131} \\ &= 56.435\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (X)

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{56.435} \\ &= 7.512\end{aligned}$$

1. Rata-rata (Y)

$$\begin{aligned}\bar{Y} &= \frac{\Sigma Y}{n} \\ &= \frac{10313.00}{132} \\ &= 78.129\end{aligned}$$

2. Varians (Y)

$$\begin{aligned}S^2 &= \frac{\Sigma(Y - \bar{Y})^2}{n-1} \\ &= \frac{7378.811}{131} \\ &= 56.327\end{aligned}$$

3. Simpangan Baku (Y)

$$\begin{aligned}S &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{56.327} \\ &= 7.505\end{aligned}$$

**PERHITUNGAN PERSAMAAN REGRESI LINIER SEDERHANA**

$$\hat{Y} = a + bX$$

$$n = 132$$

$$\Sigma XY = 857380$$

$$\Sigma X^2 = 905983$$

$$\Sigma X = 10891$$

$$\Sigma Y^2 = 813121.00$$

$$\Sigma Y = 10313.00$$

$$\bar{Y} = \frac{\Sigma Y}{n} = \frac{10313}{132} = 78.129$$

$$\bar{X} = \frac{\Sigma X}{n} = \frac{10891}{132} = 82.508$$

$$\begin{aligned} \Sigma xy &= \Sigma XY - \frac{(\Sigma X)(\Sigma Y)}{n} \\ &= 857380 - \frac{112318883}{132} \\ &= 6479.371 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} b &= \frac{\Sigma xy}{\Sigma x^2} \\ &= \frac{6479.371}{7392.992} = 0.876 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \Sigma x^2 &= \Sigma X^2 - \frac{(\Sigma X)^2}{n} \\ &= 905983 - \frac{118613881}{132} \\ &= 7392.992 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \Sigma y^2 &= \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= 813121 - \frac{106357969}{132} \\ &= 7378.811 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} a &= Y - bX \\ &= 78.129 - 0.8764 \times 82.508 \\ &= 5.817 \end{aligned}$$

Jadi Persamaan Regresi adalah  $\hat{Y} = 5.817 + 0.876 X$



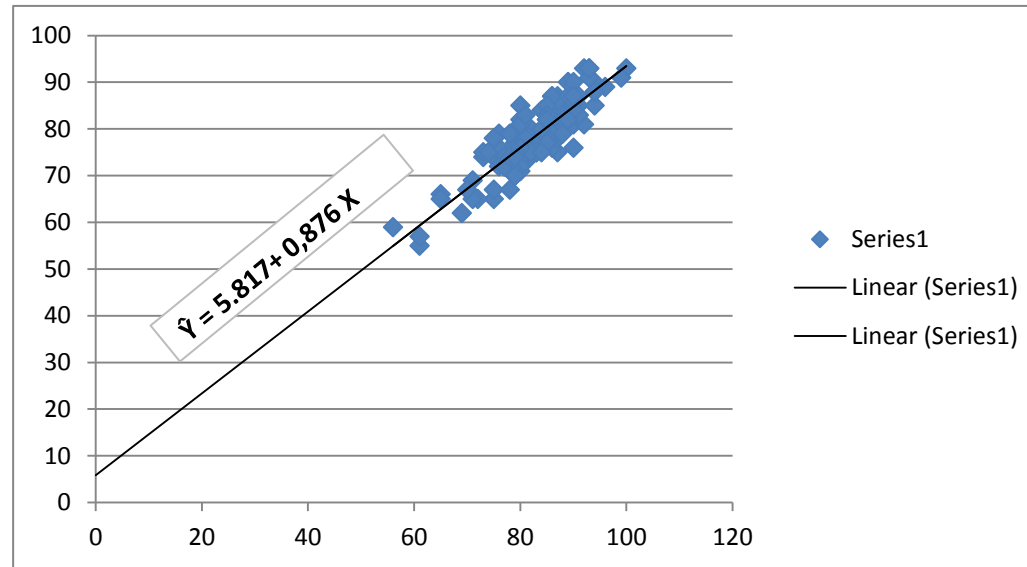
## Rekapitulasi Skor Total Instrumen Hasil Penelitian

No. Resp	X	Y	X <sup>2</sup>	Y <sup>2</sup>	XY
1	86	78	7396	6084	6708
2	84	76	7056	5776	6384
3	78	74	6084	5476	5772
4	61	55	3721	3025	3355
5	69	62	4761	3844	4278
6	79	77	6241	5929	6083
7	90	81	8100	6561	7290
8	80	71	6400	5041	5680
9	86	84	7396	7056	7224
10	91	85	8281	7225	7735
11	90	86	8100	7396	7740
12	92	93	8464	8649	8556
13	87	83	7569	6889	7221
14	100	93	10000	8649	9300
15	87	85	7569	7225	7395
16	83	78	6889	6084	6474
17	87	80	7569	6400	6960
18	84	76	7056	5776	6384
19	91	87	8281	7569	7917
20	80	82	6400	6724	6560
21	80	85	6400	7225	6800
22	87	75	7569	5625	6525
23	92	81	8464	6561	7452
24	86	76	7396	5776	6536
25	75	75	5625	5625	5625
26	71	69	5041	4761	4899
27	75	65	5625	4225	4875
28	87	87	7569	7569	7569
29	86	78	7396	6084	6708
30	75	74	5625	5476	5550
31	87	78	7569	6084	6786
32	79	75	6241	5625	5925
33	94	90	8836	8100	8460
34	87	82	7569	6724	7134
35	90	85	8100	7225	7650
36	87	78	7569	6084	6786
37	90	76	8100	5776	6840
38	80	76	6400	5776	6080
39	81	73	6561	5329	5913
40	75	76	5625	5776	5700
41	91	83	8281	6889	7553
42	87	83	7569	6889	7221
43	90	86	8100	7396	7740

44	94	85	8836	7225	7990
45	78	73	6084	5329	5694
46	80	77	6400	5929	6160
47	75	67	5625	4489	5025
48	83	75	6889	5625	6225
49	81	73	6561	5329	5913
50	91	83	8281	6889	7553
51	87	79	7569	6241	6873
52	83	78	6889	6084	6474
53	80	73	6400	5329	5840
54	72	65	5184	4225	4680
55	80	74	6400	5476	5920
56	80	74	6400	5476	5920
57	85	82	7225	6724	6970
58	82	76	6724	5776	6232
59	80	76	6400	5776	6080
60	83	78	6889	6084	6474
61	85	79	7225	6241	6715
62	94	88	8836	7744	8272
63	78	67	6084	4489	5226
64	75	74	5625	5476	5550
65	80	72	6400	5184	5760
66	86	87	7396	7569	7482
67	86	79	7396	6241	6794
68	81	77	6561	5929	6237
69	76	76	5776	5776	5776
70	90	84	8100	7056	7560
71	73	74	5329	5476	5402
72	87	86	7569	7396	7482
73	96	89	9216	7921	8544
74	99	91	9801	8281	9009
75	93	91	8649	8281	8463
76	85	78	7225	6084	6630
77	88	83	7744	6889	7304
78	93	93	8649	8649	8649
79	94	88	8836	7744	8272
80	88	82	7744	6724	7216
81	73	75	5329	5625	5475
82	80	78	6400	6084	6240
83	76	79	5776	6241	6004
84	86	87	7396	7569	7482
85	82	80	6724	6400	6560
86	84	80	7056	6400	6720
87	83	75	6889	5625	6225
88	93	93	8649	8649	8649
89	78	79	6084	6241	6162
90	71	65	5041	4225	4615
91	70	67	4900	4489	4690

92	81	79	6561	6241	6399
93	79	70	6241	4900	5530
94	84	84	7056	7056	7056
95	85	77	7225	5929	6545
96	56	59	3136	3481	3304
97	74	75	5476	5625	5550
98	82	75	6724	5625	6150
99	65	66	4225	4356	4290
100	61	57	3721	3249	3477
101	85	85	7225	7225	7225
102	85	83	7225	6889	7055
103	88	79	7744	6241	6952
104	84	75	7056	5625	6300
105	89	87	7921	7569	7743
106	89	90	7921	8100	8010
107	65	65	4225	4225	4225
108	89	82	7921	6724	7298
109	85	82	7225	6724	6970
110	89	90	7921	8100	8010
111	90	90	8100	8100	8100
112	90	87	8100	7569	7830
113	79	71	6241	5041	5609
114	90	87	8100	7569	7830
115	80	81	6400	6561	6480
116	79	74	6241	5476	5846
117	77	72	5929	5184	5544
118	77	74	5929	5476	5698
119	76	72	5776	5184	5472
120	77	72	5929	5184	5544
121	75	78	5625	6084	5850
122	81	83	6561	6889	6723
123	80	76	6400	5776	6080
124	79	71	6241	5041	5609
125	81	78	6561	6084	6318
126	79	70	6241	4900	5530
127	80	76	6400	5776	6080
128	79	75	6241	5625	5925
129	79	70	6241	4900	5530
130	77	72	5929	5184	5544
131	78	74	6084	5476	5772
132	79	74	6241	5476	5846
<b>Σ</b>	<b>10891</b>	<b>10313</b>	<b>905983</b>	<b>813121</b>	<b>857380</b>

LAMPIRAN 55



## LAMPIRAN 56

Tabel Untuk menghitung  $\hat{Y} = a + bX$ 

n	X	$\hat{Y} = 5.817 + 0,876 X$	$\hat{Y}$
1	84	5.817 + 0.88 . 84	79.437
2	56	5.817 + 0.88 . 56	54.897
3	80	5.817 + 0.88 . 80	75.931
4	93	5.817 + 0.88 . 93	87.325
5	69	5.817 + 0.88 . 69	66.290
6	90	5.817 + 0.88 . 90	84.695
7	75	5.817 + 0.88 . 75	71.549
8	84	5.817 + 0.88 . 84	79.437
9	85	5.817 + 0.88 . 85	80.313
10	86	5.817 + 0.88 . 86	81.190
11	73	5.817 + 0.88 . 73	69.796
12	88	5.817 + 0.88 . 88	82.942
13	73	5.817 + 0.88 . 73	69.796
14	86	5.817 + 0.88 . 86	81.190
15	71	5.817 + 0.88 . 71	68.043
16	76	5.817 + 0.88 . 76	72.425
17	90	5.817 + 0.88 . 90	84.695
18	87	5.817 + 0.88 . 87	82.066
19	80	5.817 + 0.88 . 80	75.931
20	76	5.817 + 0.88 . 76	72.425
21	71	5.817 + 0.88 . 71	68.043
22	82	5.817 + 0.88 . 82	77.684
23	85	5.817 + 0.88 . 85	80.313
24	75	5.817 + 0.88 . 75	71.549
25	86	5.817 + 0.88 . 86	81.190
26	87	5.817 + 0.88 . 87	82.066
27	81	5.817 + 0.88 . 81	76.808
28	90	5.817 + 0.88 . 90	84.695
29	80	5.817 + 0.88 . 80	75.931
30	82	5.817 + 0.88 . 82	77.684
31	78	5.817 + 0.88 . 78	74.178
32	96	5.817 + 0.88 . 96	89.954
33	82	5.817 + 0.88 . 82	77.684
34	78	5.817 + 0.88 . 78	74.178
35	90	5.817 + 0.88 . 90	84.695

<b>36</b>	85	5.817 + 0.88 . 85	80.313
<b>37</b>	99	5.817 + 0.88 . 99	92.583
<b>38</b>	85	5.817 + 0.88 . 85	80.313
<b>39</b>	65	5.817 + 0.88 . 65	62.785
<b>40</b>	94	5.817 + 0.88 . 94	88.201
<b>41</b>	78	5.817 + 0.88 . 78	74.178
<b>42</b>	83	5.817 + 0.88 . 83	78.560
<b>43</b>	80	5.817 + 0.88 . 80	75.931
<b>44</b>	94	5.817 + 0.88 . 94	88.201
<b>45</b>	61	5.817 + 0.88 . 61	59.279
<b>46</b>	79	5.817 + 0.88 . 79	75.055
<b>47</b>	75	5.817 + 0.88 . 75	71.549
<b>48</b>	87	5.817 + 0.88 . 87	82.066
<b>49</b>	93	5.817 + 0.88 . 93	87.325
<b>50</b>	79	5.817 + 0.88 . 79	75.055
<b>51</b>	80	5.817 + 0.88 . 80	75.931
<b>52</b>	91	5.817 + 0.88 . 91	85.572
<b>53</b>	80	5.817 + 0.88 . 80	75.931
<b>54</b>	70	5.817 + 0.88 . 70	67.167
<b>55</b>	84	5.817 + 0.88 . 84	79.437
<b>56</b>	80	5.817 + 0.88 . 80	75.931
<b>57</b>	87	5.817 + 0.88 . 87	82.066
<b>58</b>	91	5.817 + 0.88 . 91	85.572
<b>59</b>	87	5.817 + 0.88 . 87	82.066
<b>60</b>	75	5.817 + 0.88 . 75	71.549
<b>61</b>	85	5.817 + 0.88 . 85	80.313
<b>62</b>	83	5.817 + 0.88 . 83	78.560
<b>63</b>	81	5.817 + 0.88 . 81	76.808
<b>64</b>	100	5.817 + 0.88 . 100	93.460
<b>65</b>	87	5.817 + 0.88 . 87	82.066
<b>66</b>	84	5.817 + 0.88 . 84	79.437
<b>67</b>	86	5.817 + 0.88 . 86	81.190
<b>68</b>	79	5.817 + 0.88 . 79	75.055
<b>69</b>	92	5.817 + 0.88 . 92	86.448
<b>70</b>	87	5.817 + 0.88 . 87	82.066

