

DAFTAR LAMPIRAN

Daftar pertanyaan

KUESIONER PENELITIAN, ANALISIS PENGARUH DAYA TARIK PROMOSI, BRAND IMAGE DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN

Kuesioner

1. Jenis kelamin
 - A. Laki-Laki
 - B. Perempuan
2. Usia
 - A. 15-19 Tahun
 - B. 20-25 Tahun
 - C. 26-30 Tahun
 - D. 30 – 35 Tahun keatas
3. Status
 - A. Pelajar
 - B. Mahasiswa
 - C. Pegawai negeri
 - D. Swasta
 - E. Wirausaha
4. Pendapatan
 - A. Rp. 0 - Rp. 1,500,000
 - B. Rp. 1,500,000 - Rp. 3,000,000
 - C. Rp. 3,000,000 - Rp. 6,000,000
 - D. Rp. 7,000,000 - Rp. 9,000,000
 - E. Rp 10,000,000 – keatas
5. Apakah Anda memiliki kendaraan bermotor roda dua pribadi?
 - A. Ya
 - B. Tidak
6. Apakah anda pernah melakukan pembelian sebuah kendaraan milik pribadi secara langsung?
 - A. Ya
 - B. Tidak

1. Anda sering menemukan iklan CBR150R
 - A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang setuju
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju
2. Iklan CBR150R lebih sering ditemukan di website,instagram, dan media sosial lain yang membahas tentang otomotif.
 - A. A Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang setuju
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju
3. Anda Anda sering menemukan SPG honda yang menawarkan produk Honda CBR150R di berbagai tempat seperti mall, event acara dll
 - A. A Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang setuju
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju
4. Anda pernah menerima pemberitahuan tentang produk Honda CBR150R baik itu berupa email, selebaran dsb.
 - A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang setuju
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju
5. Promosi penjualan CBR150R Dilakukan secara masif dan besar
 - A. .Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang setuju
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju
6. Anda pernah mendengar/melihat Honda CBR150R Merupakan Motor 150cc paling hemat bahan bakar dikelasnya
 - A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju

- C. Kurang setuju
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju
7. Anda pernah mendengar/melihat jika Honda CBR 150 R memiliki banyak fitur terbaru seperti Full digital parameter, sistem ABS, Dan Assist/slipper clutch.
- A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang setuju
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju
8. Anda pernah mendengar/melihat jika Honda CBR 150 R Memiliki desain yang unik dan futuristik
- A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang setuju
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju
9. Anda pernah mendengar/melihat jika Honda CBR150R memiliki posisi duduk yang lebih nyaman/bersahabat dibandingkan kompetitornya di kelas motor fairing 150cc
- A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang setuju
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju
10. Anda pernah mendengar/melihat jika Honda CBR150R memiliki Handling yang lincah dan enak saat dikendarai
- A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang setuju
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju
11. Honda CBR 150R memiliki desain livery/warna yang menarik dan unik
- A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang setuju
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju
12. Harga kendaraan sebesar Rp.36.000.000-Rp.41.000.000 merupakan harga yang terjangkau oleh anda
- A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang setuju
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju

13. Dengan Anda mendengar/melihat informasi produk Honda CBR150RR dari promosi yang ada tersebut. Rentang harga Rp.36.000.000-Rp.41.000.000 termasuk harga yang layak.
- A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang s
 - D. setuju
 - E. Sangat setuju
14. Dengan Harga Rp.36.000.000-Rp.41.000.000 merupakan harga setara dengan fitur dan value/nilai yang diberikan oleh produk Honda CBR150 R
- A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang s
 - D. setuju
 - E. Sangat setuju
15. Dengan harga Rp.36.000.000-Rp.41.000.000 merupakan harga yang pantas dibandingkan dengan kompetitor.
- A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang s
 - D. Setuju
 - E. Sangat setuju
16. Dengan Anda mendengar/melihat informasi produk Honda CBR150RR memungkinkan Anda untuk melakukan pembelian di waktu tertentu.
- A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang s
 - D. setuju
 - E. Sangat setuju
17. Dengan Anda mendengar/melihat bentuk promosi dan informasi yang diberikan memungkinkan Anda untuk mencari informasi pembelian produk Honda CBR150 R
- A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang s
 - D. setuju
 - E. Sangat setuju
18. Dengan Anda mendengar/melihat promosi atau informasi produk Honda CBR150RR, memungkinkan Anda untuk melakukan Evaluasi produk tersebut.

