



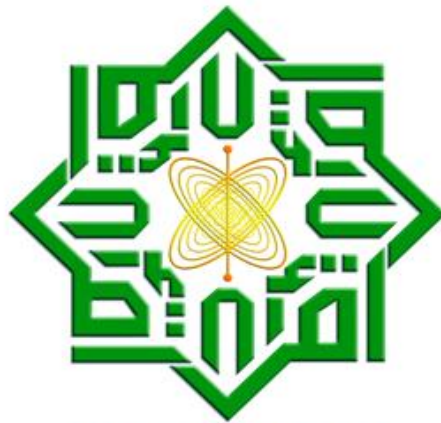
- Halaman Dilindungi Undang-Undang
- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
- State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
1. Melarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



**PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP DAN REFERENSI
PENGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
PCX MEREK HONDA PADA CV. HONDA MAS (ANGAU)**

KECAMATAN KEMPAS

SKRIPSI



UIN SUSKA RIAU

OLEH :

IRFAN

NIM: 11970114953

PROGRAM STUDI MANAJEMEN S1


FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL


UNIVERSITAS ISLAM NEGRI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

1444/2023



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

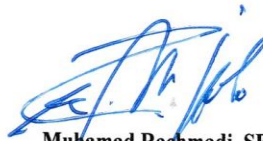


DEKAN

Dr. Mahyarni, SE, MM
 NIP.19700826 199903 2 001

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

NAMA : Irfan
 NIM : 11970114953
 PROGRAM STUDI : S1 MANAJEMEN
 KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMASARAN
 FAKULTAS : EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
 SEMESTER : VIII (DELAPAN)
 JUDUL : PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP DAN REFERENSI PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PCX MEREK HONDA PADA CV. HONDA MAS (ANGAU) KECAMATAN KEMPAS

**DISETUJUI OLEH
DOSEN PEMBIMBING**


Muhamad Rachmadi, SE, MM
 NIK. 130 717 111

MENGETAHUI,

**KETUA PROGRAM STUDI
S1 MANAJEMEN**


Astuti Meflinda, SE, MM
 NIP. 19720513 200701 2 018



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Nama : Irfan
 NIM : 11970114953
 Jurusan : Manajemen
 Fakultas : Ekonomi Dan Ilmu Sosial
 Judul Skripsi : Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup dan Referensi Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor PCX Merek Honda Pada CV. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas
 Tanggal Ujian : 26 Juni 2023

Tim Penguji

Ketua
Dr. Mahmuzar, SE, M. Hum

Sekretaris
Zikri Aidilla Syarli, S.E., M.Ak

Penguji 1
Ainun Mardiah, SE, MM

Penguji 2
Ferizal Rachmad, SE, MM



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Lampiran Surat :
 Nomor : Nomor 25/2021
 Tanggal : 10 September 2021

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : IRFAN
 NIM : 11970114953
 Tempat/Tgl. Lahir : Harapan Jaya, 29-April - 2000
 Fakultas/Pascasarjana : Ekonomi dan Ilmu Sosial
 Prodi : SI Manajemen

Judul Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya*:

Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup dan Preferensi Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor PCX Merek Honda Pada CV Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa :

- Penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* dengan judul sebagaimana tersebut di atas adalah hasil pemikiran dan penelitian saya sendiri.
- Semua kutipan pada karya tulis saya ini sudah disebutkan sumbernya.
- Oleh karena itu Disertasi/Thesis/Skripsi/Karya Ilmiah lainnya* saya ini, saya nyatakan bebas dari plagiat.
- Apa bila dikemudian hari terbukti terdapat plagiat dalam penulisan Disertasi/Thesis/Skripsi/(Karya Ilmiah lainnya)* saya tersebut, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan perundang-undangan.

Demikianlah Surat Pernyataan ini saya buat dengan penuh kesadaran dan tanpa paksaan dari pihak manapun juga.



.....
 NIM : 11970114953

* pilih salah satu sesuai jenis karya tulis

ABSTRACT

IMPACT OF BRAND IMAGES, LIFESTYLE, AND USER REFERENCE ON DECISIONS OF BUYING HONDA PCX MOTOR BIKE ON CV. The HONDA MAS (HONDA MAS) KECAMATAN KEMPAS

IRFAN
NIM: 11970114953

The aim of this study is to know the influence of Brand Image, Lifestyle, and User References on the purchase decision of Honda Motorcycle on CV. Honda Mas (Honda Mas) is on the runway. As for the population in this study, it is a Community of kempas who use PCX motorcycles. As for the sampling of data, this search uses the Slovin technique, where this technique takes sample with a certain consideration. The data used are primary data and skunder data. The data analysis method used is the double linear regression method. The results showed that Brand Image, Lifestyle and User References have a significant influence on the Purchase Decision of Honda Pcx Motorcycle on CV. Honda Mas (Honda Mas) is on the runway. Big influence of Brand Image, Lifestyle and User References on the Purchase Decision of Motorcycle Pcx Brand Honda on CV. Honda Mas (Angau) district of Kempas was shown with a coefficient of 0.75475.4%. These results show that the variables Brand Image (X1), Lifestyle (X2) and User Reference (X3) have an influential Purchase Decision variable. (Y). The remaining 24.6% were influenced by other factors that were not studied in this study.

Keywords: brand image, lifestyle, user references, and purchase decisions

- Halaman Diliindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau bagian karya yang diterbitkan atau tidak diterbitkan dari sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP, DAN REFERENSI PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PCX MEREK HONDA PADA CV. HONDA MAS (ANGAU) KECAMATAN KEMPAS

IRFAN

NIM: 11970114953

Fujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup, dan Referensi Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pcx Merek Honda Pada Cv. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat kecamatan kempas yang menggunakan sepeda motor pcx. Adapun pengambilan sampel data penelitian ini menggunakan teknik Slovin, dimana teknik ini mengambil sampling dengan pertimbangan tertentu. Data yang digunakan adalah data primer dan data sekunder. Metode analisis data yang digunakan adalah metode regresi linear berganda. Hasil menunjukkan bahwa Citra Merek, Gaya Hidup dan Referensi Pengguna berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pcx Merek Honda Pada Cv. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas. Besar Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup dan Referensi Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pcx Merek Honda Pada Cv. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas ditunjukkan dengan koefisien sebesar 0,754(75,4%). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel Citra Merek (X1), Gaya Hidup (X2), dan Referensi Pengguna (X3) berpengaruh terdapat variabel Keputusan Pembelian (Y). Sedangkan sisanya 24,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Citra Merek, Gaya Hidup, Referensi Pengguna, dan Keputusan Pembelian

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya atau hasil penelitian, tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan mengucapkan Alhamdulillah segala puji dan syukur penulis panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, serta beryah-Nya kepada kita semua, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir yang berjudul **“Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup dan Referensi Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pcx Merek Honda Pada CV. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas”** dan Shalawat beriring salam penulis panjatkan kepada Nabi besar Muhammad Shallallahu’alaihi wa sallam, yang telah mengajarkan islam serta membawa ummat kepada zaman yang penuh ilmu pengetahuan, yang syafaatnya diharapkan di yaumul akhir kelak.

Tugas Akhir ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapatkan gelar S.E pada Jurusan Manajemen S1 Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif kasim Riau. Dalam proses penyusunan dan penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapatkan bimbingan, arahan, bantuan serta motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Kedua orang tua penulis, Ayah Hartoyo dan Ibu Jumrah, yang selalu memberikan kasih sayang, doa, nasehat, serta atas kesabarannya yang luar biasa dalam setiap langkah hidup penulis, yang merupakan anugrah



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

terbesar dalam hidup. Penulis berharap dapat menjadi anak yang dapat dibanggakan.

2. Bapak Prof. Dr. Khairunnas Rajab, M.Ag, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

3. Ibu Dr. Hj. Mahyarni, SE, MM, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Bapak Dr. Kamaruddin, S.Sos, M.Si selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5. Bapak Dr. Mahmuzar, SH, M. Hum selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

6. Ibu Dr. Hj. Julina, SE, M.Si selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

7. Ibu Astuti Meflinda, SE, MM selaku ketua Prodi S1 Manajemen dan

Bapak Fakhurrozi, SE, MM selaku Sekretaris Jurusan Prodi S1 Manajemen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sultan Syarif Kasim Riau.

8. Bapak Muhamad Rachmadi, SE, MM selaku Dosen Pembimbing Proposal dan Skripsi yang telah banyak membantu, mengarahkan, membimbing dengan penuh kesabaran dan keikhlasan serta memberikan saran kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.

9. Bapak Ibu dan Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang telah meluangkan waktu dan kesempatan untuk memberikan Ilmu dan pengetahuan selama proses perkuliahan untuk menggapai cita-cita.

10. Seluruh Staf dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

11. Adik penulis tercinta, Apriyanto, terima kasih atas doa dan segala dukungan

12. Terimakasih kepada Lusiana Ratna Dewi yang telah memberikan dukungan dan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

13. Seluruh teman-teman penulis di Kos B6 Jefri, Budi, Febri, Wirra, Darrus, Abdur, Bayu, Adry, Rony, Riadi. Terima kasih atas kesenangan, canda tawa yang membahagiakan dan menjadi keluarga baru bagi penulis.

Penulis menyadari dalam penulisan tugas akhir ini masih banyak terdapat kekurangan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati penulis mengharapkan masukkan berupa kritik dan saran yang membangun dari berbagai pihak. Semua masukkan tersebut akan penulis jadikan sebagai motivasi untuk berkarya lebih baik lagi di masa yang akan datang. Akhir kata, semoga tugas akhir ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya. Aamiin

Pekanbaru, Mei 2023
Penulis

Irfan
NIM. 11970114953

DAFTAR ISI

| | |
|---|------------|
| ABSTRACT | i |
| KATA PENGANTAR | iii |
| DAFTAR ISI | vi |
| DAFTAR TABEL | ix |
| DAFTAR GAMBAR | x |
| BAB I PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 Latar Belakang Masalah..... | 1 |
| 1.2 Rumusan Masalah..... | 6 |
| 1.3 Tujuan Penulisan..... | 7 |
| 1.4 Manfaat Penelitian..... | 8 |
| 1.5 Sistematika Penulisan..... | 9 |
| BAB II LANDASAN TEORI | 11 |
| 2.1 Landasan Teori..... | 11 |
| 2.1.1 Manajemen Pemasaran..... | 11 |
| 2.1.2 Perilaku Konsumen..... | 12 |
| 2.1.3 Pengertian Keputusan Pembelian..... | 14 |
| 2.1.4 Citra Merek..... | 16 |
| 2.1.5 Gaya Hidup..... | 18 |
| 2.1.6 Referensi Pengguna..... | 20 |
| 2.2 Pandangan Islam Tentang Variabel Keputusan Pembelian..... | 22 |
| 2.3 Hubungan Antara Variabel..... | 25 |
| 2.3.1 Hubungan Antara Citra Merek dan Keputusan Pembelian..... | 25 |
| 2.3.2 Hubungan Antara Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian..... | 25 |
| 2.3.3 Hubungan Antara Referensi Pengguna dan Keputusan Pembelian..... | 25 |
| 2.4 Penelitian Terdahulu..... | 26 |
| 2.5 Variabel Penelitian..... | 28 |
| 2.6 Hipotesis Penelitian..... | 28 |
| 2.7 Kerangka Berpikir..... | 30 |



- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

| | |
|--|-----------|
| 2.8 Konsep Operasional..... | 31 |
| BAB III METODE PENELITIAN | 33 |
| 3.1 Lokasi dan Waktu Penelitian..... | 33 |
| 3.2 Jenis dan Sumber Data | 33 |
| 3.2.1 Jenis Data..... | 33 |
| 3.2.2 Sumber Data | 34 |
| 3.3 Populasi Dan Sampel..... | 34 |
| 3.3.1 Populasi..... | 34 |
| 3.3.2 Sampel | 35 |
| 3.4 Metode Pengumpulan Data | 36 |
| 3.4.1 Kuesioner | 37 |
| 3.4.2 Dokumentasi | 37 |
| 3.5 Metode Analisis Data | 37 |
| 3.5.1 Uji Instrumen | 37 |
| 3.5.2 Uji Asumsi Klasik..... | 38 |
| 3.5.3 Uji Regresi Linear Berganda | 40 |
| 3.5.4 Uji Hipotesis | 41 |
| BAB IV GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN | 43 |
| 4.1 Letak Geografis | 43 |
| 4.1.1 Geografis Kecamatan Kempas..... | 43 |
| 4.1.2 Keadaan Alamnya..... | 43 |
| 4.1.3 Iklim dan Curah hujan | 44 |
| 4.2 Pemerintahan | 44 |
| 4.3 Sosial Ekonomi Masyarakat | 45 |
| 4.4 Pertanian..... | 46 |
| 4.5 Demografis Kecamatan Kempas | 47 |
| BAB V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN..... | 48 |
| 5.1 Deskripsi Karakteristik Responden | 48 |
| 5.1.1 Usia Responden | 48 |
| 5.1.2 Jenis Kelamin Responden..... | 49 |
| 5.1.3 Pekerjaan Responden..... | 50 |



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

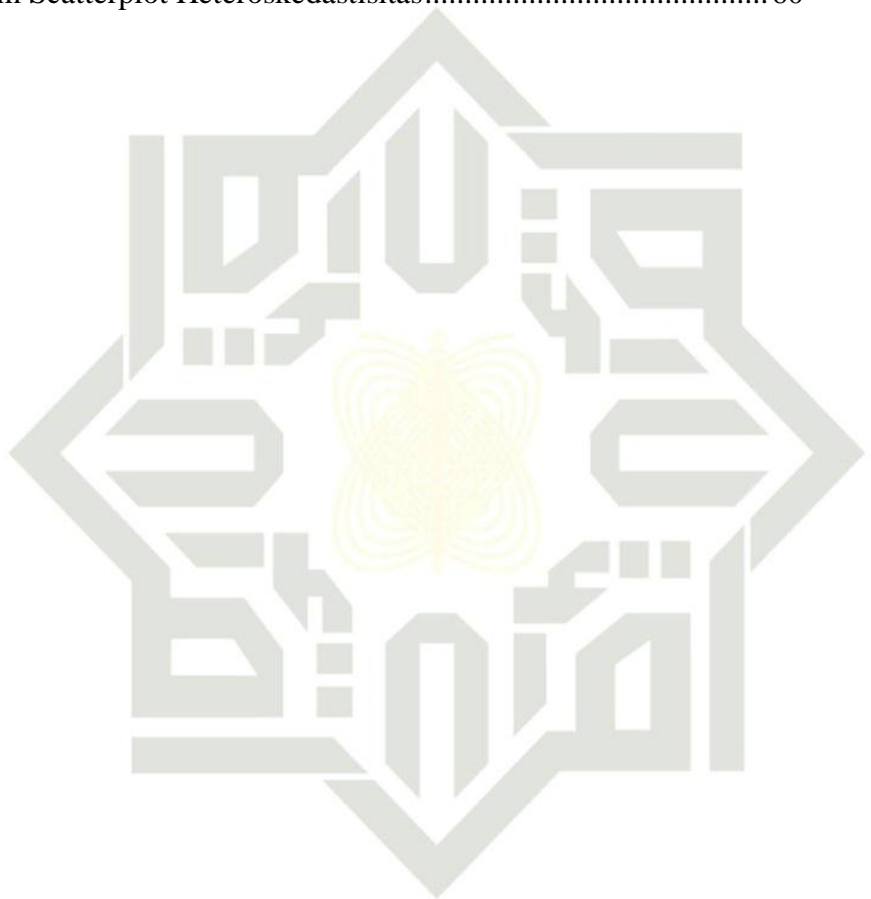
| | |
|--|-----------|
| 5.2 Analisis Deskripsi Variabel..... | 51 |
| 5.2.1 Analisis Deskriptif Variabel Citra Merek..... | 51 |
| 5.2.2 Analisis Deskriptif Variabel Gaya Hidup..... | 52 |
| 5.2.3 Analisis Deskriptif variabel Referensi Pengguna | 54 |
| 5.2.4 Hasil Rekapitulasi Variabel | 55 |
| 5.3 Uji Instrumental..... | 56 |
| 5.3.1 Uji Validitas | 56 |
| 5.3.2 Uji Reliabilitas | 57 |
| 5.4 Uji Asumsi Klasik | 57 |
| 5.4.1 Uji Normalitas..... | 57 |
| 5.4.2 Uji Heteroskedastisitas | 60 |
| 5.4.3 Uji Multikolinieritas | 61 |
| 5.5 Uji Regresi Linear Berganda..... | 62 |
| 5.6 Uji Hipotesis..... | 63 |
| 5.6.1 Uji Parsial (T) | 63 |
| 5.6.2 Uji Simultan (F)..... | 65 |
| 5.6.3 Koefisien Determinasi (R ²)..... | 66 |
| 5.7 Pembahasan dan Hasil Penelitian..... | 67 |
| 5.7.1 Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian..... | 67 |
| 5.7.2 Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian..... | 68 |
| 5.7.3 Pengaruh Referensi Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian | 69 |
| 5.7.4 Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup dan Referensi Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian | 69 |
| BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN..... | 71 |
| 6.1 Kesimpulan..... | 71 |
| 6.2 Saran..... | 72 |
| DAFTAR PUSTAKA | 74 |
| LAMPERAN | |