<b>71</b>	90	5.817 + 0.88 . 90	84.695
<b>72</b>	86	5.817 + 0.88 . 86	81.190
<b>73</b>	84	5.817 + 0.88 . 84	79.437
<b>74</b>	78	5.817 + 0.88 . 78	74.178
<b>75</b>	74	5.817 + 0.88 . 74	70.673
<b>76</b>	61	5.817 + 0.88 . 61	59.279
<b>77</b>	88	5.817 + 0.88 . 88	82.942
<b>78</b>	89	5.817 + 0.88 . 89	83.819
<b>79</b>	87	5.817 + 0.88 . 87	82.066
<b>80</b>	75	5.817 + 0.88 . 75	71.549
<b>81</b>	87	5.817 + 0.88 . 87	82.066
<b>82</b>	75	5.817 + 0.88 . 75	71.549
<b>83</b>	91	5.817 + 0.88 . 91	85.572
<b>84</b>	80	5.817 + 0.88 . 80	75.931
<b>85</b>	93	5.817 + 0.88 . 93	87.325
<b>86</b>	94	5.817 + 0.88 . 94	88.201
<b>87</b>	85	5.817 + 0.88 . 85	80.313
<b>88</b>	91	5.817 + 0.88 . 91	85.572
<b>89</b>	94	5.817 + 0.88 . 94	88.201
<b>90</b>	86	5.817 + 0.88 . 86	81.190
<b>91</b>	86	5.817 + 0.88 . 86	81.190
<b>92</b>	80	5.817 + 0.88 . 80	75.931
<b>93</b>	88	5.817 + 0.88 . 88	82.942
<b>94</b>	90	5.817 + 0.88 . 90	84.695
<b>95</b>	81	5.817 + 0.88 . 81	76.808
<b>96</b>	81	5.817 + 0.88 . 81	76.808
<b>97</b>	83	5.817 + 0.88 . 83	78.560
<b>98</b>	92	5.817 + 0.88 . 92	86.448
<b>99</b>	87	5.817 + 0.88 . 87	82.066
<b>100</b>	83	5.817 + 0.88 . 83	78.560
<b>101</b>	80	5.817 + 0.88 . 80	75.931
<b>102</b>	87	5.817 + 0.88 . 87	82.066
<b>103</b>	83	5.817 + 0.88 . 83	78.560
<b>104</b>	80	5.817 + 0.88 . 80	75.931
<b>105</b>	72	5.817 + 0.88 . 72	68.920

<b>106</b>	80	5.817 +	0.88	. 80	75.931
<b>107</b>	80	5.817 +	0.88	. 80	75.931
<b>108</b>	85	5.817 +	0.88	. 85	80.313
<b>109</b>	82	5.817 +	0.88	. 82	77.684
<b>110</b>	80	5.817 +	0.88	. 80	75.931
<b>111</b>	83	5.817445 +	0.88	. 83	78.560
<b>112</b>	85	5.817445 +	0.88	. 85	80.313
<b>113</b>	94	5.817445 +	0.88	. 94	88.201
<b>114</b>	78	5.817445 +	0.88	. 78	74.178
<b>115</b>	75	5.817445 +	0.88	. 75	71.549
<b>116</b>	80	5.817445 +	0.88	. 80	75.931
<b>117</b>	86	5.817445 +	0.88	. 86	81.190
<b>118</b>	86	5.817445 +	0.88	. 86	81.190
<b>119</b>	81	5.817445 +	0.88	. 81	76.808
<b>120</b>	76	5.817445 +	0.88	. 76	72.425
<b>121</b>	90	5.817445 +	0.88	. 90	84.695
<b>122</b>	73	5.817445 +	0.88	. 73	69.796
<b>123</b>	87	5.817445 +	0.88	. 87	82.066
<b>124</b>	96	5.817445 +	0.88	. 96	89.954
<b>125</b>	99	5.817445 +	0.88	. 99	92.583
<b>126</b>	93	5.817445 +	0.88	. 93	87.325
<b>127</b>	85	5.817445 +	0.88	. 85	80.313
<b>128</b>	88	5.817445 +	0.88	. 88	82.942
<b>129</b>	93	5.817445 +	0.88	. 93	87.325
<b>130</b>	94	5.817445 +	0.88	. 94	88.201
<b>131</b>	88	5.817445 +	0.88	. 88	82.942
<b>132</b>	73	5.817445 +	0.88	. 73	69.796



**TABEL PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIANS DAN SIMPANGAN BAKU  
REGRESI  $\hat{Y} = 5.817 + 0,876 X$**

No.	X	Y	$\hat{Y}$	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \bar{\hat{Y}})$	$[(Y - \hat{Y}) - (\bar{Y} - \bar{\hat{Y}})]^2$
1	56	59.00	54.897	4.103	4.103	16.8346
2	61	55.00	59.279	-4.279	-4.279	18.3107
3	61	57.00	59.279	-2.279	-2.279	5.1943
4	65	66.00	62.785	3.215	3.215	10.3376
5	65	65.00	62.785	2.215	2.215	4.9072
6	69	62.00	66.290	-4.290	-4.290	18.4081
7	70	67.00	67.167	-0.167	-0.167	0.0279
8	71	69.00	68.043	0.957	0.957	0.9153
9	71	65.00	68.043	-3.043	-3.043	9.2617
10	72	65.00	68.920	-3.920	-3.920	15.3643
11	73	74.00	69.796	4.204	4.204	17.6723
12	73	75.00	69.796	5.204	5.204	27.0800
13	74	75.00	70.673	4.327	4.327	18.7266
14	75	75.00	71.549	3.451	3.451	11.9094
15	75	65.00	71.549	-6.549	-6.549	42.8893
16	75	74.00	71.549	2.451	2.451	6.0074
17	75	76.00	71.549	4.451	4.451	19.8115
18	75	67.00	71.549	-4.549	-4.549	20.6933
19	75	74.00	71.549	2.451	2.451	6.0074
20	75	78.00	71.549	6.451	6.451	41.6155
21	76	72.00	72.425	-0.425	-0.425	0.1810
22	76	76.00	72.425	3.575	3.575	12.7777
23	76	79.00	72.425	6.575	6.575	43.2252
24	77	72.00	73.302	-1.302	-1.302	1.6948
25	77	74.00	73.302	0.698	0.698	0.4874
26	77	72.00	73.302	-1.302	-1.302	1.6948
27	77	72.00	73.302	-1.302	-1.302	1.6948
28	78	74.00	74.178	-0.178	-0.178	0.0318
29	78	74.00	74.178	-0.178	-0.178	0.0318
30	78	73.00	74.178	-1.178	-1.178	1.3883
31	78	67.00	74.178	-7.178	-7.178	51.5274
32	78	79.00	74.178	4.822	4.822	23.2492
33	79	70.00	75.055	-5.055	-5.055	25.5498
34	79	71.00	75.055	-4.055	-4.055	16.4404
35	79	74.00	75.055	-1.055	-1.055	1.1123

36	79	71.00	75.055	-4.055	-4.055	16.4404
37	79	70.00	75.055	-5.055	-5.055	25.5498
38	79	75.00	75.055	-0.055	-0.055	0.0030
39	79	70.00	75.055	-5.055	-5.055	25.5498
40	79	74.00	75.055	-1.055	-1.055	1.1123
41	79	77.00	75.055	1.945	1.945	3.7843
42	79	75.00	75.055	-0.055	-0.055	0.0030
43	80	76.00	75.931	0.069	0.069	0.0047
44	80	72.00	75.931	-3.931	-3.931	15.4535
45	80	78.00	75.931	2.069	2.069	4.2804
46	80	81.00	75.931	5.069	5.069	25.6938
47	80	76.00	75.931	0.069	0.069	0.0047
48	80	76.00	75.931	0.069	0.069	0.0047
49	80	71.00	75.931	-4.931	-4.931	24.3157
50	80	82.00	75.931	6.069	6.069	36.8316
51	80	85.00	75.931	9.069	9.069	82.2450
52	80	76.00	75.931	0.069	0.069	0.0047
53	80	77.00	75.931	1.069	1.069	1.1426
54	80	73.00	75.931	-2.931	-2.931	8.5913
55	80	74.00	75.931	-1.931	-1.931	3.7291
56	80	74.00	75.931	-1.931	-1.931	3.7291
57	81	79.00	76.808	2.192	2.192	4.8070
58	81	83.00	76.808	6.192	6.192	38.3468
59	81	78.00	76.808	1.192	1.192	1.4220
60	81	73.00	76.808	-3.808	-3.808	14.4972
61	81	73.00	76.808	-3.808	-3.808	14.4972
62	81	77.00	76.808	0.192	0.192	0.0370
63	82	76.00	77.684	-1.684	-1.684	2.8356
64	82	80.00	77.684	2.316	2.316	5.3641
65	82	75.00	77.684	-2.684	-2.684	7.2035
66	83	78.00	78.560	-0.560	-0.560	0.3140
67	83	75.00	78.560	-3.560	-3.560	12.6762
68	83	78.00	78.560	-0.560	-0.560	0.3140
69	83	78.00	78.560	-0.560	-0.560	0.3140
70	83	75.00	78.560	-3.560	-3.560	12.6762

71	84	75.00	79.437	-4.437	-4.437	19.6850
72	84	76.00	79.437	-3.437	-3.437	11.8115
73	84	76.00	79.437	-3.437	-3.437	11.8115
74	84	80.00	79.437	0.563	0.563	0.3172
75	84	84.00	79.437	4.563	4.563	20.8230
76	85	77.00	80.313	-3.313	-3.313	10.9773
77	85	82.00	80.313	1.687	1.687	2.8453
78	85	79.00	80.313	-1.313	-1.313	1.7245
79	85	78.00	80.313	-2.313	-2.313	5.3509
80	85	85.00	80.313	4.687	4.687	21.9661
81	85	83.00	80.313	2.687	2.687	7.2189
82	85	82.00	80.313	1.687	1.687	2.8453
83	86	78.00	81.190	-3.190	-3.190	10.1737
84	86	76.00	81.190	-5.190	-5.190	26.9322
85	86	87.00	81.190	5.810	5.810	33.7605
86	86	78.00	81.190	-3.190	-3.190	10.1737
87	86	87.00	81.190	5.810	5.810	33.7605
88	86	79.00	81.190	-2.190	-2.190	4.7944
89	86	84.00	81.190	2.810	2.810	7.8982
90	87	80.00	82.066	-2.066	-2.066	4.2685
91	87	75.00	82.066	-7.066	-7.066	49.9289
92	87	78.00	82.066	-4.066	-4.066	16.5327
93	87	82.00	82.066	-0.066	-0.066	0.0044
94	87	78.00	82.066	-4.066	-4.066	16.5327
95	87	79.00	82.066	-3.066	-3.066	9.4006
96	87	83.00	82.066	0.934	0.934	0.8723
97	87	85.00	82.066	2.934	2.934	8.6081
98	87	87.00	82.066	4.934	4.934	24.3439
99	87	83.00	82.066	0.934	0.934	0.8723
100	87	86.00	82.066	3.934	3.934	15.4760
101	88	83.00	82.942	0.058	0.058	0.0033
102	88	82.00	82.942	-0.942	-0.942	0.8882
103	88	79.00	82.942	-3.942	-3.942	15.5430
104	89	87.00	83.819	3.181	3.181	10.1195
105	89	90.00	83.819	6.181	6.181	38.2062

106	89	82.00	83.819	-1.819	-1.819	3.3083
107	89	90.00	83.819	6.181	6.181	38.2062
108	90	90.00	84.695	5.305	5.305	28.1398
109	90	87.00	84.695	2.305	2.305	5.3116
110	90	87.00	84.695	2.305	2.305	5.3116
111	90	81.00	84.695	-3.695	-3.695	13.6553
112	90	86.00	84.695	1.305	1.305	1.7022
113	90	84.00	84.695	-0.695	-0.695	0.4834
114	90	85.00	84.695	0.305	0.305	0.0928
115	90	76.00	84.695	-8.695	-8.695	75.6083
116	90	86.00	84.695	1.305	1.305	1.7022
117	91	83.00	85.572	-2.572	-2.572	6.6138
118	91	83.00	85.572	-2.572	-2.572	6.6138
119	91	87.00	85.572	1.428	1.428	2.0400
120	91	85.00	85.572	-0.572	-0.572	0.3269
121	92	93.00	86.448	6.552	6.552	42.9268
122	92	81.00	86.448	-5.448	-5.448	29.6823
123	93	91.00	87.325	3.675	3.675	13.5088
124	93	93.00	87.325	5.675	5.675	32.2106
125	93	93.00	87.325	5.675	5.675	32.2106
126	94	85.00	88.201	-3.201	-3.201	10.2463
127	94	90.00	88.201	1.799	1.799	3.2365
128	94	88.00	88.201	-0.201	-0.201	0.0404
129	94	88.00	88.201	-0.201	-0.201	0.0404
130	96	89.00	89.954	-0.954	-0.954	0.9098
131	99	91.00	92.583	-1.583	-1.583	2.5062
132	100	93.00	93.460	-0.460	-0.460	0.2111
<b>Σ</b>	<b>10891</b>	<b>10313</b>	<b>10313.000</b>	<b>0.000</b>		<b>1700.1559</b>

**PERHITUNGAN RATA-RATA, VARIAN, SIMPANGAN BAKU  
REGRESI  $\hat{Y} = 5.817 + 0,876 X$** 

$$\begin{aligned} 1. \text{ Rata-rata} &= \overline{Y - \hat{Y}} = \frac{\Sigma(Y - \hat{Y})}{n} \\ &= \frac{0.000}{132} \\ &= 0.000 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 2. \text{ Varians} \quad S^2 &= \frac{\Sigma\{(Y - \hat{Y}) - (\overline{Y - \hat{Y}})\}^2}{n - 1} \\ &= \frac{1700.16}{131} \\ &= 12.98 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 3. \text{ Simpangan Baku} &= \sqrt{S^2} \\ &= \sqrt{12.98} \\ &= 3.60 \end{aligned}$$

