

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY*,
DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN PADA TOKO *MY SNACKS*
BANGKA DI PANGKALPINANG**

SKRIPSI



Diajukan oleh:

**NAMA : RIKI SANDI
NIM : 302 12 11 087**

**Diajukan Untuk Memenuhi Prasyarat Memperoleh
Gelar Sarjana Ekonomi**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
2016**

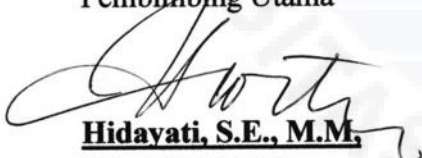


**UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

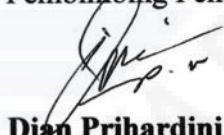
LEMBARAN PERSETUJUAN SKRIPSI

Nama : RIKI SANDI
NIM : 302 12 11 087
Jurusan : Manajemen
Judul Usulan Penelitian : Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, Dan *Brand Loyalty* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko *My Snacks* Bangka Di Pangkalpinang

Pembimbing Utama


Hidayati, S.E., M.M.
NP. 506306010

Pembimbing Pendamping


Dian Prihardini W, S.E., M.M.
NIP. 198207222014042002

Balun Ijuk, 10 Agustus 2016
Ketua Jurusan Manajemen


Maya Yusnita, S.E., M.Si.
NIP. 198605082014042001

PENGESAHAN SKRIPSI

SKRIPSI BERJUDUL

PENGARUH *BRAND AWARENESS*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *BRAND LOYALTY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA TOKO *MY SNACKS* BANGKA DI PANGKALPINANG


Yang Dipersiapkan dan Disusun Oleh: **RIKI SANDI**

Nomor Induk Mahasiswa: **3021211087**

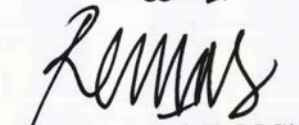
Telah Dipertahankan di Depan Penguji pada Tanggal 05 Agustus 2016, dan Telah Dinyatakan Memenuhi Syarat untuk Diterima.

Tim Penguji:

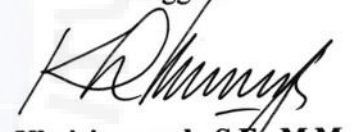
Ketua


Hidayati, S.E., M.M
NP. 506306010

Anggota


Dr. Reniati, S.E. M.Si
NP. 507206007

Anggota


Khairiyansyah, S.E., M.M
NP. 197903152012121005

Balunujuk, 10 Agustus 2016
Universitas Bangka Belitung
Fakultas Ekonomi
Program Studi Manajemen

Dekan,


Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP. 507206007

Ketua Program Studi Manajemen,


Maya Yusnita, S.E., M.Si
NIP. 198605082014042001

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA TULIS SKRIPSI

“Dengan ini saya menyatakan bahwa dalam skripsi yang berjudul **“Pengaruh Brand Awareness, Perceived Quality dan Brand Loyalty terhadap keputusan pembelian pada toko My Snacks Bangka di Pangkalpinang”** ini, tidak terdapat karya sebelumnya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam referensi dan apabila dikemudian hari terbukti bahwa pernyataan ini tidak benar maka saya sanggup menerima hukuman atau sanksi apapun sesuai dengan peraturan yang berlaku”.

Pangkalpinang, 10 Agustus 2016

Penulis,



Riki Sandi

NIM : 3021211087

MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTTO

- *Dari air mata kita dapat memahami
Dari berusaha kita dapat merasakan
Dari senyuman kita dapat mengartikan
Mengartikan kehidupan bahwa waktu sangatlah berarti*
- *Benar, indah itu saat bahagia atas kelebihan materi
Dan indah itu saat kita pernah merasakan derita
Karena dari keadaan itu semua kita belajar mensyukuri
Dan mempelajari indahnya menikmati kehidupan yang penuh rasa*
- *Perjuangan adalah modal
Modal yang membawa kepada keberhasilan yang handal*
- *Tidak ada keberhasilan tanpa perjuangan
Dan tiada perjuangan tanpa semangat, doa, kerja keras, pengorbanan,
keberuntungan, mimpi dan keyakinan.*

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan hati, skripsi ini saya persembahkan kepada :

