

LAMPIRAN

Lampiran 1 – Presentase Responden berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, dan Pekerjaan.

JenisKelamin				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Laki-laki	112	74.7	74.7	74.7
Perempuan	38	25.3	25.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
>40 tahun	31	20.7	20.7	20.7
17 - 24 tahun	32	21.3	21.3	42.0
25 - 32 tahun	40	26.7	26.7	68.7
33 - 40 tahun	47	31.3	31.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

BidangPekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Freelancer	16	10.7	10.7	10.7
Karyawan / Karyawati	85	56.7	56.7	67.3
Pelajar / Mahasiswa	12	8.0	8.0	75.3
Wirausaha	37	24.7	24.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	



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 2 - Kuesioner Penelitian

Pengaruh *Sales Promotion* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota di Jakarta

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i,

Perkenalkan saya Fransiscus Claudio Catholico yang merupakan mahasiswa semester 8 dari program studi Ilmu Administrasi Bisnis di Kwik Kian Gie School of Business. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tugas akhir (skripsi) yang berjudul "Pengaruh *Sales Promotion* dan *Brand Image* Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Toyota di Jakarta".

Oleh karena hal tersebut, saya mohon ketersediaan waktu dan partisipasi dari Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian untuk mengisi kuisisioner dibawah ini sebagai upaya untuk membantu proses penyelesaian penelitian ini.

Pengisian kuisisioner ini akan memakan waktu sekitar 2-5 menit.

Apas ketersediaan waktu dan bantuan dari Bapak/Ibu/Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

* Required

1. Nama *

2. Apakah Anda berdomisili di Jakarta? *

Jika Tidak, maka pengisian kuisisioner cukup sampai disini.

Mark only one oval.

Iya

Tidak

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.



3. Apakah Anda pernah melakukan pembelian dan/atau memiliki produk mobil dari Toyota? *

Toyota?

Jika Tidak, maka pengisian kuisisioner cukup sampai disini.

Mark only one oval.

- Pernah
- Tidak Pernah

Identitas Responden

4. Jenis Kelamin *

Mark only one oval.

- Perempuan
- Laki-laki

5. Usia *

Mark only one oval.

- 17 - 24 tahun
- 25 - 32 tahun
- 33 - 40 tahun
- >40 tahun

6. Pekerjaan *

Mark only one oval.

- Pelajar / Mahasiswa
- Karyawan / Karyawati
- Wirausaha
- Freelancer
- Other: _____

Variabel
Sales
Promotion

Petunjuk pengisian :
Responden diminta untuk memilih salah satu dari 5 pilihan yang ada sebagai jawaban dari berbagai pernyataan yang telah disediakan dengan kriteria jawaban sebagai berikut :

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (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.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

7. Toyota memberikan layanan seperti *show unit* dalam event pameran maupun di showroom. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

8. Toyota sering memberikan kupon berupa potongan harga atau penawaran khusus lainnya yang dapat digunakan saat transaksi pembelian kepada target konsumen yang sesuai. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

9. Toyota sering memberikan pengembalian tunai dengan nominal tertentu dalam bentuk AstraPay yang merupakan bagian dari transaksi pembelian. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

10. Toyota sering menawarkan paket pembelian *bundling* bersama produk aksesoris, servis rutin, oli, dan produk lainnya dengan harga yang menarik. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

11. Toyota sering menawarkan hadiah khusus apabila melakukan pembelian terhadap produk tertentu. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

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.



12. Toyota memiliki program promosi berbasis frekuensi seperti penawaran *free oli* dan *sparepart* untuk servis berkala. *

(C)

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

13. Toyota memiliki program acara tertentu berupa kontes, hadiah undian, maupun permainan yang dapat membantu meningkatkan penjualan seperti *gift*, *grand prize*, dll. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

14. Toyota memiliki program uji coba gratis berupa *free test drive* atau *Toyota Driving Experience* yang dapat menjadi wadah konsumen untuk dapat mencoba produk mobil Toyota. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

15. Toyota sering mengadakan pameran dan demonstrasi produknya dalam bentuk *show unit* dengan tujuan untuk meningkatkan penjualan. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

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



16. Toyota sering melakukan kerjasama dengan perusahaan lain seperti AutoPay, GardaOto, AstraFinance, dll. *

C

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Petunjuk pengisian :

Responden diminta untuk memilih salah satu dari 5 pilihan yang ada sebagai jawaban dari berbagai pernyataan yang telah disediakan dengan kriteria jawaban sebagai berikut :

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

Variabel
Brand
Image

17. Toyota memiliki reputasi merek yang baik di mata masyarakat dengan identitas yang kuat sehingga mudah diingat konsumen. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

18. Toyota memiliki karakteristik merek yang lebih unik dan mampu menarik perhatian konsumen dibandingkan pesaing. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

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.