## LAMPIRAN 59

## PERHITUNGAN NORMALITAS GALAT TAKSIRAN REGRESI Y ATAS X2

$$\hat{Y} = 5.817 + 0,876 X$$

No.	$(Y - \hat{Y})$	$(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$	Zi	Zt	F(zi)	S(zi)	F(zi) - S(zi)
1	-8.695	-8.695	-2.41	0.492	0.0080	0.0076	0.0004
2	-7.178	-7.178	-1.99	0.4767	0.0233	0.0152	0.0081
3	-7.066	-7.066	-1.96	0.475	0.0250	0.0227	0.0023
4	-6.549	-6.549	-1.82	0.4656	0.0344	0.0303	0.0041
5	-5.448	-5.448	-1.51	0.4345	0.0655	0.0379	0.0276
6	-5.190	-5.190	-1.44	0.4251	0.0749	0.0455	0.0294
7	-5.055	-5.055	-1.40	0.4192	0.0808	0.0530	0.0278
8	-5.055	-5.055	-1.40	0.4192	0.0808	0.0606	0.0202
9	-5.055	-5.055	-1.40	0.4192	0.0808	0.0682	0.0126
10	-4.931	-4.931	-1.37	0.4147	0.0853	0.0758	0.0095
11	-4.549	-4.549	-1.26	0.3962	0.1038	0.0833	0.0205
12	-4.437	-4.437	-1.23	0.3907	0.1093	0.0909	0.0184
13	-4.290	-4.290	-1.19	0.383	0.1170	0.0985	0.0185
14	-4.279	-4.279	-1.19	0.383	0.1170	0.1061	0.0109
15	-4.066	-4.066	-1.13	0.3708	0.1292	0.1136	0.0156
16	-4.066	-4.066	-1.13	0.3708	0.1292	0.1212	0.0080
17	-4.055	-4.055	-1.13	0.3708	0.1292	0.1288	0.0004
18	-4.055	-4.055	-1.13	0.3708	0.1292	0.1364	0.0072
19	-3.942	-3.942	-1.09	0.3621	0.1379	0.1439	0.0060
20	-3.931	-3.931	-1.09	0.3621	0.1379	0.1515	0.0136
21	-3.920	-3.920	-1.09	0.3621	0.1379	0.1591	0.0212
22	-3.808	-3.808	-1.06	0.3554	0.1446	0.1667	0.0221
23	-3.808	-3.808	-1.06	0.3554	0.1446	0.1742	0.0296
24	-3.695	-3.695	-1.03	0.3485	0.1515	0.1818	0.0303
25	-3.560	-3.560	-0.99	0.3389	0.1611	0.1894	0.0283
26	-3.560	-3.560	-0.99	0.3389	0.1611	0.1970	0.0359
27	-3.437	-3.437	-0.95	0.3289	0.1711	0.2045	0.0334
28	-3.437	-3.437	-0.95	0.3289	0.1711	0.2121	0.0410
29	-3.313	-3.313	-0.92	0.3212	0.1788	0.2197	0.0409
30	-3.201	-3.201	-0.89	0.3133	0.1867	0.2273	0.0406

31	-3.190	-3.190	-0.89	0.3133	0.1867	0.2348	0.0481
32	-3.190	-3.190	-0.89	0.3133	0.1867	0.2424	0.0557
33	-3.066	-3.066	-0.85	0.3023	0.1977	0.2500	0.0523
34	-3.043	-3.043	-0.84	0.2996	0.2004	0.2576	0.0572
35	-2.931	-2.931	-0.81	0.291	0.2090	0.2652	0.0562
36	-2.684	-2.684	-0.75	0.2734	0.2266	0.2727	0.0461
37	-2.572	-2.572	-0.71	0.2612	0.2388	0.2803	0.0415
38	-2.572	-2.572	-0.71	0.2612	0.2388	0.2879	0.0491
39	-2.313	-2.313	-0.64	0.2389	0.2611	0.2955	0.0344
40	-2.279	-2.279	-0.63	0.2357	0.2643	0.3030	0.0387
41	-2.190	-2.190	-0.61	0.2291	0.2709	0.3106	0.0397
42	-2.066	-2.066	-0.57	0.2157	0.2843	0.3182	0.0339
43	-1.931	-1.931	-0.54	0.2054	0.2946	0.3258	0.0312
44	-1.931	-1.931	-0.54	0.2054	0.2946	0.3333	0.0387
45	-1.819	-1.819	-0.50	0.1915	0.3085	0.3409	0.0324
46	-1.684	-1.684	-0.47	0.1808	0.3192	0.3485	0.0293
47	-1.583	-1.583	-0.44	0.17	0.3300	0.3561	0.0261
48	-1.313	-1.313	-0.36	0.1406	0.3594	0.3636	0.0042
49	-1.302	-1.302	-0.36	0.1406	0.3594	0.3712	0.0118
50	-1.302	-1.302	-0.36	0.1406	0.3594	0.3788	0.0194
51	-1.302	-1.302	-0.36	0.1406	0.3594	0.3864	0.0270
52	-1.178	-1.178	-0.33	0.1293	0.3707	0.3939	0.0232
53	-1.055	-1.055	-0.29	0.1141	0.3859	0.4015	0.0156
54	-1.055	-1.055	-0.29	0.1141	0.3859	0.4091	0.0232
55	-0.954	-0.954	-0.26	0.1026	0.3974	0.4167	0.0193
56	-0.942	-0.942	-0.26	0.1026	0.3974	0.4242	0.0268
57	-0.695	-0.695	-0.19	0.0753	0.4247	0.4318	0.0071
58	-0.572	-0.572	-0.16	0.0636	0.4364	0.4394	0.0030
59	-0.560	-0.560	-0.16	0.0636	0.4364	0.4470	0.0106
60	-0.560	-0.560	-0.16	0.0636	0.4364	0.4545	0.0181
61	-0.560	-0.560	-0.16	0.0636	0.4364	0.4621	0.0257
62	-0.460	-0.460	-0.13	0.0517	0.4483	0.4697	0.0214
63	-0.425	-0.425	-0.12	0.0478	0.4522	0.4773	0.0251
64	-0.201	-0.201	-0.06	0.0239	0.4761	0.4848	0.0087
65	-0.201	-0.201	-0.06	0.0239	0.4761	0.4924	0.0163
66	-0.178	-0.178	-0.05	0.0199	0.4801	0.5000	0.0199
67	-0.178	-0.178	-0.05	0.0199	0.4801	0.5076	0.0275
68	-0.167	-0.167	-0.05	0.0199	0.4801	0.5152	0.0351
69	-0.066	-0.066	-0.02	0.008	0.4920	0.5227	0.0307
70	-0.055	-0.055	-0.02	0.008	0.4920	0.5303	0.0383

71	-0.055	-0.055	-0.02	0.008	0.4920	0.5379	0.0459
72	0.058	0.058	0.02	0.008	0.5080	0.5455	0.0375
73	0.069	0.069	0.02	0.008	0.5080	0.5530	0.0450
74	0.069	0.069	0.02	0.008	0.5080	0.5606	0.0526
75	0.069	0.069	0.02	0.008	0.5080	0.5682	0.0602
76	0.069	0.069	0.02	0.008	0.5080	0.5758	0.0678
77	0.192	0.192	0.05	0.0199	0.5199	0.5833	0.0634
78	0.305	0.305	0.08	0.0319	0.5319	0.5909	0.0590
79	0.563	0.563	0.16	0.0636	0.5636	0.5985	0.0349
80	0.698	0.698	0.19	0.0753	0.5753	0.6061	0.0308
81	0.934	0.934	0.26	0.1026	0.6026	0.6136	0.0110
82	0.934	0.934	0.26	0.1026	0.6026	0.6212	0.0186
83	0.957	0.957	0.27	0.1064	0.6064	0.6288	0.0224
84	1.069	1.069	0.30	0.1179	0.6179	0.6364	0.0185
85	1.192	1.192	0.33	0.1293	0.6293	0.6439	0.0146
86	1.305	1.305	0.36	0.1406	0.6406	0.6515	0.0109
87	1.305	1.305	0.36	0.1406	0.6406	0.6591	0.0185
88	1.428	1.428	0.40	0.1554	0.6554	0.6667	0.0113
89	1.687	1.687	0.47	0.1808	0.6808	0.6742	0.0066
90	1.687	1.687	0.47	0.1808	0.6808	0.6818	0.0010
91	1.799	1.799	0.50	0.1915	0.6915	0.6894	0.0021
92	1.945	1.945	0.54	0.2054	0.7054	0.6970	0.0084
93	2.069	2.069	0.57	0.2157	0.7157	0.7045	0.0112
94	2.192	2.192	0.61	0.2291	0.7291	0.7121	0.0170
95	2.215	2.215	0.61	0.2291	0.7291	0.7197	0.0094
96	2.305	2.305	0.64	0.2389	0.7389	0.7273	0.0116
97	2.305	2.305	0.64	0.2389	0.7389	0.7348	0.0041
98	2.316	2.316	0.64	0.2389	0.7389	0.7424	0.0035
99	2.451	2.451	0.68	0.2518	0.7518	0.7500	0.0018
100	2.451	2.451	0.68	0.2518	0.7518	0.7576	0.0058
101	2.687	2.687	0.75	0.2734	0.7734	0.7652	0.0082
102	2.810	2.810	0.78	0.2823	0.7823	0.7727	0.0096
103	2.934	2.934	0.81	0.291	0.7910	0.7803	0.0107
104	3.181	3.181	0.88	0.3106	0.8106	0.7879	0.0227
105	3.215	3.215	0.89	0.3133	0.8133	0.7955	0.0178
106	3.451	3.451	0.96	0.3315	0.8315	0.8030	0.0285
107	3.575	3.575	0.99	0.3389	0.8389	0.8106	0.0283
108	3.675	3.675	1.02	0.3461	0.8461	0.8182	0.0279



109	3.934	3.934	1.09	0.3621	0.8621	0.8258	0.0363
110	4.103	4.103	1.14	0.3729	0.8729	0.8333	0.0396
111	4.204	4.204	1.17	0.379	0.8790	0.8409	0.0381
112	4.327	4.327	1.20	0.3849	0.8849	0.8485	0.0364
113	4.451	4.451	1.24	0.3925	0.8925	0.8561	0.0364
114	4.563	4.563	1.27	0.398	0.8980	0.8636	0.0344
115	4.687	4.687	1.30	0.4032	0.9032	0.8712	0.0320
116	4.822	4.822	1.34	0.4099	0.9099	0.8788	0.0311
117	4.934	4.934	1.37	0.4147	0.9147	0.8864	0.0283
118	5.069	5.069	1.41	0.4207	0.9207	0.8939	0.0268
119	5.204	5.204	1.44	0.4251	0.9251	0.9015	0.0236
120	5.305	5.305	1.47	0.4292	0.9292	0.9091	0.0201
121	5.675	5.675	1.58	0.4429	0.9429	0.9167	0.0262
122	5.675	5.675	1.58	0.4429	0.9429	0.9242	0.0187
123	5.810	5.810	1.61	0.4463	0.9463	0.9318	0.0145
124	5.810	5.810	1.61	0.4463	0.9463	0.9394	0.0069
125	6.069	6.069	1.68	0.4535	0.9535	0.9470	0.0065
126	6.181	6.181	1.72	0.4573	0.9573	0.9545	0.0028
127	6.181	6.181	1.72	0.4573	0.9573	0.9621	0.0048
128	6.192	6.192	1.72	0.4573	0.9573	0.9697	0.0124
129	6.451	6.451	1.79	0.4633	0.9633	0.9773	0.0140
130	6.552	6.552	1.82	0.4656	0.9656	0.9848	0.0192
131	6.575	6.575	1.82	0.4656	0.9656	0.9924	0.0268
132	9.069	9.069	2.52	0.4941	0.9941	1.0000	0.0059

Dari perhitungan, di dapat nilai  $L_{Hitung}$  terbesar = 0.0678 ,  $L_{Tabel}$  untuk  $n = 132$  dengan taraf signifikan 0,05 adalah 0,77116 .  $L_{Hitung} < L_{Tabel}$ . Dengan demikian dapat disimpulkan data berdistribusi normal

## LANGKAH PERHITUNGAN UJI NORMALITAS GALAT TAKSIRAN REGRESI Y ATAS X2

Disertai contoh perhitungan untuk no. 1 (pada tabel normalitas)

1. kolom  $Y - \hat{Y}$

data diurutkan dari data yang terkecil sampai yang terbesar

2. kolom  $(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}$   
mengikuti kolom  $Y - \hat{Y}$

3. kolom  $Z_i$

$$Z_i = \frac{\{(Y - \hat{Y}) - \overline{(Y - \hat{Y})}\}}{S} = \frac{-8.695}{3.60} = -2.41$$

4. Kolom  $Z_t$

Dari kolom  $Z_i$  kemudian dikonsultasikan tabel distribusi Z

Contoh:  $Z = -2.41$

Pada sumbu menurun cari angka 2,1; lalu pada sumbu mendatar angka 9

Maka diperoleh nilai  $Z_t = 0.492$

5. Kolom  $F(z_i)$

Jika  $Z_i$  negatif, maka  $F(z_i) = 0,5 - Z_t$

Jika  $Z_i$  positif, maka  $F(z_i) = 0,5 + Z_t$

$$\begin{array}{lcl} Z_i & = & -2.41 \\ \text{Maka } F(z_i) & = & 0.5 - 0.492 \\ & = & 0.008 \end{array}$$

6. Kolom  $S(z_i)$

$$\frac{\text{Nomor}}{\text{Jumlah Responden}} = \frac{1}{132} = 0.0076$$

7. Kolom  $IF(z_i) - S(z_i)I$

$$\text{nilai mutlak antara } F(z_i) - S(z_i)I = 0.008 - 0.00758 = 0.0004$$

**PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN REGRESI**

1. Mencari jumlah kuadrat total JK (T)

$$\begin{aligned} \text{JK (T)} &= \Sigma Y^2 \\ &= 813121 \end{aligned}$$

2. Mencari jumlah kuadrat regresi a JK (a)

$$\begin{aligned} \text{JK (a)} &= \frac{(\Sigma Y)^2}{n} \\ &= 805742 \end{aligned}$$