1. Ayah dan Ibu tercinta atas semua dukungan, pengorbanan baik moral ataupun materi dan doa tulus dan tanpa pamrih untuk keberhasilanku. Terutama di saat saya merasa jenuh dan putus asa merekalah yang mengulurkan tangannya untuk memberikan semangat agar dapat bangkit kembali. Harapan dan impianmu adalah pendorong langkah ku.
2. Buat kedua kakak yang selalu memberi semangat dan motivasi serta masukan positif kepadaku.
3. Sahabat-sahabat seperjuangan yang selalu memberikan motivasi, semangat dan doa kepadaku.
4. Almamaterku tercinta, Universitas Bangka Belitung.

ABSTRACT

Riki Sandi. 3021211087. 2016. *The Effects of Brand Awareness, Perceived Quality, and Brand Loyalty on Buying Decision in the Case of My Snacks Bangka Store in Pangkalpinang*

This study aims to examine and analyze the effects of brand awareness, perceived quality, and brand loyalty on buying decision in My Snacks Bangka Store in Pangkalpinang.

This is a descriptive and quantitative study with a sample of 211 respondents consisting of the people living in Pangkalpinang who shop at My Snacks Bangka Store. The sample was taken using simple sampling with Sloving formula. The independent variables in this study are brand awareness, perceived quality, and brand loyalty, while the dependent variable is buying decision. The instrument testing employs validity and reliability tests. The data is analyzed using multiple regression analysis with T and F tets.

The result shows that for variable (x_1), $T_{value}(11,858) > T_{table}(1,9713)$; for variable (X_2), $T_{value}(2,241) > T_{table}(1,9713)$; and for variable (X_3), $T_{value}(2,640) > T_{table}(1,9713)$. Thus, variable X_1 , X_2 , and X_3 have partial effects on variable Y. The result of F test shows that $F_{value}(73,754) > F_{table}(1,2563)$, while the significance is $0,000 < \alpha$ at rate 0,05. Therefore, H_o is rejected and H_a is accepted, which means the independent variables simultaneously and significantly affect the dependent variable. The coefficient of determination (Adjusted R Square) is of 0,510 or 51%, which means the variable buying decision can be explained by variables brand awareness, perceived quality, and brand loyalty.

Keywords: Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Loyalty, Buying Decision

ABSTRAK

Riki Sandi. 3021211087. 2016. Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality* dan *Brand Loyalty* terhadap Keputusan Pembelian pada Toko *My Snacks* Bangka di Pangkalpinang

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan menganalisis pengaruh *brand awareness*, *perceived quality* dan *brand loyalty* terhadap keputusan pembelian pada toko *My Snacks* Bangka di pangkalpinang.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 211 responden yang terdiri dari masyarakat yang berdomisili di pangkalpinang yang telah berbelanja di toko *My Snacks* Bangka sedangkan teknik pengambilan sampel disederhanakan dengan menggunakan rumus slovin. Pada penelitian ini variabel bebasnya terdiri dari *brand awareness*, *perceived quality* dan *brand loyalty*, sedangkan variabel terikatnya adalah keputusan pembelian. Pengujian instrument menggunakan uji validitas dan reliabilitas. Sedangkan metode analisis data menggunakan analisis regresi berganda dengan uji T dan uji F.

Hasil penelitian variabel independen (X_1) di[peroleh $T_{hitung} (11,858) > T_{tabel} (1,9713)$, variabel (X_2) $T_{hitung} (2,241) > T_{tabel} (1,9713)$ dan variabel (X_3) $T_{hitung} (2,640) > T_{tabel} (1,9713)$. Maka Variabel X_1 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y, Variabel X_2 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y dan Variabel X_3 berpengaruh secara parsial terhadap variabel Y. Hasil Uji F menunjukkan bahwa $F_{hitung} (73,754) > T_{tabel} (1,2563)$ sedangkan signifikansi adalah $0,000 < \alpha$ pada taraf signifikansi 0,05, maka H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti variabel independen secara bersama-sama atau simultan mempengaruhi variabel dependen secara signifikan, Sedangkan koefisien determinasi (*Adjusted R Square*) sebesar 0,510 atau 51% yang berarti variabel keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh variabel *brand awareness*, *perceived quality* dan *brand loyalty*.