- A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang s
 - D. setuju
 - E. Sangat setuju
19. Dengan Anda mendengar/melihat promosi atau informasi produk Honda CBR150RR, memungkinkan Anda untuk membandingkan produk tersebut dengan produk yang disediakan oleh kompetitor.
- A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang s
 - D. setuju
 - E. Sangat setuju
20. Setelah Anda melakukan pembelian produk Honda CBR150 R, Memungkinkan Anda untuk Merekomendasikannya kepada orang lain.
- A. Sangat tidak setuju
 - B. Tidak setuju
 - C. Kurang s
 - D. setuju
 - E. Sangat setuju

Data Analisis deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
x1.1	100	2	5	3.76	.668
x1.2	100	2	5	4.17	.779
x1.3	100	1	5	3.82	.757
x1.4	100	1	5	3.55	.914
x1.5	100	2	5	3.95	.672
Promosi (X1)	100	9	25	19.25	2.969
x2.1	100	1	5	4.11	.618
x2.2	100	1	5	4.11	.680
x2.3	100	1	5	4.20	.816
x2.4	100	1	5	3.97	.703
x2.5	100	1	5	4.03	.758
x2.6	100	1	5	4.14	.804
Persepsi Harga (X2)	100	9	30	24.56	3.089
x3.1	100	1	5	3.67	1.016
x3.2	100	1	5	4.34	.879
x3.3	100	1	5	4.16	.775
x3.4	100	1	5	3.92	.895
Brand Image (X3)	100	4	20	16.09	2.778
y.1	100	1	5	3.90	.759
y.2	100	1	5	4.04	.751
y.3	100	1	5	4.13	.747
y.4	100	1	5	4.11	.737
y.5	100	1	5	4.32	.815
Keputusan Pembelian CBR150 (Y)	100	5	25	20.50	3.116
Valid N (listwise)	100				

x1.1

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	2	5	5.0	5.0	5.0
	3	22	22.0	22.0	27.0
	4	65	65.0	65.0	92.0
	5	8	8.0	8.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

x1.2

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	11	11.0	11.0	15.0
	4	49	49.0	49.0	64.0
	5	36	36.0	36.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

x1.3

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	4	4.0	4.0	6.0
	3	15	15.0	15.0	21.0
	4	68	68.0	68.0	89.0

	5	11	11.0	11.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

x1.4

		Frequen cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	8	8.0	8.0	11.0
	3	32	32.0	32.0	43.0
	4	45	45.0	45.0	88.0
	5	12	12.0	12.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

x1.5

		Frequen cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	2	4	4.0	4.0	4.0
	3	13	13.0	13.0	17.0
	4	67	67.0	67.0	84.0
	5	16	16.0	16.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

x2.1

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.0
	3	5	5.0	5.0	7.0
	4	72	72.0	72.0	79.0
	5	21	21.0	21.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

x2.2

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.0
	3	9	9.0	9.0	11.0
	4	64	64.0	64.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

x2.3

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	5	5.0	5.0	6.0
	3	4	4.0	4.0	10.0
	4	53	53.0	53.0	63.0
	5	37	37.0	37.0	100.0

x2.3

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	5	5.0	5.0	6.0
	3	4	4.0	4.0	10.0
	4	53	53.0	53.0	63.0
	5	37	37.0	37.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

x2.4

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	1	1.0	1.0	3.0
	3	11	11.0	11.0	14.0
	4	70	70.0	70.0	84.0
	5	16	16.0	16.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

x2.5

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	2	2.0	2.0	4.0
	3	9	9.0	9.0	13.0
	4	65	65.0	65.0	78.0
	5	22	22.0	22.0	100.0

x2.4

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	1	1.0	1.0	3.0
	3	11	11.0	11.0	14.0
	4	70	70.0	70.0	84.0
	5	16	16.0	16.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

x2.6

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	2	2.0	2.0	4.0
	3	8	8.0	8.0	12.0
	4	56	56.0	56.0	68.0
	5	32	32.0	32.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

x3.1

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	4	4.0	4.0	4.0
	2	9	9.0	9.0	13.0
	3	22	22.0	22.0	35.0

	4	46	46.0	46.0	81.0
	5	19	19.0	19.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

x3.2

		Frequen cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	3	3.0	3.0	3.0
	2	1	1.0	1.0	4.0
	3	6	6.0	6.0	10.0
	4	39	39.0	39.0	49.0
	5	51	51.0	51.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

x3.3

		Frequen cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.0
	3	14	14.0	14.0	16.0
	4	49	49.0	49.0	65.0
	5	35	35.0	35.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

x3.4

		Frequen cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
--	--	---------------	-------------	----------------------	-----------------------