3. Mencari jumlah kuadrat regresi b JK (b/a)

$$\begin{aligned} \text{JK (b/a)} &= b \cdot \Sigma xy \\ &= 0.88 \quad \times \quad 6479.371 \\ &= 5678.655 \end{aligned}$$

4. Mencari jumlah kuadrat residu JK (res)

$$\begin{aligned} \text{JK (res)} &= \text{JK (T)} - \text{JK (a)} - \text{JK (b/a)} \\ &= 813121 \quad - \quad 805742 \quad - \quad 5678.655 \\ &= 9730.156 \end{aligned}$$

5. Mencari derajat kebebasan

$$\begin{aligned} \text{dk (T)} &= n = 132 \\ \text{dk (a)} &= 1 \\ \text{dk (b/a)} &= 1 \\ \text{dk (res)} &= n-2 = 130 \end{aligned}$$

6. Mencari rata-rata jumlah kuadrat

$$\begin{aligned} \text{RJK (b/a)} &= \frac{\text{JK (b/a)}}{\text{dk (b/a)}} = \frac{5678.655}{1} = 5678.655 \\ \text{RJK (res)} &= \frac{\text{JK (res)}}{\text{dk (res)}} = \frac{9730.156}{130} = 74.847 \end{aligned}$$

7. Kriteria pengujian

Tolak  $H_0$  jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{Tabel}}$ , maka regresi berarti  
Terima  $H_0$  jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{Tabel}}$ , maka regresi tidak berarti

8. Pengujian

$$F_{\text{hitung}} = \frac{\text{RJK (b/a)}}{\text{RJK (res)}} = \frac{5678.655}{74.847} = 75.870$$

9. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan  $F_{\text{hitung}} = 75.870$   
Berdasarkan taraf signifikan 0,05, pada tabel distribusi F dengan menggunakan dk pembilang 1 dan dk penyebut  $n-2 = 130$  dihasilkan  $F_{\text{Tabel}}$  sebesar  $= 3.91$   
sehingga  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{Tabel}}$ , maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan regresi adalah **signifikan**

TABEL PERHITUNGAN UJI KELINEARAN REGRESI

No.	K	n	X	Y	Y <sup>2</sup>	XY	ΣY <sup>2</sup>	(ΣY)	(ΣY) <sup>2</sup>	$\frac{(\Sigma Y)^2}{nK}$	$\left\{ \Sigma Y^2 - \frac{(\Sigma Y)^2}{nK} \right\}$
1	I	1	56	59.00	3481.00	3304.000					
2	II	2	61	55.00	3025.00	3355.000	6274.00	112.00	12544.00	6272.00	2.00
3			61	57.00	3249.00	3477.000					
4	III	2	65	66.00	4356.00	4290.000	8581.00	131.00	17161.00	8580.50	0.50
5			65	65.00	4225.00	4225.000					
6	IV	1	69	62.00	3844.00	4278.000					
7	V	1	70	67.00	4489.00	4690.000					
8	VI	2	71	69.00	4761.00	4899.000	8986.00	134.00	17956.00	8978.00	8.00
9			71	65.00	4225.00	4615.000					
10	VII	1	72	65.00	4225.00	4680.000					
11	VIII	2	73	74.00	5476.00	5402.000	11101.00	149.00	22201.00	11100.50	0.50
12			73	75.00	5625.00	5475.000					
13	IX	1	74	75.00	5625.00	5550.000					
14	X	7	75	75.00	5625.00	5625.000	37151.00	509.00	259081.00	37011.57	739.43
15			75	65.00	4225.00	4875.000					
16			75	74.00	5476.00	5550.000					
17			75	76.00	5776.00	5700.000					
18			75	67.00	4489.00	5025.000					
19			75	74.00	5476.00	5550.000					
20			75	78.00	6084.00	5850.000					
21	XI	3	76	72.00	5184.00	5472.000	17201.00	227.00	51529.00	17176.33	24.67
22			76	76.00	5776.00	5776.000					
23			76	79.00	6241.00	6004.000					
24	XII	4	77	72.00	5184.00	5544.000	21028.00	290.00	84100.00	21025.00	103.00
25			77	74.00	5476.00	5698.000					
26			77	72.00	5184.00	5544.000					
27			77	72.00	5184.00	5544.000					
28	XIII	5	78	74.00	5476.00	5772.000	27011.00	367.00	134689.00	26937.80	273.20
29			78	74.00	5476.00	5772.000					
30			78	73.00	5329.00	5694.000					
31			78	67.00	4489.00	5226.000					
32			78	79.00	6241.00	6162.000					
33	XIV	10	79	70.00	4900.00	5530.000	52913.00	727.00	528529.00	52852.90	660.10
34			79	71.00	5041.00	5609.000					

35			79	74.00	5476.00	5846.000					
36			79	71.00	5041.00	5609.000					
37			79	70.00	4900.00	5530.000					
38			79	75.00	5625.00	5925.000					
39			79	70.00	4900.00	5530.000					
40			79	74.00	5476.00	5846.000					
41			79	77.00	5929.00	6083.000					
42			79	75.00	5625.00	5925.000					
43	XV	14	80	76.00	5776.00	6080.000	82133.00	1071.00	1147041.00	81931.50	701.50
44			80	72.00	5184.00	5760.000					
45			80	78.00	6084.00	6240.000					
46			80	81.00	6561.00	6480.000					
47			80	76.00	5776.00	6080.000					
48			80	76.00	5776.00	6080.000					
49			80	71.00	5041.00	5680.000					
50			80	82.00	6724.00	6560.000					
51			80	85.00	7225.00	6800.000					
52			80	76.00	5776.00	6080.000					
53			80	77.00	5929.00	6160.000					
54			80	73.00	5329.00	5840.000					
55			80	74.00	5476.00	5920.000					
56			80	74.00	5476.00	5920.000					
57	XVI	6	81	79.00	6241.00	6399.000	35801.00	463.00	214369.00	35728.17	572.83
58			81	83.00	6889.00	6723.000					
59			81	78.00	6084.00	6318.000					
60			81	73.00	5329.00	5913.000					
61			81	73.00	5329.00	5913.000					
62			81	77.00	5929.00	6237.000					
63	XVII	3	82	76.00	5776.00	6232.000	17801.00	231.00	53361.00	17787.00	14.00
64			82	80.00	6400.00	6560.000					
65			82	75.00	5625.00	6150.000					
66	XVIII	5	83	78.00	6084.00	6474.000	29502.00	384.00	147456.00	29491.20	110.80
67			83	75.00	5625.00	6225.000					
68			83	78.00	6084.00	6474.000					

69			83	78.00	6084.00	6474.000					
70			83	75.00	5625.00	6225.000					
71	XIX	5	84	75.00	5625.00	6300.000	30633.00	391.00	152881.00	30576.20	256.80
72			84	76.00	5776.00	6384.000					
73			84	76.00	5776.00	6384.000					
74			84	80.00	6400.00	6720.000					
75			84	84.00	7056.00	7056.000					
76	XX	7	85	77.00	5929.00	6545.000	45816.00	566.00	320356.00	45765.14	450.86
77			85	82.00	6724.00	6970.000					
78			85	79.00	6241.00	6715.000					
79			85	78.00	6084.00	6630.000					
80			85	85.00	7225.00	7225.000					
81			85	83.00	6889.00	7055.000					
82			85	82.00	6724.00	6970.000					
83	XXI	7	86	78.00	6084.00	6708.000	46379.00	569.00	323761.00	46251.57	527.43
84			86	76.00	5776.00	6536.000					
85			86	87.00	7569.00	7482.000					
86			86	78.00	6084.00	6708.000					
87			86	87.00	7569.00	7482.000					
88			86	79.00	6241.00	6794.000					
89			86	84.00	7056.00	7224.000					
90	XXII	11	87	80.00	6400.00	6960.000	73126.00	896.00	802816.00	72983.27	642.73
91			87	75.00	5625.00	6525.000					
92			87	78.00	6084.00	6786.000					
93			87	82.00	6724.00	7134.000					
94			87	78.00	6084.00	6786.000					
95			87	79.00	6241.00	6873.000					
96			87	83.00	6889.00	7221.000					
97			87	85.00	7225.00	7395.000					
98			87	87.00	7569.00	7569.000					

99			87	83.00	6889.00	7221.000					
100			87	86.00	7396.00	7482.000					
101	XXIII	3	88	83.00	6889.00	7304.000	19854.00	244.00	59536.00	19845.33	58.67
102			88	82.00	6724.00	7216.000					
103			88	79.00	6241.00	6952.000					
104	XXIV	4	89	87.00	7569.00	7743.000	30493.00	349.00	121801.00	30450.25	142.75
105			89	90.00	8100.00	8010.000					
106			89	82.00	6724.00	7298.000					
107			89	90.00	8100.00	8010.000					
108	XXV	9	90	90.00	8100.00	8100.000	64648.00	762.00	580644.00	64516.00	732.00
109			90	87.00	7569.00	7830.000					
110			90	87.00	7569.00	7830.000					
111			90	81.00	6561.00	7290.000					
112			90	86.00	7396.00	7740.000					
113			90	84.00	7056.00	7560.000					
114			90	85.00	7225.00	7650.000					
115			90	76.00	5776.00	6840.000					
116			90	86.00	7396.00	7740.000					
117	XXVI	4	91	83.00	6889.00	7553.000	28572.00	338.00	114244.00	28561.00	11.00
118			91	83.00	6889.00	7553.000					
119			91	87.00	7569.00	7917.000					
120			91	85.00	7225.00	7735.000					
121	XXVII	2	92	93.00	8649.00	8556.000	15210.00	174.00	30276.00	15138.00	72.00
122			92	81.00	6561.00	7452.000					
123	XXVIII	3	93	91.00	8281.00	8463.000	25579.00	277.00	76729.00	25576.33	52.67
124			93	93.00	8649.00	8649.000					
125			93	93.00	8649.00	8649.000					
126	XXIX	4	94	85.00	7225.00	7990.000	30813.00	351.00	123201.00	30800.25	512.75
127			94	90.00	8100.00	8460.000					
128			94	88.00	7744.00	8272.000					
129			94	88.00	7744.00	8272.000					
130	XXX	1	96	89.00	7921.00	8544.000					
131	XXXI	1	99	91.00	8281.00	9009.000					
132	XXXII	1	100	93.00	8649.00	9300.000					
<b>Σ</b>	<b>32</b>	<b>132</b>	<b>10891</b>	<b>10313</b>	<b>813121</b>	<b>857380</b>	<b>766606</b>				<b>6670.17</b>

## PERHITUNGAN UJI KELINIEARAN REGRESI

### 1. Mencari Jumlah Kuadrat Error JK (G)

$$JK(G) = \sum \left\{ \sum Y_k^2 - \frac{\sum Y_k^2}{n_k} \right\}$$

$$= 6670.17 \text{ (Lihat tabel Perhitungan JK } G_{\text{(galat)}})$$

### 2. Mencari Jumlah Kuadrat Tuna cocok JK (TC)

$$JK(TC) = JK(\text{res}) - JK(G)$$

$$= 9730.16 - 6670.17$$

$$= 3059.98$$

### 3. Mencari Derajat Kebebasan

$$k = 32$$

$$dk_{(TC)} = k - 2 = 30$$

$$dk_{(G)} = n - k = 100$$

### 4. Mencari rata-rata jumlah kuadrat

$$RJK_{(TC)} = \frac{3059.98}{30} = 102.00$$

$$RJK_{(G)} = \frac{6670.17}{100} = 66.70$$

### 5. Kriteria Pengujian

Terima  $H_0$  jika  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$ , maka regresi linier  
 Tolak  $H_0$  jika  $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ , maka regresi tidak linier

### 6. Pengujian

$$F_{\text{hitung}} = \frac{RJK_{(TC)}}{RJK_{(G)}} = \frac{102.00}{66.70} = 1.53$$

### 7. Kesimpulan

Berdasarkan hasil perhitungan  $F_{\text{hitung}} = 1.53$   
 Berdasarkan taraf signifikan 0,05, pada tabel distribusi F dengan  
 Menggunakan dk pembilang 30 dan dk penyebut 100 dihasilkan  $F_{\text{tabel}}$  sebesar = 1,60  
 sehingga  $F_{\text{hitung}} < F_{\text{tabel}}$  maka dapat disimpulkan bahwa model persamaan  
 regresi adalah **linier**



TABEL ANAVA UNTUK UJI KEBERARTIAN DAN UJI KELINIERAN REGRESI

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>
Total	n	$\Sigma Y^2$			
Regresi (a)	1	$\frac{(\Sigma Y)^2}{n}$			
Regresi (b/a)	1	b. $\Sigma xy$	$\frac{b.\Sigma xy}{1}$	$\frac{RJK_{(b/a)^*}}{RJK_{(res)}}$	$\frac{F(1-\alpha)}{(1, n-2)}$
Residu	n-2	JK (res)	$\frac{JK_{(res)}}{n-2}$		
Tuna Cocok	k - 2	JK (TC)	$\frac{JK_{(TC)}}{k-2}$	$\frac{RJK_{(TC)^{ns}}}{RJK_{(G)}}$	$\frac{F(1-\alpha)}{(k-2, n-k)}$
Galat Kekeliruan	n - k	JK (G)	$\frac{JK_{(G)}}{n-k}$		

**Keterangan :** \*) Persamaan regresi berarti jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$

<sup>ns)</sup> Persamaan regresi linear jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$

Sumber Varians	dk	Jumlah Kuadrat (JK)	Rata-rata Jumlah Kuadrat (RJK)	F <sub>hitung</sub>	F <sub>tabel</sub>
Total	132	813121.00			
Regresi (a)	1	805742.19			
Regresi (b/a)	1	5678.65	5678.65	75.87 **)	3.91
Residu	130	9730.1560	74.8474		
Tuna Cocok	30	3059.98	102.00	1.53 <sup>ns)</sup>	1.65
Galat Kekeliruan	100	6670.17	66.70		

**Keterangan :** \*\*) Persamaan regresi berarti karena  $F_{hitung} (75,87) > F_{tabel} (3,91)$

<sup>ns)</sup> Persamaan regresi linear karena  $F_{hitung} (1,53) < F_{tabel} (1,65)$

**PERHITUNGAN KOEFISIEN KORELASI**  
***PRODUCT MOMENT***

Mencari Koefisien Korelasi dengan Rumus *Product Moment*

Diketahui :

$$\Sigma x^2 = 7392.992$$

$$\Sigma y^2 = 7378.81$$

$$\Sigma xy = 6479.371$$

$$r_{XY} = \frac{\Sigma xy}{\sqrt{(\Sigma x^2) \cdot (\Sigma y)^2}}$$

$$r_{XY} = \frac{6479.37}{\sqrt{7392.992 \times 7378.81}}$$

$$r_{XY} = \frac{6479.371}{9985.898}$$

$$r_{XY} = 0.649$$

**PERHITUNGAN UJI KEBERARTIAN  
KOEFSIEN KORELASI (Uji-t)**

Koefisien Korelasi *Product Moment* (Uji-t)

$$\begin{aligned}
 t_h &= \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}} \\
 &= \frac{0.649\sqrt{130}}{\sqrt{1-0.421}} \\
 &= \frac{0.649 \times 11.40}{\sqrt{0.579}} \\
 &= \frac{7.398}{0.761} \\
 &= 9.723
 \end{aligned}$$

Kesimpulan :

tabel pada taraf signifikansi 0,05 dengan dk (n-2) = (132- 2) = 130 sebesar 1,658

Kriteria pengujian :

Ho ditolak jika  $t_{hitung} > t_{tabel}$ .

