

## **Pengaruh *Word of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Paket Spotify Premium**

©

**Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**



**KWIK KIAN GIE**  
SCHOOL OF BUSINESS

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA**

**September 2021**

**Oleh :**

**Nama : Orvin Jairus**

**NIM : 20170217**

**Skripsi**

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk  
memperoleh gelar Sarjana Manajemen**

**Program Studi Manajemen**

**Konsentrasi Manajemen Pemasaran**

## PENGESAHAN

© Hacepta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

### **Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Paket Spotify Premium**

**Diajukan Oleh**

**Nama : Orvin Jairus**

**NIM : 20170217**

**Jakarta, 27 September 2021**

**Disetujui Oleh :**

**Pembimbing**



**(Morryessa Brandinie, S.E., M.M.)**

**INSTITUT BISNIS DAN INFORMATIKA KWIK KIAN GIE**

**JAKARTA 2021**

## ABSTRAK

©

Hak Cipta milik Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

dan dilarang untuk diungkapkan atau seluruhnya dituliskan tanpa izin dari pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Paket Spotify Premium/Morryessa Brandinie, S.E., M.M.

Orvin Jairus/20170217/2021/Pengaruh *Word of Mouth* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Paket Spotify Premium/Morryessa Brandinie, S.E., M.M.

Berkembangnya teknologi di dunia juga berpengaruh kepada peningkatan teknologi dan *gadget* di Indonesia, sehingga sekarang semakin banyak bermunculan aplikasi hiburan yang salah satunya adalah aplikasi *Music Streaming*. Dalam era yang sudah sangat maju semakin banyaknya perusahaan kompetitor bermunculan dalam kategori *Music Streaming*. Penelitian ini dilatarbelakangi oleh permasalahan yang dihadapi Spotify, yaitu berupa paket Spotify Premium dalam segi *word of mouth* dan *brand image*. Oleh karena itu, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Pengaruh Word of Mouth dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Paket Spotify Premium.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *word of mouth*, *brand image*, dan keputusan pembelian. Variabel dalam penelitian ini terdiri dari dua jenis, yaitu Variabel Independen dan Variabel Dependen. Variabel Independen dalam penelitian ini adalah *word of mouth*, dan *brand image*, sedangkan Variabel Dependen dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian.

Objek dari penelitian ini adalah Spotify. Sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 105 responden. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada pelanggan yang pernah atau sedang menggunakan paket Spotify Premium. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non probability sampling* dengan teknik *judgement sampling*. Data penelitian ini diolah menggunakan SPSS 20.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *word of mouth* memiliki nilai sig sebesar 0,014 < 0,05 yang artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan variabel *word of mouth* memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, artinya hipotesis diterima, dan untuk variabel *brand image* dengan nilai sig sebesar 0,000 < 0,05 yang artinya berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, hasil ini sesuai dengan penelitian terdahulu yang menyatakan variabel *brand image* memiliki pengaruh terhadap variabel keputusan pembelian, artinya hipotesis diterima.

Kesimpulan dari hasil analisis penelitian ini adalah terbukti bahwa *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dan *brand image* terbukti berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian.

**Kata Kunci :** *Word of Mouth*, *Brand Image*, dan Keputusan Pembelian.

## ABSTRACT

© Hak Cipta Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie  
Hak Cipta dilindungi Undang-Undang  
Brand-University  
researchers are interested in conducting a study entitled The Effect of Word of Mouth and Brand Image on Purchase Decisions for Spotify Premium Packages.

Orvin Jairu /20170217/202 /*The Effect of Word of Mouth and Brand Image on the Purchase Decision of the Spotify Premium Package/Morryessa Brandinie, S.E., M.M.*

*The development of technology in the world also affects the improvement of technology and gadgets in Indonesia, so that now more and more entertainment applications are popping up, one of which is the Music Streaming application. In this highly advanced era, more and more competing companies have emerged in the Music Streaming category. This research is motivated by the problems faced by Spotify, namely the Spotify Premium package in terms of word of mouth and brand image. Therefore, researchers are interested in conducting a study entitled The Effect of Word of Mouth and Brand Image on Purchase Decisions for Spotify Premium Packages.*

*The theory used in this research is word of mouth, brand image, and purchase decision. The variables in this study consisted of two types, namely Independent Variables and Dependent Variables. The Independent Variables in this study are word of mouth, and brand image, while the Dependent Variables in this study are purchase decisions.*