DAFTAR TABEL

| | | |
|------------|--|----|
| Tabel 1 | Data Perbandingan Dengan Kompetitor | 3 |
| Tabel 1 | Data Penjualan Sepeda Motor Pada CV. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas | 5 |
| Tabel 2 | Penelitian Terdahulu | 26 |
| Tabel 2 | Konsep Operasional | 31 |
| Tabel 4 | Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian..... | 46 |
| Tabel 4 | Demografis Kecamatan Kempas..... | 47 |
| Tabel 5 | Responden Menurut Kelompok Usia..... | 48 |
| Tabel 5.2 | Responden Menurut Kelompok Jenis Kelamin | 49 |
| Tabel 5.3 | Responden Menurut Kelompok Pekerjaan | 50 |
| Tabel 5.4 | Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Citra Merek | 51 |
| Tabel 5.5 | Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Gaya Hidup | 52 |
| Tabel 5.6 | Analisis Deskriptif Terhadap Variabel Referensi Pengguna | 54 |
| Tabel 5.7 | Rekapitulasi Variabel Terhadap Keputusan Pembelian..... | 55 |
| Tabel 5.8 | Uji Validitas | 56 |
| Tabel 5.9 | Uji Reliabilitas | 57 |
| Tabel 5.10 | Kolmogorov | 59 |
| Tabel 5.11 | Uji Multikolinieritas..... | 61 |
| Tabel 5.12 | Hasil Regresi | 62 |
| Tabel 5.13 | Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian | 63 |
| Tabel 5.14 | Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian | 64 |
| Tabel 5.15 | Referensi Pengguna terhadap Keputusan Pembelian..... | 65 |
| Tabel 5.16 | Uji F | 65 |
| Tabel 5.17 | Koefisien Determinasi R ² | 66 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|---|----|
| Gambar 1.1 Data Top Brand Award Tahun 2018-2022..... | 2 |
| Gambar 2.1 Kerangka Berpikir..... | 30 |
| Gambar 5.1 Histogram..... | 57 |
| Gambar 5.2 Diagram P-P Plot Normalitas..... | 58 |
| Gambar 5.3 Diagram Scatterplot Heteroskedastisitas..... | 60 |



UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB I

PENDAHULUAN

1. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi yang semakin maju memberikan pengaruh yang besar terhadap industri otomotif, salah satu sektor industri yang saat ini mengalami pertumbuhan yang cukup pesat dalam industri otomotif adalah sepeda motor. Berkembangnya industri sepeda motor di Indonesia dipengaruhi oleh faktor kebutuhan manusia karena pada saat ini manusia dituntut dapat menerapkan efisiensi dan efektifitas dalam semua aktivitasnya, begitu pula dalam hal mobilitas dari satu tempat ke tempat lain, hal ini tentu akan berpengaruh terhadap pemilihan alat transportasi yang akan digunakan, dalam kondisi saat ini dari semua alat transportasi yang ada, sepeda motor menjadi pilihan masyarakat karena dianggap paling efektif dan efisien, selain sebagai kendaraan bebas macet, motor juga lebih hemat dalam penggunaan bahan bakar, lebih efisien terhadap waktu tempuh serta kemudahan untuk memperoleh sepeda motor melalui dealer yang tersebar dengan fasilitas kredit yang menarik. (Pratama, 2021,1)

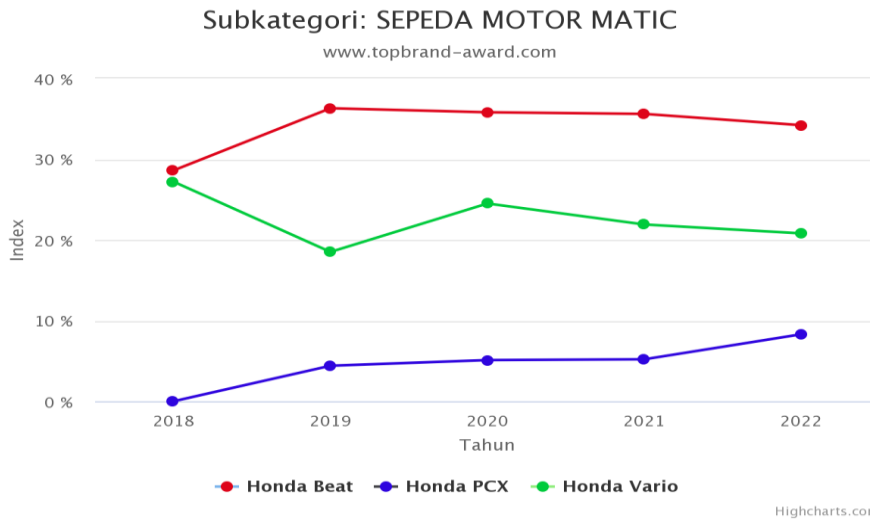
Berdasarkan data-data *top brand award* sepeda motor Honda adalah salah satu merek produk sepeda motor yang digemari dikalangan masyarakat Indonesia ini, hal itu bisa dilihat dari data yang ada dibawah ini:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Gambar 1.1

Data Top brand Award Tahun 2018-2022



Sumber: <https://www.topbrand-award.com/komparasi>

Dari data diatas dapat dilihat produk dari Honda dengan berbagai macam merek, diantaranya produk honda merk beat yang menduduki peringkat pertama *Top Brand Award* pada tahun 2018-2022. Produk merk honda beat sejauh ini masih menduduki peringkat pertama yang diminati oleh masyarakat Indonesia, hal itu dapat dilihat dari grafik yang cenderung stabil setiap tahunnya yaitu antara 30-40%, dan jikapun mengalami penurunan penjualan, penurunannya hanya sedikit dan tidak terlalu tampak. Kemudian peringkat dua disusul oleh honda merk vario. Honda vario pada tahun 2018 menduduki peringkat kedua dengan penjualan diangka 28%, tapi kemudian pada tahun 2019 mengalami penurunan diangka 18% hal itu berarti ada penurunan penjualan pada tahun 2019 sebesar 10% dibanding pada tahun 2018. Dan jika dilihat berdasarkan grafik, maka honda dengan merk Vario mengalami grafik naik turun setiap tahunnya. Terakhir



diposisi ke 3 ada sepeda motor merek Honda Pcx merupakan *top brand* yang berada di urutan ke- 3. Dilihat berdasarkan grafik pada tahun 2018 Honda PCX masih berada pada angka 0% kemudian pada tahun 2019 meningkat diangka 5%, dan pada tahun 2020 terjadi peningkatan penjualan honda PCX sebesar 7 % dan pada tahun 2021 diangka yang sama pada tahun 2021. Hingga pada akhir tahun 2022 angka penjualan Honda PCX sebesar 9%, namun begitu, angka tersebut masih tergolong rendah dibanding angka penjualan pada produk honda lainnya seperti merk beat dan juga vario. Tetapi meskipun honda merk Pcx masih tergolong rendah peminat dan kecilnya penjualan, jika dilihat grafik *brand top award* honda merk PCX cenderung stabil dan meningkat disetiap tahunnya.

Tabel 1.1

Data Perbandingan Dengan Kompetitor

| | PCX | Nmax |
|----------------|--|--|
| Fitur | <ul style="list-style-type: none"> • Pencahayaan LED • Panel Instrumen digital • Power charger • Idling stop system (ISS) • Stop & start system (SSS) | <ul style="list-style-type: none"> • Kendali traksi • Keyless • Anti lock braking system (ABS) • Y-connect |
| Performa Mesin | <ul style="list-style-type: none"> • 160 cc • 8.500 rpm • Tangki bensin 8,1 liter | <ul style="list-style-type: none"> • 155 cc • 6.500 rpm • Tangki bensin 7,1 liter |
| Harga | <ul style="list-style-type: none"> • Rp 30.350.000 • Varian CBS Rp 33.950.000 | <ul style="list-style-type: none"> • Rp 29.750.000 • Varian Y-connect Rp 31.000.000 • ABS Rp 33.750.000 |



- © Pak Ipti mik UIN Suska Riau
 State Ismi University of Sultan Syarif Kasim Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Berbicara mengenai *brand* atau merek yang ditawarkan kepada konsumen, pada dasarnya banyak sekali merek-merek sepeda motor yang di tawarkan kepada konsumen, Di Indonesia sendiri ada 2 brand besar yang ditawarkan kepada konsumen yaitu sepeda motor dari yamaha dan sepeda motor dari Honda. Sepeda motor dari yamaha dengan salah satu produk unggulan N-Max, dan sepeda motor dari Honda dengan produk yang secara kasat mata memiliki kemiripan dengan N-Max yaitu Honda PCX. Jika dilihat dari latarbelakangnya kemunculan honda PCX sudah dimulai sejak 2010, bahkan jauh lebih awal dari pada yamaha N-Max.hanya saja ketika pertamakali diperkenalkan Honda merek PCX berkapasitas 125 cc merupakan produk impor dari negara tetangga. Dikarenakan Honda PCX saat itu merupakan produk impor maka memiliki harga yang mahal. Kemudian Keadaan mulai membaik tahun 2017, yang mana pada saat itu PCX 150 cc di produksi di Indonesia, harga yang terjangkau membuatnya laris manis sekaligus mampu bersaing dengan yamaha N-Max. Sehingga Dilansir dari berita online sepeda motor merek Honda PCX telah laku terjual 349 unit per Agustus 2022.

Keputusan pembelian diartikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan oleh konsumen untuk membeli suatu produk setelah memilih satu dari dua atau lebih alternatif pilihan, yang mana keputusan tersebut akan dipengaruhi oleh berbagai faktor. **Kotler dan Armstrong (2016)** mendefinisikan faktor-faktor yang mempengaruhi adalah pemilihan produk, pemilihan merek (brand), pemilihan saluran pembelian, penentuan pembelian dan waktu pembelian..

Selanjutnya Citra merek adalah persepsi konsumen terhadap perusahaan atau produknya. Menurutnya citra tidak dapat ditanamkan dalam pikiran



© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

konsumen dalam semalam atau di sebarakan melalu satu media saja. Sebaliknya, data tersebut harus disampaikan melalui tiap sarana komunikasi yang tersedia dan disebarkan secara terus menerus karena tanpa citra yang kuat sangatlah sulit bagi sebuah perusahaan untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan yang sudah ada. (Shimp:2013).

Kecamatan kempas, adalah salah satu kecamatan yang ada di Indragiri Hilir, Dalam hal pemasaran sepeda motor dari brand Honda, kecamatan kempas memasarkan melalui CV. Honda Mas (Angau), yang mana data penjualan untuk sepeda motor merek honda beat, honda vario dan honda Pcx dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 1.2
Data Penjualan Sepeda Motor Pada CV. Honda Mas (Angau)
Kecamatan Kempas

| Tahun | Beat | Vario | Pcx | Jumlah penjualan |
|--------|------|-------|-----|------------------|
| 2018 | 178 | 168 | 150 | 496 |
| 2019 | 206 | 180 | 155 | 541 |
| 2020 | 201 | 159 | 175 | 535 |
| 2021 | 197 | 197 | 243 | 637 |
| Jumlah | 782 | 704 | 723 | 2209 |

Sumber : CV. Honda Mas (Angau)

Dikecamatan Kempas sendiri, penjualan sepeda motor merek Honda PCX masih sedikit dibandingkan dengan penjualan sepeda motor Honda Beat dan honda vario. Hal ini dapat dilihat dari jumlah penjualan sepeda motor merek



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang menyalin, mengutip, atau menjiplak sebagian atau seluruh isinya tanpa izin dari penulis.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Honda PCX yang terjual pada tahun 2018 berjumlah 150 pcs sementara untuk merek beat berjumlah 178 pcs dan vario 168 pcs. Hal itu menjelaskan bahwa penjualan honda PCX masih sedikit dibanding brand dari produk honda lainnya. Begitu juga di tahun 2019 dan 2020, penjualannya hanya naik 5 pcs-25 pcs dari penjualan semula ditahun 2018. Ditahun 2021 honda PCX yang berhasil dijual berjumlah 243 dalam artian rata-rata penjualan setiap bulan adalah 20 pcs , hal itu juga menjelaskan bahwa kurang dari 1 pcs motor PCX yang laku setiap harinya. Harga PCX yang tergolong mahal memungkinkan menjadi faktor penyebabnya. 1 unit honda merek PCX dibandrol dengan harga 33.083.000. Hal itu tentu menjadi masalah tersendiri dalam penelitian ini, terlepas dari berbagai faktor lain yang mempengaruhi diantaranya, keunggulan, penawaran menarik serta iklan yang ditampilkan menurut penulis ada beberapa faktor lain yang juga mempengaruhi pemasaran produk sepeda motor merek Honda PCX diantaranya citra merek, gaya hidup dan juga terakhir referensi pengguna.

Sehingga berdasarkan penjelasan dan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup Dan Referensi Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pcx Merek Honda Pada CV. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas**”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latarbelakang diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Apakah Citra Merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor pcx merek honda pada CV. Honda Mas (Angau) kecamatan Kempas?
2. Apakah Gaya Hidup berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor pcx merek honda pada CV. Honda Mas (Angau) kecamatan Kempas?
3. Apakah Referensi Pengguna berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor pcx merek honda pada CV. Honda Mas (Angau) kecamatan Kempas?
4. Manakah yang memiliki pengaruh paling dominan (Citra Merek, Gaya Hidup dan Referensi Pengguna) terhadap keputusan pembelian sepeda motor pcx merek honda pada CV. Honda Mas (Angau) kecamatan Kempas?

3 Tujuan Penulisan

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka diketahui tujuan penulisan penelitian ini diantaranya sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui Pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian sepeda motor pcx merek honda pada CV. Honda Mas (Angau) kecamatan Kempas?
2. Untuk mengetahui Pengaruh Gaya Hidup terhadap keputusan pembelian sepeda motor pcx merek honda pada CV. Honda Mas (Angau) kecamatan Kempas?



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Untuk mengetahui Pengaruh Referensi Pengguna terhadap keputusan pembelian sepeda motor pcx merek honda pada CV. Honda Mas (Angau) kecamatan Kempas?

4. Untuk mengetahui manakah yang memiliki pengaruh paling dominan (Citra Merek, Gaya Hidup dan Referensi Pengguna) terhadap keputusan pembelian sepeda motor pcx merek honda pada CV. Honda Mas (Angau) kecamatan Kempas?

4 Manfaat Penelitian

Dengan dilakukannya penelitian ini maka diharapkan memperoleh manfaat bagi banyak pihak diantaranya :

1. Bagi Penulis

Dapat digunakan untuk mengaplikasikan ilmu yang didapat selama perkuliahan bagi jurusan manajemen dengan konsentrasi yang dipilih.

2. Bagi akademik

Dapat menambah informasi terhadap dunia pendidikan khususnya pengetahuan dibidang pemasaran, selain itu juga dapat dijadikan acuan referensi bagi penelitian berikutnya.

3. Bagi CV Sepeda Motor Honda

Penelitian ini dapat digunakan sebagai media informasi bagi perusahaan untuk dijadikan sebagai bahan evaluasi dalam menentukan strategi pasar yang tepat.



1.5 Sistematika Penulisan

Secara sistematis susunan penelitian dapat dilihat sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada bab ini membahas terkait latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada bab ini dijelaskan mengenai penelitian yang relevan, landasan teori yang berkaitan dengan citra merek, gaya hidup dan referensi pengguna sepeda motor merek honda pcx. Selain itu juga akan dijelaskan definisi konseptual, operasional variabel dan kerangka pikir.

BAB III : METODE PENELITIAN

Pada bab ini akan dibahas metode penelitian, pendekatan penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, beserta variabel-variabel yang berkaitan dengan judul penelitian

BAB IV : GAMBARAN UMUM DAN OBJEK PENELITIAN

Pada bab ini akan menguraikan sejarah singkat serta gambaran umum perusahaan yang menjadi objek dari penelitian.

BAB V : HASIL DAN PEMBAHASAN

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

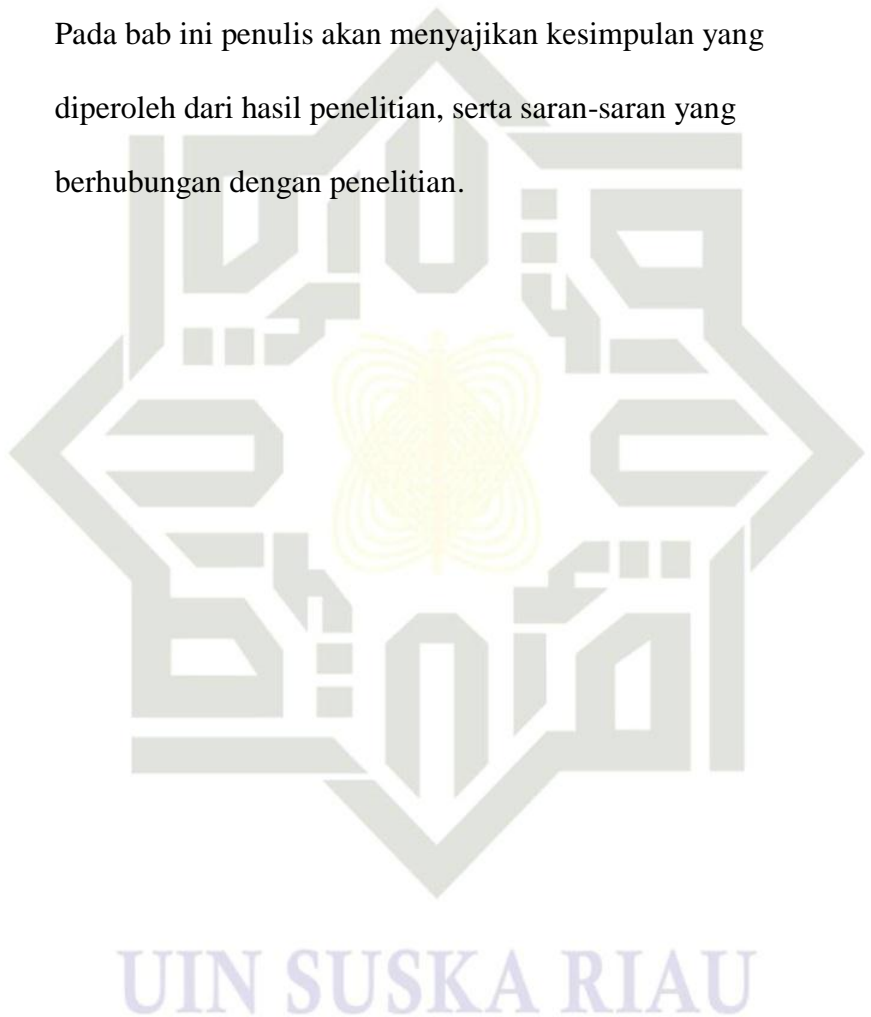
© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Pada bab ini penulis akan menjawab yang menjadi rumusan masalah serta hipotesis diawal penelitian. Pada bab ini akan didukung oleh data-data yang diperoleh dari serta dianalisis secara mendalam.

