

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, PERSEPSI HARGA DAN SELERA
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN
SEHAT (STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNTAG
SURABAYA)**



Oleh :

SINDY MAHARANI
NBI : 1212000137

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

SKRIPSI

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, PERSEPSI HARGA DAN SELERA
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN
SEHAT (STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNTAG
SURABAYA)**



Oleh :

SINDY MAHARANI

NBI : 1212000137

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

**PENGARUH *BRAND AWARENESS*, PERSEPSI HARGA DAN SELERA
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN
SEHAT (STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNTAG
SURABAYA)**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi persyaratan guna
mendapatkan Gelar Sarjana Ekonomi
Program Studi Manajemen
Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Oleh :

Sindy Maharani

NBI : 1212000137

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA**

2024

LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING

Nama Lengkap : Sindy Maharani
NBI : 1212000137
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Awareness*, Persepsi Harga dan Selera Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sehat (Studi Pada Mahasiswa Untag Surabaya)

Surabaya, 21 Desember 2023

Mengetahui / Menyetujui

Pembimbing,



Dra. EC. Ratnaningsih S.Y, MM

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Dipertahankan didepan sidang Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya dan dinyatakan di terima untuk memenuhi syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada tanggal 5 Januari 2024

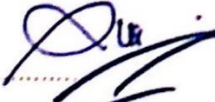
TIM PENGUJI

Tanda Tangan

1. Dr. Estik Hari Prastiwi, SE, MM

Ketua : 

2. Dra. Ec. Ratnaningsih S.Y, MM

Anggota : 

3. Dr. A. Yanu Alif Fianto, S.T., MBA

Anggota : 

Mengesahkan
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945
Surabaya Dekan



Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA.

SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT

Saya, yang bertanda tangan dibawah ini :

1. Nama Lengkap (KTP) : Sindy Maharani
2. NBI : 1212000137
3. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
4. Program Studi : Manajemen
5. NIK (KTP) : 3518031311010001
6. Alamat Rumah (KTP) : Jl. Kampung malang wetan 1, Surabaya

Dengan ini menyatakan skripsi yang berjudul :

“Pengaruh *Brand Awareness* Persepsi Harga, dan Selera Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sehat (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Untag Surabaya)”

Adalah benar-benar hasil rancangan, tulisan dan pemikiran saya sendiri, dan bukan merupakan hasil plagiat atau menyalin atau menyadur dari karya tulis ilmiah orang lain baik berupa Artikel, Skripsi, Tesis maupun Disertasi.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, jika dikemudian hari ternyata terbukti bahwa Skripsi yang saya tulis adalah hasil Plagiat maka saya bersedia menerima sanksi apapun atas perbuatan saya dan bertanggung jawab secara mandiri tanpa ada sangkut pautnya dengan Dosen Pembimbing dan Kelembagaan Fak. Ekonomi dan Bisnis Untag Surabaya.

Surabaya, 15 Januari 2024

Yang Membuat,


17AKX827249101
(Sindy Maharani)



UNIVERSITAS
17 AGUSTUS 1945
SURABAYA
SURABAYA

BADAN PERPUSTAKAAN
Jl. SEMOLOWARU 45

TELP. 031 593 1800 (Ext. 311)
e-mail: perpus@untag-sby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai Civitas Akademik Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Sindy Maharani
NBI : 1212000137
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Program Studi : Manajemen
Jenis Karya : Skripsi/ Tesis/ Disertasi/ Laporan Penelitian/ Praktek

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya menyetujui untuk memberikan kepada Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya *Hak Bebas Royalti Noneklusif (Nonexclusive Royalty-Free Right)*, atas karya saya yang berjudul:

“PENGARUH *BRAND AWARENESS*, PERSEPSI HARGA DAN SELERA KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MIE INSTAN SEHAT (STUDI PADA MAHASISWA MANAJEMEN UNTAG SURABAYA)”

Dengan Hak Bebas Royalti Noneklusif (*Nonexclusive Royalty-Free Right*), Badan Perpustakaan Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya berhak menyimpan, mengalihkan media atau memformatkan, mengolah dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, mempublikasikan karya ilmiah saya selama tetap tercantum.

Dibuat di : Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Pada Tanggal : 22 Januari 2024

*Coret yang tidak perlu

Yang Menyatakan,



KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga saya diberikan kesempatan untuk melanjutkan pendidikan Program Sarjana Ekonomi dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kebanggaan. Saya mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu dan membimbing saya dalam menempuh pendidikan dan menyelesaikan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya saya tunjukkan kepada :

1. Dra. EC Ratnaningsih SY.MM. selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak memberikan pengarahan, bimbingan, serta tambahan ilmu dan wawasannya. Saya sangat berterima kasih kepada beliau atas waktu yang telah diberikan untuk membimbing, mengoreksi, dan memberikan saran dalam pelaksanaan penelitian serta penulisan skripsi ini. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
2. Prof. Dr. Mulyanto Nugroho, MM., CMA., CPAI. selaku Rektor Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk menuntut ilmu dan menyelesaikan pendidikan Program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
3. Prof. Dr. H. Slamet Riyadi, M.Si., Ak., CA. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, atas kesempatan dan bimbingan serta fasilitas yang telah diberikan kepada saya selama menempuh pendidikan perkuliahan program Sarjana Ekonomi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya.
4. Dr. Ulfi Pristiana, M.Si. selaku Kepala Program Studi Manajemen, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, yang telah memberikan kesempatan kepada saya untuk boleh melaksanakan penelitian. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
5. Kepada kedua orang tua saya tercinta yang berjasa dalam kehidupan saya Ayah dan Ibu yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang kepada penulis, doa dan motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak

terhingga kepada penulis. Terimakasih selalu berjuang untuk kehidupan penulis.

