

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Responden yang terhormat,

Saya mahasiswa program studi manajemen fakultas ekonomi dan bisnis universitas muhammadiyah yogyakarta sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir tentang “Pengaruh Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Kualitas Persepsian, Loyalitas Merek, dan Negara Asal Terhadap Keputusan Pembelian Ulang di Daerah Istimewa Yogyakarta (studi pada pengguna sepatu merek Skechers di Daerah Istimewa Yogyakarta)” Saya selaku peneliti meminta kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuesioner.

Berikut kuesioner yang saya ajukan, mohon kepada bapak/ibu/saudara/i untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenar-benarnya. Adapun jawaban yang bapak/ibu/saudara/i berikan tidak akan berpengaruh pada diri Bapak/ibu/saudara/i karena penelitian ini dilakukan semata – mata untuk mengemban ilmu pengetahuan.

Atas kesediannya, saya ucapkan terima kasih yang sebesar – besarnya.

Hormat saya,

Muhammad Ikhwan Muldia Prasetyo

Kuesioner Penelitian

Identitas responden

- Nama :
- Umur :
- Jenis Kelamin : Laki-Laki
 Perempuan
- Tempat tinggal di Yogyakarta : Kota Yogyakarta
 Sleman
 Gunungkidul
 Bantul
 Kulon Progo
- Pernah membeli ulang sepatu merek Skechers : Pernah
 Tidak Pernah

Form Kuesioner

Petunjuk : Pilihlah jawaban yang paling sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara/i dengan memberikan tanda centang (✓) pada kotak yang tersedia

Keterangan : STS (1) : Sangat Tidak Setuju
TS (2) : Tidak Setuju
N (3) : Netral
S (4) : Setuju
SS (5) : Sangat Setuju

A. Kesadaran Merek

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Skechers adalah merek sepatu yang pertama kali dalam pikiran saya					
2	Saya dapat mengingat merek sepatu Skechers tanpa adanya bantuan					
3	Saya mengingat merek sepatu Skechers dengan bantuan					

B. Asosiasi Merek

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya memiliki persepsi yang baik terhadap sepatu merek Skechers					
2	Saya memiliki pengalaman yang baik terhadap sepatu merek Skechers					
3	Saya memiliki kepercayaan yang baik terhadap sepatu merek Skechers					
4	Saya mendapat manfaat dalam menggunakan sepatu merek Skechers					
5	Saya merasa bangga menggunakan sepatu merek Skechers					

C. Kualitas persepsian

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Sepatu merek Skechers memiliki mutu yang baik					
2	Sepatu merek Skechers memiliki kinerja yang baik					
3	Sepatu merek Skechers memiliki keandalan					
4	Sepatu merek Skechers memiliki keistimewaan yang tidak dimiliki sepatu merek lain					
5	Sepatu merek Skechers memiliki usia pakai yang panjang					
6	Sepatu merek Skechers memiliki standar yang baik					
7	Sepatu merek Skechers memiliki desain yang menarik					

D. Loyalitas merek

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya memiliki komitmen terhadap sepatu merek Skechers					
2	Saya sering menggunakan sepatu merek Skechers					
3	Saya suka menggunakan sepatu merek Skechers					
4	Saya merasa puas menggunakan sepatu merek Skechers					
5	Saya akan merekomendasikan sepatu merek Skechers					

E. Pengaruh Negara asal

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya yakin bahwa Amerika memiliki inovasi dalam memproduksi suatu barang atau jasa					
2	Saya yakin bahwa Amerika memiliki tingkat kemajuan teknologi yang tinggi					
3	Saya yakin bahwa Amerika memiliki desain produk yang baik					
4	Saya yakin bahwa Amerika memiliki kualitas produk yang baik					
5	Saya yakin bahwa Amerika memiliki reputasi yang baik					
6	Saya yakin bahwa Amerika memiliki citra yang baik sebagai Negara maju					

F. Keputusan pembelian ulang

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya melakukan pembelian ulang terhadap sepatu merek Skechers					
2	Saya merekomendasikan sepatu merek Skechers ke orang lain					
3	Saya meningkatkan frekuensi belanja sepatu merek Skechers					