BAB VI : KESIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini penulis akan menyajikan kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian, serta saran-saran yang berhubungan dengan penelitian.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II

LANDASAN TEORI

1. Landasan Teori

Teori adalah seperangkat kontruk (konsep) , definisi, proposisi, yang berfungsi untuk melihat fenomena secara sistematis, melalui spesifikasi hubungan antara variabel , sehingga dapat berguna untuk menjelaskan dan meramalkan fenomena. Sementara menurut Wiliam Wiersma, menyatakan bahwa “ *A theory is generalization or series of generalization by which we attempt to explain some phenomena in a systematic manner*”. Teori adalah generalisasi atau kumpulan generalisasi yang dapat digunakan untuk menjelaskan berbagai fenomena secara sistematis

2.1.1 Manajemen Pemasaran

Manajemen pemasaran merupakan kegiatan yang direncanakan dan dijalankan oleh perusahaan. Perencanaan membutuhkan strategi dan keahlian yang tepat untuk menentukan rencana tersebut. Peran manajemen pemasaran dalam sebuah perusahaan sangatlah penting, ini termasuk menyiapkan produk yang lebih inovatif, dengan memilih pangsa pasar yang diharapkan perusahaan, dan mempromosikan produk baru kepada pembeli yang potensial.

Menurut **Kotler dan Keller (2016:6)**, manajemen pemasaran merupakan pasar sasaran untuk menarik, mempertahankan, dan meningkatkan konsumen dengan menciptakan dan memberikan kualitas penjualan yang baik.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Menurut **Tjiptono (2016:63)**, manajemen pemasaran secara keseluruhan yaitu cara perusahaan melakukan bisnis yang mempersiapkan, menentukan, dan mendistribusikan produk, jasa, dan gagasan yang dapat memenuhi kebutuhan pasar sasaran.

Menurut **Assauri (2018:12)**, manajemen pemasaran merupakan kegiatan menciptakan, mempersiapkan, melaksanakan rencana yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

Menurut **Daryanto (2014:1)** mendefinisikan manajemen pemasaran adalah “suatu proses sosial dan manajerial dimana individu dan kelompok mendapatkan kebutuhan dan keinginan mereka dengan menciptakan, menawarkan, dan bertukar sesuatu yang bernilai satu sama lain.”. *American Marketing Association* (AMA) mengatakan definisi pemasaran adalah “aktivitas, rangkaian institusi, dan proses untuk menciptakan, mengkomunikasikan, menyampaikan, dan pertukaran penawaran yang bernilai pelanggan, klien, mitra, dan masyarakat luas”

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa manajemen pemasaran adalah teknik yang digunakan oleh suatu perusahaan dalam memasarkan produk dan jasa kepada konsumen dengan kegiatan menciptakan, mempersiapkan, melaksanakan rencana yang dilakukan perusahaan untuk menghasilkan keuntungan.

2.1.2 Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen adalah perilaku yang ditunjukkan oleh konsumen dalam proses mencari, menukar, menggunakan, menilai, dan mengatur sebuah



- © Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 HAK Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

produk pemuas kebutuhan mereka (**Wibowo & Supriadi, 2013**). Setiap kegiatan pemasaran bertujuan untuk memuaskan keinginan dan kebutuhan dari konsumen. Oleh karena itu, dalam perusahaan konsumen mempunyai posisi penting bagi kelangsungan kegiatan perusahaan. Dalam memahami perilaku konsumen sangat tidak mudah, karena setiap konsumen dalam membeli suatu produk mempunyai latar belakang pendapatan, usia, pendidikan, dan selera yang berbeda. Perusahaan akan mampu mengidentifikasi keinginan konsumen melalui pemahaman dalam perilaku konsumen.

Menurut **Sheth & Mittal (dalam Tjiptono, 2014)**, perilaku konsumen adalah aktivitas mental dan fisik yang dilakukan oleh pelanggan rumah tangga (konsumen akhir) dan pelanggan bisnis yang menghasilkan keputusan untuk membayar, membeli dan menggunakan produk dan jasa tertentu.

Menurut **Hawkins & Mothersbaught (dalam Tjiptono, 2014)**, perilaku konsumen adalah studi mengenai individu, kelompok atau organisasi dan proses-proses yang mereka gunakan untuk menyeleksi, mendapatkan, menggunakan dan menghentikan pemakaian produk, jasa, pengalaman atau ide untuk memuaskan kebutuhan, serta dampak proses-proses tersebut terhadap konsumen dan masyarakat

Berdasarkan definisi perilaku konsumen diatas, dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah proses pengambilan keputusan oleh konsumen dalam mencari, membeli, menggunakan, mengevaluasi, serta membuang produk dan jasa dalam rangka memuaskan kebutuhan dan keinginan mereka.



2.1.3 Pengertian Keputusan Pembelian

Menurut **Buchari Alma (2016:96)** mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah suatu keputusan konsumen yang dipengaruhi oleh ekonomi, keuangan, teknologi, politik, budaya, produk, harga, lokasi, promosi, *physical evidence, people, process*. Sehingga membentuk sikap pada konsumen untuk menelaah segala informasi dan mengambil kesimpulan berupa respons yang muncul produk apa yang akan dibeli.

Menurut **Tjiptono (2015:21)** mendefinisikan keputusan pembelian konsumen merupakan sebuah proses dimana konsumen mengenal masalahnya, mencari informasi mengenai produk atau merek tertentu.

Sedangkan menurut **Kotler dan Keller (2016:194)** menyatakan keputusan pembelian mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah “*In the evaluation stage, the consumer forms preferences among the brands in the choice and may also form an intention to buy the most preferred brand*”. Artinya bahwa konsumen membentuk preferensi diantara merek yang dipilih dan mungkin juga membentuk niat untuk membeli merek yang disukai. Keputusan pembelian tidak terpisahkan dari bagaimana sifat seorang konsumen (*consumer behavior*) sehingga masing-masing konsumen memiliki kebiasaan yang berbeda dalam melakukan pembelian, **Kotler dan Keller (2016:194)** mengemukakan keputusan pembelian memiliki indikator sebagai berikut:

a. Pilihan produk

Konsumen dapat mengambil keputusan untuk membeli sebuah produk atau menggunakan uangnya untuk tujuan lain. Dalam hal ini perusahaan harus

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

memusatkan perhatiannya kepada orang-orang yang berminat membeli sebuah produk serta alternatif yang mereka pertimbangkan.

c. Pilihan merek

Konsumen harus mengambil keputusan tentang merek nama yang akan dibeli setiap merek memiliki perbedaan tersendiri. Dalam hal ini perusahaan harus mengetahui bagaimana konsumen memilih sebuah merek.

d. Pilihan penyalur

Konsumen harus mengambil keputusan tentang penyalur mana yang akan dikunjungi. Setiap konsumen berbeda-beda dalam hal menentukan penyalur bisa dikarenakan faktor lokasi dekat, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, harga yang murah, persediaan barang yang lengkap, kenyamanan dalam belanja, dan keluasan tempat.

e. Waktu pembelian

Keputusan konsumen dalam pemilihan waktu pembelian bisa berbeda-beda misalnya ada yang membeli setiap hari, satu minggu sekali, dua minggu sekali dan lain sebagainya.

f. Jumlah pembelian

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang seberapa banyak produk yang akan dibelanjakan pada suatu saat, pembelian yang dilakukan mungkin lebih dari satu. Dalam hal ini perusahaan harus mempersiapkan banyaknya produk sesuai dengan keinginan yang berbeda-beda.

g. Metode pembayaran

Konsumen dapat mengambil keputusan tentang metode pembayaran yang



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

akan dilakukan dalam pengambilan keputusan menggunakan produk atau jasa. Keputusan pembelian dipengaruhi oleh tidak hanya aspek lingkungan dan keluarga, keputusan pembelian juga dipengaruhi oleh teknologi yang digunakan dalam transaksi pembelian

1.4 Citra Merek

1. Pengertian Citra Merek

Citra merek atau lebih dikenal dengan sebutan brand image memegang peranan penting dalam pengembangan sebuah merek karena citra merek menyangkut reputasi dan kredibilitas yang kemudian menjadi "pedoman bagi konsumen untuk mencoba atau menggunakan suatu produk barang atau jasa sehingga menimbulkan pengalaman tertentu (*brand experience*) yang akan menentukan apakah konsumen tersebut akan menjadi loyalis merek atau sekadar oportunist (mudah pindah ke lain merek). Citra merek merupakan representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengetahuan terhadap merek itu. Citra terhadap merek berhubungan dengan sikap yang berupa keyakinan dan preferensi terhadap suatu merek. Konsumen yang memiliki citra yang positif terhadap suatu merek akan lebih memungkinkan untuk melakukan pembelian. Setiap merek memiliki nilai simbolis bagi setiap individu, yang melakukan evaluasi berdasarkan kekonsistenan dengan gambaran atau citra personalnya sendiri. Sering didapati citra merek tertentu sesuai dengan citra diri pribadi konsumen, sedangkan merek yang berbeda



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

sama sekali tidak memiliki kecocokan. **(Cahyono:2018)**

Citra merek adalah persepsi dan keyakinan terhadap sekumpulan asosiasi suatu merek yang terjadi di benak konsumen. Hubungan yang erat antara asosiasi merek dengan citra merek dimana asosiasi yang terjalin pada suatu merek pada pembentuk citra merek, suatu asosiasi merek adalah segala sesuatu hal yang berkaitan dengan ingatan mengenai sebuah merek.

Asosiasi dan pencitraan keduanya mewakili berbagai persepsi yang mungkin mencerminkan realitas dan objektivitas tentang suatu produk.

(Wijyanto:2013)

Berdasarkan beberapa pengertian diatas maka citra merek menurut penulis adalah persepsi konsumen untuk mengevaluasi suatu produk ketika konsumen tidak memiliki pengetahuan yang cukup baik tentang suatu produk. Citra merek juga diartikan sebagai representasi dari keseluruhan persepsi terhadap merek dan dibentuk dari informasi dan pengetahuan terhadap merek itu.

b. Indikator Citra Merek

Berdasarkan pendapat **Kotler & Keller (2016)** “citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti yang tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen” maka didapatkan indikator citra merek sebagai berikut:

- 1) Kekuatan asosiasi merek adalah kesesuaian antara kualitas yang ada dengan proses informasi yang diterima konsumen
- 2) Keuntungan asosiasi merek adalah asosiasi merek yang terbentuk dari



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

keyakinan konsumen bahwa Honda PXC memiliki relevansi antara atribut dan manfaat yang dapat memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen,

- 3) Keunikan asosiasi merek adalah merek yang mempunyai suatu keunggulan kompetitif yang berkelanjutan atau keunikan preposisi penjualan yang memberikan alasan mengapa konsumen harus membeli Honda PCX. Keunikan didasarkan pada atribut produk dan atribut non produk yang diberikan Honda pcx.

2.1.5 Gaya Hidup

Minat manusia dalam berbagai barang dipengaruhi oleh gaya hidupnya dan barang yang mereka beli mencerminkan gaya hidup tersebut. Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup pada prinsipnya adalah pola seseorang dalam mengelola waktu dan uangnya. Gaya hidup mempengaruhi perilaku seseorang yang pada akhirnya menentukan pola konsumsi seseorang.

Menurut **Sutisna dalam Heru Suprihadi (2017)** gaya hidup secara luas didefinisikan sebagai cara hidup yang diidentifikasi oleh bagaimana orang lain menghabiskan waktu mereka (aktivitas) dilihat dari pekerjaan, hobi, belanja, olahraga, dan kegiatan sosial serta *interest* (minat) terdiri dari makanan, mode, keluarga, rekreasi dan juga *opinion* (pendapat) terdiri dari mengenai diri mereka sendiri, masalah-masalah sosial, bisnis, dan produk. Gaya hidup mencakup sesuatu yang lebih dari sekedar kelas sosial ataupun kepribadian seseorang.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Menurut Philip **Kotler dan Kevin Lane Keller (2016:187)** *“A lifestyle is a person pattern of life as expressed in activities, interests, and opinions. It portrays the whole person interacting with his or her environment.”*. Gaya

Hidup adalah pola hidup seseorang sebagaimana diungkapkan dalam kegiatan, minat dan pendapat. Ini menggambarkan orang seutuhnya berinteraksi dengan lingkungannya. Dari beberapa definisi di atas maka dapat disimpulkan bahwa gaya hidup lebih menggambarkan bagaimana perilaku seseorang dalam mengekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya, yaitu bagaimana ia hidup menggunakan uangnya dan memanfaatkan waktu yang dimilikinya. Gaya hidup konsumen dapat berubah, akan tetapi perubahan ini bukan disebabkan oleh berubahnya kebutuhan. Pada umumnya kebutuhan tetap seumur hidup, setelah sebelumnya dibentuk semasa kecil. Perubahan itu terjadi karena nilai-nilai yang dianut konsumen dapat berubah akibat pengaruh lingkungan. Konsumen cenderung mencari dan mengevaluasi alternatif yang ada dengan atribut produk yang menjanjikan pemenuhan kebutuhan gaya hidup yang dianutnya.

Mengacu kepada pendapat Gaya hidup menurut **Heru Supriyadi (2017)** didapatkan indikator sebagai berikut:

- a. aktivitas (kegiatan)

Aktivitas adalah mengungkapkan apa yang dikerjakan konsumen, produk apa yang dibeli atau digunakan, kegiatan apa yang dilakukan untuk mengisi waktu luang. Walaupun kegiatan ini biasanya dapat diamati, alasan untuk tindakan tersebut jarang dapat diukur secara langsung.



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

b. Interest (minat)

Mengemukakan apa minat, kesukaan, kegemaran, dan prioritas dalam hidup konsumen tersebut.

Opinion (opini)

Opini adalah berkisar sekitar pandangan dan perasaan konsumen dalam menanggapi isu-isu global, lokal ,ekonomi dan sosial. Opini digunakan untuk mendeskripsikan penafsiran, harapan dan evaluasi, seperti kepercayaan mengenai maksud orang lain, antisipasi sehubungan dengan peristiwa masa datang dan penimbangan konsekuensi yang memberikan ganjaran atau menghukum dari jalannya tindakan alternatif.

2.1.6 Referensi Pengguna

Menurut **Sumarwan (2011:305)** Kelompok acuan (reference group) adalah seseorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang. Kelompok referensi akan memberikan standar dan nilai. Sedangkan menurut **Kotler (2009)** kelompok referensi adalah seseorang yang memiliki pengaruh langsung (tatap muka) atau tidak langsung terhadap sikap atau perilaku seseorang).

Dari perspektif pemasaran, *reference group* atau referensi pengguna merupakan kelompok yang dianggap menjadi dasar bagi seseorang dalam menentukan keputusan pembelian atau konsumsi mereka. (**Hawkins, 2013**) .Referensi pengguna juga digunakan informasi pengaruh kelompok referensi mengirimkan informasi yang berguna untuk konsumen, untuk diri mereka sendiri, orang lain atau aspek lingkungan fisik seperti produk , jasa, toko-toko



- © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
 State Islami University of Sultan Syarif Qasim Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

baik secara lisan maupun peragaan langsung. Hawkins juga berpendapat kelompok referensi adalah kelompok yang dianggap prespektif atau nilai-nilai yang digunakan oleh individual sebagai dasar untuk perilakunya saat ini.

Sehingga dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa referensi pengguna adalah kelompok bahan yang digunakan oleh *costumer* yang bertujuan untuk mencari informasi tertentu yang tersusun secara informatif, dan sistematis untuk dikonsultasikan guna mencari informasi khusus.

Adapun indikator yang digunakan dalam referensi pengguna menurut (Suryoto, 2014:9) adalah sebagai berikut :

- a. Pengalaman dari teman-teman menggunakan produk

Konsumen sering berbicara kepada teman-teman dan tetangga-tetangga mereka tentang pengalaman yang mereka alami dengan suatu produk.

