

Lampiran 1. KuesionerNo. Responden :

--	--	--

KUESIONER
PENGARUH *BRAND TRUST*, HARGA PRODUK DAN *BRAND IMAGE*
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEPUNG TERIGU BOGASARI
(Studi Kasus pada Konsumen di Kelurahan Sukapura, Cilincing)

Dengan hormat,

Di tengah kesibukan Bapak / Ibu saat ini, saya mohon sudilah kiranya berkenan meluangkan waktu untuk mengisi daftar pernyataan yang saya ajukan untuk penelitian.

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah semata-mata untuk tujuan ilmiah yaitu penyusunan Skripsi. Tidak ada jawaban yang benar dan salah, oleh karena itu saya mengharapkan dalam pengisian pernyataan Bapak / Ibu menjawab sesuai dengan kondisi yang sesungguhnya.

Kerahasiaan dari jawaban Bapak / Ibu terjaga dan tidak akan mempengaruhi apapun terhadap Bapak / Ibu.

Atas kesediaannya saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya

Hermansyah

Petunjuk Pengisian Angket

- Bagian I berisi identitas responden, untuk bagian ini anda cukup mengisi data pribadi anda.
- Bagian II berisi daftar pernyataan, untuk bagian ini anda cukup memilih jawaban yang sesuai dengan kriteria anda dengan memberi tanda (\surd) pada jawaban yang tersedia.

I. IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan

2. Usia

- a. 17 - 25 tahun
- b. 26 – 35 tahun
- c. 36 – 45 tahun
- d. > 45 tahun

3. Pendidikan terakhir

- a. SLTA
- b. D III
- c. S1
- d. S2

4. Pekerjaan

- a. PNS
- b. Karyawan swasta
- c. Wiraswasta
- d. Ibu Rumah Tangga

5. Pendapatan per bulan

- a. < Rp. 5.000.000
- b. Rp. 5.000.000 - Rp. 10.000.000
- d. > Rp. 10.000.000

Keterangan :

- 1 : Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 : Tidak Setuju (TS)
- 3 : Setuju (S)
- 4 : Sangat Setuju (SS)

II. DAFTAR PERNYATAAN

Berilah tanda (\checkmark) pada pilihan pernyataan pada kolom jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.

No	Pernyataan (<i>Brand trust - X₁</i>)	Jawaban			
		STS 1	TS 2	S 3	SS 4
1.	Saya percaya bahwa tepung terigu Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru dari Bogasari memiliki reputasi yang baik				
2.	Saya yakin produk yang dikeluarkan oleh Bogasari memiliki kualitas yang baik				
3.	Pengalaman saya menggunakan tepung terigu Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru dari Bogasari dalam pengolahan makanan tidak terjadi masalah				

No	Pernyataan (<i>Harga produk- X₂</i>)	Jawaban			
		STS 1	TS 2	S 3	SS 4
1.	Tepung terigu Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru dari Bogasari memiliki harga terjangkau				
2.	Harga tepung terigu Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru dari Bogasari sudah sesuai dengan harga di pasaran				
3.	Harga tepung terigu Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru dari Bogasari sesuai dengan manfaat yang ditawarkan				
4.	Pembelian dilakukan dengan sistem pembayaran secara tunai pada toko-toko yang menjual tepung terigu Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru dari Bogasari				

No	Pernyataan (<i>Brand image – X₃</i>)	Jawaban			
		STS 1	TS 2	S 3	SS 4
1.	Saya mudah mengingat lambang atau logo dari tepung terigu merek Bogasari terutama Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru				
2.	Tepung terigu dari Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru dari Bogasari adalah merek yang mudah dikenal sebagai produk berkualitas dalam pengolahan makanan				
3.	Tepung terigu Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru dari Bogasari adalah merek yang terpercaya dalam dunia kuliner				