LAMPIRAN 2
DATA PENELITIAN

NO	Kesadaran Merek				Asosiasi Merek					
	1	2	3	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah
1	5	5	5	15	5	5	5	5	5	25
2	3	3	4	10	4	3	4	3	3	17
3	3	3	3	9	4	4	3	4	3	18
4	4	4	4	12	4	5	5	5	4	23
5	2	4	4	10	4	3	3	4	4	18
6	3	3	3	9	4	4	4	3	4	19
7	3	4	4	11	3	3	3	4	2	15
8	2	3	3	8	5	5	5	5	5	25
9	1	3	3	7	4	4	4	3	3	18
10	3	3	3	9	4	3	2	3	3	15
11	3	3	3	9	1	5	1	4	5	16
12	3	4	4	11	2	3	1	4	4	14
13	1	4	4	9	3	3	2	2	2	12
14	1	1	1	3	2	2	1	1	2	8
15	2	2	2	6	2	2	2	1	1	8
16	2	3	3	8	2	3	4	2	3	14
17	3	4	4	11	4	3	3	4	4	18
18	1	2	2	5	2	2	2	2	2	10
19	3	2	2	7	4	2	3	4	4	17
20	1	1	1	3	2	4	3	3	3	15
21	3	4	4	11	4	5	3	3	3	18
22	2	4	4	10	3	3	4	2	4	16
23	3	3	3	9	3	3	5	1	4	16
24	3	3	3	9	3	4	3	3	1	14
25	3	5	5	13	5	5	5	5	5	25
26	4	5	5	14	3	2	5	3	3	16
27	1	3	3	7	2	2	1	1	4	10
28	3	4	4	11	4	5	4	1	2	16
29	1	5	5	11	1	1	2	2	2	8
30	1	2	2	5	4	3	3	2	4	16
31	3	5	5	13	5	5	5	3	4	22
32	2	2	2	6	5	2	5	1	2	15
33	1	1	1	3	5	3	5	3	2	18
34	2	2	2	6	4	3	4	1	1	13
35	2	2	2	6	4	5	5	4	4	22
36	4	4	4	12	5	5	4	4	3	21
37	2	2	2	6	3	3	3	3	3	15

NO	Kesadaran Merek				Asosiasi Merek					
	1	2	3	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah
38	3	3	3	9	4	4	3	3	3	17
39	2	3	3	8	4	3	4	4	4	19
40	3	4	4	11	2	2	1	2	1	8
41	5	5	5	15	3	2	2	2	2	11
42	4	3	4	11	3	4	3	2	1	13
43	4	4	3	11	3	2	3	4	2	14
44	4	5	5	14	5	5	5	5	5	25
45	4	3	3	10	4	5	5	4	4	22
46	4	4	4	12	4	5	5	5	4	23
47	3	3	3	9	4	4	3	4	4	19
48	3	5	4	12	5	2	4	4	4	19
49	4	4	4	12	4	2	3	4	2	15
50	4	3	2	9	2	2	4	3	2	13
51	1	5	1	7	3	2	4	3	4	16
52	2	3	1	6	3	4	1	3	2	13
53	4	4	4	12	3	2	3	3	3	14
54	4	4	4	12	3	3	2	3	2	13
55	2	2	2	6	5	5	5	5	5	25
56	2	3	4	9	3	4	2	4	4	17
57	4	3	3	10	4	4	4	2	2	16
58	2	2	2	6	2	3	2	3	5	15
59	4	2	3	9	5	3	3	2	2	15
60	2	4	3	9	2	3	2	4	5	16
61	4	5	3	12	3	3	4	2	2	14
62	3	3	4	10	3	4	4	4	3	18
63	3	3	5	11	3	2	3	2	2	12
64	3	4	3	10	5	5	5	5	5	25
65	2	4	4	10	3	2	3	2	4	14
66	3	2	5	10	3	4	3	4	2	16
67	2	2	1	5	4	4	4	4	4	20
68	4	5	4	13	3	4	3	3	3	16
69	3	3	3	9	4	4	3	2	3	16
70	4	3	3	10	2	3	2	4	2	13
71	5	5	5	15	3	3	4	2	4	16
72	5	2	5	12	3	3	2	3	3	14
73	5	3	5	13	3	3	3	2	4	15
74	4	3	4	11	3	3	2	4	2	14
75	4	5	5	14	3	3	4	4	2	16
76	5	5	4	14	5	5	5	5	5	25
77	3	3	3	9	3	2	3	4	2	14
78	4	4	3	11	3	4	3	2	4	16

NO	Kesadaran Merek				Asosiasi Merek					
	1	2	3	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah
79	4	3	4	11	4	4	3	3	2	16
80	5	2	2	9	2	5	3	2	3	15