- b. Informasi dari teman-teman mengenai produk

Kaum pria dan wanita mencari, menyelidiki dan meriset produk dengan cara yang berbeda. Kaum wanita memulai proses pembelian produk dengan cara mencari informasi dari teman-teman atau lingkungannya mengenai produk tersebut. Mereka mengejar hasil yang berbeda. Mereka selalu mencari informasi tambahan dan menginvestigasi pilihan-pilihan yang ada mengenai produk yang tersedia.

- c. Pendapat teman-teman mengenai produk

Untuk melakukan keputusan pembelian suatu produk diperlukan pendapat dari teman atau kerabat agar nantinya ketika menggunakan produk tersebut tidak salah. Menanyakan pendapat kepada teman-teman sangat penting



- UIN SUSKA RIAU
- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengutip sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk mengetahui kecocokan atau tidak ketika menggunakan produk tersebut pada diri mereka.

2.2 Pandangan Islam Tentang Variabel Keputusan Pembelian

Dalam Islam sendiri dalam melakukan keputusan membeli produk ini wajibkan untuk melakukan pembelian pada produk yang sudah terjamin halal dan *toyyibah* (baik, bersih dan suci) dari bahan yang dikandung, pengolahannya harus baik serta aman dikonsumsi. Seperti yang terkandung dalam surat Al-Baqarah ayat 168 di mana dalam memutuskan melakukan pembelian atau menggunakan produk harus pada konsumsi produk terjamin halal, baik dan suci agar membawa manfaat.

1. Q.S an-Nisa' ayat 29

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا لَا تَأْكُلُوا أَمْوَالَكُم بَيْنَكُم بِٱلْبَاطِلِ إِلاَّ أَنْ
 تَكُونَ تِجَارَةً عَن تَرَاضٍ مِّنكُمْ وَلَا تَقْتُلُوا أَنفُسَكُمْ إِنَّ اللَّهَ كَانَ بِكُمْ

رَحِيمًا ﴿٢٩﴾

Artinya : *Hai orang-orang yang beriman, janganlah kamu saling memakan harta sesamamu dengan jalan yang batil, kecuali dengan jalan perniagaan yang berlaku dengan suka sama-suka di antara kamu. Dan janganlah kamu membunuh dirimu; sesungguhnya Allah adalah Maha Penyayang kepadamu.*

2. Surat Al-Baqarah ayat 168 di mana dalam memutuskan melakukan pembelian atau menggunakan produk harus pada konsumsi produk terjamin halal, baik dan suci agar membawa manfaat.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا
 خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ

Artinya: “Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.”

3. QS al-alaq ayat 1

اقْرَأْ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ

Artinya : Bacalah, dengan menyebut nama Tuhanmu

4. HR.Ahmad, Al-Bazzar, ath-Thabrani dan selainnya

Artinya : Hendaklah kalian berdagang karena berdagang merupakan sembilan dari sepuluh pintu rezeki.” “Sebaik-baik pekerjaan adalah pekerjaan seorang pria dengan tangannya dan setiap jual beli yang mabrur.” (HR. Ahmad, Al-Bazzar, Ath-Thabrani dan selainnya, dari Ibnu 'Umar, Rafi' bin Khudaij, Abu Burdah bin Niyar dan selainnya).

Dari surah dan ayat yang sudah dipaparkan terkait pandangan Islam terhadap pengambilan keputusan dalam pembelian maka dapat ditarik intisari pembahasan bahwa dalam Islam di sangat diperbolehkan dalam berdagang, bahkan nabi kita Rasulullah Muhammad SAW berprofesi sebagai pedagang. Dalam berdagang menurut pandangan Islam tentu memiliki syarat dan ketentuan, salah satu syarat dan ketentuan tersebut seperti yang dijelaskan dalam Q.S an-



UIN SUSKA RIAU

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

© Haksipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Nisa' ayat 29, bahwa berdagang harus dilandasi dari suka sama suka antara penjual dan pembeli, selain itu dalam berdagang juga diminta untuk melakukannya dengan cara yang baik dan menjauhi dengan cara yang batil seperti mengurangi timbangan, tidak berlaku jujur dan lain sebagainya.

Selanjutnya dalam Q.S Al Baqarah ayat 168 ditujukan kepada konsumen pembeli di mana dalam memutuskan melakukan pembelian atau menggunakan produk harus pada konsumsi produk terjamin halal, baik dan suci agar membawa manfaat untuk diri pembeli. Dan hindarilah perilaku mubazir atau membeli hal yang tidak memiliki manfaat dan belum dibutuhkan, dalam artian belilah barang yang memang dibutuhkan agar mendapatkan manfaat dari barang tersebut.

Di ayat terakhir menjelaskan terkait keputusan pembelian, yang dimulai dari kata *iqra* yang artinya bacalah. Dalam sudut pandang ekonomi, membaca juga termasuk dalam memahami apa yang sebenarnya hal yang menarik minat dalam pembelian sehingga konsumen melakukan pembelian barang atau jasa yang dia inginkan. Seorang konsumen harus memiliki keinginan terhadap suatu produk terlebih dahulu sebelum memutuskan untuk membeli produk tersebut. Minat beli merupakan bagian dari komponen keputusan pembelian yang mana dalam melakukan keputusan pembelian diawali dari minat untuk membeli barang tersebut. Dalam melakukan keputusan pembelian juga harus dilihat produk yang dibeli, cara mendapatkannya dan juga manfaat membeli produk tersebut.



2.3 Hubungan Antara Variabel

2.3.1 Hubungan Antara Citra Merek dan Keputusan Pembelian

Menurut **Narko dalam Farhan, m.y. (2015)** mengemukakan bahwa citra merek merupakan prioritas penting dalam benak konsumen karena menjadi acuan sebelum melakukan keputusan pembelian, citra merek yang dikelola dengan baik akan menghasilkan konsekuensi yang positif, oleh sebab itu pengembangan citra merek sangat penting dalam keputusan pembelian. Jika pelanggan melakukan keputusan pembelian maka produk tersebut telah dipercaya oleh pembeli tersebut nah disini mereka harus membuat citra merek sebagus mungkin agar para pembeli melakukan pembelian atau memutuskan untuk membeli produk tersebut. Semakin bagus citra merek yang tertanam maka semakin yakin pula para pembeli untuk melakukan pembelian produk tersebut.

2.3.2 Hubungan Antara Gaya Hidup dan Keputusan Pembelian

Hawkins (2013:104) menyebutkan bahwa gaya hidup seseorang berpengaruh pada kebutuhan, perilakunya dan perilaku pembeliannya dan juga menyatakan gaya hidup berpengaruh pada pembelian, perubahan kebiasaan, citarasa, perilaku pembelian konsumen.

2.3.3 Hubungan Antara Referensi Pengguna dan Keputusan Pembelian

Faktor lain yang mempengaruhi perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian adalah kelompok referensi. “Referensi Pengguna atau acuan pengguna akan memberikan standar dan nilai yang akan mempengaruhi

- Hak cipta milik UIN Suska Riau
- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



perilaku seseorang. Dalam perspektif pemasaran, referensi pengguna adalah seseorang yang berfungsi sebagai acuan bagi seorang dalam keputusan pembelian dan konsumsi.”

4. Penelitian Terdahulu

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

| No | Nama Peneliti | Judul | Variabel | Hasil |
|----|------------------------------------|---|--|--|
| 1 | Rachmad Dodi Triawan (2017) | Pengaruh Citra Merek dan Persepsi Nilai terhadap Niat Beli Sepeda Motor Merek Honda Type Pcx 150 (Studi Pada Pengunjung Café di Tunjungan Plaza Surabaya) | Citra Merek, Persepsi Nilai dan Niat Beli | Citra Merek Berpengaruh Positif terhadap Niat Beli, sedangkan Persepsi tidak berpengaruh terhadap Niat Beli Sepeda Motor Merek Honda Type PCX 150 |
| 2 | Rini Suryani (2021) | Pengaruh Iklan dan Citra Merek (brand image) terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda pada CV. Karisma Jaya Di Kabupaten Rokan Hulu | Iklan, Citra Merek (Brand Image) dan Keputusan Pembelian | Iklan dan Citra Merek (Brand Image) Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda Motor Merek Honda pada CV. Karisma Jaya di Kabupaten Rokan Hulu |
| 3 | Arifin, Fera | Pengaruh Citra Merek, | Citra Merek, Harga, Kualitas | Citra Merek, Harga, Kualitas |

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- © Hakipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
- Dilarang menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

| | | | |
|---|--|---|---|
| <p>(2021)</p> <p>© Hak cipta milik UIN Suska Riau</p> | <p>Harga dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pcx di PT. Nagamas Mitra Sejati Tegal</p> | <p>Produk dan Keputusan Pembelian</p> | <p>Produk Berpengaruh Positif dan Signifikan terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda PCX di PT. Nagamas Mitra Sejati Tegal</p> |
| <p>4</p> | <p>Dita Sari, Afriapollo Syafarudin (2021)</p> | <p>Pengaruh Kepercayaan Merek, Citra Merek terhadap Keputusan Penggunaan Produk Perusahaan</p> | <p>Kepercayaan Merek, Citra Merek dan Keputusan Penggunaan</p> <p>Kepercayaan Merek dan Citra Merek Berpengaruh Signifikan terhadap Keputusan Penggunaan</p> |
| <p>5</p> | <p>Pratama Willy (2021)</p> | <p>Pengaruh Gaya Hidup, Citra Merek, Harga terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Metic Honda Merek Scopy (Studi kasus: Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMSU)</p> | <p>Gaya Hidup, Citra Merek, Harga dan Keputusan Pembelian</p> <p>Gaya Hidup, Citra Merek, Harga Berpengaruh Parsial dan Simultan terhadap Keputusan Pembelian</p> |

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



2.5 Variabel Penelitian

Adapun variabel dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab dari suatu perubahan atau timbulnya variabel dependen. Dalam penelitian ini yang termasuk variabel dependen diantaranya sebagai berikut :

X₁ = Citra Merek

X₂ = Gaya Hidup

X₃ = Referensi Pengguna

b. Variabel Dependen

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat karena adanya variabel independen (variabel bebas). Adapun variabel terikat yang digunakan dalam penelitian ini adalah

Y = Keputusan Pembelian

2.6 Hipotesis Penelitian

Hipotesis merupakan anggapan dasar atas jawaban sementara terhadap suatu permasalahan yang masih bersifat praduga dan belum dibuktikan kebenarannya.

Hipotesis biasanya berisi premis-premis atau dugaan yang mungkin menjadi jawaban dari masalah yang akan diteliti. Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah:



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H_{a1} : Diduga Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor pcx merek Honda CV. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas.

H_0 : Diduga Citra Merek tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor pcx merek Honda CV. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas.

H_{a2} : Diduga Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor pcx merek Honda CV. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas.

H_0 : Diduga Gaya Hidup tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor pcx merek Honda CV. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas.

H_{a3} : Diduga Referensi Pengguna berpengaruh positif dan signifikan secara parsial terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor pcx merek Honda CV. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas.

H_0 : Diduga Referensi Pengguna tidak berpengaruh secara parsial terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor pcx merek Honda CV. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas.

H_{a4} : Diduga Citra merek, Gaya Hidup dan Referensi Pengguna berpengaruh positif dan signifikan secara simultan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor pcx merek Honda CV. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas.



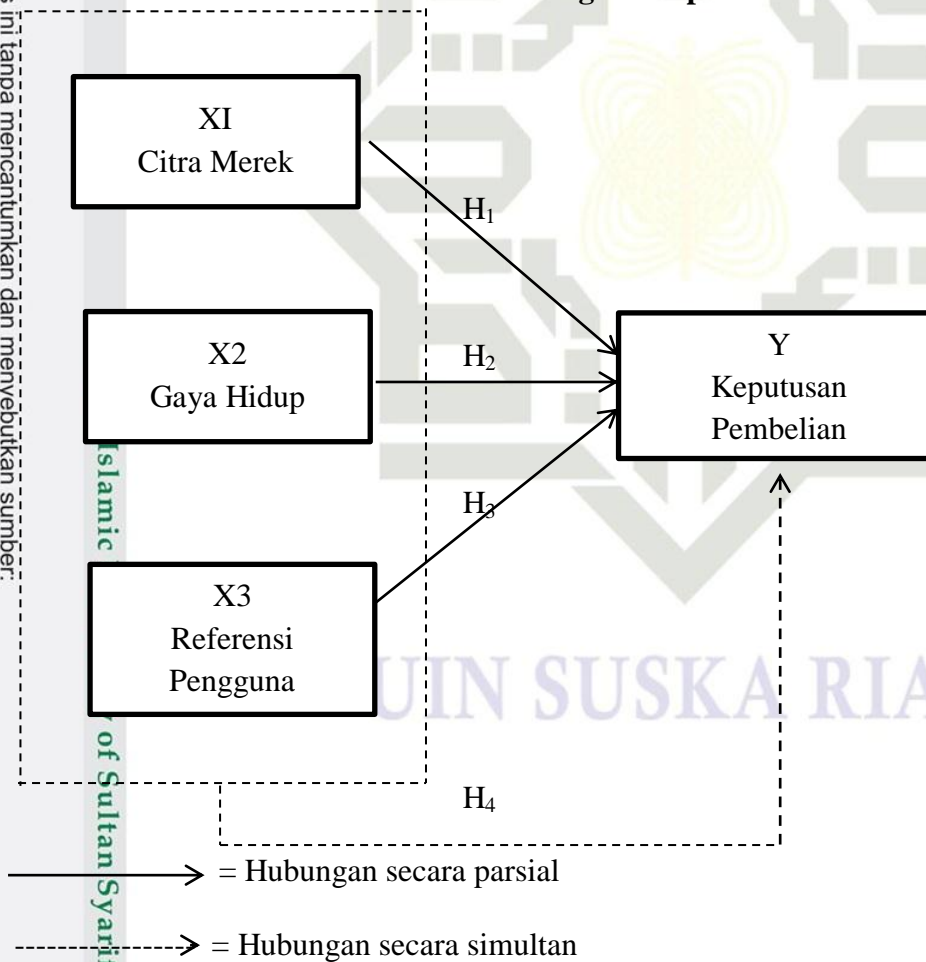
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

H_0 : Diduga Citra Merek, Gaya Hidup dan Referensi Pengguna tidak berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian sepeda motor pxx merek Honda CV. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas.

7. Kerangka Berpikir

Menurut (Sugiyono, 2020), kerangka pikir adalah sintesa yang mencerminkan keterkaitan antara variabel yang diteliti dan tuntuan untuk mencegah masalah penelitian serta merumuskan hipotesis penelitian yang berbentuk bagan alur yang dilengkapi penjelasan kualitatif.

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir





UIN SUSKA RIAU

2.8 Konsep Operasional

Tabel 2.2 Konsep Operasional

| Variabel | Definisi | Indikator |
|-------------------------|--|---|
| Citra Merek (X1) | Berdasarkan pendapat Kotler & Keller (2016) “citra merek adalah persepsi dan keyakinan yang dilakukan oleh konsumen, seperti yang tercermin dalam asosiasi yang terjadi dalam memori konsumen”. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Kekuatan asosiasi merek 2. Keuntungan asosiasi merek 3. Keunikan asosiasi merek. <p>Kotler & Keller (2016:346)</p> |
| Gaya Hidup (X2) | Menurut Heru Supriyadi 2017 Gaya hidup seseorang adalah pola hidup seseorang yang diekspresikan dalam aktivitas, minat, dan opininya. Gaya hidup pada prinsipnya adalah pola seseorang dalam mengelolawaktu dan uangnya. | <ol style="list-style-type: none"> 1. Aktivitas 2. Minat 3. Opini <p>Heru Supriyadi(2017)</p> |
| Referensi Pengguna (X3) | Diantara berbagai kelompok yang ada di masyarakat, bentuk kelompok yang mempunyai relevansi dengan perilaku konsumen adalah kelompok acuan. Kelompok acuan merupakan individu atau kelompok yang dijadikan rujukan yang mempunyai | <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengalaman dari teman-teman menggunakan produk 2. Informasi dari teman-teman mengenai produk 3. Pendapat teman-teman mengenai produk |



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
- Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

| | |
|--|--|
| <p>pengaruh nyata bagi individu. Sunyoto (2014:8).</p> | <p>Sunyoto (2014:9)</p> |
| <p>Keputusan Pembelian (Y)</p> <p>Menurut Kotler Armstrong (2016:188) mengemukakan bahwa keputusan pembelian adalah “<i>In the evaluation stage, the consumer forms preferences among the brands in the choice and may also form an intention to buy the most preferred brand</i>”. Artinya bahwa konsumen membentuk prefensi diantara merek yang dipilih dan mungkin juga membentuk niat untuk membeli merek yang disukai.</p> | <p>1. Pemilihan Produk 2. Pemilihan merek 3. Pilihan penyalur 4. Waktu pembelian 5. Jumlah pembelian 6. Metode pembelian</p> <p>Kotler Armstrong (2016 : 188)</p> |

UIN SUSKA RIAU

- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang menyalin, mengutip sebagian atau seluruhnya karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada masyarakat kecamatan kempas yang pernah membeli pada CV. Honda Mas (Angau), waktu penelitian ini dimulai dari bulan Agustus 2022-Januari 2023.

2. Jenis dan Sumber Data

3.2.1 Jenis Data

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif dengan metode penelitian korelasional. Penelitian kuantitatif diartikan sebagai suatu pendekatan yang menekankan analisis pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pada dasarnya pendekatan kuantitatif dilakukan pada penelitian inferensial (dalam rangka pengujian hipotesis) dan menyandarkan kesimpulan hasilnya pada suatu probabilitas kesalahan penolakan hipotesis nihil.