Vali	1	2	2.0	2.0	2.0
	2	2	2.0	2.0	4.0
	3	26	26.0	26.0	30.0
	4	42	42.0	42.0	72.0
	5	28	28.0	28.0	100.0
Tot		100	100.0	100.0	

y.1

		Frequen cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	4	4.0	4.0	5.0
	3	16	16.0	16.0	21.0
	4	62	62.0	62.0	83.0
	5	17	17.0	17.0	100.0
Tot		100	100.0	100.0	

y.2

		Frequen cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	2	2.0	2.0	3.0
	3	14	14.0	14.0	17.0
	4	58	58.0	58.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0

y.2

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	2	2.0	2.0	3.0
	3	14	14.0	14.0	17.0
	4	58	58.0	58.0	75.0
	5	25	25.0	25.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

y.3

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.0
	3	13	13.0	13.0	15.0
	4	54	54.0	54.0	69.0
	5	31	31.0	31.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

y.4

		Freque cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	3	3.0	3.0	4.0
	3	7	7.0	7.0	11.0

	4	62	62.0	62.0	73.0
	5	27	27.0	27.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

y.5

		Frequen cy	Percen t	Valid Percen t	Cumulative Percent
Vali	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	2	2.0	2.0	3.0
	3	10	10.0	10.0	13.0
	4	38	38.0	38.0	51.0
	5	49	49.0	49.0	100.0
	Tot	100	100.0	100.0	

Hasil Uji Reliabilitas

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	Promosi (X1)
x1.1	Pearson Correlation	1	.564**	.652**	.433**	.647**	.819**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	.564**	1	.480**	.236*	.614**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.018	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	.652**	.480**	1	.568**	.518**	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.4	Pearson Correlation	.433**	.236*	.568**	1	.555**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.018	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.5	Pearson Correlation	.647**	.614**	.518**	.555**	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Promosi (X1)	Pearson Correlation	.819**	.724**	.820**	.738**	.836**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Case	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.837	5

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	Persepsi Harga (X2)
x2.1	Pearson Correlation	1	.211 [*]	.076	.240 [*]	.338 ^{**}	.294 ^{**}	.481 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.035	.452	.016	.001	.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	.211 [*]	1	.506 ^{**}	.430 ^{**}	.522 ^{**}	.489 ^{**}	.749 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.035		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x2.3	Pearson Correlation	.076	.506 ^{**}	1	.468 ^{**}	.349 ^{**}	.372 ^{**}	.680 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.452	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x2.4	Pearson Correlation	.240 [*]	.430 ^{**}	.468 ^{**}	1	.495 ^{**}	.401 ^{**}	.720 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x2.5	Pearson Correlation	.338 ^{**}	.522 ^{**}	.349 ^{**}	.495 ^{**}	1	.622 ^{**}	.795 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
x2.6	Pearson Correlation	.294 ^{**}	.489 ^{**}	.372 ^{**}	.401 ^{**}	.622 ^{**}	1	.769 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Persepsi Harga (X2)	Pearson Correlation	.481 ^{**}	.749 ^{**}	.680 ^{**}	.720 ^{**}	.795 ^{**}	.769 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.794	6

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	Brand Image (X3)
x3.1	Pearson Correlation	1	.478**	.376**	.337**	.730**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
x3.2	Pearson Correlation	.478**	1	.691**	.497**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x3.3	Pearson Correlation	.376**	.691**	1	.528**	.805**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
x3.4	Pearson Correlation	.337**	.497**	.528**	1	.750**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Brand Image (X3)	Pearson Correlation	.730**	.844**	.805**	.750**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.780	4

Correlations

		y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	Keputusan Pembelian CBR150 (Y)
y.1	Pearson Correlation	1	.734**	.486**	.399**	.526**	.769**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y.2	Pearson Correlation	.734**	1	.638**	.466**	.556**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y.3	Pearson Correlation	.486**	.638**	1	.652**	.677**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y.4	Pearson Correlation	.399**	.466**	.652**	1	.714**	.789**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y.5	Pearson Correlation	.526**	.556**	.677**	.714**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian CBR150 (Y)	Pearson Correlation	.769**	.829**	.844**	.789**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	5

Hasil Uji Regesi

Variables Entered/Removed^b

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Brand Image (X3), Promosi (X1), Persepsi Harga (X2) ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian CBR150 (Y)