No	Pernyataan (<i>Keputusan Pembelian– Y</i>)	Jawaban			
		STS 1	TS 2	S 3	SS 4
1.	Saya memilih produk tepung terigu Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru dari Bogasari berdasarkan kualitas produk.				
2.	Saya memilih produk tepung terigu Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru dari Bogasari berdasarkan reputasi merek.				
3.	Saya memutuskan untuk membeli produk tepung terigu Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru dari Bogasari di toko-toko yang menjual produk tersebut				
4.	Saya memutuskan membeli tepung terigu Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru dari Bogasari berdasarkan waktu pembelian sesuai dengan kebutuhan.				
5.	Keragaman produk mempengaruhi saya dalam membeli tepung terigu Cakra Kembar, Segitiga Biru, dan Kunci Biru dari Bogasari dengan jumlah yang banyak				

Lampiran 2. Tabulasi Kuesioner Variabel *Brand trust*

Responden	No Pernyataan			Total (X1)
	1	2	3	
1	3	4	4	11
2	3	4	4	11
3	3	4	4	11
4	4	4	4	12
5	4	4	4	12
6	4	3	4	11
7	4	4	4	12
8	4	4	4	12
9	1	4	3	8
10	4	4	3	11
11	4	4	4	12
12	2	2	4	8
13	4	4	4	12
14	4	4	4	12
15	4	4	2	10
16	4	4	4	12
17	4	4	4	12
18	4	3	4	11
19	4	4	4	12
20	2	4	4	10
21	4	4	3	11
22	2	4	4	10
23	4	4	4	12
24	4	4	4	12
25	4	3	4	11
26	4	4	4	12
27	4	4	4	12
28	3	4	3	10
29	4	4	4	12
30	4	4	4	12
31	4	2	4	10
32	4	4	4	12
33	4	2	4	10
34	4	4	2	10
35	4	4	4	12
36	4	4	2	10
37	4	4	4	12
38	4	4	4	12
39	4	4	4	12
40	3	4	4	11
41	4	4	4	12
42	4	4	4	12
43	4	4	4	12
44	4	4	4	12
45	4	4	4	12
46	2	4	4	10

Responden	No Pernyataan			Total (X1)
	1	2	3	
47	2	4	4	10
48	4	4	4	12
49	3	3	4	10
50	3	3	4	10
51	4	4	4	12
52	4	4	4	12
53	3	4	4	11
54	3	4	4	11
55	3	4	3	10
56	4	4	3	11
57	4	4	3	11
58	4	3	4	11
59	4	3	3	10
60	4	4	4	12
61	1	4	4	9
62	4	4	4	12
63	4	4	3	11
64	2	2	4	8
65	4	4	4	12
66	4	4	4	12
67	4	4	3	11
68	4	4	3	11
69	4	4	3	11
70	4	3	4	11
71	4	4	4	12
72	2	4	3	9
73	4	4	4	12
74	2	4	4	10
75	4	4	4	12
76	4	4	3	11
77	4	3	4	11
78	4	4	4	12
79	4	4	4	12
80	3	4	4	11
81	4	3	3	10
82	4	3	4	11
83	4	4	4	12
84	2	3	4	9
85	3	4	4	11
86	4	3	4	11
87	2	3	4	9
88	3	4	3	10
89	3	1	2	6
90	4	3	3	10
91	4	3	3	10
92	3	4	3	10
93	4	4	4	12
94	3	3	4	10

Responden	No Pernyataan			Total
	1	2	3	(X1)
95	3	4	3	10
96	3	4	3	10
97	3	1	2	6
Total	343	357	357	1057

Lampiran 3. Tabulasi Kuesioner Variabel Harga produk

Responden	No Pernyataan				Total (X2)
	1	2	3	4	
1	4	4	3	4	15
2	4	4	3	4	15
3	4	4	3	4	15
4	3	3	4	4	14
5	4	4	4	4	16
6	2	3	4	3	12
7	4	3	4	3	14
8	4	4	3	4	15
9	3	4	4	4	15
10	4	4	4	4	16
11	4	4	4	4	16
12	2	2	3	2	9
13	4	4	3	4	15
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	4	4	4	4	16
17	3	4	4	4	15
18	4	3	3	3	13
19	4	4	4	4	16
20	4	4	3	4	15
21	2	4	4	4	14
22	4	4	4	4	16
23	4	4	4	4	16
24	4	4	3	4	15
25	3	3	4	3	13
26	4	4	4	4	16
27	3	4	4	4	15
28	4	4	3	4	15
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16
31	4	2	4	2	12
32	3	4	2	4	13
33	4	2	4	2	12
34	3	4	4	4	15
35	4	4	3	4	15
36	4	4	4	4	16
37	2	4	4	4	14
38	4	4	4	4	16
39	4	4	3	4	15
40	3	4	3	4	14
41	4	4	4	4	16
42	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	16
44	2	4	4	4	14
45	4	4	4	4	16
46	4	4	4	4	16