Dengan metode kuantitatif akan diperoleh signifikansi perbedaan kelompok atau signifikansi hubungan antar variabel yang diteliti. Metode ini digunakan untuk mengetahui sejauh mana variasi pada suatu variabel berkaitan dengan variasi variabel lainnya. penelitian korelasional (*Correlational Studies*) merupakan penelitian yang dimaksudkan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara dua atau beberapa variabel. Ciri dari penelitian korelasional



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 © Hak Cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

adalah bahwa penelitian tersebut tidak menuntut subyek penelitian yang terlalu banyak (Sugiyono:2013).

3.2.2 Sumber Data

Data Primer

Menurut **Sugiyono (2018)** data primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Dalam penelitian ini data primer yang dimaksud adalah data yang diperoleh dengan membagikan kuesioner.

2. Data Sekunder

Menurut **Sugiyono (2020)** data sekunder adalah sumber yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Biasanya data ini diperoleh secara tidak langsung dari sumber-sumber, biasanya melalui dokumen-dokumen, buku-buku, laporan-laporan atau karya ilmiah yang berkaitan dengan penelitian tentang Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup dan Referensi Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pcx Merek Honda Pada CV. Honda Mas (ANGAU) Kecamatan Kempas.

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi

Populasi dalam penelitian merupakan wilayah yang ingin diteliti oleh peneliti. Seperti menurut **Sugiyono (2013 : 80)** “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.” Pendapat di atas menjadi salah satu acuan bagi penulis untuk menentukan populasi. Populasi yang akan digunakan sebagai penelitian adalah konsumen yang membeli motor pxc di Kecamatan Kempas, Indragiri Hilir dalam 1 tahun terakhir atau pada tahun 2021 berjumlah 243 orang yang terdiri dari berbagai wilayah sekitaran kecamatan kempas

3.3.2 Sampel

Sebagaimana di kemukan oleh **Sugiyono (2016:81)** sampel adalah bagian dari jumlah karastistik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menurut **Sungadji dan Sopiah (2010:189)** rumus untuk mencari populasi adalah rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

$$n = \frac{243}{1+243 (0,1)^2}$$

$$= \frac{243}{24,4}$$

= 99,59 dibulatkan menjadi 100 orang/responden

Dimana:

= Ukuran Sampel

= Jumlah populasi

= Persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalahan pengambilan yang masih dapat ditolerir atau diinginkan yaitu (10%)

Berdasarkan perhitungan rumus diatas dengan jumlah konsumen yang membeli sepeda Motor PCX di CV. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

pada Tahun 2021 yaitu sebanyak 243 konsumen. Maka didapat jumlah sampel sebanyak 99,59 atau dibulatkan menjadi 100 orang Responden.

Pengambilan sampel ini dilakukan dengan teknik purposive sampling (Sugiyono, 2014:122), yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Dengan pertimbangan tersebut, maka kriteria dalam memilih sampel dalam penelitian ini adalah:

- a. Pada masyarakat kecamatan kempas yang menggunakan Motor PCX Merek Honda
- b. Responden yang diambil adalah responden yang menurut peneliti termasuk orang yang menggunakan produk Motor PCX Merek Honda dan menurut peneliti cakap untuk menjawab kuesioner yang diberikan nantinya.

4 Metode Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah bagian dari instrumen pengumpulan data yang dilakukan dengan berbagai setting, berbagai sumber dan berbagai cara yang mana hal tersebut menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Teknik pengumpulan data juga di artikan sebagai indikator untuk mengetahui informasi dari objek yang diteliti untuk peneliti bisa berkomunikasi dan berkoordinasi secara harmonis dengan responden penelitian menggunakan metode-metode tertentu untuk memperoleh data / informasi yang di inginkan. (Hikmawati, 2017:

85) teknik pengumpulan data yaitu sebagai berikut :



3.4.1 Kuesioner

Adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pernyataan dan pertanyaan tertulis kepada responden untuk di jawab. Angket merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti sudah secara pasti variabel yang akan di ukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden (**Hikmawati, 2017: 85**).

3.4.2 Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2010:206) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang. Dokumen yang berbentuk tulisan misalnya catatan harian, sejarah kehidupan, cerita, biografi, peraturan, kebijakan. Dokumen yang berbentuk karya misalnya karya seni, yang dapat berupa gambar, patung, film dan lain-lain.

3.5 Metode Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif. Untuk melihat apakah terdapat pengaruh terhadap Citra Merek, Gaya Hidup dan Referensi Pengguna terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pcx Merek Honda V. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas.

3.5.1 Uji Instrumen

Uji Validitas

Menurut **Ghozali (2013:52)**, mengukur validitas dapat dilakukan dengan cara melakukan korelasi antar skor butir pertanyaan dengan total



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

skor konstruk atau variabel. Uji signifikansi dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung dengan r tabel. Dasar pengambilan keputusan yang digunakan untuk menguji validitas butir angket adalah:

- a. Jika r hitung positif dan r hitung $>$ r tabel maka variabel tersebut valid.
- b. Jika r hitung tidak positif serta r hitung $<$ r tabel maka variabel tersebut tidak valid. Jika hasil menunjukkan nilai yang signifikan maka masing-masing indikator pertanyaan adalah valid.

Uji Reliabilitas

Menurut **Ghozali (2013:47)** Uji reliabilitas merupakan alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Dalam pengujian ini, peneliti mengukur reliabelnya suatu variabel dengan cara melihat Cronbach Alpha dengan signifikansi yang digunakan lebih besar dari 0,70. Menurut **Ghozali (2013:38)** suatu konstruk atau variabel dikatakan reliabel jika memberikan nilai Cronbach Alpha $>$ 0,70.

3.5.2 Uji Asumsi Klasik

Adapun uji asumsi klasik yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji normalitas, uji heteroskedastisitas dan uji multikolinieritas.

a. Uji Normalitas

Menurut **(Sugiyono, 2019)**, Uji normalitas bertujuan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel berdistribusi normal atau tidak



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk menguji apakah data berdistribusi normal atau tidak dilakukan uji statistik Kolmogorov-Smirnov Test. Residual berdistribusi normal jika memiliki nilai signifikan $> 0,05$. Dan dapat dideteksi dengan melihat penyebaran data (titik) pada sumbu diagonal dari grafik atau melihat histogram dari residualnya. Dasar pengambilan keputusan:

1. Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogramnya menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
2. Jika data menyebar jauh dari regional dan tidak mengikuti arah garis diagonal atau grafik histogram tidak menunjukkan pola distribusi normal, maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Heteroskedastisitas

Menurut (Sugiyono, 2019), Uji heteroskedastisitas bertujuan menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan / variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Dasar analisis :

1. Jika pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengidentifikasi telah terjadi heteroskedastisitas.
2. Jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.



c. Uji Multikolinieritas

Menurut (Sugiyono, 2019) uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Cara mendeteksi terhadap adanya multikolinieritas dalam model regresi adalah sebagai berikut :

1. Besarnya Variance Inflation Factor (VIF), pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu $VIF \leq 10$.
2. Besarnya Tolerance pedoman suatu model regresi yang bebas multikolinieritas yaitu nilai Tolerance $\geq 0,1$.

3.5.3 Uji Regresi Linear Berganda

Teknik regresi linier berganda variabel tergantung dipengaruhi oleh dua atau lebih variabel bebas sehingga hubungan fungsional antara variabel tergantung dengan variabel bebas.

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 \dots, e$$

Dimana:

Y = Keputusan Pembelian

a = Konstanta

b = Koefisien Regresi

X_1 = Citra Merek

X_2 = Gaya Hidup

X_3 = Referensi Pengguna

e = Tingkat Kesalahan (error)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



3.5.4 Uji Hipotesis

a. Uji T

Menurut (Sugiyono, 2019) uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individu dalam menerangkan variabel dependen. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen (X1) Citra Merek, (X2) Gaya Hidup, dan Referensi Pengguna (X3) berpengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen (Y) Keputusan Pembelian. Adapun kriteria yang digunakan dalam pengujian ini adalah sebagai berikut:

1. Apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $Sig < \alpha$ maka :

H_0 ditolak, H_a diterima artinya terdapat pengaruh secara parsial antara Citra Merek, Gaya Hidup, dan Referensi Pengguna terhadap Keputusan Pembelian

2. Apabila $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $Sig > \alpha$ maka:

H_0 diterima, H_a ditolak artinya tidak terdapat pengaruh secara parsial antara Citra Merek, Gaya Hidup, dan Referensi Pengguna terhadap Keputusan Pembelian.

b. Uji F

Uji F dilakukan untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh secara simultan yang diberikan variabel bebas (X) terhadap variabel terikat (Y) dengan dasar pengambilan sebagai berikut :

1. Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, atau $Sig < 0,05$ maka terdapat pengaruh X secara simultan terhadap variabel Y



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, atau $Sig > 0,05$ maka tidak terdapat pengaruh X secara simultan terhadap variabel Y.

c. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut (Sugiyono, 2020), Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen, dengan melihat nilai Adjusted R^2 . Analisis determinasi merupakan ukuran yang menunjukkan seberapa besar variabel x memberikan kontribusi terhadap variabel Y. Analisis ini digunakan untuk mengetahui presentase sumbangan pengaruh variabel independen secara serentak terhadap variabel dependen. Jika koefisien determinasi (R^2) = 0, artinya variabel independen tidak mampu menjelaskan pengaruhnya terhadap variabel dependen. Tingkat korelasi dan nilai R dijelaskan dibawah ini :

| | |
|-------------|---------------------|
| 0 | = Tidak Berkorelasi |
| 01, - 0,20 | = Sangat Rendah |
| 0,21 - 0,40 | = Rendah |
| 0,41 - 0,60 | = Agak Rendah |
| 0,61 – 0,80 | = Cukup |
| 0,81 – 0,99 | = Tinggi |
| 1 | = Sangat Tinggi |

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN

4.1 Letak Geografis

4.1.1 Geografis Kecamatan Kempas

Kecamatan Kempas adalah salah satu Kecamatan terbaru dari 20 Kecamatan yang ada dalam Kabupaten Indragiri Hilir dengan luas wilayah 364,49 Km atau 36,449 Ha.

Ibu kota Kecamatan Kempas berkedudukan di Desa Harapan Tani dan berbatasan dengan:

- Sebelah Utara dengan Kecamatan Tempuling

- Sebelah Selatan dengan Kecamatan Keritang

- Sebelah barat dengan Kabupaten Indragiri Hulu

- Sebelah Timur dengan Kecamatan Tempuling dan Enok

4.1.2 Keadaan Alamnya

Tinggi pusat pemerintah wilayah Kecamatan Kempas dari permukaan laut adalah 1 s/d 4 meter. Di tepi-tepi sungai dan muara parit banyak terdapat tumbuh- tumbuhan seperti nipah, kayu putat, rengas, pedada, bakau, dan pada bagian tasiknya atau di pinggir sungai di tumbuhi oleh pohon – pohon sagu dan sebahagian lagi dijadikan areal persawahan untuk ditanami padi. Keadaan tanahnya sebagian besar terdiri dari tanah



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

gambut dan endapan sungai serta rawa-rawa, berwarna hitam, kelabu dan coklat dapat dijadikan tanah pertanian dengan klasifikasi sedang.

4.1.3 Iklim dan Curah hujan

Keadaan tanahnya yang sebagian besar terdiri dari tanah gambut maka daerah ini digolongkan sebagai daerah beriklim tropis basah dengan udara agak lembab.

4.2 Pemerintahan

Dalam upaya meningkatkan penyelenggaraan pemerintah, pelaksanaan pembangunan dan pelayanan masyarakat secara berdaya guna dan berhasil guna, pemerintah telah mengadakan penataan kembali struktur organisasi pemerintah Kecamatan berdasarkan struktur organisasi pola minimal sesuai dengan *Keputusan Gubernur Propinsi Riau nomor; 218 Tahun 1997 dan Keputusan Mendagri Nomor; 20 Tahun 1997* tentang Tata Kerja Pemerintahan Kecamatan.

Dalam menjalankan tugas pokok dan fungsi, Camat Kempas dibantu oleh Sekretaris Camat, 5 Kasi (Kasi Pemerintahan, Kasi Pelayanan Umum, Kasi Frantib, Kasi Sosisal dan Kasi Pemberdayaan Masyarakat Desa/Kelurahan) dengan Kasubsi dan Kaur Serta beberapa Instansi Vertikal yang ada di wilayah Kecamatan Kempas.

Kecamatan Kempas terdiri dari 2 Kelurahan dan 10 Desa, yaitu:

Kelurahan Kempas jaya

Kelurahan Harapan Tani



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Desa Runbai Jaya

4. Desa Sungai Gantang

5. Desa Karya Tani

6. Desa sungai Ara

7. Desa Bayas Jaya

8. Desa Pekan tua

9. Desa Kulim jaya

10. Desa Kerta jaya

11. Danau pulau indah

12. Desa Sungai rabbit

4.3 Sosial Ekonomi Masyarakat

Dilihat dari status ekonomi, masyarakat Kecamatan Kempas Tembilahan mempunyai beragam mata pencaharian dalam memenuhi kebutuhan hidupnya.

Berdasarkan data yang diperoleh melalui kantor Kecamatan Kempas Tembilahan, bahwa kehidupan ekonomi masyarakat dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:



UIN SUSKA RIAU

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis atau tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 4.1

Jumlah Penduduk Menurut Mata Pencaharian

| No | Jenis Mata Pencaharian | Jumlah |
|--------|------------------------|--------|
| 1. | Pegawai Negri Sipil | 361 |
| 2. | Petani | 10.189 |
| 3. | Nelayan | 147 |
| 4. | Peternak | 47 |
| 5. | TNI | 8 |
| 6. | POLRI | 40 |
| 7. | Wiraswasta | 1.435 |
| Jumlah | | 37.787 |

Sumber : Statistik Kecamatan Kempas

4.4 Pertanian

Penduduk yang berada di daerah Indragiri Hilir pada umumnya mempunyai mata pencaharian di bidang pertanian pangan, perkebunan dan sebagian lainnya bergerak di bidang nelayan, perdagangan dan kerajinan industri. Kecamatan Kempas memiliki potensi sebagai daerah pertanian, ini diketahui dari penggunaan tanah di rinci menurut penggunaannya baik luas lahan sawah, di antaranya:

1. Pertanian tanaman hortikultura

Pertanian tanaman hortikultura dirinci dari luas tanam, luas panen serta produksinya meliputi komoditi tanaman pangan, palawija, sayur-sayuran dan buah-buahan.

2. Pertanian tanaman perkebunan

Pertanian tanaman perkebunan dirinci dari areal luas perkebunan serta produksinya meliputi komoditi tanaman kelapa, pinang dan kopi. Selain pertanian, Kecamatan Kempas juga berpotensi sebagai daerah



UIN SUSKA RIAU

perikanan dan peternakan. Data dapat diperoleh dari kantor dinas pertanian taman pangan Kabupaten Indragiri Hilir.

5. Demografis Kecamatan Kempas

Tabel 4.2
Demografis Kecamatan Kempas

| Uratan | Keterangan |
|------------------------------------|--|
| Geografi | |
| Nama Ibu Kota Kecamatan | Desa Harapan Tani |
| Luas Wilayah Kecamatan | 364,49 Km |
| Administrasi Pemerintah | |
| Nama Camat | MUHAMAD YUSUF |
| Jumlah Kelurahan/Desa | 2 Kelurahan 10 Desa |
| Nama Kelurahan/Desa | 1. Kelurahan Kempas jaya 2. Kelurahan Harapan Tani 3. Desa Runbai Jaya 4. Desa Sungai Gantang 5. Desa Karya Tani 6. Desa sungai Ara 7. Desa Bayas Jaya 8. Desa Pekan tua 9. Desa Kulim jaya 10. Desa Kerta jaya 11. Danau pulau indah 12. Desa Sungai rabit |
| Jumlah Penduduk | |
| - Laki-laki | 19.427 Jiwa |
| - Perempuan | 18.360 Jiwa |
| Total | 37.787 Jiwa |
| Jumlah Sekolah dan Tingkat Sekolah | |
| TK/PAUD | 5 |
| SD/MI | 37 |
| SLTP/MTs | 11 |
| SLTA/SMA | 4 |
| Pariwisata | |
| Objek Wisata | - |

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB VI

KESIMPULAN DAN SARAN

6.1 Kesimpulan

Hasil penelitian Pengaruh Citra Merek, Gaya Hidup dan Referensi Pengguna Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Pcx Merek Honda Pada Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas, dapat ditarik kesimpulannya sebagai berikut.

- a. Berdasarkan hasil rekapitulasi secara deskriptif bahwa variabel yang memiliki pengaruh paling besar adalah variabel gaya hidup dengan pernyataan setuju dan sangat setuju dengan jumlah 171 dengan persentase 42,8%. Sehingga dapat disimpulkan bahwa citra merek berpengaruh paling besar pada keputusan pembelian. Sedangkan untuk pernyataan paling rendah adalah setuju dan sangat setuju adalah referensi dengan jumlah 125 dengan persentase 41,6%.
- b. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, variabel Citra Merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari hasil uji t sebesar 13,220 dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ pada pembelian sepeda motor pcx pada Cv. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas.
- c. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, variabel Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari hasil uji t sebesar 13,282 dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ pada

pembelian sepeda motor pxx pada Cv. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas.