NO	Kualitas Persepsian							Loyalitas Merek						
	1	2	3	4	5	6	7	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah
1	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	25
2	4	4	4	4	3	4	3	26	3	2	3	3	4	15
3	4	4	3	3	3	3	3	23	1	3	4	4	4	16
4	5	4	4	4	4	4	5	30	3	3	5	4	4	19
5	2	2	2	2	2	2	3	15	3	3	1	3	4	14
6	4	4	4	3	4	2	2	23	3	4	3	3	4	17
7	4	4	3	3	3	1	3	21	1	4	3	3	4	15
8	5	5	5	5	5	5	5	35	1	1	3	4	5	14
9	1	1	2	2	2	2	2	12	1	1	2	1	2	7
10	1	3	4	5	3	5	4	25	2	3	1	1	3	10
11	3	3	4	4	4	4	4	26	3	4	2	2	3	14
12	3	3	2	2	4	3	2	19	1	2	2	3	3	11
13	3	4	1	3	1	5	1	18	3	2	3	4	2	14
14	1	4	1	1	2	3	1	13	3	4	1	2	5	15
15	3	2	2	2	2	2	2	15	4	5	3	2	3	17
16	1	1	2	2	2	2	2	12	3	3	3	4	3	16
17	2	4	4	4	2	2	2	20	3	3	4	5	4	19
18	3	4	3	2	2	3	4	21	3	4	3	3	1	14
19	1	1	5	1	4	3	3	18	2	4	3	3	3	15
20	3	3	3	1	3	1	4	18	3	2	3	4	3	15
21	5	4	3	2	4	3	3	24	3	4	2	4	3	16
22	4	4	4	4	3	3	5	27	4	4	3	2	3	16
23	3	2	2	2	3	4	4	20	4	2	2	3	4	15
24	5	1	3	4	3	4	3	23	2	1	3	5	4	15
25	5	4	4	5	4	4	5	31	1	1	1	3	1	7
26	3	2	1	4	3	2	3	18	1	2	3	3	3	12
27	4	4	3	1	1	3	3	19	2	4	4	4	3	17
28	2	2	4	2	2	4	4	20	4	2	2	4	3	15
29	3	4	4	2	3	2	2	20	2	4	4	1	2	13
30	3	3	3	3	4	2	3	21	4	3	1	3	2	13
31	3	4	5	1	2	4	3	22	3	3	4	3	4	17
32	4	3	5	3	2	3	4	24	3	2	3	4	5	17
33	3	4	4	1	1	3	3	19	1	1	3	3	3	11
34	3	3	3	2	2	2	2	17	2	3	3	3	3	14
35	5	5	4	3	3	3	3	26	3	3	3	3	4	16
36	5	5	5	5	5	5	4	34	5	4	4	3	5	21
37	3	3	3	3	3	3	4	22	2	2	3	3	3	13
38	4	4	4	3	4	4	3	26	3	3	4	3	4	17
39	4	3	3	3	3	3	3	22	4	4	4	3	4	19

NO	Kualitas Persepsian							Loyalitas Merek						
	1	2	3	4	5	6	7	Jumlah	1	2	3	4	5	Jumlah
40	3	3	3	2	2	3	2	18	1	1	1	1	3	7
41	2	1	2	3	2	2	3	15	2	3	2	3	2	12
42	1	1	1	3	4	4	2	16	5	4	4	3	3	19
43	4	2	2	2	4	2	1	17	4	1	3	1	3	12
44	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	25
45	5	2	4	3	2	3	5	24	3	5	3	2	2	15
46	3	5	2	1	2	3	2	18	5	5	5	5	5	25
47	2	2	2	5	2	2	5	20	3	3	2	4	3	15
48	2	2	2	2	4	2	2	16	2	2	2	4	4	14
49	1	4	2	2	1	2	1	13	2	2	1	4	2	11
50	4	5	1	2	3	2	1	18	5	5	5	5	5	25
51	2	3	1	2	2	1	4	15	4	2	1	4	5	16
52	2	1	4	2	3	2	1	15	2	2	1	4	4	13
53	1	3	2	2	2	1	4	15	5	4	2	2	2	15
54	4	2	1	4	2	4	2	19	2	5	2	3	2	14
55	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	25
56	5	5	5	5	5	4	4	33	2	5	3	5	3	18
57	5	5	5	5	5	5	5	35	4	3	1	3	3	14
58	3	3	4	2	1	3	3	19	1	4	2	3	4	14
59	4	5	5	5	5	5	5	34	5	4	4	4	4	21
60	5	5	4	4	5	5	5	33	5	5	5	4	4	23
61	1	4	2	2	3	3	4	19	5	4	3	2	2	16
62	4	5	5	5	5	5	5	34	5	2	1	4	2	14
63	5	5	5	4	4	4	5	32	4	2	1	2	3	12
64	4	5	5	4	4	4	4	30	5	5	5	5	4	24
65	4	4	4	4	4	3	3	26	4	2	5	5	2	18
66	1	4	5	3	5	2	3	23	2	3	2	1	4	12
67	3	4	2	1	4	4	2	20	2	4	2	3	4	15
68	2	3	2	3	1	3	2	16	2	2	2	5	2	13
69	2	5	2	4	2	2	1	18	3	3	4	3	2	15
70	4	5	1	2	1	3	4	20	3	4	1	2	1	11
71	4	5	5	5	4	4	4	31	4	4	5	5	5	23
72	2	2	2	1	2	2	3	14	2	3	1	2	2	10
73	5	5	5	5	5	4	4	33	2	2	2	1	3	10
74	3	2	5	3	1	2	2	18	2	4	3	2	2	13
75	2	4	2	2	2	5	3	20	3	2	1	3	5	14
76	5	5	5	5	5	5	5	35	5	5	5	5	5	25
77	4	4	4	4	4	4	4	28	4	1	5	2	3	15
78	4	4	4	4	4	4	3	27	3	5	2	1	4	15
79	4	1	3	4	2	1	4	19	2	3	2	4	3	14
80	1	2	2	2	2	1	2	12	2	2	3	1	3	11