Responden	No Pernyataan				Total (X2)
	1	2	3	4	
47	3	4	4	4	15
48	4	4	4	4	16
49	4	3	4	3	14
50	4	3	4	3	14
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	4	4	3	4	15
54	4	4	3	4	15
55	4	4	3	4	15
56	4	4	4	4	16
57	4	4	4	4	16
58	2	3	4	3	12
59	4	3	4	3	14
60	4	4	3	4	15
61	3	4	4	4	15
62	4	4	4	4	16
63	4	4	4	4	16
64	2	2	4	2	10
65	4	4	3	4	15
66	4	4	4	4	16
67	4	4	4	4	16
68	4	4	4	4	16
69	3	4	4	4	15
70	4	3	3	3	13
71	4	4	4	4	16
72	4	4	3	4	15
73	2	4	4	4	14
74	4	4	4	4	16
75	4	4	4	4	16
76	4	4	3	4	15
77	3	3	4	3	13
78	4	4	4	4	16
79	3	4	4	4	15
80	4	4	3	4	15
81	3	3	4	3	13
82	1	1	4	3	9
83	3	3	3	4	13
84	1	1	3	4	9
85	1	1	4	3	9
86	4	3	3	1	11
87	3	4	4	4	15
88	4	3	3	2	12
89	2	3	3	2	10
90	3	3	4	4	14
91	3	2	2	3	10
92	2	3	4	3	12
93	3	2	3	3	11
94	3	3	4	4	14

Responden	No Pernyataan				Total
	1	2	3	4	(X2)
95	4	3	3	2	12
96	2	3	4	3	12
97	2	3	3	2	10
Total	335	345	354	352	1386

Lampiran 4. Tabulasi Kuesioner Variabel *Brand image*

Responden	No Pernyataan			Total (X3)
	1	2	3	
1	4	4	4	12
2	3	4	3	10
3	4	4	4	12
4	3	2	4	9
5	4	3	4	11
6	4	4	4	12
7	3	3	3	9
8	4	4	4	12
9	4	4	4	12
10	3	4	4	11
11	4	3	4	11
12	2	4	3	9
13	4	4	4	12
14	3	4	4	11
15	4	3	4	11
16	4	3	4	11
17	3	3	3	9
18	4	4	4	12
19	4	4	3	11
20	4	3	4	11
21	3	4	4	11
22	3	4	4	11
23	4	4	3	11
24	4	3	4	11
25	4	4	4	12
26	4	4	4	12
27	3	4	3	10
28	3	4	4	11
29	4	4	4	12
30	4	3	4	11
31	3	4	2	9
32	4	4	4	12
33	4	4	4	12
34	4	4	3	11
35	4	4	4	12
36	3	4	4	11
37	4	4	4	12
38	4	3	3	10
39	4	4	3	11
40	4	3	4	11
41	4	4	4	12
42	2	4	4	10
43	3	3	4	10
44	3	3	4	10
45	2	4	4	10
46	4	4	4	12

