



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

# LAMPIRAN

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.

## Lampiran 1

### Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Kepada Yth,

Saudara/i Responden

Perkenalkan saya Regina Suchrisna, selaku mahasiswi tingkat akhir program studi Manajemen Pemasaran Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Trust* dan *Brand Experience Smartphone Apple Seri iPhone 12 Di Jakarta*”, saya mohon kesediaan dan kerjasamanya dari saudara/i untuk dapat mengisi kuesioner yang terlampir.

Segala informasi yang saudara/i berikan sangat berarti bagi saya untuk menyelesaikan penelitian ini dan juga informasi yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya, dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian. Atas bantuan dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Regina



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.



a. Profil Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

- Pria
- Wanita

Usia :

- 16 – 20 tahun
- 21 – 25 tahun
- 26 – 30 tahun
- 31 – 35 tahun
- 36 – 40 tahun

Pekerjaan :

- Pelajar
- Mahasiswa
- Karyawan
- Wiraswasta
- Ibu Rumah Tangga
- Lainnya

Apakah anda pernah membeli / menggunakan *smartphone Apple* seri *iPhone 12*?

- Ya
- Tidak (Jika tidak, maka tidak perlu melanjutkan menjawab pada pertanyaan berikutnya, stop sampai disini saja)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG 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 IBIKKG.

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



Keterangan:

- 1 **C** = Sangat Tidak Setuju  
 2 = Tidak Setuju  
 3 = Netral  
 4 = Setuju  
 5 = Sangat Setuju

**1. Brand Trust**

No	Pertanyaan	Nilai				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Viability</b>						
1	Smartphone Apple seri iPhone 12 memenuhi kebutuhan saya					
2	Smartphone Apple seri iPhone 12 mampu memberikan kepuasan kepada saya					
<b>Intentionality</b>						
3	Saya merasa aman dalam menggunakan <i>smartphone Apple</i> seri <i>iPhone 12</i>					
4	Smartphone Apple seri iPhone 12 memberikan saya rasa percaya dalam menggunakannya					

**2. Brand Experience**

No	Pertanyaan	Nilai				
		STS	TS	N	S	SS
<b>Sensorik</b>						
1	Saya langsung tertarik ketika melihat <i>smartphone Apple</i> seri <i>iPhone 12</i>					
2	Saya langsung tertarik ketika memegang <i>smartphone Apple</i> seri <i>iPhone 12</i>					
<b>Afeksi</b>						
3	Saya mendapatkan pengalaman yang membuat hati saya senang ketika menggunakan <i>smartphone Apple</i> seri <i>iPhone 12</i>					

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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



### 3. Minat Beli Ulang

4	Saya mendapatkan pengalaman yang membuat perasaan saya positif ketika menggunakan <i>smartphone</i> ketika menggunakan <i>smartphone Apple</i> seri <i>iPhone 12</i>					
5	Saya mendapatkan pengalaman yang membuat emosi saya positif ketika menggunakan <i>smartphone Apple</i> seri <i>iPhone 12</i>					
<b>Perilaku</b>						
6	<i>Smartphone Apple</i> seri <i>iPhone 12</i> menjadi cermin gaya hidup bagi saya					
<b>Intelektual</b>						
7	Pengalaman menggunakan <i>smartphone Apple</i> seri <i>iPhonei 12</i> membuat saya lebih intelektual					

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
<b>Minat Transaksional</b>						
1	Saya memiliki kecenderungan untuk membeli <i>smartphone Apple</i>					
<b>Minat Eksploratif</b>						
2	Saya selalu mencari informasi mengenai <i>smartphone Apple</i>					
<b>Minat Referensial</b>						
3	Saya selalu mencari informasi mendukung <i>smartphone Apple</i>					
<b>Minat Preferensial</b>						
4	Saya selalu mencari informasi untuk mendukung <i>brand Apple</i>					