NO	Negara Asal						Kep. Pembelian Ulang				
	1	2	3	4	5	6	Jumlah	1	2	3	Jumlah
1	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
2	3	4	4	4	3	3	21	3	4	2	9
3	4	3	3	4	3	4	21	4	3	4	11
4	5	5	5	5	4	4	28	4	4	4	12
5	2	2	2	2	2	2	12	3	3	3	9
6	4	4	4	4	3	3	22	3	3	3	9
7	5	5	2	2	3	4	21	3	3	2	8
8	5	5	5	5	5	5	30	4	5	4	13
9	1	1	1	1	1	1	6	1	1	1	3
10	5	5	2	3	2	2	19	3	3	3	9
11	4	4	4	4	2	3	21	3	3	3	9
12	3	4	2	2	3	4	18	3	3	3	9
13	3	3	4	4	5	4	23	2	2	2	6
14	4	5	3	1	3	1	17	3	1	1	5
15	4	4	3	4	3	3	21	3	3	3	9
16	2	2	2	3	4	3	16	2	3	1	6
17	1	3	1	3	4	3	15	3	4	3	10
18	1	1	3	3	3	3	14	1	5	4	10
19	2	3	3	3	3	4	18	3	3	1	7
20	4	4	3	4	2	4	21	1	3	3	7
21	2	2	1	4	3	2	14	3	4	3	10
22	4	4	1	2	3	4	18	2	4	3	9
23	3	1	3	2	4	3	16	1	3	3	7
24	2	2	2	2	3	3	14	3	3	1	7
25	2	3	4	5	3	3	20	4	5	3	12
26	1	3	3	3	4	4	18	4	4	3	11
27	3	3	3	3	3	5	20	2	2	3	7
28	3	3	3	4	4	5	22	1	3	1	5
29	3	4	2	4	3	5	21	1	1	1	3
30	1	4	3	2	4	4	18	2	3	2	7
31	1	5	5	4	3	3	21	4	4	2	10
32	2	5	3	1	5	5	21	2	2	3	7
33	4	5	3	3	5	5	25	4	4	1	9
34	3	5	4	3	5	5	25	3	1	3	7
35	4	5	4	3	4	4	24	3	4	3	10
36	5	5	5	5	5	5	30	5	4	3	12
37	2	2	3	3	2	2	14	2	3	3	8