Responden	No Pernyataan			Total (X3)
	1	2	3	
47	4	4	4	12
48	3	4	4	11
49	2	3	4	9
50	4	2	4	10
51	4	4	4	12
52	4	4	3	11
53	4	4	3	11
54	3	4	3	10
55	3	3	4	10
56	4	3	4	11
57	4	3	4	11
58	4	4	4	12
59	3	3	3	9
60	4	4	4	12
61	4	4	4	12
62	3	4	4	11
63	4	3	4	11
64	2	4	3	9
65	4	4	4	12
66	3	4	4	11
67	4	3	4	11
68	4	3	4	11
69	3	3	3	9
70	4	4	4	12
71	4	4	3	11
72	4	3	4	11
73	3	4	4	11
74	3	4	4	11
75	4	4	3	11
76	4	3	4	11
77	4	4	4	12
78	4	4	4	12
79	3	4	3	10
80	3	4	4	11
81	3	4	4	11
82	4	4	4	12
83	4	4	4	12
84	1	4	4	9
85	3	4	4	11
86	3	3	3	9
87	1	4	3	8
88	3	4	4	11
89	2	3	1	6
90	4	3	4	11
91	3	4	4	11
92	3	4	4	11
93	2	4	4	10
94	3	2	4	9

Responden	No Pernyataan			Total
	1	2	3	(X3)
95	3	4	4	11
96	3	4	4	11
97	2	3	1	6
Total	332	354	359	1045

Lampiran 5. Tabulasi Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian

Responden	No Pernyataan					Total (Y)
	1	2	3	4	5	
1	3	4	4	3	3	17
2	3	4	3	4	3	17
3	4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	3	4	18
5	4	4	4	4	4	20
6	4	3	4	2	4	17
7	4	3	3	4	3	17
8	4	4	4	4	4	20
9	1	4	4	4	4	17
10	4	4	3	3	4	18
11	4	4	4	3	3	18
12	2	2	2	4	3	13
13	4	4	4	4	4	20
14	4	4	3	3	4	18
15	4	4	4	3	4	19
16	4	4	4	3	4	19
17	4	4	3	4	3	18
18	4	3	4	4	4	19
19	4	4	4	4	3	19
20	2	4	4	4	4	18
21	4	4	3	4	4	19
22	2	4	3	3	4	16
23	4	4	4	4	3	19
24	4	4	4	4	4	20
25	4	3	4	4	4	19
26	4	4	4	3	4	19
27	4	4	3	4	3	18
28	3	4	3	3	4	17
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	3	4	19
31	4	2	3	4	2	15
32	4	4	4	4	4	20
33	4	2	4	2	4	16
34	4	4	4	4	3	19
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	3	4	4	19
37	4	4	4	4	4	20
38	4	4	4	4	3	19
39	4	4	4	4	3	19
40	3	4	4	4	4	19
41	4	4	4	3	4	19
42	4	4	2	4	4	18
43	4	4	3	4	4	19
44	4	4	3	4	4	19
45	4	4	2	4	4	18
46	2	4	4	4	4	18

Responden	No Pernyataan					Total (Y)
	1	2	3	4	5	
47	2	4	4	2	4	16
48	4	4	3	4	4	19
49	3	3	2	3	4	15
50	3	3	4	4	4	18
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	3	19
53	3	4	4	3	3	17
54	3	4	3	4	3	17
55	3	4	3	4	4	18
56	4	4	4	4	4	20
57	4	4	4	4	4	20
58	4	3	4	2	4	17
59	4	3	3	4	3	17
60	4	4	4	4	4	20
61	1	4	4	4	4	17
62	4	4	3	3	4	18
63	4	4	4	3	4	19
64	2	2	2	4	3	13
65	4	4	4	4	4	20
66	4	4	3	3	4	18
67	4	4	4	3	4	19
68	4	4	4	3	4	19
69	4	4	3	4	3	18
70	4	3	4	4	4	19
71	4	4	4	4	3	19
72	2	4	4	4	4	18
73	4	4	3	4	4	19
74	2	4	3	3	4	16
75	4	4	4	4	3	19
76	4	4	4	4	4	20
77	4	3	4	4	4	19
78	4	4	4	3	4	19
79	4	4	3	4	3	18
80	3	4	3	3	4	17
81	4	3	3	4	4	18
82	4	3	4	4	3	18
83	4	4	4	4	3	19
84	4	4	1	4	1	14
85	3	3	3	4	1	14
86	3	1	3	3	3	13
87	4	4	1	4	1	14
88	4	2	3	4	4	17
89	2	2	2	1	2	9
90	3	4	4	4	4	19
91	4	3	3	3	2	15
92	4	3	3	3	3	16
93	2	3	2	2	3	12
94	4	4	3	3	3	17