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## Lampiran 2

### Lampiran 2 Data Pra-Kuesioner (30 Responden)

#### Variabel *Brand Trust* ( $X_1$ )

No	Butir Pertanyaan			
	BT1	BT2	BT3	BT4
1	5	4	4	4
2	3	5	3	3
3	5	4	4	5
4	3	4	4	3
5	3	3	2	2
6	5	4	5	5
7	4	3	3	2
8	2	3	3	3
9	4	5	5	4
10	5	3	4	5
11	4	3	3	3
12	4	5	5	3
13	3	4	4	4
14	1	2	2	1
15	4	4	5	5
16	5	4	3	3
17	5	5	5	5
18	4	4	4	4
19	4	4	3	3
20	5	3	5	3
21	4	1	4	4
22	3	4	3	3
23	2	2	3	3
24	4	3	4	4
25	2	2	3	3
26	5	4	4	5
27	5	5	5	5
28	3	4	4	3
29	2	3	5	3
30	3	4	3	4

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

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.

### Lampiran 3 (Pra Kuesioner)

#### Variabel *Brand Experience* (X<sub>2</sub>)

No	Butir Pertanyaan						
	BT1	BT2	BT3	BT4	BT5	BT6	BT7
1	3	3	5	5	4	4	4
2	3	3	4	3	3	3	4
3	5	5	5	3	3	5	5
4	4	4	3	5	4	3	4
5	3	2	4	2	2	5	4
6	3	3	5	4	4	3	5
7	3	3	4	4	3	1	3
8	2	2	2	2	2	2	3
9	5	5	5	5	5	5	5
10	4	4	3	4	4	4	3
11	3	5	4	4	2	2	3
12	2	2	4	2	2	5	4
13	4	4	4	4	3	3	3
14	1	1	1	1	1	2	2
15	4	4	4	4	4	4	4
16	3	3	3	3	4	3	3
17	5	5	4	4	4	5	5
18	4	4	4	3	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4
20	3	3	4	4	4	4	4
21	2	2	2	4	4	1	1
22	5	5	4	5	4	4	4
23	4	3	2	4	3	3	4
24	3	4	4	3	3	4	5
25	2	2	3	3	2	2	3
26	4	5	4	4	5	5	3
27	3	3	4	4	5	5	4
28	4	4	4	4	3	2	3
29	4	3	5	3	4	3	5
30	4	4	3	3	3	3	3



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.

## Lampiran 4 (Pra Kuesioner)

### Variabel Minat Beli Ulang

No	Butir Pertanyaan				
	BT1	BT2	BT3	BT4	BT5
1	3	3	3	3	3
2	3	3	3	3	3
3	5	5	4	4	4
4	4	4	5	5	4
5	2	2	1	1	3
6	5	5	3	5	4
7	4	4	4	3	3
8	2	2	2	1	3
9	5	5	5	5	5
10	3	5	5	4	4
11	5	4	3	5	3
12	2	4	2	4	5
13	5	5	5	5	5
14	1	2	1	1	2
15	5	5	5	4	5
16	3	3	3	3	3
17	5	5	5	4	4
18	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4
20	4	4	4	3	4
21	4	2	1	4	4
22	5	5	5	5	5
23	5	4	4	5	4
24	5	4	5	4	4
25	3	2	3	2	3
26	5	4	5	4	5
27	5	4	5	5	4
28	3	3	2	3	2
29	5	4	4	5	5
30	3	4	2	3	3

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.





## Lampiran 5 (Pra Kuesioner)

### Hasil Output Uji Validitas & Reliabilitas Variabel

#### A Uji Validitas

#### Variabel *Brand Trust* (X<sub>1</sub>)

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	Brand Trust
X1_1	Pearson Correlation	1	.431*	.526**	.666**	.838**
	Sig. (2-tailed)		.018	.003	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1_2	Pearson Correlation	.431*	1	.431*	.390*	.699**
	Sig. (2-tailed)	.018		.017	.033	.000
	N	30	30	30	30	30
X1_3	Pearson Correlation	.526**	.431*	1	.660**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.003	.017		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X1_4	Pearson Correlation	.666**	.390*	.660**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.033	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
Brand Trust	Pearson Correlation	.838**	.699**	.804**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (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 IBIKKG.

