

LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 1. 1 Kuesioner

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara/i Responden,

Dengan hormat,

Saya, Yohana Selvina Wanda, Mahasiswa dari Institut Filsafat Dan Teknologi Kreatif Ledalero, sedang melaksanakan penelitian untuk skripsi dengan judul "Pengaruh *Brand Awareness* Terhadap Niat Beli (*Purchase Intention*) Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Ewiti Di Kabupaten Sikka". Ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini merupakan kontribusi yang sangat berharga bagi kelangsungan penelitian ini. Data yang Bapak/Ibu/Saudara/i berikan akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan semata-mata untuk kepentingan akademis.

Atas partisipasi dan bantuannya, saya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Hormat saya,

Yohana Selvina Wanda

BAGIAN A: DATA DIRI RESPONDEN

1. Inisial Nama :
2. Jenis Kelamin
 - Laki-Laki
 - Perempuan
3. Usia :
 - 17 - 25 Tahun
 - 26 - 35 Tahun
 - 36 - 45 Tahun
 - 46 – 55 Tahun

- >55 Tahun

4. Pekerjaan :

- Pelajar/Mahasiswa
- PNS/TNI/POLRI
- Wiraswasta/Pedagang
- Karyawan Swasta
- Ibu Rumah Tangga
- Lainnya:

A. PETUNJUK PENGISIAN

1. Kuesioner ini terbagi menjadi tiga bagian: Data Diri Responden, Kesadaran Merek, dan Niat Beli.
2. Bacalah setiap pertanyaan dengan seksama.
3. Tidak ada jawaban yang benar atau salah. Jawaban Anda merupakan pendapat pribadi yang sangat berharga.
4. Pilihan Jawaban Terdiri Dari :
 - SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
 - S** : Setuju (Skor 4)
 - KS** : Kurang Setuju (3)
 - TS** : Tidak Setuju (2)
 - STS** : Sangat Tidak Setuju (1)

B. PERNYATAAN PENELITIAN

VARIABEL *BRAND AWARENESS*

1. Saya dapat menyebutkan merek Ewiti tanpa bantuan
 - SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
 - S** : Setuju (Skor 4)
 - KS** : Kurang Setuju (3)
 - TS** : Tidak Setuju (2)
 - STS** : Sangat Tidak Setuju (1)
2. Merek Ewiti adalah salah satu air minum kemasan pertama yang terlintas di pikiran

SS : Sangat Setuju (Skor 5)

S : Setuju (Skor 4)

KS : Kurang Setuju (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS: Sangat Tidak Setuju (1)

3. Saya mudah mengingat merek Ewiti tanpa harus melihat produk secara langsung

SS : Sangat Setuju (Skor 5)

S : Setuju (Skor 4)

KS : Kurang Setuju (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

4. Saya dapat mengingat merek Ewiti ketika ditanya tentang air minum dalam kemasan lokal

SS : Sangat Setuju (Skor 5)

S : Setuju (Skor 4)

KS : Kurang Setuju (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

5. Saya dapat mengenali merek Ewiti saat melihat produk di tempat penjualan

SS : Sangat Setuju (Skor 5)

S : Setuju (Skor 4)

KS : Kurang Setuju (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS : Sangat Tidak Setuju (1)

6. Saya mengenali merek Ewiti melalui ciri-khas kemasan dan logonya

SS : Sangat Setuju (Skor 5)

S : Setuju (Skor 4)

- KS** : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

7. Saya dapat membedakan Ewiti dengan merek Air minum dalam kemasan lainnya

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
S : Setuju (Skor 4)
KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

8. Saya mengetahui keberadaan merek ewiti sebagai salah satu produk air minum kemasan lokal.

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
S : Setuju (Skor 4)
KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

9. Ewiti menjadi salah satu pilihan saya saat membeli air minum dalam kemasan

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
S : Setuju (Skor 4)
KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

10. Saya mempertimbangkan merek Ewiti sebelum membeli merek lain

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
S : Setuju (Skor 4)

KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

11. Saya memilih Ewiti karena sudah saya kenal

SS : Sangat Setuju (Skor 5)
S : Setuju (Skor 4)
KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

12. Saya lebih memilih ewiti dibanding merek lain

SS : Sangat Setuju (Skor 5)
S : Setuju (Skor 4)
KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

13. Merek Ewiti adalah merek air minum dalam kemasan yang paling melekat dalam ingatan saya

SS : Sangat Setuju (Skor 5)
S : Setuju (Skor 4)
KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