Responden	No Pernyataan					Total
	1	2	3	4	5	(Y)
95	4	2	3	4	4	17
96	4	3	3	3	3	16
97	2	2	2	1	2	9
Total	347	352	332	345	343	1719

Lampiran 6. Rekapitulasi Data Berpasangan Variabel X_1 , X_2 , X_3 dan Y

n	X1	X2	X3	Y
1	11	15	12	17
2	11	15	10	17
3	11	15	12	20
4	12	14	9	18
5	12	16	11	20
6	11	12	12	17
7	12	14	9	17
8	12	15	12	20
9	8	15	12	17
10	11	16	11	18
11	12	16	11	18
12	8	9	9	13
13	12	15	12	20
14	12	16	11	18
15	10	16	11	19
16	12	16	11	19
17	12	15	9	18
18	11	13	12	19
19	12	16	11	19
20	10	15	11	18
21	11	14	11	19
22	10	16	11	16
23	12	16	11	19
24	12	15	11	20
25	11	13	12	19
26	12	16	12	19
27	12	15	10	18
28	10	15	11	17
29	12	16	12	20
30	12	16	11	19
31	10	12	9	15
32	12	13	12	20
33	10	12	12	16
34	10	15	11	19
35	12	15	12	20
36	10	16	11	19
37	12	14	12	20
38	12	16	10	19
39	12	15	11	19
40	11	14	11	19
41	12	16	12	19
42	12	16	10	18
43	12	16	10	19
44	12	14	10	19
45	12	16	10	18

n	X1	X2	X3	Y
46	10	16	12	18
47	10	15	12	16
48	12	16	11	19
49	10	14	9	15
50	10	14	10	18
51	12	16	12	20
52	12	16	11	19
53	11	15	11	17
54	11	15	10	17
55	10	15	10	18
56	11	16	11	20
57	11	16	11	20
58	11	12	12	17
59	10	14	9	17
60	12	15	12	20
61	9	15	12	17
62	12	16	11	18
63	11	16	11	19
64	8	10	9	13
65	12	15	12	20
66	12	16	11	18
67	11	16	11	19
68	11	16	11	19
69	11	15	9	18
70	11	13	12	19
71	12	16	11	19
72	9	15	11	18
73	12	14	11	19
74	10	16	11	16
75	12	16	11	19
76	11	15	11	20
77	11	13	12	19
78	12	16	12	19
79	12	15	10	18
80	11	15	11	17
81	10	13	11	18
82	11	9	12	18
83	12	13	12	19
84	9	9	9	14
85	11	9	11	14
86	11	11	9	13
87	9	15	8	14
88	10	12	11	17
89	6	10	6	9
90	10	14	11	19
91	10	10	11	15
92	10	12	11	16

n	X1	X2	X3	Y
93	12	11	10	12
94	10	14	9	17
95	10	12	11	17
96	10	12	11	16
97	6	10	6	9
	1057	1386	1045	1719

Lampiran 7. Hasil Uji Validitas Variabel *Brand trust*

Correlations

		Correlations			
		px1_1	px1_2	px1_3	Tot (X1)
px1_1	Pearson Correlation	1	,138	,015	,679**
	Sig. (2-tailed)		,178	,886	,000
	N	97	97	97	97
px1_2	Pearson Correlation	,138	1	,170	,674**
	Sig. (2-tailed)	,178		,095	,000
	N	97	97	97	97
px1_3	Pearson Correlation	,015	,170	1	,545**
	Sig. (2-tailed)	,886	,095		,000
	N	97	97	97	97
Tot (X1)	Pearson Correlation	,679**	,674**	,545**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97