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



## Lampiran 6 (Pra Kuesioner)

### Variabel *Brand Experience* (X<sub>2</sub>)

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian**

**Correlations**

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	Brand Experience
1	Pearson Correlation	1	.866**	.517**	.587**	.574**	.487**	.536**	.865**
	Sig. (2-tailed)		.000	.003	.001	.001	.006	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
2	Pearson Correlation	.866**	1	.511**	.612**	.510**	.406*	.399*	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000	.004	.026	.029	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
3	Pearson Correlation	.517**	.511**	1	.399*	.438*	.511**	.707**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.003	.004		.029	.015	.004	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
4	Pearson Correlation	.587**	.612**	.399*	1	.715**	.105	.190	.670**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.029		.000	.579	.314	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
5	Pearson Correlation	.574**	.510**	.438*	.715**	1	.416*	.310	.746**
	Sig. (2-tailed)	.001	.004	.015	.000		.022	.095	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
6	Pearson Correlation	.487**	.406*	.511**	.105	.416*	1	.648**	.696**
	Sig. (2-tailed)	.006	.026	.004	.579	.022		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
7	Pearson Correlation	.536**	.399*	.707**	.190	.310	.648**	1	.717**
	Sig. (2-tailed)	.002	.029	.000	.314	.095	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Brand Experience	Pearson Correlation	.865**	.817**	.768**	.670**	.746**	.696**	.717**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

## Lampiran 7 (Lampiran Kuesioner)

### Variabel Minat Beli Ulang (Y)

**Correlations**

		Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Minat Beli Ulang
1	Pearson Correlation	1	.717**	.745**	.827**	.637**	.901**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
2	Pearson Correlation	.717**	1	.774**	.763**	.672**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
3	Pearson Correlation	.745**	.774**	1	.660**	.642**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
4	Pearson Correlation	.827**	.763**	.660**	1	.699**	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
5	Pearson Correlation	.637**	.672**	.642**	.699**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Minat Beli Ulang	Pearson Correlation	.901**	.891**	.882**	.901**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

### B Uji Reliabilitas

## Lampiran 8 (Pra Kuesioner)

### Variabel *Brand Trust* (X1)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.809	4

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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.



## Lampiran 9 (Pra Kuesioner)

### Variabel *Brand Experience* (X2)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	7

## Lampiran 10 (Pra Kuesioner)

### Variabel Minat Beli Ulang (Y)

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.921	5

## C Asumsi Klasik

### Lampiran 11

### Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		116
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.27373122
Most Extreme Differences	Absolute	.095
	Positive	.051
	Negative	-.095
Test Statistic		.095
Asymp. Sig. (2-tailed)		.013 <sup>c</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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



## Lampiran 12 Uji Multikolinearitas

C Hak cipta milik IB

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	4.416	2.224		1.986	.049		
Brand Trust	.124	.140	.082	.890	.375	.688	1.453
Brand Experience	.476	.082	.535	5.817	.000	.688	1.453

a. Dependent Variable: Minat Beli Uang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

## Lampiran 13 Uji Heteroskedastisitas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.564	1.318		4.220	.000
Brand Trust	-.134	.083	-.179	-1.619	.108
Brand Experience	-.026	.049	-.059	-.529	.598

a. Dependent Variable: Abs\_RES

## Lampiran 14

### Analisis Regresi Berganda

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.416	2.224		1.986	.049
Brand Trust	.124	.140	.082	.890	.375
Brand Experience	.476	.082	.535	5.817	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Uang

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBKKG.



### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585 <sup>a</sup>	.342	.330	3.303

a. Predictors: (Constant), Brand Experience, Brand Trust

b. Dependent Variable: Minat Beli Uang

## Lampiran 15

### Hasil Output Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	640.543	2	320.272	29.364	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1232.491	113	10.907		
	Total	1873.034	115			

a. Dependent Variable: Minat Beli Uang

b. Predictors: (Constant), Brand Experience, Brand Trust

## Lampiran 16

### Hasil Output Uji t

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	4.416	2.224		1.986	.049
Brand Trust	.124	.140	.082	.890	.375
Brand Experience	.476	.082	.535	5.817	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Uang

### © 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.

## Lampiran 17

### Hasil Uji R Square

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585 <sup>a</sup>	.342	.330	3.303

a. Predictors: (Constant), Brand Experience, Brand Trust

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian

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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