*The object of this research is Spotify. The sample in this study were 105 respondents. Data collection is done by distributing questionnaires to customers who have or are currently using the Spotify Premium package. The sampling technique used is non-probability sampling with judgment sampling technique. The research data was processed using SPSS 20..*

*The results showed that word of mouth had a sig value of  $0.014 < 0.05$  which means that it has a positive and significant effect on purchase decisions, this result is in accordance with previous research which states that the word of mouth variable has an influence on the purchase decision variable, meaning that the hypothesis is accepted, and for the brand image variable with a sig value of  $0.000 < 0.05$ , which means that it has a positive and significant effect on purchase decisions, these results are in accordance with previous research which states that the brand image variable has an influence on the purchase decision variable, meaning that the hypothesis is accepted.*

*The conclusion from the results of the analysis in this study is that word of mouth has a positive and significant effect on purchasing decisions, and brand image has a positive and significant effect on purchasing decisions.*

**Keywords:** Word of Mouth, Brand Image, and Purchase Decision.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

## KATA PENGANTAR



Hak cipta

IBIKKG

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta

Image

Terhadap Keputusan Pembelian Paket Spotify Premium

dapat

terselesaikan

persyaratan

untuk

memperoleh

gelar

Sarjana

Ekonomi

Institut

Bisnis

dan

Informatika

Kwik

Kian

Gie.

Kata

Pengantar

Penulis

berkata

“

Puji

dan

syukur

penulis

panjatkan

kepada

Tuhan

Yang

Maha

Esa,

karena

atas

berkat

dan

rahmat

Nya,

tugas

akhir

dengan

judul

“Pengaruh

Word

of

Mouth

dan

Brand

Image

Terhadap

Keputusan

Pembelian

Paket

Spotify

Premium”

dapat

terselesaikan

baik

dan

tepat

pada

waktunya.

Tugas

akhir

ini

ditulis

untuk

memenuhi

salah

satu

persyaratan

untuk

memperoleh

gelar

Sarjana

Ekonomi

Institut

Bisnis

dan

Informatika

Kwik

Kian

Gie.

Kata

Pengantar

Penulis

berkata

“

Puji

dan

syukur

penulis

panjatkan

kepada

Tuhan

Yang

Maha

Esa,

karena

atas

berkat

dan

rahmat

Nya,

tugas

akhir

dengan

judul

“Pengaruh

Word

of

Mouth

dan

Brand

Image

Terhadap

Keputusan

Pembelian

Paket

Spotify

Premium”

dapat

terselesaikan

baik

dan

tepat

pada

waktunya.

Tugas

akhir

ini

ditulis

untuk

memenuhi

salah

satu

persyaratan

untuk

memperoleh

gelar

Sarjana

Ekonomi

Institut

Bisnis

dan

Informatika

Kwik

Kian

Gie.

Kata

Pengantar

Penulis

berkata

“

Puji

dan

syukur

penulis

panjatkan

kepada

Tuhan

Yang

Maha

Esa,

karena

atas

berkat

dan

rahmat

Nya,

tugas

akhir

ini

ditulis

untuk

memenuhi

salah

satu

persyaratan

untuk

memperoleh

gelar

Sarjana

Ekonomi

Institut

Bisnis

dan

Informatika

Kwik

Kian

Gie.

Kata

Pengantar

Penulis

berkata

“

Puji

dan

syukur

penulis

panjatkan

kepada

Tuhan

Yang

Maha

Esa,

karena

atas

berkat

dan

rahmat

Nya,

tugas

akhir

ini

ditulis

untuk

memenuhi

salah

satu

persyaratan

untuk

memperoleh

gelar

Sarjana

Ekonomi

Institut

Bisnis

dan

Informatika

Kwik

Kian

Gie.

Kata

Pengantar

Penulis

berkata

“

Puji

dan

syukur

penulis

panjatkan

kepada

Tuhan

Yang

Maha

Esa,

karena

atas

berkat

dan

rahmat

Nya,

tugas

akhir

ini

ditulis

untuk

memenuhi

salah

satu

persyaratan

untuk

memperoleh

gelar

Sarjana

Ekonomi

Institut

Bisnis

dan

Informatika

Kwik

Kian

Gie.