14. Ketika berpikir tentang air minum kemasan lokal, merek pertama yang terlintas di benak adalah Ewiti.

SS : Sangat Setuju (Skor 5)
S : Setuju (Skor 4)
KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

15. Ewiti menjadi merek pertama yang saya pikirkan saat ingin membeli air minum

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
- S** : Setuju (Skor 4)
- KS** : Kurang Setuju (3)
- TS** : Tidak Setuju (2)
- STS** : Sangat Tidak Setuju (1)

16. Saya lebih cepat mengingat Ewiti dibanding merek lain

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
- S** : Setuju (Skor 4)
- KS** : Kurang Setuju (3)
- TS** : Tidak Setuju (2)
- STS** : Sangat Tidak Setuju (1)

VARIABEL NIAT BELI

17. Saya memiliki keinginan untuk membeli air minum dalam kemasan merek Ewiti

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
- S** : Setuju (Skor 4)
- KS** : Kurang Setuju (3)
- TS** : Tidak Setuju (2)
- STS** : Sangat Tidak Setuju (1)

18. Saya tertarik untuk mencoba air minum dalam kemasan merek ewiti

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
- S** : Setuju (Skor 4)
- KS** : Kurang Setuju (3)
- TS** : Tidak Setuju (2)
- STS** : Sangat Tidak Setuju (1)

19. Saya merasa ewiti sesuai dengan kebutuhan saya

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
S : Setuju (Skor 4)
KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

20. Saya berencana membeli Ewiti dalam waktu dekat

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
S : Setuju (Skor 4)
KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

21. Saya akan membeli air minum dalam kemasan merek Ewiti jika tersedia
di tempat saya berbelanja

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
S : Setuju (Skor 4)
KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

22. Saya akan membeli produk ewiti jika harganya sesuai dengan
kemampuan saya

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
S : Setuju (Skor 4)
KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

23. Ketersediaan air minum merek ewiti di berbagai tempat meningkatkan
keinginan saya untuk membeli

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)

- S** : Setuju (Skor 4)
- KS** : Kurang Setuju (3)
- TS** : Tidak Setuju (2)
- STS** : Sangat Tidak Setuju (1)

24. Kemudahan mendapatkan Ewiti memengaruhi keputusan saya untuk membeli

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
- S** : Setuju (Skor 4)
- KS** : Kurang Setuju (3)
- TS** : Tidak Setuju (2)
- STS** : Sangat Tidak Setuju (1)

25. Saya bersedia membeli kembali Air minum kemasan merek Ewiti di masa depan

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
- S** : Setuju (Skor 4)
- KS** : Kurang Setuju (3)
- TS** : Tidak Setuju (2)
- STS** : Sangat Tidak Setuju (1)

26. Saya akan memilih ewiti lagi setelah saya menggunakannya

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
- S** : Setuju (Skor 4)
- KS** : Kurang Setuju (3)
- TS** : Tidak Setuju (2)
- STS** : Sangat Tidak Setuju (1)

27. Pengalaman saya menggunakan ewiti mendorong saya untuk membelinya kembali

- SS** : Sangat Setuju (Skor 5)
- S** : Setuju (Skor 4)

KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

28. Saya berencana menjadikan ewiti sebagai pilihan utama di masa depan

SS : Sangat Setuju (Skor 5)
S : Setuju (Skor 4)
KS : Kurang Setuju (3)
TS : Tidak Setuju (2)
STS : Sangat Tidak Setuju (1)

Tabel Tabulasi Data

Variabel *Brand Awareness*

BrandAwarenes																		total	Y
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16				
4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	54		
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16		
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	5	4	4	5	66		
1	2	3	1	1	1	1	1	1	3	3	3	1	3	2	3	3	32		
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	76		
5	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	5	4	60		
4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	64		
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	50		
1	5	2	3	3	3	1	1	2	4	3	1	5	1	1	4	3	40		
5	3	3	3	3	4	5	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3	59		
4	2	2	2	2	3	5	3	4	3	2	2	2	2	2	2	2	42		
5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	3	4	5	5	67		
5	5	5	4	1	4	1	5	3	3	3	3	3	2	2	2	2	50		
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65		
2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2	1	2	26		
3	2	2	5	5	5	5	5	4	5	4	3	2	3	3	2	1	54		
2	3	4	4	2	2	2	2	1	1	4	4	4	3	4	3	3	46		
4	2	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	52		
4	2	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	51		
4	3	1	3	2	4	3	4	5	4	3	5	4	2	3	4	5	54		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64		
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	57		
4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	2	3	2	2	2	2	2	46		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	77		
4	4	4	5	3	3	2	1	4	4	3	5	5	5	5	5	4	61		
4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	74		
3	3	3	4	4	4	4	5	5	3	3	3	3	4	4	3	3	57		
5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	77		
4	3	4	4	4	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3	4	4	58		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80		
5	3	4	5	4	5	5	5	4	3	4	3	4	3	3	3	4	64		
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	65		
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	68		
4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	69		
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	70		
1	1	1	1	2	2	3	3	1	3	1	2	1	2	1	2	2	27		
5	4	3	4	4	4	4	5	4	3	3	3	3	4	2	3	58			
4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	61			
5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	72			
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80			
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80			
5	1	1	4	3	5	5	5	2	2	3	2	1	3	1	1	44			
5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	5	5	5	76			
2	2	3	2	2	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	41		
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80		
4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	74		
4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	55		
5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	73		