Kata kunci : *Brand Awareness*, *Perceived Quality*, *Brand Loyalty*, Keputusan Pembelian

KATA PENGANTAR

Dengan memanjatkan rasa puji dan syukur kehadirat Allah SWT, karena atas segala rahmat dan karunia-Nya jualah akhirnya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini, untuk memenuhi syarat guna mencapai gelar Sarjana Ekonomi pada Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Bangka Belitung.

Skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Awareness*, *Perceived Quality* dan *Brand Loyalty* terhadap keputusan pembelian pada toko *My Snacks* bangka di Pangkalpinang”, dengan menyadari segala keterbatasan atau kemampuan dan ilmu pengetahuan yang penulis miliki, maka dalam penyusunan skripsi ini juga tidak terlepas dari kekurangan-kekurangan, baik dalam isi/materi atau susunan kalimatnya, untuk itu penulis mohon dimaklumi atas kekurangan-kekurangan tersebut.

Penyusunan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, pengarahan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan Yang Maha Esa karena atas limpahan rahmat dan karunia-Nya skripsi ini dapat terselesaikan.
2. Bapak Dr. Ir. Muh Yusuf, M.Si., selaku Rektor Universitas Bangka Belitung.
3. Ibu Dr. Reniati, S.E, M.Si selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung.
4. Ibu Hidayati, S.E., M.M, selaku dosen pembimbing utama yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penyusunan skripsi ini.
5. Ibu Dian Prihardini W, S.E., M.M, selaku Dosen pembimbing pendamping yang telah berkenan menyediakan waktu untuk membimbing dan mengarahkan penyusunan skripsi ini.

6. Ibu Maya Yusnita, S.E., M.Si. selaku Ketua Jurusan Akuntansi Universitas Bangka Belitung.
7. Seluruh Dosen dan staf pengajar pada Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung, khususnya pada jurusan manajemen yang telah membuka pikiran dan wawasan keilmuan.
8. Staf BAAK, staf perpustakaan, mahasiswa manajemen dan semua teman yang telah membantu sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
9. Pihak dari *My Snacks* Bangka di Pangkalpinang.
10. Keluarga tercinta, terutama ayah, ibu, kakak yang telah memberikan motivasi dan doanya sehingga skripsi ini terselesaikan dengan baik.
11. Sahabat-sahabat baikku, teman-teman tempat berbagi curahan hati, teman-teman seperjuangan MN1, MN2, MN3 dan MN4 angkatan 2012 yang telah memberikan motivasi dan semangat serta doa dan pengertiannya kepada penulis.
12. Serta semua pihak yang telah membantu secara langsung maupun tidak langsung yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah berjasa dalam penyusunan skripsi ini.

Akhir kata penulis mengharapkan semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi semua pihak dan dapat menambah khasanah pengetahuan kita dan semoga Universitas Bangka Belitung ini dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan perkembangan dan kemajuan sehingga dapat memberikan kebanggaan tersendiri bagi Provinsi Bangka Belitung, terutama bagi generasi yang akan datang. Demikian kata pengantar ini dibuat oleh penulis.

Balunijuk, 10 Agustus 2016

Penulis,



Riki Sandi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PESETUJUAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRACT	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xvi
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR LAMPIRAN	xxi
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	10
1.3 Batasan Masalah	10
1.4 Tujuan Penelitian	11
1.5 Manfaat Penelitian	12

1.6	Sistematika Penulisan Skripsi	12
BAB II LANDASAN TEORI		15
2.1	Konsep Pemasaran	15
2.1.1	Konsep Produk.....	17
2.2	<i>Brand Awareness</i>	18
2.2.1	Bagaimana <i>Brand Awareness</i> Bekerja Membantu Merek.....	19
2.2.2	Bagaimana Mencapai Kesadaran.....	21
2.2.3	Mengukur <i>Brand Awareness</i>	22
2.3	<i>Brand Perceived Quality</i>	24
2.3.1	Faktor Yang Mempengaruhi <i>Perceived Quality</i>	25
2.3.2	Dimensi <i>Perceived Quality</i>	26
2.3.3	Dimensi <i>Perceived Quality</i> Untuk Konteks Jasa.....	28
2.3.4	<i>Perceived Quality</i> Menghasilkan Nilai.....	30
2.3.5	Membangun <i>Perceived Quality</i> Yang Kuat.....	33
2.3.6	Pengukuran <i>Perceived Quality</i>	35
2.4	<i>Brand Loyalty</i>	36
2.4.1	Pengertian <i>Brand Loyalty</i>	36
2.4.2	Fungsi <i>Brand Loyalty</i>	38
2.4.3	Tingkatan <i>Brand Loyalty</i>	39
2.4.4	Pengukuran <i>Brand Loyalty</i>	42