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

Lampiran 8. Hasil Uji Validitas Variabel Harga produk

Correlations

		Correlations				
		px2_1	px2_2	px2_3	px2_4	Tot (X2)
px2_1	Pearson Correlation	1	,578**	-,062	,282**	,723**
	Sig. (2-tailed)		,000	,546	,005	,000
	N	97	97	97	97	97
px2_2	Pearson Correlation	,578**	1	,105	,694**	,893**
	Sig. (2-tailed)	,000		,307	,000	,000
	N	97	97	97	97	97
px2_3	Pearson Correlation	-,062	,105	1	,158	,333**
	Sig. (2-tailed)	,546	,307		,123	,001
	N	97	97	97	97	97
px2_4	Pearson Correlation	,282**	,694**	,158	1	,771**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,123		,000
	N	97	97	97	97	97
Tot (X2)	Pearson Correlation	,723**	,893**	,333**	,771**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	
	N	97	97	97	97	97

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

Lampiran 9. Hasil Uji Validitas Variabel *Brand image*

Correlations

		Correlations			
		px3_1	px3_2	px3_3	Tot (X3)
px3_1	Pearson Correlation	1	-,043	,315**	,742**
	Sig. (2-tailed)		,677	,002	,000
	N	97	97	97	97
px3_2	Pearson Correlation	-,043	1	,059	,450**
	Sig. (2-tailed)	,677		,565	,000
	N	97	97	97	97
px3_3	Pearson Correlation	,315**	,059	1	,710**
	Sig. (2-tailed)	,002	,565		,000
	N	97	97	97	97
Tot (X3)	Pearson Correlation	,742**	,450**	,710**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97

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

Lampiran 10. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

Correlations

		Correlations					
		py_1	py_2	py_3	py_4	py_5	Tot (Y)
py_1	Pearson Correlation	1	,173	,171	,230*	,055	,551**
	Sig. (2-tailed)		,090	,094	,024	,590	,000
	N	97	97	97	97	97	97
py_2	Pearson Correlation	,173	1	,317**	,288**	,281**	,656**
	Sig. (2-tailed)	,090		,002	,004	,005	,000
	N	97	97	97	97	97	97
py_3	Pearson Correlation	,171	,317**	1	,147	,492**	,696**
	Sig. (2-tailed)	,094	,002		,150	,000	,000
	N	97	97	97	97	97	97
py_4	Pearson Correlation	,230*	,288**	,147	1	,064	,552**
	Sig. (2-tailed)	,024	,004	,150		,536	,000
	N	97	97	97	97	97	97
py_5	Pearson Correlation	,055	,281**	,492**	,064	1	,616**
	Sig. (2-tailed)	,590	,005	,000	,536		,000
	N	97	97	97	97	97	97
Tot (Y)	Pearson Correlation	,551**	,656**	,696**	,552**	,616**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	97	97	97	97	97	97

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

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

Lampiran 11. Hasil Uji Realibilitas

Reliability VARIABEL X1

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	97	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,658	3

Reliability VARIABEL X2

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	97	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,650	4

Reliability VARIABEL X3

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	97	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	97	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,686	3

Reliability VARIABEL Y
Scale: ALL VARIABLES**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	97	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	97	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,684	5

Lampiran 12. Hasil SPSS Deskriptif Data

Descriptives

Descriptive Statistics							
	N	Range	Minimum	Maximum	Sum	Mean	Std. Deviation
px1_1	97	3,00	1,00	4,00	343,00	3,5361	,76461
px1_2	97	3,00	1,00	4,00	357,00	3,6804	,65426
px1_3	97	2,00	2,00	4,00	357,00	3,6804	,56911
px2_1	97	3,00	1,00	4,00	335,00	3,4536	,82942
px2_2	97	3,00	1,00	4,00	345,00	3,5567	,74957
px2_3	97	2,00	2,00	4,00	354,00	3,6495	,52124
px2_4	97	3,00	1,00	4,00	352,00	3,6289	,68190
px3_1	97	3,00	1,00	4,00	332,00	3,4227	,73364
px3_2	97	2,00	2,00	4,00	354,00	3,6495	,54086
px3_3	97	3,00	1,00	4,00	359,00	3,7010	,59800
py_1	97	3,00	1,00	4,00	347,00	3,5773	,77507
py_2	97	3,00	1,00	4,00	352,00	3,6289	,68190
py_3	97	3,00	1,00	4,00	332,00	3,4227	,73364
py_4	97	3,00	1,00	4,00	345,00	3,5567	,69175
py_5	97	3,00	1,00	4,00	343,00	3,5361	,72258
Valid N (listwise)	97						