- d. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan, variabel Gaya Hidup berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari hasil uji t sebesar 12,443 dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ pada pembelian sepeda motor pxx pada Cv. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas.
- e. Variabel Referensi Pengguna, Gaya Hidup dan Citra Merek bersama-sama berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian, dapat dilihat dari hasil uji f sebesar 102,287 dengan nilai sig. $0,000 < 0,05$ pada pembelian sepeda motor pxx pada Cv. Honda Mas (Angau) Kecamatan Kempas.
- f. Berdasarkan Adjusted R Square diperoleh 0,754 (75,4%). Hasil ini menunjukkan bahwa variabel citra merek (X1), gaya hidup (X2), dan referensi pengguna (X3) berpengaruh terhadap variabel keputusan pembelian (Y). sedangkan sisanya 24,6% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil peneliitian yang telah dilakukan sebelumnya, maka penulis menyadari masih terdapat banyak keterbatasan dan kekeliruan yang ada dalam penelitian ini. Namun dengan penelitian ini, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat. Berikut adalah beberapa saran yang penulis harapkan dapat diimplementasikan kedepannya :

1. Citra merek memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor pcx pada masyarakat kecamatan kempas, maka sebaiknya perusahaan bisa mempertahankan dan meningkatkan citra merek produknya, agar produknya selalu mudah diingat oleh konsumen.
2. Gaya hidup merupakan variabel yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor pcx pada masyarakat kecamatan kempas. Sebaiknya perusahaan selalu memperhatikan setiap saat bagaimana gaya hidup konsumen, dengan gaya hidup tersebut maka sebaiknya perusahaan bisa melihat gaya hidup dan menyesuaikan produk yang akan dibuat dengan gaya hidup konsumen.
3. Referensi pengguna memiliki pengaruh terhadap keputusan pembelian sepeda motor pcx pada masyarakat kecamatan kempas. Sebaiknya perusahaan memberikan informasi melalui mulut kemulut konsumen supaya konsumen yang membeli produk pada perusahaan dapat memberikan informasi kepada keluarga atau sahabat untuk membeli sepeda motor pcx merek Honda.
4. Bagi peneliti selanjutnya, hendaknya menambahkan informasi variabel yang mempengaruhi tentang objek yang diteliti dan untuk peneliti selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berpengaruh dan menggunakan analisis lain.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



DAFTAR PUSTAKA

1. Aditya Putra Pratama. (2021). *Perencanaan Strategi Pemasaran*. Jurnal Manajemen. Vol. 2, No 8
2. Alha Bukchhari. (2016). *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung. Alfabeta
3. Arifkunto. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta
4. Assauri. (2018). *Manajemen Pemasaran, Dasar Konsep dan Strategi*. Depok. PT Raja Grafindo Persada
5. Cahyono Edi. (2018). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Handphon Merek Oppodi Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta*. Jurnal Manajemen Akuntansi. Vol.5, No 1
6. Donny Indra Permana. (2019). *Pengaruh Citra Merek, Harga, Word Of Mouth, Dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha N-Max Pada Club Yamaha N-Max Surabaya*. Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen. Vol. 8, No 12
7. Dwi Ilham Prasetya. (2018). *Pengaruh Gaya Hidup , Fitur Produk Dan Citra Merek Terhadap Masyarakat*. Jurnal Administrasi Tata Niaga. Vol 3, No 1
8. Fera Arifin. (2021). *Pengaruh Citra Merek, Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Pcx Di Pt Nagamas Mitra Sejati Tegal*. Skripsi. Studi Akuntansi politeknik Harapan Bersama
9. Hawkins. (2013). *Consumer Behaviour Bulding Marketing Strategy*. New York. Mc Glow Education
10. Kotler Amstrong. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta. Erlangga
11. Pomalingo, Mandey, Uhing, Y. (2015). *Pengaruh disiplin kerja, kompetensi, dan motivasi terhadap kinerja pegawai pada kantor badan penanggulangan bencana daerah provinsi Sulawesi utara*. Jurnal Berkala Ilmiah Efisiensi. Vol. 15, No 5
12. Rachmad Dodi Triawan. (2017). *Pengaruh Citra Merek Dan Persepsi Nilai Terhadap Niat Beli Sepeda Motor Merek Honda Type Pcx 150 (Studi Pada Pengunjung Cafe Di Tunjungan Plaza Surabaya)*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol. 5, No 1
13. Rini Suryani. (2021). *Pengaruh Iklan, Dan Citra Merek (Brand Image) Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Pada Cv. Karisma Jaya Di Kabupaten Rokan Hulu*. Skripsi Jurusan Administrasi Bisnis. Universitas Islam Riau
14. Shanty Dwi Raeni. (2013). *Display Toko, Gaya Hidup Dan Pembelian Implusif*. Jurnal Ilmiah Unikom. Vol. 11, No 1

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak atau seluruhnya atau sebagian tulisan ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Setiadi Adi. (2015). *Pengaruh Harga Desain Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Smartphone Lenovo*. Skripsi. Fakultas Ekonomi Dan Ilmu Sosial. UIN Suska Riau

Shimp. (2013). *Periklanan Promosi*. Jakarta. Erlangga

Suhyono. (2017). *Pengantar Manajemen Teori dan Kasus*. Yogyakarta. Caps

Suhyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta

Supangat Hangga Aditya. (2017). *Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Di Intako*. Jurnal Riset Dan Ilmu Manajemen. Vol.6, No 9

Sripjon (2016). *Servis, Quality dan Satisfaction*. Yogyakarta. Andi Publishing

Wibowo Supriadi. (2013). *Ekonomi Mikro Islam*. Bandung. Pustaka Setia

Wijayanto Indra Dan Sri Setyo Ariani. (2013). *Pengaruh Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen*. Jurnal Ilmu Manajemen. Vol. 1, No 3





- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengizinkan penerbit untuk menyalin atau menyalurkan kembali karya tulis ini kepada pihak lain.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Dear Responden:

**KUISIONER PENELITIAN
 PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP DAN REFERENSI
 PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
 PCX MEREK HONDA CV. HONDA MAS (ANGAU)
 KECAMATAN KEMPAS**

Assalamualaikum warahmatullahi wabarakatuh.

Dengan hormat,

Saya Irfan jurusan Manajemen konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang saat ini sedang melakukan penelitian dalam rangka penulisan skripsi dengan judul pengaruh citra merek, gaya hidup dan referensi pengguna terhadap keputusan pembelian sepeda motor pcx merek honda pada CV. Honda mas (angau) Kecamatan kempas” sebagai persyaratan kelulusan mencapai gelar Sarjana Ekonomi (S.E). Sehubungan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Saudara untuk meluangkan waktu guna mengisi kuisioner yang saya lampirkan. Atas perhatian dan kesediaan waktu yang telah diluangkan, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

UIN SUSKA RIAU

Irfan

NIM:11970114953

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :

| | |
|------------------------------------|------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Laki-laki | <input type="checkbox"/> Perempuan |
|------------------------------------|------------------------------------|
3. Umur :

| | |
|--------------------------------------|--------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 17-20 tahun | <input type="checkbox"/> 21-25 tahun |
| <input type="checkbox"/> 26-30 tahun | <input type="checkbox"/> 31-35 tahun |
| <input type="checkbox"/> > 36 tahun | |
4. Pekerjaan :

| | |
|--|------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Pelajar/Mahasiswa | <input type="checkbox"/> PNS |
| <input type="checkbox"/> Petani | <input type="checkbox"/> IRT |
| <input type="checkbox"/> TNI/POLRI | |

PETUNJUK PENGISIAN KUISIONER

Silahkan memberi tanda checkmark (✓) pada kolom yang sesuai penilaian anda. Tidak ada jawaban benar atau salah. Ada lima pilihan jawaban yang tersedia untuk masing-masing pernyataan yaitu:

- | | |
|---------------------------|----------------|
| Sangat Setuju (SS) | : Nilai Skor 5 |
| Setuju (S) | : Nilai Skor 4 |
| Netral (N) | : Nilai Skor 3 |
| Tidak Setuju (TS) | : Nilai Skor 2 |
| Sangat Tidak Setuju (STS) | : Nilai Skor 1 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

PERNYATAAN

1. Citra Merek (X1)

| Pernyataan | Jawaban | | | | |
|---|---------|---|---|----|-----|
| | SS | S | N | TS | STS |
| Saya membeli motor pcx karena memiliki kualitas yang baik untuk kenyamanan | | | | | |
| Saya membeli motor pcx karena mempunyai nilai guna yang baik untuk berkegiatan | | | | | |
| Saya membeli motor pcx sudah memiliki bagasi yang cukup luas | | | | | |
| Saya membeli motor pcx memiliki fitur connected untuk mengetahui kondisi motor melalui smartphone | | | | | |

2. Gaya Hidup (X2)

| Pernyataan | Jawaban | | | | |
|--|---------|---|---|----|-----|
| | SS | S | N | TS | STS |
| Saya membeli motor pcx nyaman digunakan dalam melakukan perjalanan jauh | | | | | |
| Kegiatan sehari-hari saya dapat terpenuhi dengan sepeda motor pcx | | | | | |
| Saya membeli motor pcx karena harga yang sesuai dengan perekonomian saya | | | | | |
| Menurut saya menggunakan sepeda motor pcx menambah kepercayaan diri saya | | | | | |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. Referensi Pengguna (X3)

| Pernyataan | Jawaban | | | | |
|---|---------|---|---|----|-----|
| | SS | S | N | TS | STS |
| Pengalaman dari beberapa teman saya menggunakan sepeda motor pcx membuat saya tertarik menggunakan produk yang sama | | | | | |
| Saya memperoleh informasi mengenai sepeda motor pcx dari berbagai teman dalam lingkungan sekitar saya | | | | | |
| Pendapat teman-teman menjadi salah satu rujukan bagi saya dalam menentukan sepeda motor yang akan saya beli | | | | | |

4. Keputusan Pembelian (Y)

| Pernyataan | Jawaban | | | | |
|---|---------|---|---|----|-----|
| | SS | S | N | TS | STS |
| Sepeda motor pcx sesuai dengan kebutuhan saya | | | | | |
| Kebutuhan saya dapat terpenuhi dengan menggunakan sepeda motor pcx | | | | | |
| Saya membeli honda karena merek Honda sudah terkenal | | | | | |
| Saya melakukan pembelian motor pcx pada cv honda terdekat | | | | | |
| Saya akan melakukan pembelian ulang sepeda motor pcx pada masa yang akan datang | | | | | |
| Saya membeli motor pcx sesuai dengan jumlah yang saya butuhkan | | | | | |
| Sistem pembayaran dalam melakukan pembelian bisa dengan cara cash dan kredit | | | | | |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang menjiptip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 2 : Data Kuesioner

Tabel X1 Citra Merek

| No Responden | Citra Merek (X1) | | | | Total X1 |
|--------------|------------------|------|------|------|----------|
| | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | |
| 1 | 2 | 3 | 3 | 2 | 10 |
| 2 | 4 | 5 | 4 | 3 | 16 |
| 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 4 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 6 | 3 | 3 | 5 | 5 | 16 |
| 7 | 3 | 3 | 2 | 2 | 10 |
| 8 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 9 | 1 | 1 | 2 | 2 | 6 |
| 10 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 11 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 12 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 13 | 2 | 2 | 1 | 2 | 7 |
| 14 | 3 | 3 | 4 | 4 | 14 |
| 15 | 2 | 2 | 2 | 1 | 7 |
| 16 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 17 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 18 | 3 | 4 | 4 | 5 | 16 |
| 19 | 2 | 3 | 2 | 3 | 10 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|
| 20 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 21 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 22 | 4 | 3 | 4 | 4 | 15 |
| 23 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 24 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 25 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 26 | 3 | 4 | 5 | 4 | 16 |
| 27 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 28 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 30 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 32 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 33 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 34 | 3 | 2 | 3 | 3 | 11 |
| 35 | 3 | 2 | 3 | 1 | 9 |
| 36 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 39 | 2 | 2 | 2 | 3 | 9 |
| 40 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 |
| 41 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 42 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 43 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|
| 44 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 45 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 47 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 49 | 2 | 3 | 1 | 3 | 9 |
| 50 | 3 | 2 | 1 | 2 | 8 |
| 51 | 2 | 3 | 2 | 1 | 8 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 2 | 14 |
| 53 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 54 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 55 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 56 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 57 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 58 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 59 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 60 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 61 | 4 | 3 | 2 | 2 | 11 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 63 | 2 | 2 | 3 | 3 | 10 |
| 64 | 2 | 2 | 3 | 3 | 10 |
| 65 | 3 | 2 | 1 | 2 | 8 |
| 66 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|
| 68 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 69 | 2 | 2 | 2 | 3 | 9 |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 71 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 72 | 4 | 4 | 2 | 3 | 13 |
| 73 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 74 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 75 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 76 | 2 | 1 | 1 | 2 | 6 |
| 77 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 4 | 19 |
| 80 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 |
| 81 | 3 | 4 | 5 | 5 | 17 |
| 82 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 83 | 3 | 4 | 4 | 3 | 14 |
| 84 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 85 | 4 | 4 | 4 | 5 | 17 |
| 86 | 3 | 3 | 3 | 1 | 10 |
| 87 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 88 | 2 | 2 | 4 | 3 | 11 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 90 | 3 | 3 | 2 | 1 | 9 |
| 91 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | |
|-----|---|---|---|---|----|
| 92 | 3 | 3 | 5 | 4 | 15 |
| 93 | 3 | 2 | 3 | 4 | 12 |
| 94 | 4 | 2 | 3 | 2 | 11 |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 96 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 97 | 3 | 5 | 5 | 5 | 18 |
| 98 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |
| 99 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 100 | 4 | 5 | 5 | 5 | 19 |

Variabel X2 Gaya Hidup

| No Responden | Gaya Hidup | | | | Total X2 |
|--------------|------------|------|------|------|----------|
| | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | |
| 1 | 3 | 5 | 2 | 2 | 12 |
| 2 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 3 | 5 | 4 | 3 | 2 | 14 |
| 4 | 2 | 2 | 4 | 4 | 12 |
| 5 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 6 | 4 | 4 | 3 | 5 | 16 |
| 7 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 8 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 9 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 10 | 3 | 2 | 4 | 3 | 12 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|
| 11 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 12 | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 |
| 13 | 1 | 1 | 2 | 2 | 6 |
| 14 | 3 | 4 | 2 | 4 | 13 |
| 15 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 16 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 17 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 19 | 3 | 2 | 3 | 2 | 10 |
| 20 | 5 | 3 | 3 | 4 | 15 |
| 21 | 3 | 2 | 3 | 2 | 10 |
| 22 | 4 | 4 | 3 | 3 | 14 |
| 23 | 4 | 4 | 5 | 5 | 18 |
| 24 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 25 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 26 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 27 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 28 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 30 | 4 | 3 | 3 | 3 | 13 |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 3 | 15 |
| 34 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|
| 35 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 |
| 36 | 3 | 2 | 2 | 3 | 10 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 38 | 2 | 3 | 3 | 2 | 10 |
| 39 | 3 | 3 | 3 | 4 | 13 |
| 40 | 3 | 5 | 5 | 4 | 17 |
| 41 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 43 | 3 | 2 | 2 | 3 | 10 |
| 44 | 4 | 3 | 2 | 4 | 13 |
| 45 | 3 | 4 | 2 | 3 | 12 |
| 46 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 48 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 50 | 2 | 2 | 2 | 3 | 9 |
| 51 | 2 | 2 | 1 | 2 | 7 |
| 52 | 3 | 4 | 4 | 4 | 15 |
| 53 | 2 | 2 | 4 | 3 | 11 |
| 54 | 2 | 2 | 2 | 3 | 9 |
| 55 | 2 | 4 | 4 | 4 | 14 |
| 56 | 3 | 2 | 4 | 3 | 12 |
| 57 | 4 | 3 | 4 | 3 | 14 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | |
|----|---|---|---|---|----|
| 59 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 60 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 61 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 |
| 62 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 63 | 1 | 3 | 3 | 2 | 9 |
| 64 | 1 | 2 | 2 | 1 | 6 |
| 65 | 2 | 2 | 2 | 2 | 8 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 67 | 2 | 3 | 3 | 3 | 11 |
| 68 | 4 | 3 | 3 | 4 | 14 |
| 69 | 3 | 1 | 1 | 2 | 7 |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 3 | 12 |
| 71 | 2 | 2 | 2 | 3 | 9 |
| 72 | 3 | 3 | 3 | 2 | 11 |
| 73 | 5 | 5 | 4 | 4 | 18 |
| 74 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 75 | 4 | 4 | 3 | 4 | 15 |
| 76 | 1 | 1 | 3 | 1 | 6 |
| 77 | 4 | 5 | 4 | 4 | 17 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 79 | 5 | 5 | 4 | 5 | 19 |
| 80 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 81 | 3 | 4 | 3 | 3 | 13 |
| 82 | 2 | 2 | 3 | 2 | 9 |

| | | | | | |
|-----|---|---|---|---|----|
| 83 | 3 | 3 | 4 | 3 | 13 |
| 84 | 2 | 4 | 4 | 2 | 12 |
| 85 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 86 | 2 | 1 | 3 | 2 | 8 |
| 87 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 88 | 4 | 4 | 4 | 2 | 14 |
| 89 | 3 | 4 | 5 | 3 | 15 |
| 90 | 3 | 3 | 2 | 3 | 11 |
| 91 | 3 | 5 | 5 | 3 | 16 |
| 92 | 5 | 4 | 4 | 5 | 18 |
| 93 | 2 | 3 | 2 | 3 | 10 |
| 94 | 3 | 2 | 3 | 2 | 10 |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 96 | 4 | 5 | 5 | 4 | 18 |
| 97 | 5 | 5 | 5 | 5 | 20 |
| 98 | 5 | 4 | 4 | 4 | 17 |
| 99 | 4 | 4 | 4 | 4 | 16 |
| 100 | 4 | 3 | 5 | 5 | 17 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Variabel X3 Referensi Pengguna