2.4.5 Strategi Untuk Memelihara Dan Meningkatkan <i>Brand Loyalty</i>	44
2.5 Keputusan Pembelian.....	46
2.5.1 Proses Pengambilan Keputusan Akhir.....	48
2.5.2 Dimensi Keputusan Pembelian.....	54
2.5.3 Model Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan	55
2.5.4 Pentingnya Memahami Model Keputusan Pembelian Konsumen	56
2.6 Hasil Penelitian Terdahulu.....	57
2.7 Kerangka Pemikiran.....	58
2.7.1 Hubungan <i>Brand Awareness, Perceived Quality, Brand Loyalty</i> Dan Keputusan Pembelian Pada Toko <i>My Snacks Bangka</i>	59
2.7.2 Hubungan <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko <i>My Snacks Bangka</i>	61
2.7.3 Hubungan <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko <i>My Snacks Bangka</i>	62
2.7.4 Hubungan <i>Brand Loyalty</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko <i>My Snacks Bangka</i>	63
2.7.5 Hubungan <i>Brand Awareness, Perceived Quality, Dan Brand Loyalty</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko <i>My Snacks Bangka</i>	64
2.8 Hipotesis	66
BAB III METODE PENELITIAN	68
3.1 Pendekatan Penelitian	68

3.2	Tempat dan Waktu Penelitian	68
3.3	Populasi dan Sampel	69
3.3.1	Populasi Penelitian.....	69
3.3.2	Sampel Penelitian	69
3.4	Metode Pengumpulan Data	70
3.4.1	Jenis Data.....	70
3.4.2	Teknik Pengumpulan Data	71
3.4.2.1	Wawancara.....	71
3.4.2.2	Observasi.....	71
3.4.2.3	Kuesioner	72
3.4.2.4	Metode Literatur	73
3.5	Defenisi Operasional Variabel	73
3.6	Teknik Analisis Data.....	76
3.6.1	Analisis Deskriptif Dan Analisis Verifikatif	76
3.6.2	Uji Validitas Dan Uji Reliabilitas.....	78
3.6.3	Uji Asumsi Klasik	79
3.6.3.1	Normalitas	79
3.6.3.2	Multikolinieritas.....	80
3.6.3.3	Heteroskedastisitas.....	80
3.6.4	Analisis Regresi Linier Berganda.....	81

3.6.5 Pengujian Hipotesis Secara Parsial (uji T)	82
3.6.6 Pengujian Hipotesis Secara Simultan (Uji F)	83
3.6.7 Analisis Koefisien Determinasi	84
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	85
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	85
4.1.1 Profil singkat Perusahaan	85
4.2 Hasil Penelitian	87
4.2.1 Deskripsi Populasi Penelitian	87
4.2.2 Deskripsi Sampel Penelitian	88
4.2.3 Karakteristik Responden.....	88
4.2.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	89
4.2.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	90
4.2.3.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	90
4.2.4 Deskriptif Variabel Penelitian	91
4.2.4.1 Variabel <i>Brand Awaraness</i> (Kesadaran Merek)	92
4.2.4.1 Variabel <i>Perceived Quality</i> (Persepsi Kualitas).....	98
4.2.4.1 Variabel <i>Brand Loyalty</i> (Loyalitas Merek).....	108
4.2.4.1 Variabel Keputusan Pembelian.....	116
4.2.5 Hasil Analisis Data	122
4.2.5.1 Uji Validitas	122