5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	65
1	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	25
5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	71
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	69
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	69
5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	72
5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	71
5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	3	1	3	1	52
2	3	1	2	3	1	2	1	2	3	3	3	3	3	3	3	38
1	1	1	1	1	2	2	1	2	2	2	1	1	1	1	2	22
2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	34
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	48
1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	58
4	2	2	3	4	4	4	3	2	3	3	2	1	1	2	3	43
2	3	3	4	5	1	5	3	2	4	4	3	3	2	2	2	48
3	1	3	1	3	2	3	1	3	3	1	2	3	3	3	1	36
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	70
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	72
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	32
1	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	30
4	5	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	68
4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	4	2	3	3	3	3	61
3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	1	1	1	1	35
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	72
4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	2	2	2	2	2	49
5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	73

4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	66
4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	67
4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	3	62
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80
5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	68
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	77
4	5	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	4	3	67
4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	1	3	2	2	2	49
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62
5	4	5	5	4	3	5	2	4	2	5	4	3	3	3	5	62
5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	5	5	5	5	76
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	66
5	3	1	5	5	5	5	5	2	1	1	1	2	1	1	1	44
4	3	2	4	4	4	4	4	2	3	3	2	3	3	2	2	49
4	3	5	3	4	4	5	4	2	2	2	2	2	4	2	2	50
4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	69
4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	70
4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	75
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
2	2	3	2	2	3	2	2	1	1	4	2	2	2	2	2	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64

4	4	4	4	4	4	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	3	2	2	2	51

Variabel Niat Beli

Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	TOTAL	
3	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	40
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	3	20
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	3	3	3	3	5	2	4	3	3	3	4	3	41
4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	46
3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	39
2	2	3	4	2	2	2	3	3	3	2	3	2	31
3	3	3	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	43
3	3	3	3	3	3	5	4	4	2	2	3	2	37
4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	3	48
3	3	2	2	3	4	4	4	4	2	2	3	3	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	20
2	3	2	2	3	3	5	5	4	2	5	5	3	41
3	3	3	4	2	2	2	2	2	4	3	3	5	36
3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	43
3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	44
4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	52
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	4	4	4	46
3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	2	37
4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	54
5	5	5	5	5	3	3	3	3	5	4	5	4	50
4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	53
3	4	3	3	3	3	5	4	3	3	3	3	3	40
5	5	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	56
4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	43

5	5	5	4	5	1	5	5	5	5	5	5	55
3	4	3	2	4	5	4	3	4	3	3	3	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	53
5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	51
4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	54
1	2	2	1	2	3	1	2	1	2	2	2	21
4	4	4	2	5	5	5	5	4	4	4	3	49
4	4	3	2	3	4	4	4	4	4	4	4	44
4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4	50
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
3	3	1	2	5	5	5	3	5	3	5	3	43
5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	57
2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	32
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	45
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	56
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	47
5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	54
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	46
2	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	29
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
2	2	2	3	2	3	3	3	2	2	2	2	28
3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	26
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
2	4	2	4	2	4	2	3	3	3	2	3	34
3	4	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	37
2	2	3	2	2	2	3	1	2	3	3	3	28
4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	4	3	41
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	45
2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	30
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
3	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	44
4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	54
3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	36
2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	2	2	24
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	46
2	2	2	2	4	4	2	2	2	4	3	2	31
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	50

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
1	1	1	1	3	5	1	1	1	1	1	1	18
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	4	38
4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	52
4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	52
5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	54
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12
3	3	3	2	5	5	3	4	3	3	2	2	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60

□

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	33
3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	3	31

Lampiran 1. 3 Hasil Uji Menggunakan SPSS Versi 16

Uji Validitas Brand Awareness

Correlations

[illegible]