Ho diterima jika  $t_{hitung} < t_{tabel}$ .

Dari hasil pengujian :

$t_{hitung} ( 9.723 ) > t_{tabel} (1,658)$ , maka terdapat hubungan yang **positif dan signifikan** antara variabel X dengan variabel Y

**PERHITUNGAN KOEFISIEN DETERMINASI**

Untuk mencari seberapa besar variasi variabel Y yang ditentukan oleh variabel X, maka digunakan Koefisien Determinasi dengan rumus :

$$\begin{aligned} \text{KD} &= r_{XY}^2 \\ &= 0.649^2 \\ &= 0.4210 \\ &= 42.10\% \end{aligned}$$

Dari hasil tersebut diinterpretasikan bahwa Keputusan konsumen ditentukan oleh citra merek sebesar 42.10 %

**SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL X2  
CITRA MEREK**

**SKOR INDIKAT Jumlah skor butir tiap soal indikator**

**SKOR INDIKAT Jumlah skor butir tiap soal indikator**

**Banyaknya soal indikator**

Dimensi	indikator	subindikator	jumlah soal	skor		
tipe	<i>benefits</i>	<i>function</i>	2 soal	$\frac{581+578}{2}$	579.5	21.35%
				$\frac{566+569+529+511}{4}$	543.75	20.03%
	<i>overall evaluations</i>	<i>experiential</i>	4 soal	$\frac{566+569+529+511}{4}$	543.75	20.03%
<i>flavouribility</i>	pelayanan jasa		7 soal	$\frac{537+536+539+547+537+557+574}{7}$	546.714286	20.14%
				$\frac{547+526+546+523+544+537}{6}$	537.166667	19.79%
				$\frac{547+526+546+523+544+537}{6}$	537.166667	19.79%
keunikan	logo maskapai		1 soal	$\frac{507}{1}$	507	18.68%
				$\frac{507}{1}$	507	18.68%

jumlah skor  
2714.13095 100.00%

Dari hasil perhitungan, ketiga dimensi tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang.

Indikator *benefits* dengan subindikator *function* dan pelayanan jasa memiliki pengaruh yang cukup besar dalam citra merek.

## SKOR INDIKATOR DOMINAN VARIABEL Y

### keputusan pembelian

SKOR INDIKAT Jumlah skor butir tiap soal indikator

SKOR INDIKAT Jumlah skor butir tiap soal indikator

Banyaknya soal indikator

dimensi	indikator	subindikator	jumlah soal	skor		presentase
pengenalan kebutuhan	faktor internal	diri sendiri	4 soal	$\frac{560+572+527+534}{4}$	548.25	15.31%
		tetangga	2 soal	$\frac{492+269}{2}$	480.5	13.42%
	faktor eksternal	teman	3 soal	$\frac{511+498+520}{3}$	509.666667	14.23%
		keluarga	2 soal	$\frac{503+505}{2}$	504	14.07%
pencarian informasi	sumber pribadi	keluarga	2 soal	$\frac{503+505}{2}$	504	14.07%
	pengalaman masa lalu	pernah menggunakan jasa	4 soal	$\frac{543+539+516+514}{4}$	528	14.74%
eva;uasi alternatif			2 soal	$\frac{545+500}{2}$	522.5	14.59%
keputusan pembelian	harga		3 soal	$\frac{526+484+455}{3}$	488.333333	13.64%
						13.64%

jumlah skor  
3581.25    100.00%

Dari hasil perhitungan, keempat dimensi tersebut memiliki kontribusi yang relatif seimbang.

Indikator faktor internal dengan subindikator diri sendiri dan pengalaman masa lalu dengan sub indikator pernah menggunakan jasa memiliki pengaruh yang cukup besar dalam keputusan pembelian

## LAMPIRAN 66

Tabel Nilai-Nilai  $r$  *Product Moment* dari *Pearson*

N	Tarf Signifikan		N	Tarf Signifikan		N	Tarf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	26	0,388	0,496	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	27	0,381	0,487	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	28	0,374	0,478	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	29	0,367	0,470	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	30	0,361	0,463	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	31	0,355	0,456	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	32	0,349	0,449	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	33	0,344	0,442	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	34	0,339	0,436	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	35	0,334	0,430	100	0,194	0,256
13	0,553	0,684	36	0,329	0,424	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	37	0,325	0,418	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	38	0,320	0,413	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	39	0,316	0,408	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	40	0,312	0,403	300	0,113	0,148
18	0,463	0,590	41	0,308	0,398	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	42	0,304	0,393	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	43	0,301	0,389	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	44	0,297	0,384	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	45	0,294	0,380	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	46	0,291	0,376	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	47	0,288	0,372	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	48	0,284	0,368			
			49	0,281	0,364			
			50	0,279	0,361			

Sumber : Conover, W.J., *Practical Nonparametric Statistics*, John Wiley & Sons, Inc., 1973

## LAMPIRAN 67

Nilai Kritis L untuk Uji *Lilliefors*

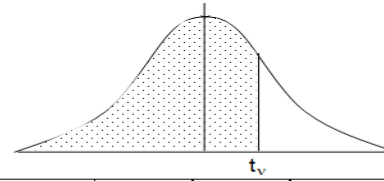
Ukuran Sampel	Taraf Nyata ( $\alpha$ )				
	0,01	0,05	0,10	0,15	0,20
n = 4	0,417	0,381	0,352	0,319	0,300
5	0,405	0,337	0,315	0,299	0,285
6	0,364	0,319	0,294	0,277	0,265
7	0,348	0,300	0,276	0,258	0,247
8	0,331	0,285	0,261	0,244	0,233
9	0,311	0,271	0,249	0,233	0,223
10	0,294	0,258	0,239	0,224	0,215
11	0,284	0,249	0,230	0,217	0,206
12	0,275	0,242	0,223	0,212	0,199
13	0,268	0,234	0,214	0,202	0,190
14	0,261	0,227	0,207	0,194	0,183
15	0,257	0,220	0,201	0,187	0,177
16	0,250	0,213	0,195	0,182	0,173
17	0,245	0,206	0,289	0,177	0,169
18	0,239	0,200	0,184	0,173	0,166
19	0,235	0,195	0,179	0,169	0,163
20	0,231	0,190	0,174	0,166	0,160
25	0,200	0,173	0,158	0,147	0,142
30	0,187	0,161	0,144	0,136	0,131
n > 30	$\frac{1,031}{\sqrt{n}}$	$\frac{0,886}{\sqrt{n}}$	$\frac{0,805}{\sqrt{n}}$	$\frac{0,768}{\sqrt{n}}$	$\frac{0,736}{\sqrt{n}}$

Sumber : Conover, W.J., *Practical Nonparametric Statistics*, John Wiley & Sons, Inc., 1973



## LAMPIRAN 68

**Nilai Persentil untuk Distribusi t**  
 **$v = dk$**   
**(Bilangan Dalam Badan Daftar Menyatakan  $t_p$ )**

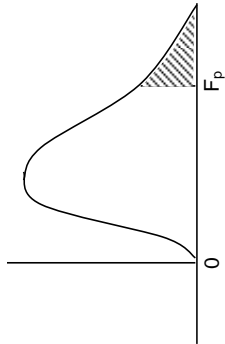


$v$	$t_{0,995}$	$t_{0,99}$	$t_{0,975}$	$t_{0,95}$	$t_{0,90}$	$t_{0,80}$	$t_{0,75}$	$t_{0,70}$	$t_{0,60}$	$t_{0,55}$
1	63,66	31,82	12,71	6,31	3,08	1,376	1,000	0,727	0,325	0,518
2	9,92	6,96	4,30	2,92	1,89	1,061	0,816	0,617	0,289	0,142
3	5,84	4,54	3,18	2,35	1,64	0,978	0,765	0,584	0,277	0,137
4	4,60	3,75	2,78	2,13	1,53	0,941	0,744	0,569	0,271	0,134
5	4,03	3,36	2,57	2,02	1,48	0,920	0,727	0,559	0,267	0,132
6	3,71	3,14	2,45	1,94	1,44	0,906	0,718	0,553	0,265	0,131
7	3,50	3,00	2,36	1,90	1,42	0,896	0,711	0,519	0,263	0,130
8	3,36	2,90	2,31	1,86	1,40	0,889	0,706	0,516	0,262	0,130
9	3,25	2,82	2,26	1,83	1,38	0,883	0,703	0,513	0,261	0,129
10	3,17	2,76	2,23	1,81	1,37	0,879	0,700	0,512	0,260	0,129
11	3,11	2,72	2,20	1,80	1,36	0,876	0,697	0,510	0,260	0,129
12	3,06	2,68	2,18	1,78	1,36	0,873	0,695	0,509	0,259	0,128
13	3,01	2,65	2,16	1,77	1,35	0,870	0,694	0,508	0,259	0,128
14	2,98	2,62	2,14	1,76	1,34	0,868	0,692	0,507	0,258	0,128
15	2,95	2,60	2,13	1,75	1,34	0,866	0,691	0,506	0,258	0,128
16	2,92	2,58	2,12	1,75	1,34	0,865	0,690	0,505	0,258	0,128
17	2,90	2,57	2,11	1,74	1,33	0,863	0,689	0,504	0,257	0,128
18	2,88	2,55	2,10	1,73	1,33	0,862	0,688	0,503	0,257	0,127
19	2,86	2,54	2,09	1,73	1,33	0,861	0,688	0,502	0,257	0,127
20	2,84	2,53	2,09	1,72	1,32	0,860	0,687	0,501	0,257	0,127
21	0,83	2,52	2,08	1,72	1,32	0,859	0,686	0,501	0,257	0,127
22	2,82	2,51	2,07	1,72	1,32	0,858	0,686	0,500	0,256	0,127
23	2,81	2,50	2,07	1,71	1,32	0,858	0,685	0,500	0,256	0,127
24	2,80	2,49	2,06	1,71	1,32	0,857	0,685	0,499	0,256	0,127
25	2,79	2,48	2,06	1,71	1,32	0,856	0,684	0,499	0,256	0,127
26	2,78	2,48	2,06	1,71	1,32	0,856	0,684	0,499	0,256	0,127
27	2,77	2,47	2,05	1,70	1,31	0,855	0,684	0,499	0,256	0,127
28	2,76	2,47	2,05	1,70	1,31	0,855	0,683	0,499	0,256	0,127
29	2,76	2,46	2,04	1,70	1,31	0,854	0,683	0,499	0,256	0,127
30	2,75	2,46	2,04	1,70	1,31	0,854	0,683	0,499	0,256	0,127
40	2,70	2,42	2,02	1,68	1,30	0,854	0,681	0,499	0,255	0,126
60	2,66	2,39	2,00	1,67	1,30	0,848	0,679	0,499	0,254	0,126
120	2,62	2,36	1,98	1,66	1,29	0,845	0,677	0,499	0,254	0,126
$\infty$	2,58	2,33	1,96	1,645	1,28	0,842	0,674	0,499	0,253	0,126

Sumber : Statistical Tables for Biological, Agricultural and Medical Research, Fisher, R.Y., dan Yates F

Table III. Oliver & Boyd, Ltd., Ediaburgh

**Nilai Persentil untuk Distribusi F  
(Bilangan dalam Badan Daftar menyatakan  $F_p$ ;  
Baris atas untuk  $p = 0,05$  dan Baris bawah untuk  $p = 0,01$ )**