4.2.5.2 Uji Reliabilitas	124
4.2.5.3 Uji Asumsi Klasik.....	124
4.2.5.3.1 Hasil Uji Normalitas	124
4.2.5.3.2 Hasil Uji Multikolonieritas	126
4.2.5.3.3 Hasil Uji Heteroskedastisitas	127
4.2.5.4 Analisis Regresi Linier Berganda	128
4.2.5.5 Uji Parsial Atau Uji T	131
4.2.5.6 Uji Simultan Atau Uji F.....	133
4.2.5.7 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	134
4.4 Pembahasan.....	135
4.3.1 Karakteristik Responden.....	135
4.3.2 Gambaran Deskriptif <i>Brand Awareness</i> , <i>Perceived Quality</i> , <i>Brand Loyalty</i> dan Keputusan Pembelian	136
4.3.3 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko <i>My Snacks</i> Bangka.....	136
4.3.4 Pengaruh <i>Perceived Quality</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko <i>My Snacks</i> Bangka.....	137
4.3.5 Pengaruh <i>Brand Loyalty</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko <i>My Snacks</i> Bangka.....	138
4.3.6 Pengaruh <i>Brand Awareness</i> , <i>Perceived Quality</i> , Dan <i>Brand Loyalty</i> Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko <i>My Snacks</i> Bangka	138

BAB V PENUTUP.....140

5.1 Kesimpulan140

5.2 Saran....141

DAFTAR PUSTAKA.....143

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel I.1	Daftar Paket Produk <i>My Snacks</i> Bangka.....	5
Tabel I.2	Data Penjualan Produk Dari Toko <i>My Snacks</i> Bangka.....	6
Tabel I.3	Data Penjualan Dan Jumlah Pelanggan <i>My Snacks</i> Bangka Dan Beberapa Kompetitor Yang Ada Di Pangkalpinang Tahun 2015.....	7
Tabel I.4	Data Prasurvey Terhadap 15 Responden Konsumen Di Toko <i>My Snacks</i> Bangka.....	8
Tabel II.1	Tahap Pengambilan Keputusan Konsume.....	47
Tabel II.2	Penelitian Terdahulu.....	57
Tabel III.1	Skala Pengukuran Variabel	72
Tabel III.2	Operasional Variabel	75
Tabel III.3	Kategori Skala	77
Tabel IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	89
Tabel IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	90
Tabel IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	90
Tabel IV.4	Interval Hasil Jawaban Responden.....	91
Tabel IV.5	BA1.1 Hasil Berdasarkan Kategori Produk.....	92
Tabel IV.6	BA1.2 Hasil Berdasarkan Karakteristik Produk.....	93

Tabel IV.7	BA1.3 Hasil Berdasarkan Karakteristik Pengetahuan Tentang Produk	93
Tabel IV.8	BA1.4 Hasil Berdasarkan Karakteristik Pengulangan Produk	94
Tabel IV.9	BA1.5 Hasil Berdasarkan Atribut Produk	95
Tabel IV.10	BA1.6 Hasil Berdasarkan Keberadaan Merek.....	95
Tabel IV.11	BA1.7 Hasil Berdasarkan Pengenal Produk.....	96
Tabel IV.12	BA1.8 Hasil Berdasarkan Pengingat Tentang Produk.....	97
Tabel IV.13	Rata-Rata Penilaian Masyarakat Pangkalpinang Terhadap <i>Brand Awareness</i>	97
Tabel IV.14	PQ2.1 Hasil Berdasarkan Karakteristik Operasional Produk	98
Tabel IV.15	PQ2.2 Hasil Berdasarkan Atribut Kinerja	99
Tabel IV.16	PQ2.3 Hasil Berdasarkan Kemampuan Pelayanan.....	99
Tabel IV.17	PQ2.4 Hasil Berdasarkan Kepuasan Pelanggan	100
Tabel IV.18	PQ2.5 Hasil Berdasarkan Ketahanan Produk	101
Tabel IV.19	PQ2.6 Hasil Berdasarkan Umur Ekonomis Produk	101
Tabel IV.20	PQ2.7 Hasil Berdasarkan Keunggulan Produk.....	102
Tabel IV.21	PQ2.8 Hasil Berdasarkan Manfaat Produk.....	103
Tabel IV.22	PQ2.9 Hasil Berdasarkan Bagian Tambahan Dari Produk.....	103
Tabel IV.23	PQ2.10 Hasil Berdasarkan Perbedaan Produk	104
Tabel IV.24	PQ2.11 Hasil Berdasarkan Kualitas Proses Produk	105