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| No Responden | Referensi Pengguna | | | |
|--------------|--------------------|------|------|----------|
| | X3.1 | X3.2 | X3.3 | Total X3 |
| 1 | 3 | 2 | 2 | 7 |
| 2 | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 3 | 2 | 4 | 5 | 11 |
| 4 | 2 | 4 | 4 | 10 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 6 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 7 | 2 | 2 | 3 | 7 |
| 8 | 3 | 2 | 3 | 8 |
| 9 | 2 | 2 | 2 | 6 |
| 10 | 3 | 5 | 5 | 13 |
| 11 | 2 | 4 | 3 | 9 |
| 12 | 2 | 2 | 1 | 5 |
| 13 | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 14 | 2 | 2 | 3 | 7 |
| 15 | 2 | 2 | 3 | 7 |
| 16 | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 17 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 18 | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 19 | 3 | 3 | 2 | 8 |
| 20 | 4 | 4 | 4 | 12 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | |
|----|---|---|---|----|
| 21 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 22 | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 24 | 3 | 3 | 2 | 8 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 26 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 27 | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 28 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 29 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 30 | 4 | 3 | 3 | 10 |
| 31 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 32 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 33 | 5 | 3 | 4 | 12 |
| 34 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 35 | 2 | 2 | 1 | 5 |
| 36 | 2 | 3 | 3 | 8 |
| 37 | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 38 | 4 | 2 | 2 | 8 |
| 39 | 3 | 3 | 2 | 8 |
| 40 | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 41 | 3 | 2 | 2 | 7 |
| 42 | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 43 | 3 | 2 | 3 | 8 |
| 44 | 3 | 3 | 4 | 10 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | |
|----|---|---|---|----|
| 45 | 4 | 2 | 2 | 8 |
| 46 | 2 | 1 | 2 | 5 |
| 47 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 48 | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 49 | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 50 | 2 | 1 | 2 | 5 |
| 51 | 1 | 2 | 2 | 5 |
| 52 | 3 | 4 | 3 | 10 |
| 53 | 2 | 1 | 2 | 5 |
| 54 | 2 | 2 | 2 | 6 |
| 55 | 2 | 2 | 2 | 6 |
| 56 | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 57 | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 58 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 59 | 3 | 1 | 2 | 6 |
| 60 | 4 | 2 | 2 | 8 |
| 61 | 3 | 4 | 4 | 11 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 63 | 2 | 2 | 3 | 7 |
| 64 | 2 | 2 | 3 | 7 |
| 65 | 1 | 3 | 2 | 6 |
| 66 | 4 | 4 | 2 | 10 |
| 67 | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 68 | 4 | 4 | 5 | 13 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | |
|----|---|---|---|----|
| 69 | 2 | 2 | 3 | 7 |
| 70 | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 71 | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 72 | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 73 | 4 | 3 | 4 | 11 |
| 74 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 75 | 3 | 3 | 3 | 9 |
| 76 | 1 | 1 | 2 | 4 |
| 77 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 79 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 80 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 81 | 3 | 3 | 4 | 10 |
| 82 | 4 | 2 | 4 | 10 |
| 83 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 84 | 3 | 3 | 2 | 8 |
| 85 | 4 | 5 | 5 | 14 |
| 86 | 2 | 1 | 3 | 6 |
| 87 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 88 | 4 | 2 | 2 | 8 |
| 89 | 4 | 4 | 5 | 13 |
| 90 | 3 | 1 | 3 | 7 |
| 91 | 4 | 5 | 3 | 12 |
| 92 | 3 | 4 | 5 | 12 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | |
|-----|---|---|---|----|
| 93 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 94 | 3 | 2 | 2 | 7 |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 15 |
| 96 | 4 | 4 | 4 | 12 |
| 97 | 5 | 4 | 4 | 13 |
| 98 | 5 | 5 | 4 | 14 |
| 99 | 4 | 4 | 3 | 11 |
| 100 | 5 | 4 | 5 | 14 |

Variabel Y Keputusan Pembelian

| No Responden | Keputusan Pembelian | | | | | | | Total Y |
|-----------------|---------------------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------------|
| | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | Y.7 | |
| 1 | 4 | 4 | 3 | 3 | 5 | 3 | 3 | 25 |
| 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 3 | 23 |
| 3 | 4 | 4 | 3 | 5 | 5 | 3 | 3 | 27 |
| 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 5 | 2 | 2 | 22 |
| 5 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 26 |
| 6 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 7 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 4 | 25 |
| 8 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 26 |
| 9 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 24 |
| 10 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 24 |

| | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 11 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 24 |
| 12 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 19 |
| 13 | 2 | 2 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 14 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 4 | 4 | 26 |
| 15 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 19 |
| 16 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 17 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 33 |
| 18 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 4 | 30 |
| 19 | 2 | 2 | 2 | 2 | 4 | 3 | 3 | 18 |
| 20 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 32 |
| 21 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 3 | 4 | 31 |
| 22 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 27 |
| 23 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 5 | 30 |
| 24 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 4 | 26 |
| 25 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 26 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 27 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 26 |
| 28 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 29 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 29 |
| 30 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 26 |
| 31 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 32 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 27 |
| 33 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 29 |
| 34 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 26 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 35 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 20 |
| 36 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 27 |
| 37 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 29 |
| 38 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 27 |
| 39 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 40 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 32 |
| 41 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 3 | 24 |
| 42 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 27 |
| 43 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 44 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 25 |
| 45 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 26 |
| 46 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 3 | 22 |
| 47 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 48 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 49 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 2 | 3 | 24 |
| 50 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 19 |
| 51 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 52 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 27 |
| 53 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 2 | 24 |
| 54 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 3 | 26 |
| 55 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 4 | 23 |
| 56 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 57 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 4 | 30 |
| 58 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 30 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | | | | |
|----|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 59 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 22 |
| 60 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 27 |
| 61 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 3 | 25 |
| 62 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 22 |
| 63 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 2 | 21 |
| 64 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 3 | 3 | 17 |
| 65 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 20 |
| 66 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 30 |
| 67 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 3 | 25 |
| 68 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 30 |
| 69 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 70 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 71 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 4 | 3 | 26 |
| 72 | 4 | 4 | 4 | 4 | 2 | 4 | 2 | 24 |
| 73 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 4 | 30 |
| 74 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 34 |
| 75 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 29 |
| 76 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 2 | 3 | 15 |
| 77 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 78 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 79 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 34 |
| 80 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 33 |
| 81 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 29 |
| 82 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 4 | 3 | 22 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | | | | |
|-----|---|---|---|---|---|---|---|----|
| 83 | 4 | 4 | 4 | 3 | 3 | 4 | 4 | 26 |
| 84 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 85 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 5 | 5 | 34 |
| 86 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 3 | 21 |
| 87 | 5 | 5 | 4 | 5 | 4 | 5 | 5 | 33 |
| 88 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 3 | 4 | 26 |
| 89 | 4 | 4 | 4 | 4 | 3 | 4 | 4 | 27 |
| 90 | 3 | 3 | 3 | 3 | 2 | 2 | 3 | 19 |
| 91 | 5 | 5 | 5 | 5 | 3 | 4 | 5 | 32 |
| 92 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 28 |
| 93 | 2 | 2 | 2 | 5 | 5 | 5 | 4 | 25 |
| 94 | 4 | 4 | 4 | 2 | 2 | 4 | 3 | 23 |
| 95 | 5 | 5 | 5 | 4 | 4 | 5 | 5 | 33 |
| 96 | 4 | 4 | 4 | 4 | 5 | 4 | 4 | 29 |
| 97 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 35 |
| 98 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 5 | 5 | 32 |
| 99 | 5 | 5 | 4 | 4 | 4 | 4 | 4 | 30 |
| 100 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 5 | 4 | 34 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 3 : Karakteristik Responden

JenisKelamin

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki-laki | 62 | 62,0 | 62,0 | 62,0 |
| | Perempuan | 38 | 38,0 | 38,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Usia

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 17-20 tahun | 10 | 10,0 | 10,0 | 10,0 |
| | 21-25 tahun | 20 | 20,0 | 20,0 | 30,0 |
| | 26-30 tahun | 14 | 14,0 | 14,0 | 44,0 |
| | 31-35 tahun | 8 | 8,0 | 8,0 | 52,0 |
| | >36 tahun | 48 | 48,0 | 48,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Pekerjaan

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Pelajar/Mahasiswa | 19 | 19,0 | 19,0 | 19,0 |
| | PNS | 7 | 7,0 | 7,0 | 26,0 |
| | Petani | 48 | 48,0 | 48,0 | 74,0 |
| | IRT | 23 | 23,0 | 23,0 | 97,0 |
| | TNI/POLRI | 3 | 3,0 | 3,0 | 100,0 |
| | Total | 100 | 100,0 | 100,0 | |

1. Uraian mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 4 : Hasil Uji Kualitas Data

Uji Validitas

1. Citra Merek (X1)

Correlations

| | | X1.1 | X1.2 | X1.3 | X1.4 | Citra Merek (X1) |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|------------------|
| X1.1 | Pearson Correlation | 1 | .768** | .598** | .526** | .823** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.2 | Pearson Correlation | .768** | 1 | .733** | .634** | .900** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X1.3 | Pearson Correlation | .598** | .733** | 1 | .754** | .898** |
| | | | | | | |

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | | |
|-----|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 1.4 | Pearson Correlation | .526** | .634** | .754** | 1 | .846** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 1.4 | Pearson Correlation | .823** | .900** | .898** | .846** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

2. Gaya Hidup (X2)

Correlations

| | | X2.1 | X2.2 | X2.3 | X2.4 | Gaya Hidup (X2) |
|------|---------------------|--------|--------|--------|--------|-----------------|
| X2.1 | Pearson Correlation | 1 | .692** | .542** | .714** | .867** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.2 | Pearson Correlation | .692** | 1 | .654** | .635** | .879** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.3 | Pearson Correlation | .542** | .654** | 1 | .582** | .808** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X2.4 | Pearson Correlation | .714** | .635** | .582** | 1 | .857** |

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | | |
|-----------------|---------------------|--------|--------|--------|--------|------|
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Gaya Hidup (X2) | Pearson Correlation | .867** | .879** | .808** | .857** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

3. Referensi Pengguna (X3)

Correlations

| | | X3.1 | X3.2 | X3.3 | Referensi Pengguna (X3) |
|-------------------------|---------------------|--------|--------|--------|-------------------------|
| X3.1 | Pearson Correlation | 1 | .647** | .546** | .837** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.2 | Pearson Correlation | .647** | 1 | .692** | .905** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| X3.3 | Pearson Correlation | .546** | .692** | 1 | .860** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Referensi Pengguna (X3) | Pearson Correlation | .837** | .905** | .860** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | |
| | N | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

4. Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

| | Y.1 | Y.2 | Y.3 | Y.4 | Y.5 | Y.6 | Y.7 | Keputusan Pembelian (Y) |
|---------------------|---------|---------|--------|--------|--------|--------|--------|-------------------------|
| Pearson Correlation | 1 | 1.000** | .878** | .734** | .419** | .500** | .579** | .893** |
| Sig. (2-tailed) | | 0,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Pearson Correlation | 1.000** | 1 | .878** | .734** | .419** | .500** | .579** | .893** |
| Sig. (2-tailed) | 0,000 | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Pearson Correlation | .878** | .878** | 1 | .733** | .401** | .481** | .562** | .862** |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Pearson Correlation | .734** | .734** | .733** | 1 | .622** | .499** | .549** | .854** |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Pearson Correlation | .419** | .419** | .401** | .622** | 1 | .409** | .471** | .661** |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Pearson Correlation | .500** | .500** | .481** | .499** | .409** | 1 | .686** | .728** |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 | ,000 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Penulisan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | | | | |
|---------------------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|--------|
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Pearson Correlation | .579** | .579** | .562** | .549** | .471** | .686** | 1 | .788** |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |
| Pearson Correlation | .893** | .893** | .862** | .854** | .661** | .728** | .788** | 1 |
| Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |
| N | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 | 100 |

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

Uji Reabilitas

1. Variabel Citra Merek (X1)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,889 | 4 |

2. Variabel Gaya Hidup (X2)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,875 | 4 |

3. Variabel Referensi Pengguna (X3)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,836 | 3 |

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| ,912 | 7 |

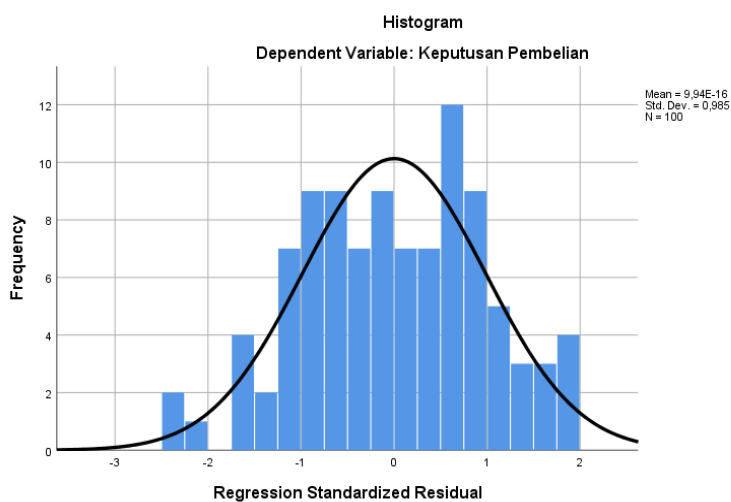
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

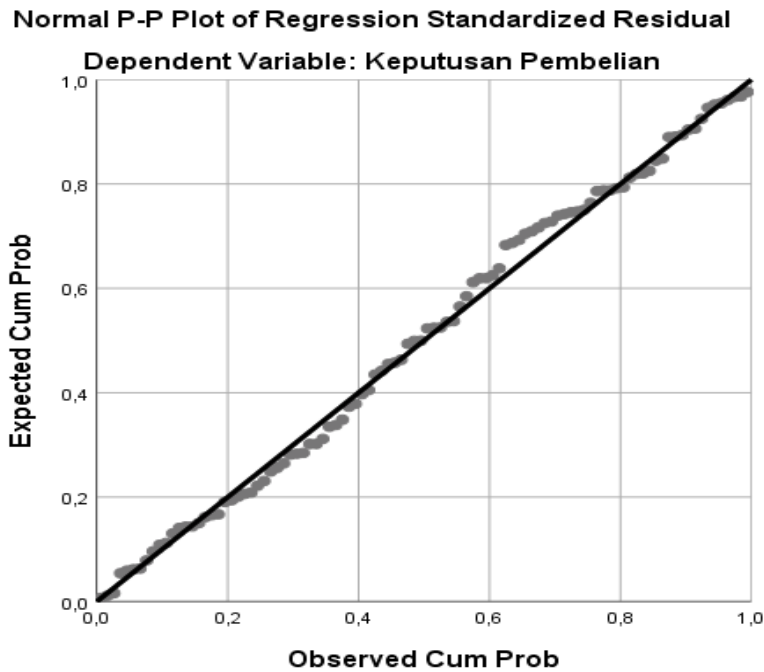
Lampiran 5 : Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

1. Histogram



2. Normal Plot Pp



3. Kolmogorov-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 100 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | ,0000000 |
| | Std. Deviation | 2,27475530 |
| Most Extreme Differences | Absolute | ,066 |
| | Positive | ,041 |
| | Negative | -,066 |
| Test Statistic | | ,066 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | ,200 ^{c,d} |

- Hak Cipta Universitas Singaperbangsa Karawang
- Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 - Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji Multikolinieritas

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. | Collinearity Statistics | |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|-------------------------|-------|
| | | B | Std. Error | Beta | | | Tolerance | VIF |
| 1 | (Constant) | 10,191 | ,970 | | 10,510 | ,000 | | |
| | Citra Merek | ,396 | ,114 | ,303 | 3,478 | ,001 | ,326 | 3,067 |
| | Gaya Hidup | ,484 | ,107 | ,366 | 4,539 | ,000 | ,382 | 2,617 |
| | Referensi Pengguna | ,497 | ,141 | ,288 | 3,518 | ,001 | ,370 | 2,703 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