X12	Pearson Correlation	.502**	.742**	.605**	.574**	.549**	.483**	.497**	.529**	.771**	.764**	.785**	1	.803**	.804**	.869**	.873**	.821**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X13	Pearson Correlation	.579**	.718**	.708**	.638**	.678**	.604**	.624**	.609**	.834**	.749**	.835**	.803**	1	.874**	.858**	.839**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X14	Pearson Correlation	.571**	.695**	.709**	.605**	.641**	.601**	.637**	.609**	.722**	.715**	.807**	.804**	.874**	1	.834**	.836**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X15	Pearson Correlation	.508**	.714**	.708**	.547**	.592**	.498**	.517**	.515**	.792**	.734**	.789**	.869**	.858**	.834**	1	.893**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X16	Pearson Correlation	.539**	.729**	.676**	.576**	.578**	.518**	.554**	.554**	.756**	.697**	.813**	.873**	.839**	.836**	.893**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	Pearson Correlation	.802**	.839**	.820**	.831**	.842**	.813**	.823**	.813**	.861**	.786**	.871**	.821**	.884**	.865**	.833**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Uji Validitas Niat Beli

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	TOTAL
Y Pearson 1 Correlation	1	.909**	.877**	.759**	.786**	.539**	.775**	.767**	.834**	.792**	.812**	.739**	.911**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y Pearson 2 Correlation	.909**	1	.856**	.756**	.756**	.609**	.753**	.775**	.827**	.803**	.777**	.731**	.908**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y Pearson 3 Correlation	.877**	.856**	1	.800**	.736**	.536**	.735**	.777**	.803**	.777**	.756**	.744**	.895**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y Pearson 4 Correlation	.759**	.756**	.800**	1	.663**	.505**	.621**	.687**	.750**	.715**	.672**	.757**	.828**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y Pearson 5 Correlation	.786**	.756**	.736**	.663**	1	.722**	.782**	.773**	.746**	.748**	.742**	.617**	.863**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y Pearson 6 Correlation	.539**	.609**	.536**	.505**	.722**	1	.699**	.714**	.594**	.652**	.621**	.524**	.735**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y Pearson 7 Correlation	.775**	.753**	.735**	.621**	.782**	.699**	1	.880**	.807**	.805**	.839**	.689**	.891**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y Pearson 8 Correlation	.767**	.775**	.777**	.687**	.773**	.714**	.880**	1	.813**	.812**	.776**	.721**	.903**

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y Pearson														
9 Correlation		.834**	.827**	.803**	.750**	.746**	.594**	.807**	.813**	1	.820**	.845**	.799**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y Pearson														
1 Correlation		.792**	.803**	.777**	.715**	.748**	.652**	.805**	.812**	.820**	1	.901**	.828**	.916**
0	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y Pearson														
1 Correlation		.812**	.777**	.756**	.672**	.742**	.621**	.839**	.776**	.845**	.901**	1	.786**	.904**
1	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y Pearson														
1 Correlation		.739**	.731**	.744**	.757**	.617**	.524**	.689**	.721**	.799**	.828**	.786**	1	.849**
2	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
T Pearson														
O Correlation		.911**	.908**	.895**	.828**	.863**	.735**	.891**	.903**	.916**	.916**	.904**	.849**	1
T	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
A	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
L														

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

Uji Reliabilitas

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
.971	16

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.972	12

Uji Statistik Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Brand Awareness	100	16.00	78.00	57.1400	15.63990
Niat Beli	100	12.00	60.00	42.6400	12.25447
Unstandardized Residual	100	-1.68048E1	13.94178	.0000000	5.40087340
Unstandardized Residual	100	-1.68048E1	13.94178	.0000000	5.40087340
Valid N (listwise)	100				