NO	Negara Asal						Jumlah	Kep. Pembelian Ulang			
	1	2	3	4	5	6		1	2	3	Jumlah
38	4	4	4	3	3	4	22	3	3	2	8
39	5	5	5	5	5	4	29	3	3	3	9
40	2	3	2	3	2	1	13	1	1	2	4
41	2	4	2	3	2	2	15	2	2	1	5
42	3	3	2	2	2	3	15	4	4	3	11
43	5	1	5	3	5	3	22	3	4	3	10
44	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	15
45	1	4	2	1	1	3	12	4	4	5	13
46	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	14
47	4	5	5	5	5	5	29	4	5	5	14
48	5	5	4	4	4	4	26	4	4	3	11
49	4	3	3	3	4	4	21	5	2	4	11
50	5	5	5	5	4	4	28	4	5	5	14
51	1	5	4	2	2	2	16	4	4	3	11
52	3	3	2	3	5	2	18	3	4	4	11
53	4	5	5	5	5	5	29	4	5	1	10
54	1	3	2	5	5	2	18	3	4	3	10
55	4	5	5	5	5	5	29	5	4	4	13
56	4	4	4	5	4	4	25	4	4	5	13
57	4	4	5	5	5	5	28	5	4	4	13
58	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	12
59	5	5	4	4	4	4	26	4	4	5	13
60	5	2	2	3	2	4	18	5	3	3	11
61	5	2	4	2	1	4	18	2	3	2	7
62	1	4	2	2	3	5	17	4	4	4	12
63	2	4	4	3	2	1	16	3	4	4	11
64	2	4	2	2	2	2	14	4	4	5	13
65	4	2	2	5	2	4	19	5	5	5	15
66	3	2	2	4	2	3	16	3	3	4	10
67	1	3	4	2	3	3	16	3	4	3	10
68	3	4	2	2	2	3	16	2	3	3	8
69	3	4	5	2	1	4	19	2	2	2	6
70	3	2	2	3	5	2	17	2	2	3	7
71	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	12
72	1	4	4	2	1	4	16	3	3	3	9
73	3	2	5	2	1	5	18	4	4	4	12
74	5	4	2	4	2	4	21	2	2	2	6
75	3	4	3	2	2	1	15	3	3	3	9
76	3	3	3	3	2	1	15	4	4	4	12
77	4	4	2	1	3	2	16	3	3	3	9
78	1	1	1	4	1	1	9	3	3	3	9

NO	Negara Asal						Kep. Pembelian Ulang				
	1	2	3	4	5	6	Jumlah	1	2	3	Jumlah
79	3	4	4	4	3	3	21	3	4	3	10
80	1	3	3	2	2	3	14	1	2	2	5

LAMPIRAN 3
HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL

1. Kesadaran Merek (X1)

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1total
x1.1	Pearson Correlation	1	.562**	.572**	.777**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	40	40	40	40
x1.2	Pearson Correlation	.562**	1	.990**	.956**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	40	40	40	40
x1.3	Pearson Correlation	.572**	.990**	1	.959**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	40	40	40	40
x1total	Pearson Correlation	.777**	.956**	.959**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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

2. Asosiasi Merek (X2)

Correlations

	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2total
x2.1 Pearson Correlation	1	.499**	.730**	.398*	.283	.777**
Sig. (2-tailed)		.001	.000	.011	.077	.000
N	40	40	40	40	40	40
x2.2 Pearson Correlation	.499**	1	.442**	.557**	.462**	.782**
Sig. (2-tailed)	.001		.004	.000	.003	.000
N	40	40	40	40	40	40
x2.3 Pearson Correlation	.730**	.442**	1	.279	.287	.741**
Sig. (2-tailed)	.000	.004		.082	.073	.000
N	40	40	40	40	40	40
x2.4 Pearson Correlation	.398*	.557**	.279	1	.609**	.756**
Sig. (2-tailed)	.011	.000	.082		.000	.000
N	40	40	40	40	40	40
x2.5 Pearson Correlation	.283	.462**	.287	.609**	1	.697**
Sig. (2-tailed)	.077	.003	.073	.000		.000
N	40	40	40	40	40	40
x2total Pearson Correlation	.777**	.782**	.741**	.756**	.697**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	40	40	40	40	40	40

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

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

3. Kualitas Persepsian (X3)

Correlations

		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	x3.7	x3total
x3.1	Pearson Correlation	1	.587**	.381*	.476**	.479**	.312	.464**	.754**
	Sig. (2-tailed)		.000	.015	.002	.002	.050	.003	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
x3.2	Pearson Correlation	.587**	1	.417**	.324*	.272	.321*	.235	.640**
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.041	.090	.044	.145	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
x3.3	Pearson Correlation	.381*	.417**	1	.344*	.440**	.379*	.565**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.015	.007		.030	.005	.016	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
x3.4	Pearson Correlation	.476**	.324*	.344*	1	.579**	.502**	.512**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.002	.041	.030		.000	.001	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
x3.5	Pearson Correlation	.479**	.272	.440**	.579**	1	.315*	.500**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.002	.090	.005	.000		.047	.001	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
x3.6	Pearson Correlation	.312	.321*	.379*	.502**	.315*	1	.421**	.649**
	Sig. (2-tailed)	.050	.044	.016	.001	.047		.007	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
x3.7	Pearson Correlation	.464**	.235	.565**	.512**	.500**	.421**	1	.738**
	Sig. (2-tailed)	.003	.145	.000	.001	.001	.007		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40	40
x3total	Pearson Correlation	.754**	.640**	.705**	.760**	.718**	.649**	.738**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40	40