Lampiran 13. Hasil SPSS Koefisien Determinasi Parsial

Partial Corr

Control Variables			Correlations	
			Brand trust (X1)	keputusan pembelian tepung terigu Bogasari (Y)
Harga produk (X2) & Brand image (X3)	Brand trust (X1)	Correlation	1,000	,470
		Significance (2-tailed)	.	,000
		df	0	93
	keputusan pembelian tepung terigu Bogasari (Y)	Correlation	,470	1,000
		Significance (2-tailed)	,000	.
		df	93	0

Partial Corr

Control Variables			Correlations	
			Harga produk (X2)	keputusan pembelian tepung terigu Bogasari (Y)
Brand trust (X1) & Brand image (X3)	Harga produk (X2)	Correlation	1,000	,555
		Significance (2-tailed)	.	,000
		df	0	93
	keputusan pembelian tepung terigu Bogasari (Y)	Correlation	,555	1,000
		Significance (2-tailed)	,000	.
		df	93	0

Partial Corr

Control Variables			Correlations	
			Brand image (X3)	keputusan pembelian tepung terigu Bogasari (Y)
Brand trust (X1) & Harga produk (X2)	Brand image (X3)	Correlation	1,000	,593
		Significance (2-tailed)	.	,000
		df	0	93
	keputusan pembelian tepung terigu Bogasari (Y)	Correlation	,593	1,000
		Significance (2-tailed)	,000	.
		df	93	0

Lampiran 14. Hasil SPSS Koefisien Determinasi Berganda

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Brand image (X3), Harga produk (X2), Brand trust (X1) ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: keputusan pembelian tepung terigu Bogasari (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,875 ^a	,765	,757	1,08934

a. Predictors: (Constant), Brand image (X3), Harga produk (X2), Brand trust (X1)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	359,126	3	119,709	100,879	,000 ^b
	Residual	110,359	93	1,187		
	Total	469,485	96			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian tepung terigu Bogasari (Y)

b. Predictors: (Constant), Brand image (X3), Harga produk (X2), Brand trust (X1)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2,544	1,179		-2,158	,033
	Brand trust (X1)	,566	,110	,325	5,136	,000
	Harga produk (X2)	,424	,066	,378	6,442	,000
	Brand image (X3)	,745	,105	,409	7,102	,000

a. Dependent Variable: keputusan pembelian tepung terigu Bogasari (Y)

Lampiran 15. Surat Riset Penelitian**PT. INDOFOOD SUKSES MAKMUR TBK DIVISI BOGASARI**

Jl. Raya Cilincing No. 1, Tanjung Priuk, Jakarta Utara

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Ricky Yuniarto
Jabatan : Manager Storage & Gate Office

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Hermansyah
NIM/NPK : 21160600130
Jurusan : S-1 Manajemen

Adalah benar adanya telah melakukan riset di PT. Indofood Sukses Makmur Tbk Divisi Bogasari dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul "PENGARUH BRAND TRUST, HARGA PRODUK, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TEPUNG TERIGU BOGASARI dengan periode Februari 2021. Dan yang bersangkutan juga telah membahas materi hasil penelitiannya dengan kami.

Jakarta, 12 Februari 2021

PT. ISM Divisi Bogasari



(Ricky Yuniarto)

Manager SGO

Lampiran 17.**DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENELITI****Data Pribadi**

Nama : Hermansyah
NPM : 21160600130
Tempat dan Tanggal Lahir : Jakarta, 18 Februari 1997
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Laki-Laki
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Tipar Cakung
Rt: 001, Rw: 004, Kel: Sukapura
Kec: Cilincing, Kota: Jakarta Utara.
Status : Belum menikah
Telepon : 085211188345
Email : hrmn.syah12@gmail.com

Pendidikan Formal

MI. Umdatur Rasikhien : 2003-2009
SMP N 121 Jakarta : 2009-2012
SMK Perguruan CIKINI : 2012-2015
STIE Indonesia Jakarta : 2015- sekarang

Pengalaman Organisasi

Ikut Organisasi Futsal dan OSIS ketika SMK