Kata

Pengantar

Penulis

berkata

“

Puji

dan

syukur

penulis

panjatkan

kepada

Tuhan

Yang

Maha

Esa,

karena

atas

berkat

dan

rahmat

Nya,</

4. Para karyawan di BAAK, dan perpustakaan di Kwik Kian Gie School of Business yang telah dengan sangat ramah membantu penulis selama proses perkuliahan sampai penyusunan skripsi.
5. Kedua orang tua dan keluarga yang dengan setia selalu memberikan dukungan, kepercayaan, doa dan kasih sayang kepada penulis.
6. Semua pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Peneliti menyadari bahwa terdapat banyak kesalahan dan kekurangan dalam skripsi ini, karena itu peneliti ingin mengucapkan maaf atas kesalahan dan kekurangan yang terdapat dalam skripsi ini. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya dan dapat menjadi referensi yang baik bagi para penelitian selanjutnya.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**(C) Hak cipta milik IBIKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKG.

Jakarta, 17 Agustus 2021

Peneliti

## DAFTAR ISI

PENGESAHAN.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT .....	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
DAFTAR ISI .....	vi
DAFTAR TABEL.....	viii
DAFTAR GAMBAR.....	x
DAFTAR LAMPIRAN .....	xi
<b>BAB I. PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Identifikasi Masalah .....	6
C. Batasan Masalah.....	7
D. Batasan Penelitian.....	7
E. Rumusan Masalah.....	8
F. Tujuan Penelitian.....	8
G. Manfaat Penelitian.....	8
<b>BAB II. KAJIAN PUSTAKA .....</b>	<b>10</b>
A. Landasan Teoritis .....	10
1. <i>Word of Mouth</i> .....	10
2. <i>Brand</i> .....	14
3. <i>Brand Image</i> .....	15
4. Keputusan Pembelian .....	19
B. Penelitian Terdahulu .....	25
C. Kerangka Pemikiran .....	29
1. Pengaruh Word of Mouth Terhadap Keputusan Pembelian .....	29
2. Pengaruh Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian .....	30
D. Hipotesis Penelitian .....	32
<b>BAB III. METODE PENELITIAN .....</b>	<b>33</b>
A. Objek Penelitian .....	33
B. Desain Penelitian .....	33
C. Variabel Penelitian .....	35
1. <i>Word of Mouth</i> .....	35

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.  
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun,  
 tanpa izin IBKKG.



<b>(C) Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)</b>	
Hak Cipta Dilindungi Undang-Ungawa	
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.	
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.	
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.	
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.	
<b>BAB IV. HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	49
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	49
B. Teknik Analisis Data	50
1. Uji Validitas	51
2. Uji Reliabilitas	53
C. Analisis Deskriptif	56
1. Profil Responden	56
2. Analisis Deskriptif Indikator	58
3. Analisis Deskriptif Gabungan	74
D. Analisis Regresi	80
1. Analisis Uji Asumsi Klasik	80
2. Uji Keberartian Model (Uji F)	83
3. Uji Signifikan Koefisien (Uji T)	84
4. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )	85
E. Hasil Penelitian	86
F. Pembahasan	87
<b>BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN</b>	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	89
<b>DAFTAR PUSTAKA</b>	91
<b>LAMPIRAN</b>	94



## DAFTAR TABEL

©	Hok Cina Mlik IRKKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie
<b>Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....</b> .....25 <b>Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu.....</b> .....25 <b>Tabel 2.3 Penelitian Terdahulu.....</b> .....26 <b>Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu.....</b> .....26 <b>Tabel 2.5 Penelitian Terdahulu.....</b> .....27 <b>Tabel 2.6 Penelitian Terdahulu.....</b> .....28 <b>Tabel 2.7 Penelitian Terdahulu.....</b> .....29 <b>Tabel 3.1 Operasionalisasi <i>Word of Mouth</i> .....</b> .....36 <b>Tabel 3.2 Operasionalisasi <i>Brand Image</i>.....</b> .....37 <b>Tabel 3.3 Operasionalisasi Keputusan Pembelian.....</b> .....38 <b>Tabel 3.4 Skala Likert .....</b> .....39 <b>Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Word of Mouth</i> .....</b> .....51 <b>Tabel 4.2 Hasil Uji Validitas Variabel <i>Brand Image</i> .....</b> .....52 <b>Tabel 4.3 Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian .....</b> .....53 <b>Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Word of Mouth .....</b> .....54 <b>Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Brand Image .....</b> .....54 <b>Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian.....</b> .....55 <b>Tabel 4.7 Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....</b> .....56 <b>Tabel 4.8 Persentase Responden Berdasarkan Usia .....</b> .....56 <b>Tabel 4.9 Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan.....</b> .....57 <b>Tabel 4.10 Saya Sering Membicarakan Kepada Orang Lain Kemudahan Yang Saya Peroleh Ketika Menggunakan Paket Spotify Premium .....</b> .....58 <b>Tabel 4.11 Saya Sering Mendengar Orang Lain Menceritakan Keputusannya Menggunakan Paket Spotify Premium .....</b> .....59 <b>Tabel 4.12 Saya Mempromosikan Kepada Orang Terdekat Saya Mengenai Hal Yang Saya Peroleh Ketika Menggunakan Paket Spotify Premium .....</b> .....60	

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.  
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,  
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun, tanpa izin IBKKG.