$v_2 = dk$ penyebut	$v_1 = dk$ pembilang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	$\infty$
1	161	200	216	225	230	234	237	239	241	242	243	244	245	246	248	249	250	251	252	253	254	254	254	254
	4052	4999	5403	5625	5764	5859	5928	5981	6022	6056	6082	6106	6142	6169	6208	6234	6258	6286	6302	6323	6334	6352	6361	6366
2	18,51	19,00	19,16	19,25	19,30	19,33	19,36	19,37	19,38	19,39	19,40	19,41	19,42	19,43	19,44	19,45	19,46	19,47	19,47	19,48	19,49	19,49	19,50	19,50
	98,49	99,01	99,17	99,25	99,30	99,33	99,34	99,36	99,38	99,40	99,41	99,42	99,43	99,44	99,45	99,46	99,47	99,48	99,48	99,49	99,49	99,49	99,50	99,50
3	10,13	9,55	9,28	9,12	9,01	8,94	8,88	8,84	8,81	8,78	8,76	8,74	8,71	8,69	8,66	8,64	8,62	8,60	8,58	8,57	8,56	8,54	8,54	8,53
	34,12	30,81	29,46	28,71	28,24	27,91	27,67	27,49	27,34	27,23	27,13	27,05	26,92	26,83	26,69	26,60	26,50	26,41	26,30	26,27	26,23	26,18	26,14	26,12
4	7,71	6,94	6,59	6,39	6,26	6,16	6,09	6,04	6,00	5,96	5,93	5,91	5,87	5,84	5,80	5,77	5,74	5,71	5,70	5,68	5,66	5,65	5,64	5,63
	21,20	18,00	16,69	15,98	15,52	15,21	14,98	14,80	14,66	14,54	14,45	14,37	14,24	14,15	14,02	13,93	13,83	13,74	13,69	13,61	13,57	13,52	13,48	13,46
5	6,61	5,79	5,41	5,19	5,05	4,95	4,88	4,82	4,78	4,74	4,70	4,68	4,64	4,60	4,56	4,53	4,50	4,46	4,44	4,42	4,40	4,38	4,37	4,36
	16,26	13,27	12,06	11,39	10,97	10,67	10,45	10,27	10,15	10,05	9,96	9,89	9,77	9,68	9,55	9,47	9,38	9,29	9,24	9,17	9,13	9,07	9,04	9,02
6	5,99	5,14	4,76	4,53	4,39	4,28	4,21	4,15	4,10	4,06	4,03	4,00	3,96	3,92	3,87	3,81	3,81	3,77	3,75	3,72	3,71	3,69	3,68	3,67
	13,74	10,92	9,78	9,15	8,75	8,47	8,26	8,10	7,98	7,87	7,79	7,72	7,60	7,52	7,39	7,31	7,23	7,14	7,09	7,02	6,99	6,94	6,90	6,88
7	5,59	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,63	3,60	3,57	3,52	3,49	3,44	3,41	3,38	3,34	3,32	3,29	3,28	3,25	3,24	3,23
	12,25	9,55	8,45	7,85	7,46	7,19	7,00	6,81	6,71	6,62	6,54	6,47	6,35	6,27	6,15	6,07	5,98	5,90	5,85	5,78	5,75	5,70	5,67	5,65
8	5,32	4,74	4,35	4,12	3,97	3,87	3,79	3,73	3,68	3,63	3,60	3,57	3,52	3,49	3,44	3,41	3,38	3,34	3,32	3,29	3,28	3,25	3,24	3,23
	11,26	8,65	7,59	7,01	6,63	6,37	6,19	6,03	5,91	5,82	5,74	5,67	5,56	5,48	5,36	5,28	5,20	5,11	5,06	4,96	4,91	4,88	4,86	4,86
9	5,12	4,26	3,86	3,63	3,48	3,37	3,29	3,23	3,18	3,13	3,10	3,07	3,02	2,98	2,93	2,90	2,86	2,82	2,80	2,77	2,76	2,73	2,72	2,71
	10,56	8,02	6,99	6,42	6,06	5,80	5,62	5,47	5,35	5,26	5,18	5,11	5,00	4,92	4,80	4,73	4,64	4,56	4,51	4,45	4,41	4,36	4,33	4,31
10	4,96	4,10	3,71	3,48	3,33	3,22	3,14	3,07	3,02	2,97	2,94	2,91	2,86	2,82	2,77	2,74	2,70	2,67	2,64	2,61	2,59	2,56	2,55	2,54
	10,04	7,56	6,55	5,99	5,64	5,39	5,21	5,06	4,95	4,85	4,78	4,71	4,60	4,52	4,41	4,33	4,25	4,17	4,12	4,05	4,01	3,96	3,93	3,91

**Lanjutan Distribusi F**

$v_2 = dk$ penvebut	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	$\infty$	
11	4,84	3,98	3,59	3,36	3,20	3,09	3,01	2,95	2,90	2,86	2,82	2,79	2,74	2,70	2,66	2,61	2,57	2,53	2,50	2,47	2,45	2,42	2,41	2,40	2,40
	9,65	7,20	6,22	5,67	5,32	5,07	4,88	4,74	4,63	4,54	4,46	4,40	4,29	4,21	4,10	4,02	3,94	3,86	3,80	3,74	3,70	3,66	3,62	3,60	3,60
12	4,75	3,88	3,49	3,26	3,11	3,00	2,92	2,85	2,80	2,76	2,72	2,69	2,64	2,60	2,54	2,50	2,46	2,42	2,40	2,36	2,35	2,32	2,31	2,30	2,30
	9,33	6,93	5,95	5,41	5,06	4,82	4,65	4,50	4,39	4,30	4,22	4,16	4,05	3,98	3,86	3,78	3,70	3,61	3,56	3,49	3,46	3,41	3,38	3,36	3,36
13	4,67	3,80	3,41	3,18	3,02	2,92	2,84	2,77	2,72	2,67	2,63	2,60	2,55	2,51	2,46	2,42	2,38	2,34	2,32	2,28	2,26	2,24	2,24	2,23	2,23
	9,07	6,70	5,74	5,20	4,86	4,62	4,44	4,30	4,19	4,10	4,02	3,96	3,85	3,78	3,67	3,59	3,51	3,42	3,37	3,30	3,27	3,21	3,18	3,18	3,16
14	4,67	3,80	3,41	3,18	3,02	2,92	2,84	2,77	2,72	2,67	2,63	2,60	2,55	2,51	2,46	2,42	2,38	2,34	2,32	2,28	2,26	2,24	2,22	2,22	2,21
	8,86	6,51	5,56	5,03	4,69	4,46	4,28	4,14	4,03	3,94	3,86	3,80	3,70	3,62	3,51	3,43	3,34	3,26	3,21	3,14	3,11	3,06	3,02	3,02	3,00
15	4,54	3,68	3,29	3,06	2,90	2,79	2,70	2,64	2,59	2,55	2,51	2,48	2,43	2,39	2,33	2,29	2,25	2,21	2,18	2,15	2,12	2,10	2,06	2,07	2,07
	8,68	6,36	5,42	4,89	4,56	4,32	4,14	4,00	3,89	3,80	3,73	3,67	3,56	3,48	3,36	3,29	3,20	3,12	3,07	3,00	2,97	2,92	2,89	2,89	2,87
16	4,49	3,63	3,24	3,01	2,85	2,74	2,66	2,59	2,54	2,49	2,45	2,42	2,37	2,33	2,28	2,24	2,20	2,16	2,13	2,09	2,07	2,04	2,02	2,02	2,01
	8,53	6,23	5,29	4,77	4,44	4,20	4,03	3,89	3,78	3,69	3,61	3,55	3,45	3,37	3,25	3,18	3,10	3,01	2,96	2,89	2,86	2,80	2,77	2,76	2,75
17	4,45	3,58	3,20	2,96	2,81	2,70	2,62	2,55	2,50	2,45	2,41	2,38	2,33	2,29	2,23	2,19	2,15	2,11	2,08	2,04	2,02	1,99	1,97	1,97	1,96
	8,40	6,11	5,18	4,67	4,34	4,10	3,93	3,79	3,68	3,59	3,52	3,45	3,35	3,27	3,16	3,08	3,00	2,92	2,86	2,79	2,76	2,70	2,67	2,66	2,65
18	4,41	3,55	3,16	2,93	2,77	2,66	2,58	2,51	2,46	2,41	2,37	2,34	2,29	2,25	2,19	2,15	2,11	2,07	2,04	2,00	1,98	1,95	1,93	1,92	1,92
	8,28	6,01	5,09	4,58	4,25	4,01	3,85	3,71	3,60	3,51	3,44	3,37	3,27	3,19	3,07	3,00	2,91	2,83	2,78	2,71	2,68	2,62	2,59	2,57	2,57
19	4,38	3,52	3,13	2,90	2,74	2,63	2,55	2,48	2,43	2,38	2,34	2,31	2,26	2,21	2,15	2,11	2,07	2,02	2,00	1,96	1,94	1,91	1,90	1,88	1,88
	8,18	5,93	5,01	4,50	4,17	3,94	3,77	3,63	3,52	3,43	3,36	3,30	3,19	3,12	3,00	2,92	2,84	2,76	2,70	2,63	2,60	2,54	2,51	2,49	2,49
20	4,35	3,49	3,10	2,87	2,71	2,60	2,52	2,45	2,40	2,35	2,31	2,26	2,23	2,18	2,12	2,08	2,08	2,08	1,99	1,96	1,92	1,90	1,87	1,85	1,84
	8,10	5,85	4,94	4,43	4,10	3,87	3,71	3,56	3,45	3,37	3,30	3,23	3,13	3,05	2,94	2,86	2,77	2,69	2,63	2,56	2,53	2,47	2,44	2,42	2,42
21	4,32	3,47	3,07	2,84	2,68	2,57	2,49	2,42	2,37	2,32	2,28	2,25	2,20	2,15	2,09	2,05	2,00	1,96	1,93	1,89	1,87	1,84	1,82	1,81	1,81
	8,02	5,78	4,87	4,37	4,04	3,81	3,65	3,51	3,40	3,31	3,24	3,17	3,07	2,99	2,88	2,80	2,72	2,63	2,58	2,51	2,47	2,42	2,38	2,36	2,36
22	4,30	3,44	3,05	2,82	2,66	2,55	2,47	2,40	2,35	2,30	2,26	2,23	2,18	2,13	2,07	2,03	1,98	1,93	1,91	1,87	1,84	1,81	1,80	1,78	1,78
	7,94	5,72	4,82	4,31	3,99	3,76	3,59	3,45	3,35	3,26	3,18	3,12	3,02	2,94	2,83	2,75	2,67	2,58	2,53	2,46	2,42	2,37	2,33	2,31	2,31
23	4,28	3,42	3,03	2,80	2,64	2,53	2,45	2,38	2,32	2,28	2,24	2,20	2,14	2,10	2,04	2,00	1,96	1,91	1,88	1,84	1,82	1,79	1,77	1,76	1,76
	7,88	5,66	4,76	4,26	3,94	3,71	3,54	3,41	3,30	3,21	3,14	3,07	2,97	2,89	2,78	2,70	2,62	2,53	2,48	2,41	2,37	2,32	2,28	2,26	2,26
24	4,26	3,40	3,01	2,78	2,62	2,51	2,43	2,36	2,30	2,26	2,22	2,18	2,13	2,09	2,02	1,98	1,94	1,89	1,86	1,82	1,80	1,76	1,74	1,73	1,73
	7,82	5,61	4,72	4,22	3,90	3,67	3,50	3,36	3,25	3,17	3,09	3,03	2,93	2,85	2,74	2,66	2,58	2,49	2,44	2,36	2,33	2,27	2,23	2,21	2,21
25	4,24	3,38	2,99	2,76	2,60	2,49	2,41	2,34	2,28	2,24	2,20	2,16	2,11	2,06	2,00	1,96	1,92	1,87	1,84	1,80	1,77	1,74	1,72	1,71	1,71
	7,77	5,57	4,68	4,18	3,86	3,63	3,46	3,32	3,21	3,13	3,05	2,99	2,89	2,81	2,70	2,62	2,54	2,45	2,40	2,32	2,29	2,23	2,19	2,17	2,17