19. Toyota dikenal sebagai merek yang mampu memproduksi mobil berkualitas baik untuk pemakaian jangka panjang (*long term life cycle*) di mata konsumen. *



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

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

20. Toyota dikenal memiliki *after sales service* yang baik dengan mengutamakan kejujuran dan kemudahan layanan seperti dengan hadirnya *virtual assistance TASIA* yang akan membantu menjawab pertanyaan konsumen dengan cepat. *



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

21. Toyota dikenal memiliki keunggulan produk dan citra positif yang lebih menguntungkan bagi konsumen dibandingkan pesaing seperti dalam hal harga jual kembali, *after sales service*, dll. *



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Variabel
Keputusan
Pembelian

Petunjuk pengisian :

Responden diminta untuk memilih salah satu dari 5 pilihan yang ada sebagai jawaban dari berbagai pernyataan yang telah disediakan dengan kriteria jawaban sebagai berikut :

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

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.



22. Toyota memiliki alternatif berupa keragaman produk yang dapat ditawarkan sehingga dapat disesuaikan dengan minat dan kebutuhan konsumen. *

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

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

23. Toyota memiliki citra merek yang positif dan kuat sehingga dapat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen terhadap produknya dibandingkan pesaing. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

24. Toyota memiliki pilihan lokasi dealer yang beragam dan strategis, sehingga memudahkan konsumen untuk melakukan pembelian. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

25. Toyota memiliki program promosi seperti pemberian diskon dan hadiah menarik kepada konsumen dalam periode pembelian tertentu. *

Mark only one oval.

	1	2	3	4	5	
Sangat Tidak Setuju	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	<input type="radio"/>	Sangat Setuju

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

- 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.



26. Toyota mampu untuk menyediakan produk sesuai dengan kuantitas permintaan yang diinginkan konsumen. *



Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

27. Toyota memiliki berbagai alternatif metode pembayaran yang dapat mempermudah konsumen dalam proses bertransaksi. *

Mark only one oval.

1 2 3 4 5

Sangat Tidak Setuju Sangat Setuju

Lampiran 3 - Hasil Uji Validitas Variabel *Green Marketing* (X₁)

		Correlations										
		SP01	SP02	SP03	SP04	SP05	SP06	SP07	SP08	SP09	SP10	TOTAL SP
SP01	Pearson Correlation	1	.246	.187	.311	.631**	.611**	.110	.197	.036	.068	.441*
	Sig. (2-tailed)		.190	.321	.095	.000	.000	.564	.298	.851	.720	.015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SP02	Pearson Correlation	.246	1	.460*	.622**	.347	.327	.733**	.738**	.454*	.479**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.190		.011	.000	.060	.078	.000	.000	.012	.007	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SP03	Pearson Correlation	.187	.460*	1	.133	.387*	.499**	.122	.102	.063	.204	.440*
	Sig. (2-tailed)	.321	.011		.484	.035	.005	.519	.592	.742	.280	.015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SP04	Pearson Correlation	.311	.622**	.133	1	.235	.251	.553**	.545**	.527**	.567**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.095	.000	.484		.212	.182	.002	.002	.003	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SP05	Pearson Correlation	.631**	.347	.387*	.235	1	.607**	.310	.330	-.028	.032	.534**
	Sig. (2-tailed)	.000	.060	.035	.212		.000	.096	.075	.883	.868	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SP06	Pearson Correlation	.611**	.327	.499**	.251	.607**	1	.134	.102	.154	.156	.499**
	Sig. (2-tailed)	.000	.078	.005	.182	.000		.479	.591	.416	.411	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SP07	Pearson Correlation	.110	.733**	.122	.553**	.310	.134	1	.869**	.636**	.501**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.564	.000	.519	.002	.096	.479		.000	.000	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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.



SP	Pearson Correlation	.197	.738**	.102	.545**	.330	.102	.869**	1	.497**	.331	.791**
08	Sig. (2-tailed)	.298	.000	.592	.002	.075	.591	.000		.005	.074	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SP	Pearson Correlation	.036	.454*	.063	.527**	-.028	.154	.636**	.497**	1	.616**	.647**
09	Sig. (2-tailed)	.851	.012	.742	.003	.883	.416	.000	.005		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SP	Pearson Correlation	.068	.479**	.204	.567**	.032	.156	.501**	.331	.616**	1	.625**
10	Sig. (2-tailed)	.720	.007	.280	.001	.868	.411	.005	.074	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SP	Pearson Correlation	.441*	.869**	.440*	.748**	.534**	.499**	.829**	.791**	.647**	.625**	1
11	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.015	.000	.002	.005	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	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. Ditaring 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 4 - Hasil Uji Validitas Variabel *Brand Image* (X₂)

©

Correlations

		BI01	BI02	BI03	BI04	BI05	TOTALBI
BI01	Pearson Correlation	1	.480**	.358	.708**	.491**	.767**
	Sig. (2-tailed)		.007	.052	.000	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30
BI02	Pearson Correlation	.480**	1	.521**	.708**	.630**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.007		.003	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
BI03	Pearson Correlation	.358	.521**	1	.537**	.396*	.695**
	Sig. (2-tailed)	.052	.003		.002	.030	.000
	N	30	30	30	30	30	30
BI04	Pearson Correlation	.708**	.708**	.537**	1	.551**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
BI05	Pearson Correlation	.491**	.630**	.396*	.551**	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.030	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTALBI	Pearson Correlation	.767**	.842**	.695**	.882**	.783**	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).