Tabel IV.25	PQ2.12 Hasil Berdasarkan Bahan Baku Produk	105
Tabel IV.26	PQ2.13 Hasil Berdasarkan Kualitas Produk.....	106
Tabel IV.27	PQ2.14 Hasil Berdasarkan Atribut Kualitas Produk	107
Tabel IV.28	Rata-Rata Penilaian Masyarakat Pangkalpinang Terhadap <i>Perceived Quality</i>	108
Tabel IV.29	BL3.1 Hasil Berdasarkan Pembelian Ulang	109
Tabel IV.30	BL3.2 Hasil Berdasarkan Jumlah Merek Yang Dibeli	109
Tabel IV.31	BL3.3 Hasil Berdasarkan Biaya Untuk Berganti Merek	110
Tabel IV.32	BL3.4 Hasil Berdasarkan Harga	111
Tabel IV.33	BL3.5 Hasil Berdasarkan Kecocokan Terhadap Suatu Merek	111
Tabel IV.34	BL3.6 Hasil Berdasarkan Kenyamanan.....	112
Tabel IV.35	BL3.7 Hasil Berdasarkan Percaya Terhadap Merek.....	113
Tabel IV.36	BL3.8 Hasil Berdasarkan Suka Terhadap Merek	113
Tabel IV.37	BL3.9 Hasil Berdasarkan Merekomendasikan Merek Kepada Orang Lain	114
Tabel IV.38	BL3.10 Hasil Berdasarkan Komitmen Dalam Menggunakan Merek	115
Tabel IV.39	Rata-Rata Penilaian Masyarakat Pangkalpinang Terhadap <i>Brand Loyalty</i>	116
Tabel IV.40	KP4.1 Hasil Berdasarkan Kualitas	116

Tabel IV.41	KP4.2 Hasil Berdasarkan Mutu	117
Tabel IV.42	KP4.3 Hasil Berdasarkan Kebiasaan	118
Tabel IV.43	KP4.4 Hasil Berdasarkan Manfaat Produk.....	118
Tabel IV.44	KP4.5 Hasil Berdasarkan Mendapatkan Manfaat.....	119
Tabel IV.45	KP4.6 Hasil Berdasarkan Merekomendasikan	120
Tabel IV.46	KP4.7 Hasil Berdasarkan Sesuai Keinginan.....	120
Tabel IV.47	KP4.8 Hasil Berdasarkan Pembelian Ulang	121
Tabel IV.48	Rata-Rata Penilaian Masyarakat Pangkalpinang Terhadap Keputusan Pembelian.....	122
Tabel IV.49	Hasil Uji Validitas	123
Tabel IV.50	Hasil Uji Reliabilitas	124
Tabel IV.51	Hasil Uji Multikolonieritas	127
Tabel IV.52	Hasil Analisis Regresi Linier Berganda	129
Tabel IV.53	Hasil Uji T	131
Tabel IV.54	Hasil Uji F	134
Tabel IV.55	Hasil Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	135

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1	Model Perilaku Konsumen Dalam Pengambilan Keputusan	55
Gambar II.2	Kerangka Pemikiran	58
Gambar IV.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	89
Gambar IV.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	90
Gambar IV.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	91
Gambar IV.4	Hasil Uji Normalitas	125
Gambar IV.5	Hasil Uji Normalitas	126
Gambar IV.6	Hasil Uji Heteroskedastisitas	128

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden
- Lampiran 3 Hasil Karakteristik Responden
- Lampiran 4 Hasil Uji Validitas
- Lampiran 5 Hasil Uji Reliabilitas
- Lampiran 6 Hasil Uji Asumsi Klasik
- Lampiran 7 Hasil Uji Regresi Berganda, Uji T, Uji F dan Koefisien Determinasi
- Lampiran 8 Daftar nama produk dan harga produk *My Snacks* Bangka
- Lampiran 9 Daftar riwayat Hidup
- Lampiran 10 Kartu Bimbingan Skripsi
- Lampiran 11 Surat Keterangan UPT Pusat Bahasa
- Lampiran 12 Surat Izin Keterangan Penelitian
- Lampiran 13 Dokumentasi Saat Pembagian Kuesioner