$v_1 = dk$  pembilang

## Lanjutan Distribusi F

$v_2 = dk$ penvebut	$v_1 = dk$ pembilang																	$\infty$						
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30		40	50	75	100	200	500
26	4,22	3,37	2,89	2,74	2,59	2,47	2,39	2,32	2,27	2,22	2,18	2,15	2,10	2,05	1,99	1,95	1,90	1,85	1,82	1,78	1,76	1,72	1,70	1,69
	7,72	5,53	4,64	4,14	3,82	3,59	3,42	3,29	3,17	3,09	3,02	2,96	2,86	2,77	2,66	2,58	2,50	2,41	2,36	2,26	2,25	2,19	2,15	2,13
27	4,21	3,35	2,96	2,73	2,57	2,46	2,37	2,30	2,25	2,20	2,16	2,13	2,08	2,03	1,97	1,93	1,88	1,84	1,80	1,76	1,74	1,71	1,68	1,67
	7,68	5,49	4,60	4,11	3,79	3,56	3,39	3,26	3,14	3,06	2,98	2,93	2,83	2,74	2,63	2,55	2,47	2,38	2,33	2,25	2,21	2,16	2,12	2,10
28	4,20	3,34	2,95	2,71	2,56	2,44	2,36	2,29	2,24	2,19	2,15	2,12	2,06	2,02	1,96	1,91	1,87	1,81	1,78	1,75	1,72	1,69	1,67	1,65
	7,64	5,45	4,57	4,07	3,76	3,53	3,36	3,23	3,11	3,03	2,95	2,90	2,80	2,71	2,60	2,52	2,44	2,35	2,30	2,22	2,18	2,13	2,09	2,06
29	4,18	3,33	2,93	2,70	2,54	2,43	2,35	2,28	2,22	2,18	2,14	2,10	2,05	2,00	1,94	1,90	1,85	1,80	1,77	1,73	1,71	1,68	1,65	1,64
	7,60	5,52	4,54	4,04	3,73	3,50	3,33	3,20	3,08	3,00	2,92	2,87	2,77	2,68	2,57	2,49	2,41	2,32	2,27	2,19	2,15	2,10	2,06	2,03
30	4,17	3,32	2,92	2,69	2,53	2,42	2,34	2,27	2,21	2,16	2,12	2,09	2,04	1,99	1,93	1,89	1,84	1,79	1,76	1,72	1,69	1,66	1,64	1,62
	7,56	5,39	4,51	4,02	3,70	3,47	3,30	3,17	3,06	2,98	2,90	2,84	2,74	2,66	2,55	2,47	2,38	2,29	2,24	2,16	2,13	2,07	2,03	2,01
32	4,15	3,30	2,90	2,67	2,51	2,40	2,32	2,25	2,19	2,14	2,10	2,07	2,02	1,97	1,91	1,86	1,82	1,76	1,74	1,69	1,67	1,64	1,61	1,59
	7,50	5,34	4,46	3,97	3,66	3,42	3,25	3,12	3,01	2,94	2,86	2,80	2,70	2,62	2,51	2,42	2,34	2,25	2,20	2,12	2,08	2,02	1,98	1,96
34	4,13	3,28	2,88	2,65	2,49	2,38	2,30	2,23	2,17	2,12	2,08	2,05	2,00	1,95	1,89	1,84	1,80	1,74	1,71	1,67	1,64	1,61	1,59	1,57
	7,44	5,29	4,42	3,93	3,61	3,38	3,21	3,08	2,97	2,89	2,82	2,76	2,66	2,58	2,47	2,38	2,30	2,21	2,15	2,08	2,04	1,98	1,94	1,91
36	4,11	3,26	2,80	2,63	2,48	2,36	2,28	2,21	2,15	2,10	2,06	2,03	1,89	1,93	1,87	1,82	1,78	1,72	1,69	1,65	1,62	1,59	1,56	1,55
	7,39	5,25	4,38	3,89	3,58	3,35	3,18	3,04	2,94	2,86	2,78	2,72	2,62	2,54	2,43	2,35	2,26	2,17	2,12	2,04	2,00	1,94	1,90	1,87
38	4,10	3,25	2,85	2,62	2,46	2,35	2,26	2,19	2,14	2,09	2,05	2,02	1,96	1,92	1,85	1,80	1,76	1,71	1,67	1,63	1,60	1,57	1,54	1,53
	7,35	5,21	4,34	3,85	3,54	3,32	3,15	3,02	2,91	2,82	2,75	2,69	2,59	2,51	2,40	2,32	2,22	2,14	2,08	2,00	1,97	1,90	1,86	1,84
40	4,08	3,23	2,84	2,61	2,45	2,34	2,25	2,18	2,12	2,07	2,04	2,00	1,95	1,90	1,84	1,79	1,74	1,69	1,66	1,61	1,59	1,55	1,53	1,51
	7,31	5,18	4,31	3,83	3,51	3,29	3,12	2,99	2,88	2,80	2,73	2,66	2,56	2,49	2,37	2,29	2,20	2,11	2,05	1,97	1,94	1,88	1,84	1,81
42	4,07	3,22	2,83	2,59	2,44	2,32	2,24	2,17	2,11	2,06	2,02	1,99	1,94	1,89	1,82	1,78	1,73	1,68	1,64	1,60	1,57	1,54	1,51	1,49
	7,27	5,15	4,29	3,80	3,49	3,26	3,10	2,96	2,86	2,77	2,70	2,64	2,54	2,46	2,35	2,26	2,17	2,08	2,02	1,94	1,91	1,85	1,80	1,78
44	4,06	3,21	2,82	2,58	2,43	2,31	2,23	2,16	2,10	2,05	2,01	1,98	1,92	1,88	1,81	1,76	1,72	1,66	1,63	1,58	1,56	1,52	1,50	1,48
	7,24	5,12	4,26	3,78	3,46	3,24	3,07	2,94	2,84	2,75	2,68	2,62	2,52	2,44	2,32	2,24	2,15	2,06	2,00	1,92	1,88	1,82	1,78	1,75
46	4,05	3,20	2,81	2,57	2,42	2,30	2,22	2,14	2,09	2,04	2,00	1,97	1,91	1,87	1,80	1,75	1,71	1,65	1,62	1,57	1,54	1,51	1,48	1,46
	7,21	5,10	4,24	3,76	3,44	3,22	3,05	2,92	2,82	2,73	2,66	2,60	2,50	2,42	2,30	2,22	2,13	2,04	1,98	1,90	1,86	1,80	1,76	1,72
48	4,04	3,19	2,80	2,56	2,41	2,30	2,21	2,14	2,08	2,03	1,99	1,96	1,90	1,86	1,79	1,74	1,70	1,64	1,61	1,56	1,53	1,50	1,47	1,45
	7,19	5,08	4,22	3,74	3,42	3,20	3,04	2,90	2,80	2,71	2,64	2,58	2,48	2,40	2,28	2,20	2,11	2,02	1,96	1,88	1,84	1,78	1,73	1,70
50	4,03	3,18	2,79	2,56	2,40	2,29	2,20	2,13	2,07	2,02	1,98	1,95	1,90	1,85	1,78	1,74	1,69	1,63	1,60	1,55	1,52	1,48	1,46	1,44
	7,17	5,06	4,20	3,72	3,44	3,18	3,02	2,88	2,78	2,70	2,62	2,56	2,46	2,39	2,26	2,18	2,10	2,00	1,91	1,86	1,82	1,76	1,71	1,68

## Lanjutan Distribusi F

$v_2 = dk$ penyebut	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	500	$\infty$
55	4,02	3,17	2,78	2,51	3,38	2,27	2,18	2,11	2,05	2,00	1,97	1,93	1,88	1,83	1,76	1,72	1,67	1,61	1,58	1,52	1,50	1,46	1,43	1,41
	7,12	5,01	4,16	3,68	3,37	3,15	2,98	2,85	2,75	2,66	2,59	2,53	2,43	2,35	2,23	2,15	2,00	1,96	1,90	1,82	1,78	1,71	1,66	1,64
60	4,00	3,15	2,76	2,52	2,37	2,25	2,17	2,10	2,01	1,99	1,95	1,92	1,86	1,81	1,75	1,70	1,65	1,59	1,56	1,50	1,48	1,44	1,41	1,39
	7,08	4,98	4,13	3,63	3,31	3,12	2,95	2,82	2,72	2,63	2,56	2,50	2,40	2,32	2,20	2,12	2,03	1,93	1,87	1,79	1,71	1,68	1,63	1,60
65	3,99	3,14	2,75	2,51	2,36	2,21	2,15	2,08	2,02	1,98	1,94	1,90	1,85	1,80	1,73	1,68	1,63	1,57	1,51	1,49	1,46	1,42	1,39	1,37
	7,01	4,95	4,10	3,62	3,31	3,09	2,93	2,79	2,70	2,61	2,51	2,47	2,37	2,30	2,18	2,09	2,00	1,90	1,81	1,76	1,71	1,61	1,60	1,56
70	3,98	3,13	2,74	2,50	2,35	2,32	2,11	2,07	2,01	1,97	1,93	1,89	1,81	1,79	1,72	1,67	1,62	1,56	1,53	1,47	1,45	1,40	1,37	1,35
	7,01	4,92	4,08	3,60	3,29	3,07	2,91	2,77	2,67	2,59	2,51	2,45	2,35	2,28	2,15	2,07	1,98	1,88	1,82	1,74	1,69	1,63	1,56	1,53
80	3,96	3,11	2,72	2,18	2,33	2,21	2,12	2,05	1,99	1,95	1,91	1,88	1,82	1,77	1,70	1,65	1,60	1,51	1,51	1,45	1,42	1,38	1,35	1,32
	6,96	4,86	4,04	3,58	3,25	3,01	2,87	2,71	2,61	2,55	2,18	2,11	2,32	2,21	2,11	2,03	1,94	1,84	1,78	1,70	1,65	1,57	1,52	1,49
100	3,91	3,09	2,70	2,46	2,30	2,19	2,10	2,03	1,97	1,92	1,88	1,85	1,79	1,75	1,68	1,63	1,57	1,51	1,48	1,42	1,39	1,34	1,30	1,28
	6,90	4,82	3,98	3,51	3,20	2,99	2,82	2,69	2,59	2,51	2,13	2,36	2,26	2,19	2,06	1,98	1,89	1,79	1,73	1,64	1,59	1,51	1,46	1,43
125	3,92	3,07	2,68	2,44	2,29	2,17	2,08	2,01	1,95	1,90	1,86	1,83	1,77	1,72	1,65	1,60	1,55	1,49	1,45	1,39	1,36	1,31	1,27	1,25
	6,81	4,78	3,94	3,17	3,17	2,95	2,79	2,65	2,56	2,17	2,40	2,33	2,23	2,15	2,03	1,94	1,85	1,75	1,68	1,59	1,54	1,46	1,40	1,37
150	3,91	3,06	2,67	2,43	2,27	2,16	2,07	2,00	1,94	1,89	1,85	1,82	1,76	1,71	1,64	1,59	1,51	1,47	1,44	1,37	1,34	1,29	1,25	1,22
	6,81	4,75	3,91	3,14	3,13	2,92	2,76	2,62	2,53	2,44	2,37	2,30	2,20	2,12	2,00	1,91	1,83	1,72	1,66	1,56	1,51	1,43	1,37	1,33
200	3,86	3,04	2,65	2,41	2,26	2,14	2,05	1,98	1,92	1,87	1,83	1,80	1,74	1,69	1,62	1,57	1,52	1,45	1,42	1,35	1,32	1,26	1,22	1,19
	6,79	4,74	3,88	3,41	3,11	2,90	2,73	2,60	2,50	2,41	2,34	2,28	2,17	2,09	1,97	1,88	1,79	1,69	1,62	1,53	1,48	1,39	1,33	1,28
400	3,86	3,02	2,62	2,39	2,23	2,12	2,03	1,96	1,90	1,85	1,81	1,78	1,72	1,67	1,60	1,54	1,49	1,42	1,38	1,32	1,28	1,22	1,16	1,13
	6,70	4,66	3,83	3,36	3,06	2,85	2,69	2,55	2,46	2,37	2,29	2,23	2,12	2,04	1,92	1,84	1,74	1,64	1,57	1,47	1,42	1,32	1,24	1,19
1000	3,85	3,00	2,61	2,38	2,22	2,10	2,02	1,95	1,89	1,84	1,80	1,76	1,70	1,65	1,58	1,53	1,47	1,41	1,36	1,30	1,26	1,19	1,13	1,08
	6,68	4,62	3,80	3,34	3,04	2,82	2,66	2,53	2,13	2,34	2,26	2,20	2,09	2,01	1,89	1,81	1,71	1,61	1,54	1,44	1,38	1,28	1,19	1,11
$\infty$	3,84	2,99	2,60	2,37	2,21	2,09	2,01	1,94	1,88	1,83	1,79	1,75	1,69	1,64	1,57	1,52	1,46	1,40	1,35	1,28	1,24	1,17	1,11	1,00
	6,64	4,60	3,78	3,32	3,02	2,80	2,64	2,51	2,41	2,32	2,24	2,18	2,07	1,99	1,87	1,79	1,69	1,59	1,52	1,41	1,36	1,25	1,15	1,00

Sumber : Elementary Statistics, Hoel, P.G., John Wiley &amp; Sons, Inc., New York, 1960

dalam Khusus pada penulis

## DAFTAR NAMA RESPONDEN UJI COBA

no	Nama	Jeniskelamin
1	PONNY SURYANINGSIH	PEREMPUAN
2	FAHMAWAATI DWI R	PEREMPUAN
3	FANNY SURVIVA R	PEREMPUAN
4	SABRINA TRI O	PEREMPUAN
5	ANNISA RIKA ANGGITAA	PEREMPUAN
6	ADIWIDIA TRI FILANTORO	LAKI LAKI
7	SLAMET PUDJIONO	LAKI LAKI
8	ANDREINA ARIYANTI	PEREMPUAN
9	INEZ FEBIANKA	PEREMPUAN
10	NOVIRA KUSUMAWARDHANI	PEREMPUAN
11	IMAM SUBEKHTI	LAKI LAKI
12	GUNAWAN LAKSANA	LAKI LAKI
13	NI MARUTO	LAKI LAKI
14	SRI SURYANTI	PEREMPUAN
15	ANTON ANTARIKSA	LAKI LAKI
16	SUSI	PEREMPUAN
17	ALDY	LAKI LAKI
18	ERWIN REVIANTO	LAKI LAKI
19	VANIA	PEREMPUAN
20	ANDINA SEPTIANI	PEREMPUAN
21	DADANG PERDANA	LAKI LAKI
22	RESI ANDIANA	PEREMPUAN
23	SUBARJO	LAKI LAKI
24	ABIMANYU	LAKI LAKI
25	DIMAS EKO NUGROHO	LAKI LAKI
26	AINI RENGGANIS	PEREMPUAN
27	SUMIYATI	PEREMPUAN
28	DEA ALIFIA AZAHRA	PEREMPUAN
29	TETY ROHAETY	PEREMPUAN
30	UNTUNG	LAKI LAKI

## DAFTAR NAMA RESPONDEN FINAL

NO	NAMA	JENIS KELAMIN
1.	TITIN	PEREMPUAN
2	DESSY NURHAYATI	PEREMPUAN
3	BAMBANG IRMANTO	LAKI LAKI
4	ALIYANDITA AFIFAHZAHRA	PEREMPUAN
5	WELLY NAWANG	LAKI LAKI
6	AMIDIN	LAKI LAKI
7	SUKMONO HADI	LAKI LAKI
8	ANDINI INDRASWARI	PEREMPUAN
9	ERLANGGA PRAYUDIA	LAKI LAKI
10	DJODI PRASETYO	LAKI LAKI
11	SUHESTI	PEREMPUAN
12	ELICE JUNEFAR	PEREMPUAN
13	LAURA INDRAWATY	PEREMPUAN
14	TITANIA PUTRI M	PEREMPUAN
15	NIA NURFAIZAH ABDULLAH	PEREMPUAN
16	RACHMAWATI	PEREMPUAN
17	ELYA NATALIA DWI ASTUTI	PEREMPUAN
18	GINA WIDYA	PEREMPUAN
19	SITI MASITOH	PEREMPUAN
20	RANI PUTRI M	PEREMPUAN
21	CAHYAFITRI	PEREMPUAN
22	ASRI SHINTA LARASATI	PEREMPUAN
23	BUDI HARTONO	LAKI LAKI
24	RANI	PEREMPUAN
25	PURYANI	PEREMPUAN
26	LOLA	PEREMPUAN
27	SYIFA	PEREMPUAN
28	ACHMAD Z.A	LAKI LAKI
29	ESTI	PEREMPUAN
30	KHAERUDIN	LAKI LAKI
31	ISMAH	PEREMPUAN
32	TIA	PEREMPUAN
33	DANANG	LAKI LAKI
34	GILANG	LAKI LAKI
35	LARAS PURI ASIH	PEREMPUAN
36	ERNI DIANA	PEREMPUAN
37	ANNISSAA	PEREMPUAN
38	INDAH SYAFITRI	PEREMPUAN
39	KRISAN FN	PEREMPUAN
40	ABI UWAIS	LAKI LAKI
41	IBNU	LAKI LAKI