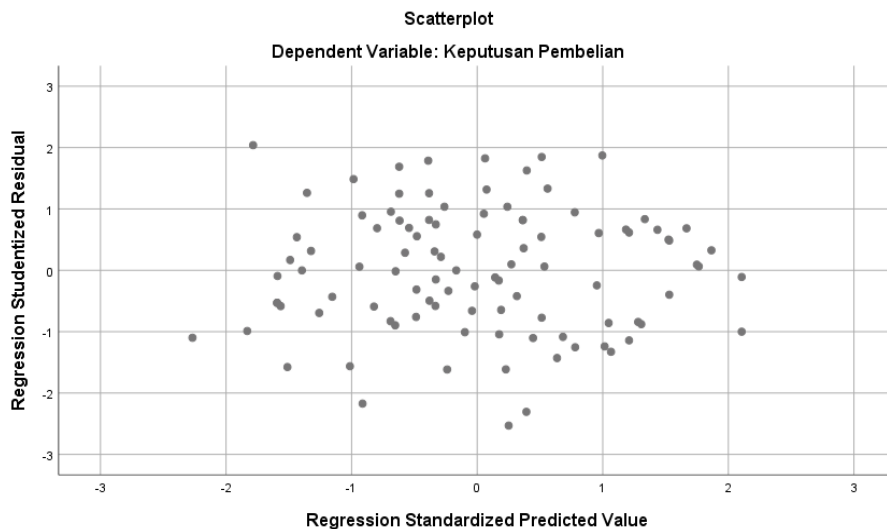
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Uji Heteroskedastisitas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Pampiran 6 : Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 10,191 | ,970 | | 10,510 | ,000 |
| | Citra Merek | ,396 | ,114 | ,303 | 3,478 | ,001 |
| | Gaya Hidup | ,484 | ,107 | ,366 | 4,539 | ,000 |
| | Referensi Pengguna | ,497 | ,141 | ,288 | 3,518 | ,001 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 7 : Uji Hipotesis

Uji Secara Parsial (Uji T)

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
|-------|-------------|-----------------------------|------------|--------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 12,663 | 1,097 | | 11,546 | ,000 |
| | Citra Merek | 1,044 | ,079 | ,800 | 13,220 | ,000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|--------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 12,777 | 1,084 | | 11,792 | ,000 |
| | Gaya Hidup | 1,061 | ,080 | ,802 | 13,282 | ,000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hak Cipta Diliindungi
© H K C I

1. Dilarang mengutip atau menjiplak isi tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|--------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 13,556 | 1,094 | | 12,388 | ,000 |
| | Referensi Pengguna | 1,350 | ,109 | ,783 | 12,443 | ,000 |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Secara Simultan (Uji F)

ANOVA^a

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|---------|-------------------|
| 1 | Regression | 1637,483 | 3 | 545,828 | 102,287 | ,000 ^b |
| | Residual | 512,277 | 96 | 5,336 | | |
| | Total | 2149,760 | 99 | | | |

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Referensi Pengguna, Gaya Hidup, Citra Merek

Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,873 ^a | ,762 | ,754 | 2,310 |

a. Predictors: (Constant), Referensi Pengguna, Gaya Hidup, Citra Merek

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 8 : Tabel r untuk df = 51-100

| 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 |
| 51 | 0.2284 | 0.2706 | 0.3188 | 0.3509 | 0.4393 |
| 52 | 0.2262 | 0.2681 | 0.3158 | 0.3477 | 0.4354 |
| 53 | 0.2241 | 0.2656 | 0.3129 | 0.3445 | 0.4317 |
| 54 | 0.2221 | 0.2632 | 0.3102 | 0.3415 | 0.4280 |
| 55 | 0.2201 | 0.2609 | 0.3074 | 0.3385 | 0.4244 |
| 56 | 0.2181 | 0.2586 | 0.3048 | 0.3357 | 0.4210 |
| 57 | 0.2162 | 0.2564 | 0.3022 | 0.3328 | 0.4176 |
| 58 | 0.2144 | 0.2542 | 0.2997 | 0.3301 | 0.4143 |
| 59 | 0.2126 | 0.2521 | 0.2972 | 0.3274 | 0.4110 |
| 60 | 0.2108 | 0.2500 | 0.2948 | 0.3248 | 0.4079 |
| 61 | 0.2091 | 0.2480 | 0.2925 | 0.3223 | 0.4048 |
| 62 | 0.2075 | 0.2461 | 0.2902 | 0.3198 | 0.4018 |
| 63 | 0.2058 | 0.2441 | 0.2880 | 0.3173 | 0.3988 |
| 64 | 0.2042 | 0.2423 | 0.2858 | 0.3150 | 0.3959 |
| 65 | 0.2027 | 0.2404 | 0.2837 | 0.3126 | 0.3931 |

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

| | | | | | |
|----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 66 | 0.2012 | 0.2387 | 0.2816 | 0.3104 | 0.3903 |
| 67 | 0.1997 | 0.2369 | 0.2796 | 0.3081 | 0.3876 |
| 68 | 0.1982 | 0.2352 | 0.2776 | 0.3060 | 0.3850 |
| 69 | 0.1968 | 0.2335 | 0.2756 | 0.3038 | 0.3823 |
| 70 | 0.1954 | 0.2319 | 0.2737 | 0.3017 | 0.3798 |
| 71 | 0.1940 | 0.2303 | 0.2718 | 0.2997 | 0.3773 |
| 72 | 0.1927 | 0.2287 | 0.2700 | 0.2977 | 0.3748 |
| 73 | 0.1914 | 0.2272 | 0.2682 | 0.2957 | 0.3724 |
| 74 | 0.1901 | 0.2257 | 0.2664 | 0.2938 | 0.3701 |
| 75 | 0.1888 | 0.2242 | 0.2647 | 0.2919 | 0.3678 |
| 76 | 0.1876 | 0.2227 | 0.2630 | 0.2900 | 0.3655 |
| 77 | 0.1864 | 0.2213 | 0.2613 | 0.2882 | 0.3633 |
| 78 | 0.1852 | 0.2199 | 0.2597 | 0.2864 | 0.3611 |
| 79 | 0.1841 | 0.2185 | 0.2581 | 0.2847 | 0.3589 |
| 80 | 0.1829 | 0.2172 | 0.2565 | 0.2830 | 0.3568 |
| 81 | 0.1818 | 0.2159 | 0.2550 | 0.2813 | 0.3547 |
| 82 | 0.1807 | 0.2146 | 0.2535 | 0.2796 | 0.3527 |
| 83 | 0.1796 | 0.2133 | 0.2520 | 0.2780 | 0.3507 |
| 84 | 0.1786 | 0.2120 | 0.2505 | 0.2764 | 0.3487 |
| 85 | 0.1775 | 0.2108 | 0.2491 | 0.2748 | 0.3468 |
| 86 | 0.1765 | 0.2096 | 0.2477 | 0.2732 | 0.3449 |
| 87 | 0.1755 | 0.2084 | 0.2463 | 0.2717 | 0.3430 |
| 88 | 0.1745 | 0.2072 | 0.2449 | 0.2702 | 0.3412 |
| 89 | 0.1735 | 0.2061 | 0.2435 | 0.2687 | 0.3393 |

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

| | | | | | |
|-----|--------|--------|--------|--------|--------|
| 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 |

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumbernya.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lampiran 9 : Titik Persentase Distribusi t (df =81 – 120)

| Pr | 0.25 | 0.10 | 0.05 | 0.025 | 0.01 | 0.005 | 0.001 |
|----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| Df | 0.50 | 0.20 | 0.10 | 0.050 | 0.02 | 0.010 | 0.002 |
| 81 | 0.67753 | 1.29209 | 1.66388 | 1.98969 | 2.37327 | 2.63790 | 3.19392 |
| 82 | 0.67749 | 1.29196 | 1.66365 | 1.98932 | 2.37269 | 2.63712 | 3.19262 |
| 83 | 0.67746 | 1.29183 | 1.66342 | 1.98896 | 2.37212 | 2.63637 | 3.19135 |
| 84 | 0.67742 | 1.29171 | 1.66320 | 1.98861 | 2.37156 | 2.63563 | 3.19011 |
| 85 | 0.67739 | 1.29159 | 1.66298 | 1.98827 | 2.37102 | 2.63491 | 3.18890 |
| 86 | 0.67735 | 1.29147 | 1.66277 | 1.98793 | 2.37049 | 2.63421 | 3.18772 |
| 87 | 0.67732 | 1.29136 | 1.66256 | 1.98761 | 2.36998 | 2.63353 | 3.18657 |
| 88 | 0.67729 | 1.29125 | 1.66235 | 1.98729 | 2.36947 | 2.63286 | 3.18544 |
| 89 | 0.67726 | 1.29114 | 1.66216 | 1.98698 | 2.36898 | 2.63220 | 3.18434 |
| 90 | 0.67723 | 1.29103 | 1.66196 | 1.98667 | 2.36850 | 2.63157 | 3.18327 |
| 91 | 0.67720 | 1.29092 | 1.66177 | 1.98638 | 2.36803 | 2.63094 | 3.18222 |
| 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 |

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagai tulisan dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

| | | | | | | | |
|-----|---------|---------|---------|---------|---------|---------|---------|
| 100 | 0.67695 | 1.29007 | 1.66023 | 1.98397 | 2.36422 | 2.62589 | 3.17374 |
| 101 | 0.67693 | 1.28999 | 1.66008 | 1.98373 | 2.36384 | 2.62539 | 3.17289 |
| 102 | 0.67690 | 1.28991 | 1.65993 | 1.98350 | 2.36346 | 2.62489 | 3.17206 |
| 103 | 0.67688 | 1.28982 | 1.65978 | 1.98326 | 2.36310 | 2.62441 | 3.17125 |
| 104 | 0.67686 | 1.28974 | 1.65964 | 1.98304 | 2.36274 | 2.62393 | 3.17045 |
| 105 | 0.67683 | 1.28967 | 1.65950 | 1.98282 | 2.36239 | 2.62347 | 3.16967 |
| 106 | 0.67681 | 1.28959 | 1.65936 | 1.98260 | 2.36204 | 2.62301 | 3.16890 |
| 107 | 0.67679 | 1.28951 | 1.65922 | 1.98238 | 2.36170 | 2.62256 | 3.16815 |
| 108 | 0.67677 | 1.28944 | 1.65909 | 1.98217 | 2.36137 | 2.62212 | 3.16741 |
| 109 | 0.67675 | 1.28937 | 1.65895 | 1.98197 | 2.36105 | 2.62169 | 3.16669 |
| 110 | 0.67673 | 1.28930 | 1.65882 | 1.98177 | 2.36073 | 2.62126 | 3.16598 |
| 111 | 0.67671 | 1.28922 | 1.65870 | 1.98157 | 2.36041 | 2.62085 | 3.16528 |
| 112 | 0.67669 | 1.28916 | 1.65857 | 1.98137 | 2.36010 | 2.62044 | 3.16460 |
| 113 | 0.67667 | 1.28909 | 1.65845 | 1.98118 | 2.35980 | 2.62004 | 3.16392 |
| 114 | 0.67665 | 1.28902 | 1.65833 | 1.98099 | 2.35950 | 2.61964 | 3.16326 |
| 115 | 0.67663 | 1.28896 | 1.65821 | 1.98081 | 2.35921 | 2.61926 | 3.16262 |
| 116 | 0.67661 | 1.28889 | 1.65810 | 1.98063 | 2.35892 | 2.61888 | 3.16198 |
| 117 | 0.67659 | 1.28883 | 1.65798 | 1.98045 | 2.35864 | 2.61850 | 3.16135 |
| 118 | 0.67657 | 1.28877 | 1.65787 | 1.98027 | 2.35837 | 2.61814 | 3.16074 |
| 119 | 0.67656 | 1.28871 | 1.65776 | 1.98010 | 2.35809 | 2.61778 | 3.16013 |
| 120 | 0.67654 | 1.28865 | 1.65765 | 1.97993 | 2.35782 | 2.61742 | 3.15954 |

Lampiran 10 : Tabel f

| df untuk penyebut (N2) | df untuk pembilang (N1) | | | | | | | | | | | |
|------------------------|-------------------------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 1 | 3.95 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.90 | 1.86 |
| 2 | 3.94 | 3.10 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.94 | 1.89 | 1.86 |
| 3 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 |
| 4 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 |
| 5 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.20 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.86 |
| 6 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 |



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

| | | | | | | | | | | | | | |
|---|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| Hak | 97 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.47 | 2.31 | 2.19 | 2.11 | 2.04 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 |
| 1. D | 98 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 |
| lindungi Undang-Undang | 99 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.98 | 1.93 | 1.89 | 1.85 |
| mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengantumkan dan menyebutkan sumber: | 100 | 3.94 | 3.09 | 2.70 | 2.46 | 2.31 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.89 | 1.85 |
| | 101 | 3.94 | 3.09 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.93 | 1.88 | 1.85 |
| | 102 | 3.93 | 3.09 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 |
| | 103 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 |
| | 104 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 |
| | 105 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.85 |
| | 106 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.19 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 |
| | 107 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.18 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 |
| | 108 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.46 | 2.30 | 2.18 | 2.10 | 2.03 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 |
| | 109 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 |
| | 110 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 |
| | 111 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.97 | 1.92 | 1.88 | 1.84 |
| | 112 | 3.93 | 3.08 | 2.69 | 2.45 | 2.30 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.92 | 1.88 | 1.84 |
| | 113 | 3.93 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.92 | 1.87 | 1.84 |
| | 114 | 3.92 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 |

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

| | | | | | | | | | | | | |
|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 115 | 3.92 | 3.08 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 |
| 116 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 |
| 117 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 |
| 118 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.84 |
| 119 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 |
| 120 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.18 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 |
| 121 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 |
| 122 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.09 | 2.02 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 |
| 123 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.45 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 |
| 124 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 |
| 125 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.96 | 1.91 | 1.87 | 1.83 |
| 126 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.87 | 1.83 |
| 127 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.86 | 1.83 |
| 128 | 3.92 | 3.07 | 2.68 | 2.44 | 2.29 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.91 | 1.86 | 1.83 |
| 129 | 3.91 | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 |
| 130 | 3.91 | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 |
| 131 | 3.91 | 3.07 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 |
| 132 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 |

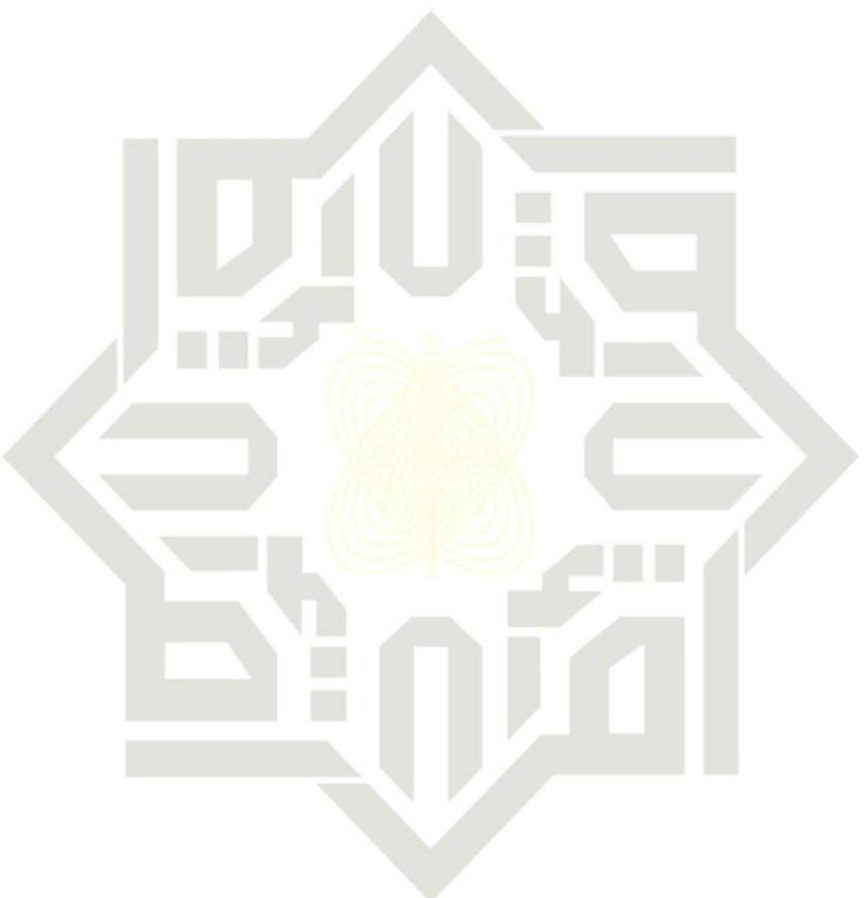
| | | | | | | | | | | | | |
|-----|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|------|
| 133 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 |
| 134 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.83 |
| 135 | 3.91 | 3.06 | 2.67 | 2.44 | 2.28 | 2.17 | 2.08 | 2.01 | 1.95 | 1.90 | 1.86 | 1.82 |

133
134
135

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

BIOGRAFI PENULIS

- Hak cipta ©
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Irfan, atau akrab disebut irfan, Lahir di Harapan Jaya, 27 April 2000. Penulis merupakan anak pertama dari ayahanda **Hartoyo** dan ibunda **Jumrah**. Riwayat pendidikan formal yang ditempuh penulis ialah SD Negeri 020 Harapan Jaya dan SMP pada Tahun 2012. Pendidikan SMP Negeri 2 Kempas tamat pada Tahun 2015. Pendidikan SMK Negeri 1 Rengat tamat pada Tahun 2018. Tahun 2019 penulis melanjutkan studi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau program Studi S1 Manajemen dengan konsentrasi Manajemen Pemasaran di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial.

Selama perkuliahan, Penulis melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH CITRA MEREK, GAYA HIDUP DAN REFERENSI PENGGUNA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR PCX MEREK HONDA PADA CV. HONDA MAS (ANGAU) KECAMATAN KEMPAS”** pada tanggal 12 Januari 2023 penulis mengikuti ujian Seminar Proposal di Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial dan dinyatakan **“LULUS”** dan pada tanggal 26 Juni 2023 penulis mengikuti ujian Munaqasah secara offline dan dinyatakan **“LULUS”** dan layak menyandang gelar Sarjana Ekonomi (SE)