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

Lampiran 5 - Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		KP01	KP02	KP03	KP04	KP05	KP06	TOTALKP
KP01	Pearson Correlation	1	.403*	.391*	.451*	.052	.450*	.568**
	Sig. (2-tailed)		.027	.033	.012	.783	.013	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP02	Pearson Correlation	.403*	1	.588**	.498**	.199	.342	.661**
	Sig. (2-tailed)	.027		.001	.005	.292	.065	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP03	Pearson Correlation	.391*	.588**	1	.735**	.613**	.679**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.033	.001		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP04	Pearson Correlation	.451*	.498**	.735**	1	.540**	.777**	.893**
	Sig. (2-tailed)	.012	.005	.000		.002	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
KP05	Pearson Correlation	.052	.199	.613**	.540**	1	.546**	.662**
	Sig. (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.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



	Sig. (2-tailed)	.783	.292	.000	.002		.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.450*	.342	.679**	.777**	.546**	1	.845**
KP06	Sig. (2-tailed)	.013	.065	.000	.000	.002		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	.568**	.661**	.896**	.893**	.662**	.845**	1
TOTAL KP	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	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).

Lampiran 6 - Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	6

Lampiran 7 - Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel *Sales Promotion*

SP01

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	5	3.3	3.3	3.3
Valid Setuju	37	24.7	24.7	28.0
Valid Sangat Setuju	108	72.0	72.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

SP02

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	11	7.3	7.3	7.3
Valid Setuju	61	40.7	40.7	48.0
Valid Sangat Setuju	78	52.0	52.0	100.0

1. Ditaring 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.

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



Total	150	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

SP03

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	1.3	1.3	1.3
Netral	14	9.3	9.3	10.7
Setuju	59	39.3	39.3	50.0
Sangat Setuju	75	50.0	50.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

SP04

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	1.3	1.3	1.3
Netral	15	10.0	10.0	11.3
Setuju	61	40.7	40.7	52.0
Sangat Setuju	72	48.0	48.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

SP05

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	1.3	1.3	1.3
Netral	10	6.7	6.7	8.0
Setuju	66	44.0	44.0	52.0
Sangat Setuju	72	48.0	48.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

SP06

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	13	8.7	8.7	8.7
Setuju	60	40.0	40.0	48.7
Sangat Setuju	77	51.3	51.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

SP07

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	14	9.3	9.3	9.3
Setuju	61	40.7	40.7	50.0
Sangat Setuju	75	50.0	50.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

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



SP08

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Hak Cipta Dilindungi Undang-undang				
Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
Netral	14	9.3	9.3	10.0
Setuju	65	43.3	43.3	53.3
Sangat Setuju	70	46.7	46.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

SP09

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Hak Cipta Dilindungi Undang-undang				
Netral	17	11.3	11.3	11.3
Setuju	63	42.0	42.0	53.3
Sangat Setuju	70	46.7	46.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

SP10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Hak Cipta Dilindungi Undang-undang				
Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
Netral	15	10.0	10.0	10.7
Setuju	55	36.7	36.7	47.3
Sangat Setuju	79	52.7	52.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Lampiran 8 - Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel *Brand Image*

BI01

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Hak Cipta Dilindungi Undang-undang				
Netral	9	6.0	6.0	6.0
Setuju	42	28.0	28.0	34.0
Sangat Setuju	99	66.0	66.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

BI02

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Hak Cipta Dilindungi Undang-undang				
Netral	14	9.3	9.3	9.3
Setuju	61	40.7	40.7	50.0
Sangat Setuju	75	50.0	50.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

1. Ditaring 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.



BI03

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C				
Sangat Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
Tidak Setuju	2	1.3	1.3	2.0
Netral	13	8.7	8.7	10.7
Setuju	51	34.0	34.0	44.7
Sangat Setuju	83	55.3	55.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

BI04

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C				
Sangat Tidak Setuju	3	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	11	7.3	7.3	9.3
Netral	22	14.7	14.7	24.0
Setuju	47	31.3	31.3	55.3
Sangat Setuju	67	44.7	44.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

BI05

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C				
Tidak Setuju	5	3.3	3.3	3.3
Netral	22	14.7	14.7	18.0
Setuju	59	39.3	39.3	57.3
Sangat Setuju	64	42.7	42.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

Lampiran 9 - Tabel Distribusi Frekuensi Jawaban Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian

KP01

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C				
Netral	7	4.7	4.7	4.7
Setuju	37	24.7	24.7	29.3
Sangat Setuju	106	70.7	70.7	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KP02

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid C				
Netral	5	3.3	3.3	3.3

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis 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.