Tabel 4.13 Saya Selalu Merekendasikan Kepada Keluarga Atau Teman Saya Yang Suka Mengakses Spotify Untuk Menggunakan Paket Spotify Premium .....	61
Tabel 4.14 Saya Meyakinkan Teman Atau Keluarga Yang Memiliki Perspektif Negatif Tentang Paket Spotify Premium Supaya Mau Menggunakan Paket Spotify Premium.....	62
Tabel 4.15 Desain Logo Yang Mudah Diingat Membuat Saya Memilih Spotify .....	63
Tabel 4.16 Tampilan Warna Pada Logo Spotify Memiliki Daya Tarik Tersendiri.....	64
Tabel 4.17 Saya memiliki kepercayaan terhadap paket Spotify Premium .....	65
Tabel 4.18 Setiap Saya Ingin Mendengarkan Lagu Yang Terfikirkan Pertama Kali Adalah Spotify.....	66
Tabel 4.19 Slogan Yang Menarik Mempengaruhi Saya Dalam Membeli Paket Spotify Premium.....	67
Tabel 4.20 Saya Memilih Paket Spotify Premium Karena Memiliki Tanggung Jawab, Manfaat Serta Jaminan Yang Baik Bagi Saya .....	68
Tabel 4.21 Spotify Turut Berkontribusi Dalam Memberikan Dukungan Keuangan Atau Bentuk Dukungan Lainnya Dalam Suatu Event .....	69
Tabel 4.22 Saya Melakukan Pembelian Karena Membutuhkan Paket Spotify Premium ...	70
Tabel 4.23 Saya Melakukan Pembelian Karena Sudah Terbiasa Membeli Dan Sudah Berlangganan Paket Spotify Premium.....	71
Tabel 4.24 Saya Melakukan Pembelian Karena Rekomendasi Dari Orang Lain Tentang Kualitas Dan Model Paket Spotify Premium.....	72
Tabel 4.25 Paket Spotify Premium Memberikan Kesan Yang Elegan Dan Mewah Pada Diri Saya, Membuat Saya Melakukan Pembelian Lagi .....	73
Tabel 4.26 Skor Rata-rata <i>Word of Mouth</i> .....	74
Tabel 4.27 Skor Rata-rata <i>Brand Image</i> .....	76
Tabel 4.28 Skor Rata-rata Keputusan Pembelian .....	78
Tabel 4.29 Hasil Uji Normalitas.....	80
Tabel 4.30 Hasil Uji Multikolinearitas .....	81
Tabel 4.31 Hasil Uji Heteroskedastisitas.....	82
Tabel 4.32 Hasil Uji F .....	83
Tabel 4.33 Hasil Uji T .....	84
Tabel 4.34 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	85

**© Hak cipta milik IBKKG institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.

## DAFTAR GAMBAR

© HK Cipta miliki BI IKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Gambar 1.1 Perbandingan Pengguna Spotify Premium dan Gratis Periode Februari 2021 di Dunia .....	2
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan .....	20
Gambar 2.2 Kerangka Pemikiran .....	32
Gambar 3.1 Rentang Skala .....	44
Gambar 4.1 Logo Spotify .....	49

Halaman Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar BI IKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin BI IKKG.



## DAFTAR LAMPIRAN

(C)

Lampiran 1 Kuesioner .....	94
Lampiran 2 Profil Responden.....	98
Lampiran 3 Data Kuesioner Variabel <i>Word of Mouth</i> .....	104
Lampiran 4 Data Kuesioner Variabel <i>Brand Image</i> .....	107
Lampiran 5 Data Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian.....	110
Lampiran 6 Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas.....	113
Lampiran 7 Hasil Uji Asumsi Klasik.....	116
Lampiran 8 Hasil Uji F.....	117
Lampiran 9 Hasil Uji T.....	118
Lampiran 10 Hasil Koefisien Determinasi.....	118

Ha Cip Diliidung-Landa  
Lampiran 1  
Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:  
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan,  
penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.  
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun  
tanpa izin IBKKG.