Model Summary^b

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.730 ^a	.534	.519	2.161	.534	36.607	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), Brand Image (X3), Promosi (X1), Persepsi Harga (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian CBR150 (Y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	512.769	3	170.923	36.607	.000 ^a
	Residual	448.231	96	4.669		
	Total	961.000	99			

a. Predictors: (Constant), Brand Image (X3), Promosi (X1), Persepsi Harga (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian CBR150 (Y)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.343	1.999		.172	.864
	Promosi (X1)	.264	.077	.251	3.443	.001
	Persepsi Harga (X2)	.377	.091	.374	4.128	.000
	Brand Image (X3)	.361	.098	.322	3.681	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian CBR150 (Y)

Coefficients^a

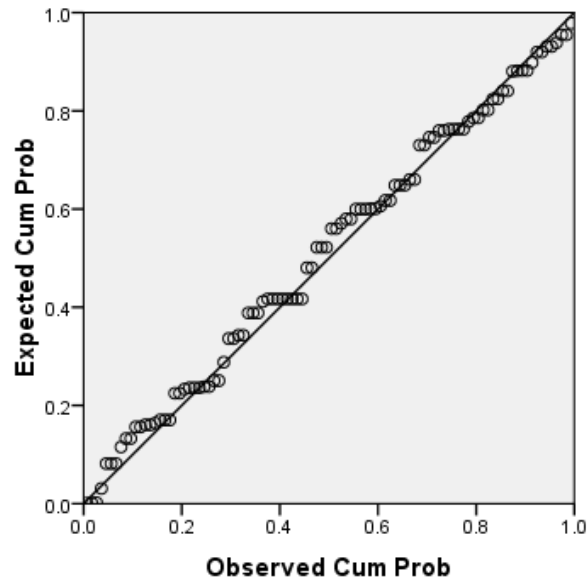
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.343	1.999		.172	.864
	Promosi (X1)	.264	.077	.251	3.443	.001
	Brand Image (X2)	.377	.091	.374	4.128	.000
	Persepsi Harga (X3)	.361	.098	.322	3.681	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian CBR150 (Y)

Hasil Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Pembelian CBR150 (Y)



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.12781279
Most Extreme Differences	Absolute	.061
	Positive	.035
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.612
Asymp. Sig. (2-tailed)		.848

a. Test distribution is Normal.

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.730 ^a	.534	.519	2.161	2.269

a. Predictors: (Constant), Brand Image (X3), Promosi (X1), PersepsiHarga (X2)

b. Dependent Variable: KeputusanPembelian CBR150 (Y)

Hasil Uji Multikolinieritas

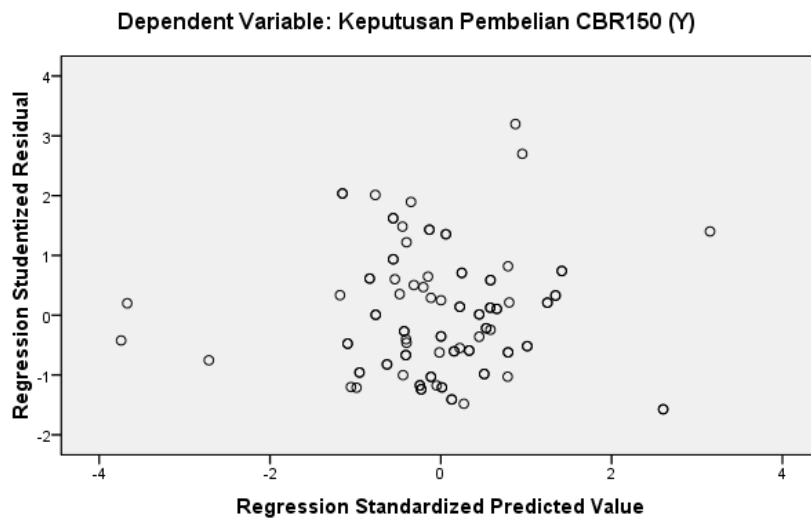
Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Promosi (X1)	.911	1.097
	Brand Image (X2)	.592	1.689
	PersepsiHarga (X3)	.633	1.579

a. Dependent Variable: KeputusanPembelian CBR150 (Y)

Hasil Uji Heterokedastisitas dengan Plot

Scatterplot



Uji Heterokedastisitas dengan Uji Gletjser

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.482	1.616		1.536	.128
	Promosi (X1)	-.031	.043	-.087	-.718	.474
	Brand Image (X2)	.099	.054	.226	1.845	.068
	Persepsi Harga (X3)	-.084	.058	-.164	-1.456	.149

a. Dependent Variable: absut

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.482	1.616		1.536	.128
	Promosi (X1)	-.031	.043	-.087	-.718	.474
	Persepsi Harga (X2)	.099	.054	.226	1.845	.068
	Brand Image (X3)	-.084	.058	-.164	-1.456	.149

a. Dependent Variable: absut