Setuju	49	32.7	32.7	36.0
Sangat Setuju	96	64.0	64.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KP03

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Netral	14	9.3	9.3	9.3
Setuju	65	43.3	43.3	52.7
Sangat Setuju	71	47.3	47.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KP04

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	2.0	2.0	2.0
Netral	19	12.7	12.7	14.7
Setuju	54	36.0	36.0	50.7
Sangat Setuju	74	49.3	49.3	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KP05

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	3	2.0	2.0	2.0
Netral	20	13.3	13.3	15.3
Setuju	43	28.7	28.7	44.0
Sangat Setuju	84	56.0	56.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	

KP06

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	.7	.7	.7
Tidak Setuju	1	.7	.7	1.3
Netral	10	6.7	6.7	8.0
Setuju	57	38.0	38.0	46.0
Sangat Setuju	81	54.0	54.0	100.0
Total	150	100.0	100.0	



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

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 10 – Perhitungan Rata-Rata Kuesioner Variabel *Sales Promotion* (X_1)

Report										
	SP01	SP02	SP03	SP04	SP05	SP06	SP07	SP08	SP09	SP10
Mean	4.6867	4.4467	4.3800	4.3533	4.387	4.4267	4.4067	4.3600	4.3533	4.4133
N	150	150	150	150	150	150	150	150	150	150
Std. Deviation	.53265	.62965	.71108	.71547	.6734	.64866	.65637	.67833	.67691	.69694

Lampiran 11 – Perhitungan Rata-Rata Kuesioner Variabel *Brand Image* (X_2)

Report					
	BI01	BI02	BI03	BI04	BI05
Mean	4.6000	4.4067	4.4200	4.0933	4.2133
N	150	150	150	150	150
Std. Deviation	.60201	.65637	.76211	1.03202	.81584

Lampiran 12 – Perhitungan Rata-Rata Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Report						
	KP01	KP02	KP03	KP04	KP05	KP06
Mean	4.6600	4.6067	4.3800	4.3267	4.3867	4.4400
N	150	150	150	150	150	150
Std. Deviation	.56557	.55438	.65200	.77283	.79247	.70929

Lampiran 13 – Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		150
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.83476548
	Absolute	.056
Most Extreme Differences	Positive	.056
	Negative	-.049
Kolmogorov-Smirnov Z		.692
Asymp. Sig. (2-tailed)		.725

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.



Lampiran 14 – Hasil Uji Multikolinearitas, Analisis Regresi Linier Berganda, dan Uji T

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.034	1.736		2.324	.021		
	Sales Promotion	.329	.049	.463	6.735	.000	.631	1.584
	Brand Image	.378	.070	.371	5.387	.000	.631	1.584

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 15 – Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	4.136	1.108		3.732	.000		
	Sales Promotion	-.035	.031	-.112	-1.108	.269	.631	1.584
	Brand Image	-.056	.045	-.127	-1.256	.211	.631	1.584

a. Dependent Variable: Abs_RES

Lampiran 16 – Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.749 ^a	.561	.555	1.847	1.820

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Sales Promotion

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

1. Ditaring mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan 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.

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



Lampiran 17 – Tabel Distribusi t, Sugiyono

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG (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 IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Lampiran 18 – Tabel r Product Moment, Sugiyono

Tabel r Product Moment Pada Sig.0,05 (Two Tail)

N	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang
 Hak Cipta milik IBIKKG (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.



RIWAYAT HIDUP

(Tanpa Foto)

Nama Lengkap : Fransiscus Claudio Catholico
NIM : 70180424
Email : 70180424@student.kwikkiangie.ac.id
Riwayat Pendidikan : SMA

No	Riwayat Pendidikan	Tahun Lulus
1.	SD	2012
2.	SMP	2015
3.	SMA	2018

Pekerjaan : Pelajar / Mahasiswa

Pelatihan/Workshop/Training yang pernah diikuti : -

© Hak cipta milik IBI KKG (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 IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

© Hak cipta 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.





FRANSISCUS CLAUDIO CATHOLICO.docx

ORIGINALITY REPORT

5 %	7 %	11 %	4 %
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

	eprints.kwikkiangie.ac.id Internet Source	2 %
	repository.iainkudus.ac.id Internet Source	1 %
	core.ac.uk Internet Source	1 %
	adoc.pub Internet Source	1 %
	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	1 %

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.