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

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

4. Loyalitas Merek (X4)

Correlations

		x4.1	x4.2	x4.3	x4.4	x4.5	x4total
x4.1	Pearson Correlation	1	.542**	.223	.205	.281	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.166	.203	.079	.000
	N	40	40	40	40	40	40
x4.2	Pearson Correlation	.542**	1	.334*	-.054	.151	.633**
	Sig. (2-tailed)	.000		.035	.743	.351	.000
	N	40	40	40	40	40	40
x4.3	Pearson Correlation	.223	.334*	1	.453**	.338*	.714**
	Sig. (2-tailed)	.166	.035		.003	.033	.000
	N	40	40	40	40	40	40
x4.4	Pearson Correlation	.205	-.054	.453**	1	.334*	.574**
	Sig. (2-tailed)	.203	.743	.003		.035	.000
	N	40	40	40	40	40	40
x4.5	Pearson Correlation	.281	.151	.338*	.334*	1	.625**
	Sig. (2-tailed)	.079	.351	.033	.035		.000
	N	40	40	40	40	40	40
x4total	Pearson Correlation	.710**	.633**	.714**	.574**	.625**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

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

5. Negara Asal (X5)

Correlations

		x5.1	x5.2	x5.3	x5.4	x5.5	x5.6	x5total
x5.1	Pearson Correlation	1	.644**	.426**	.402*	.248	.347*	.723**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.010	.122	.028	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x5.2	Pearson Correlation	.644**	1	.514**	.276	.419**	.460**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.085	.007	.003	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x5.3	Pearson Correlation	.426**	.514**	1	.635**	.496**	.418**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.006	.001		.000	.001	.007	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x5.4	Pearson Correlation	.402*	.276	.635**	1	.295	.337*	.666**
	Sig. (2-tailed)	.010	.085	.000		.064	.034	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x5.5	Pearson Correlation	.248	.419**	.496**	.295	1	.693**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.122	.007	.001	.064		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x5.6	Pearson Correlation	.347*	.460**	.418**	.337*	.693**	1	.731**
	Sig. (2-tailed)	.028	.003	.007	.034	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40	40
x5total	Pearson Correlation	.723**	.770**	.792**	.666**	.697**	.731**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40	40

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

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

6. Keputusan Pembelian Ulang (Y)

Correlations

		y1.1	y1.2	y1.3	ytotal
y1.1	Pearson Correlation	1	.527**	.362*	.793**
	Sig. (2-tailed)		.000	.022	.000
	N	40	40	40	40
y1.2	Pearson Correlation	.527**	1	.504**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000
	N	40	40	40	40
y1.3	Pearson Correlation	.362*	.504**	1	.761**
	Sig. (2-tailed)	.022	.001		.000
	N	40	40	40	40
ytotal	Pearson Correlation	.793**	.851**	.761**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40

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

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

LAMPIRAN 4
HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL

1. Kesadaran Merek (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.883	3

2. Asosiasi Merek (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.636	5

3. Kualitas Persepsian (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.762	7

4. Loyalitas Merek (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	5

5. Negara Asal (X5)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	6

6. Keputusan Pembelian Ulang (X6)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.723	3

LAMPIRAN 5

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.710 ^a	.504	.470	2.015

a. Predictors: (Constant), Negara Asal, Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Kualitas Persepsian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	305.183	5	61.037	15.037	.000 ^b
	Residual	300.367	74	4.059		
	Total	605.550	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Ulang

b. Predictors: (Constant), Negara Asal, Kesadaran Merek, Asosiasi Merek, Loyalitas Merek, Kualitas Persepsian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.842	1.285		-.655	.514
	Kesadaran Merek	.186	.083	.190	2.237	.028
	Asosiasi Merek	.145	.068	.217	2.143	.035
	Kualitas Persepsian	.093	.042	.226	2.218	.030
	Loyalitas Merek	.143	.065	.218	2.186	.032
	Negara Asal	.103	.048	.200	2.144	.035

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Ulang