42	TARAAS	LAKI LAKI
43	HERU PURNAMA	LAKI LAKI
44	YANAH SRIWATI	PEREMPUAN
45	NURUL KHASANAH	PEREMPUAN
46	OBING TOTO	LAKI LAKI
47	CINDY GESTAVIONA	PEREMPUAN
48	DANDY	LAKI LAKI
49	M GERALDY FARIZTITO	LAKI LAKI
50	DEVI	PEREMPUAN
51	ANGGONO RARAS TS	LAKI LAKI
52	CHITRA LISTYANINGSIH	PEREMPUAN
53	JASMINE PUTERI J	PEREMPUAN
54	ENDANG SUPARDI	LAKI LAKI
55	DWI SETIA RIDWAN	LAKI LAKI
56	SISCA FEBRYAN	PEREMPUAN
57	FAHMI IQBAL	LAKI LAKI
58	WORO	PEREMPUAN
59	SRI WIDAYATI	PEREMPUAN
60	AGUS WIDJIANTO	LAKI LAKI
61	DIDI PURWADI	LAKI LAKI
62	KUSMINY	PEREMPUAN
63	ARYO BAGAS W	LAKI LAKI
64	SRI WAHYUNI	PEREMPUAN
65	ENNY TABRANI	PEREMPUAN
66	ASTRID KUSUMAPUTRI	PEREMPUAN
67	IGO RENDYATAMA BUDIMAN	LAKI LAKI
68	ARYO MULYANTO	LAKI LAKI
69	SHALZABILLA ARSINTYA	PEREMPUAN
70	FAUZAN BIMO ARSIANTO	LAKI LAKI
71	SUSIANA	PEREMPUAN
72	RAHMAT	LAKI LAKI
73	SYIFA AMELIA PUTRI	PEREMPUAN
74	JUMIARSIH	PEREMPUAN
75	EKO	LAKI LAKI
76	YUANITA A	PEREMPUAN
77	NUGRA	PEREMPUAN
78	ANGGITA LUSITANIA	PEREMPUAN
79	ANGGOMAN M.U	LAKI LAKI
80	INGGAR	LAKI LAKI
81	DJANGKUNG SUBAGIO	LAKI LAKI
82	KHALID NOER A	LAKI LAKI
83	DEWI ANDRIYANI	PEREMPUAN
84	KARSINO MIARSO	LAKI LAKI
85	VANIA ZAHRA	PEREMPUAN
86	WAHYU PURWADI	LAKI LAKI
87	NANA Z MARD	PEREMPUAN



88	ZAFIRA ROHIBAH	PEREMPUAN
89	ARBIANI	PEREMPUAN
90	ZULFIKAR	LAKI LAKI
92	ASHYA KHAERUNIDA	PEREMPUAN
93	AKHFI	LAKI LAKI
94	ALMIRA	PEREMPUAN
95	DWI	LAKI LAKI
96	RAMADITA	PEREMPUAN
97	ZICO PERMADI	LAKI LAKI
98	VICTOR SIMAMORA	LAKI LAKI
99	NOVI	PEREMPUAN
100	IVASTY	PEREMPUAN
101	POPPY	PEREMPUAN
102	ANDIKA	LAKI LAKI
103	JESIKA	PEREMPUAN
104	AISHA	PEREMPUAN
105	RIZKY RAMADHAN	LAKI LAKI
106	IRENE	PEREMPUAN
107	ALFIAN	LAKI LAKI
108	DENA	PEREMPUAN
109	INTAN	PEREMPUAN
110	SONYA	PEREMPUAN
111	ADITYA FIRMANSYAH	LAKI LAKI
112	RIKA	PEREMPUAN
113	HARY RIZKY	LAKI LAKI
114	PRAHARA	LAKI LAKI
115	AGUNG SUBIAKTO	LAKI LAKI
116	NIKEN DELLA PRATIWI	PEREMPUAN
117	SAFIRA RISKIANA	PEREMPUAN
118	AGUS SETIAWAN	LAKI LAKI
119	FARIDA ARYANI	PEREMPUAN
120	FAHRI MUHAMMAD	LAKI LAKI
121	SYITI MARIA NUR ULFAH	PEREMPUAN
122	MOCHAMAD RAFI	LAKI LAKI
123	AKHMAD HARYO	LAKI LAKI
124	NOVIANTO PRASOJO	LAKI LAKI
125	SITI ASYIAH	PEREMPUAN
126	SUGIARTO	LAKI LAKI
127	KHAYATUL MAKHTIAH	PEREMPUAN
128	YATINO	LAKI LAKI
129	IMAM NUR ICHSAN	LAKI LAKI
130	SUNTI UTAMI	PEREMPUAN
131	FABIAN AGFAR	LAKI LAKI
132	NISYA	PEREMPUAN

**HUBUNGAN ANTARA PROMOSI DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN  
KONSUMEN MENGGUNAKAN GARUDA INDONESIA**

**A. PETUNJUK PENGISIAN**

1. Bacalah baik-baik setiap pernyataan dan seluruh pilihan jawaban yang diberikan.
2. Jawablah seluruh pertanyaan sesuai dengan hati nurani anda.
3. Beri tanda x untuk setiap jawaban yang anda pilih pada kolom jawaban yang sudah disediakan, sebagai berikut :

Alternatif Jawaban SS, untuk sangat setuju

Alternatif Jawaban S, untuk setuju

Alternatif Jawaban RR, untuk Ragu ragu

Alternatif Jawaban TS, untuk tidak setuju

Alternatif Jawaban STS, untuk sangat tidak setuju

4. Selamat menjawab dan terima kasih.

**B. PROFIL RESPONDEN**

Nama Responden : .....

Nomor Telepon/Hp : .....

Jenis Kelamin :

a. Laki – laki

b. Perempuan

Usia :

a. < 20 tahun

b. 20 – 30 tahun

c. 31 – 40 tahun

d. 41 – 50 tahun

e. > 50 tahun

Pekerjaan :

a. Pelajar

b. Mahasiswa/i

c. Pegawai Negeri

d. Karyawan Swasta

e. Wirausaha/Professional

f. Lain-lain

Tingkat Pendapatan per Bulan :

a. < Rp 1.000.000

b. Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000

c. Rp 3.000.100 – Rp 5.000.000

d. > 5.000.000

Variabel Promosi

no	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya melihat iklan Garuda Indonesia					
2	Saya tidak melihat iklan Garuda Indonesia					
3	Saya mengikuti dengan baik setiap informasi iklan Garuda Indonesia di media sosial, media massa atau televisi					
4	Iklan Garuda Indonesia kurang menarik					
5	iklan Garuda Indonesia menarik					
6	Saya mencari informasi lebih lanjut tentang Garuda Indonesia di media sosial					
7	Garuda Indonesia member kemudahan dalam pencarian informasi pembelian tiket ataupun promo					
8	Saya sulit untuk mengakses informasi tentang promo harga tiket Garuda Indonesia					
9	Saya mengajak keluarga untuk menggunakan Garuda Indonesia					
10	Saya membeli tiket Garuda Indonesia langsung di website nya					
13	Saya tidak menggunakan Garuda Indonesia					
14	Saya senang Garuda Indonesia mengadakan pameran					
15	Saya membeli tiket Garuda Indonesia saat mengadakan pameran					
16	Saya mendapatkan informasi lebih banyak saat pameran berlangsung					
17	Saya kurang mendapatkan informasi saat pameran berlangsung					
18	Saya mendapatkan harga yang murah untuk pemesanan hotel dari Garuda Indonesia					
19	Saya mendapatkan harga yang murah untuk sewa mobil dari Garuda Indonesia					
20	Saya mendapatkan harga yang mahal saat					

	memesan hotel dari Garuda Indonesia					
21	Saya mendapatkan harga yang mahal saat sewa mobil dari Garuda Indonesia					
22	Saya menggunakan Garuda Indonesia dengan promosi dari bank					

Variabel citra merek

no	pernyataan	ss	s	rr	ts	sts
1	Garuda Indonesia mempermudah saya untuk sampai di tujuan					
2	Garuda Indonesia mengalami <i>delay</i> untuk sampai ditujuan					
3	Saya menggunakan Garuda Indonesia karena pengalaman					
4	Saya tidak menggunakan Garuda Indonesia lagi karena pengalaman yang tidak enak					
5	Garuda Indonesia adalah maskapai dengan kualitas yang bagus					
6	Kualitas Garuda Indonesia tidak sebgus maskapai yang lain					
7	Garuda Indonesia memberikan asuransi delay					
8	Garuda Indonesia memberikan asuransi kecelakaan					
9	Asuransi yang diberikan Garuda Indonesia kurang meyakinkan					
10	<i>Crew</i> Garuda Indonesia melayani dengan baik					
11	<i>Crew</i> Garuda Indonesia kurang melayani penumpang dengan baik					
12	<i>Costumer Service</i> Garuda Indonesia mudah untuk dihubungi					
13	<i>Customer service</i> Garuda Indonesia sulit untuk dihubungi					

14	Toilet didalam pesawat membuat saya nyaman untuk menggunakannya					
15	Bangku didalam pesawat membuat saya nyaman dalam perjalanan					
16	Saya kurang nyaman saat menggunakan toilet didalam pesawat					
17	Saya kurang nyaman duduk dibangku pesawat selama perjalanan					
18	Saya menerima snack selama penerbangan					
19	Saya tidak menerima snack saat penerbangan					
20	Logo Garuda Indonesia mudah diingat					

Variabel Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya melihat garuda maskapai yang baik					
2	Garuda Indonesia menyiapkan segala kebutuhan penumpang dengan baik (fasilitas, kenyamanan selama perjalanan)					
3	Saya menggunakan garuda Indonesia berdasarkan kebutuhan sendiri					
4	Garuda Indonesia kurang bagus dibanding maskapai lain					
5	Tetangga saya menyarankan untuk menggunakan Garuda Indonesia					
6	Tetangga saya menggunakan Garuda Indonesia untuk bepergian					
7	Teman teman saya tidak tertarik menggunakan Garuda Indonesia					
8	Teman saya menyarankan untuk menggunakan Garuda Indonesia					
9	Teman saya tidak menyarankan menggunakan Garuda Indonesia					
10	Saya mencari informasi dari <i>family</i> yang sudah pernah menggunakan Garuda Indonesia					

11	Keluarga saya tidak mengetahui informasi tentang Garuda Indonesia					
12	Pelayanan <i>crew</i> Garuda sangat baik					
13	Saya memiliki pengalaman bagus saat menggunakan garuda					
14	Saya mengalami pengalaman kurang bagus saat menggunakan Garuda Indonesia					
15	Fasilitas di Garuda Indonesia sama saja dengan maskapai lain					
16	Citra merek Garuda Indonesia baik dibanding maskapai lain					
17	Saya lebih memilih menggunakan maskapai lain dibanding Garuda Indonesia					
18	Harga yang saya bayar sebanding dengan manfaat yang diperoleh					
19	Harga tiket Garuda Indonesia tidak sesuai dengan apa yang saya peroleh					
20	Saya tidak tertarik menggunakan Garuda Indonesia karena tidak sesuai dengan keadaan keuangan					

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Steria Yasmin lahir di Tangerang 10 Januari 1995, anak kedua dari tiga bersaudara dari Bapak Ir. H. Sugiarto dan ibu Hj. Siti Asiyah, SE. peneliti memulai pendidikan di TK kartini pada tahun 2000-2001 lalu melanjutkan di SDS Kartini pada tahun 2001-2007. Selanjutnya peneliti bersekolah di SMPN 1 Kota Tangerang pada tahun 2007-2010. Kemudian melanjutkan ke SMAN 2 Kota Tangerang pada tahun 2010-2013. Hingga menjalani pendidikan di Universitas Negeri Jakarta, Fakultas Ekonomi, Program Studi Pendidikan Tata Niaga sejak tahun 2013. Selama hidup peneliti memiliki beberapa pengalaman berorganisasi, yaitu pada bangku SMP menjadi Sekretaris pada ekskul Palang Merah Remaja pada tahun 2008 hingga 2009. Pada bangku SMA peneliti menjadi anggota ekskul Media Komunikasi Siswa periode 2010-2012, selanjutnya pada masa perkuliahan peneliti ikut serta menjadi anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi periode 2015-2016 sebagai staff di departemen olahraga. Pada tahun 2016-2017 peneliti mengikuti organisasi AIESEC dan menjadi *Accounting Manager* pada organisasi tersebut. dan kini peneliti tengah menjabat sebagai Ketua Ambalan Puteri pada Pramuka PT Angkasa Pura II (Persero) untuk masa jabatan 2017-2020. Pada masa perkuliahan peneliti pernah melaksanakan Kuliah Kerja Lapangan (KKL) di Malang-Bali-Yogyakarta pada bulan Agustus 2015. Peneliti melaksanakan praktik Kewirausahaan di *Economart* pada bulan Oktober 2015. Peneliti melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Karang Mukti, Kecamatan Cipeundeuy, kabupaten Subang, Jawa Barat. Peneliti melaksanakan Praktik Kerja Lapangan (PKL) Pada bulan Juli 2016 di PT Angkasa Pura II (Persero) Bandara Internasional Soekarno Hatta dan melaksanakan Praktik Keterampilan Mengajar (PKM) di SMK Negeri 44 Jakarta pada bulan Juli-Desember 2016.