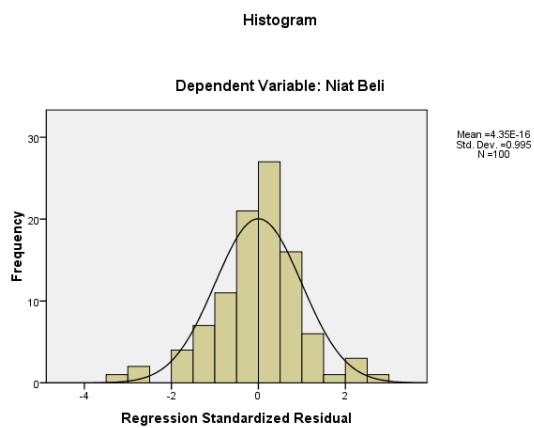
Uji Asumsi Klasik

1. Uji Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

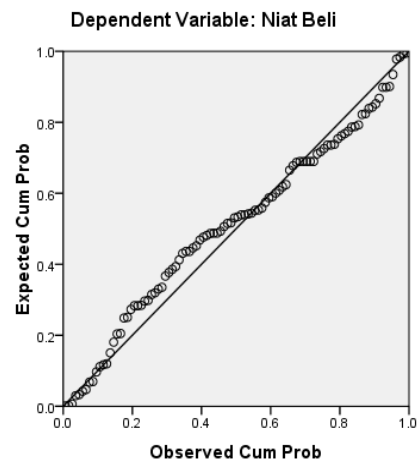
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^a	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.40087340
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.066
	Negative	-.090
Kolmogorov-Smirnov Z		.903
Asymp. Sig. (2-tailed)		.388
a. Test distribution is Normal.		

2. Histogram



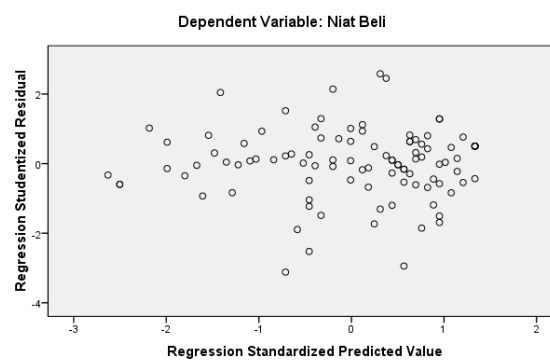
3. P-Plot

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Heteroskedasitas

Scatterplot



Uji Linearitas

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Niat Between Groups (Combined)	13040.490	46	283.489	8.226	.000
Beli Linearity	11979.266	1	11979.266	347.596	.000
* Deviation from Linearity	1061.224	45	23.583	.684	.903
Bran Within Groups	1826.550	53	34.463		
d Total					
Awa Total					
rene Total					
ss Total	14867.040	99			

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	2.451	2.066		1.187	.238
Brand Awareness	.703	.035	.898	20.163	.000

a. Dependent Variable: Niat Beli

Uji Hipotesis

Uji t

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	2.451	2.066		1.187
	Brand Awareness	.703	.035	.898	20.163

a. Dependent Variable: Niat Beli

Uji F

ANOVA ^b					
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F
1	Regression	11979.266	1	11979.266	406.530
	Residual	2887.774	98	29.467	
	Total	14867.040	99		

a. Predictors: (Constant), Brand Awareness

b. Dependent Variable: Niat Beli

Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.898 ^a	.806	.804	5.42836

a. Predictors: (Constant), Brand Awareness

Lampiran 1. 4 Daftar R tabel, T tabel, F tabel

Daftar R tabel, F tabel, dan T tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

$\alpha = 0,05$	$df_1=(k-1)$							
$df_2=(n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.44 8	199.500	215.70 7	224.583	230.162	233.98 6	236.768	238.883
91	3.946	3.097	2.705	2.472	2.315	2.200	2.112	2.042
92	3.945	3.095	2.704	2.471	2.313	2.199	2.111	2.041
93	3.943	3.094	2.703	2.470	2.312	2.198	2.110	2.040
94	3.942	3.093	2.701	2.469	2.311	2.197	2.109	2.038
95	3.941	3.092	2.700	2.467	2.310	2.196	2.108	2.037
96	3.940	3.091	2.699	2.466	2.309	2.195	2.106	2.036
97	3.939	3.090	2.698	2.465	2.308	2.194	2.105	2.035
98	3.938	3.089	2.697	2.465	2.307	2.193	2.104	2.034
99	3.937	3.088	2.696	2.464	2.306	2.192	2.103	2.033
100	3.936	3.087	2.696	2.463	2.305	2.191	2.103	2.032

df \ Pr	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
92	0.67717	1.29082	1.66159	1.98609	2.36757	2.63033	3.18119
93	0.67714	1.29072	1.66140	1.98580	2.36712	2.62973	3.18019
94	0.67711	1.29062	1.66123	1.98552	2.36667	2.62915	3.17921
95	0.67708	1.29053	1.66105	1.98525	2.36624	2.62858	3.17825
96	0.67705	1.29043	1.66088	1.98498	2.36582	2.62802	3.17731
97	0.67703	1.29034	1.66071	1.98472	2.36541	2.62747	3.17639
98	0.67700	1.29025	1.66055	1.98447	2.36500	2.62693	3.17549
99	0.67698	1.29016	1.66039	1.98422	2.36461	2.62641	3.17460
100	0.67695	1.29007	1.66023	1.98397	2.36422	2.62589	3.17374