6. Bapak dan Ibu penguji yang telah memberikan waktu untuk pengarahan dan menambah wawasan keilmuan saya serta memberikan saran yang terbaik selama pelaksanaan penelitian hingga sidang skripsi. Terima kasih juga saya ucapkan karena telah banyak membantu kelancaran proses perkuliahan saya.
7. Seluruh Staff dan Karyawan Tata Usaha di Fakultas Ekonomi dan Bisnis serta seluruh keluarga besar Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang telah banyak membantu dan mendukung saya dari awal perkuliahan hingga akhir ujian skripsi ini.
8. Kepada adik tercinta Salwa Novia Zahra, terimakasih sudah menghibur dan menemani selama proses penyusunan skripsi ini.
9. Kepada sahabat tercinta Dwi Sri Devi Laila Mukaromah yang selalu memberikan semangat dan dukungan, serta doa sehingga penulis lebih giat untuk menyelesaikan skripsi ini.
10. Kepada teman-teman seperjuangan Tiara, Chintia, Riris Friska, Tika, Devina, Nina, dan Geby yang telah memberikan penulis semangat dan selalu menghibur, sehingga penulis dapat menjalani proses perkuliahan hingga akhir dengan baik.
11. Kepada Chillo dan Miu-Miu terimakasih telah hadir di kehidupan saya, kalian menghibur penulis disaat lagi sedih.
12. Kepada Yoongi yang jauh disana, yang menjadi penyemangat di kehidupan saya untuk saat ini, dan menjadi support system dalam menulis skripsi hingga selesai, serta seluruh anggota BTS lainnya (Kim Namjoon, Kim Seokjin, Min Yoongi, Jung Hoesok, Park Jimin Kim Taehyung, & Jeon Jungkook)
13. Semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu memberikan semangat dan dukungan.
14. *Last but not least*, terima kasih untuk diri sendiri, karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini. Mampu menyelesaikan apa yang sudah dimulai dan mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan, melawan rasa malas dan tak pernah memutuskan menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan menyelesaikan sebaik dan semaksimal mungkin. Terimakasih sudah mampu bertahan.

Dengan segala kelebihan dan kekurangan yang ada saya menyadari bahwa masih banyak kekurangan dalam skripsi ini dan saya dengan senang hati menerima saran maupun kritik untuk perbaikan. Motto hidup “Hidup itu sulit dan segala sesuatunya tidak selalu berjalan dengan baik, namun kita harus berani dan tetap melanjutkan hidup.” (SUGA, BTS).

Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi saya dan para pembaca, Terima kasih.

Surabaya, 22 Desember 2023

RINGKASAN

Mie instan sehat merupakan varian produk mie instan yang diformulasikan dengan focus pada nilai Kesehatan. Dalam konteks ini, karakteristik produk mencakup bahan baku yang lebih sehat dan berkualitas, serta manfaat Kesehatan yang diunggulkan. Berbagai macam Merek mie instan sehat dengan harga yang ditawarkan mampu menciptakan pilihan beragam bagi konsumen yang mengutamakan Kesehatan dalam kehidupan sehari-hari. Meskipun harga produk cenderung berada pada kisaran yang lebih tinggi dibandingkan dengan mie instan konvensional, namun mie instan sehat menawarkan nilai tambah yang signifikan dalam aspek Kesehatan. Penelitian ini menjadikan mahasiswa UNTAG prodi Manajemen sebagai objek penelitian penulis.

Penelitian ini memfokuskan peran 3 faktor yaitu *Brand Awareness*, Persepsi Harga, Selera Konsumen, dalam membentuk Keputusan Pembelian Mie Instan Sehat. Tujuan penelitian yang dicapai sesuai dengan rumusan masalah yang telah dipaparkan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui, menganalisis, dan menjawab Pengaruh *Brand Awareness*, Persepsi Harga, Dan Selera Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Mie Instan Sehat. (Studi Pada Mahasiswa Manajemen Untag Surabaya). Populasi dalam penelitian ini yakni sejumlah 1336 mahasiswa aktif. Dengan menghasilkan sampel sebanyak 93 responden dengan menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Dalam penelitian ini, metode pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner dengan menggunakan jenis data kuantitatif. Teknik analisis data yang digunakan adalah Uji Dekriptif, Uji t, Uji F, Uji Koefisien Determinasi (R^2), Uji Validitas, Uji Regresi Linier Berganda, dan Uji Asumsi Klasik. Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan SPSS Versi 27.

Berdasarkan analisis data, dan pembahasan yang telah di jelaskan pada setiap bab dan dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. *Brand Awareness* (X3) dan Persepsi Harga (X2) secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mie instan sehat pada mahasiswa Manajemen UNTAG Surabaya.
2. Selera Konsumen secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mie instan sehat pada mahasiswa Manajemen UNTAG Surabaya.
3. *Brand Awareness*, Persepsi Harga, dan Selera Konsumen secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian Mien Instan Sehat pada Mahasiswa UNTAG Surabaya.

SUMMARY

Healthy instant noodles are variants of instant noodle products formulated with a focus on health values. In this context, product characteristics include healthier and quality raw materials, as well as superior health benefits. Various brands of healthy instant noodles at prices offered are able to create diverse choices for consumers who prioritize health in everyday life. Although the price of the product tends to be in a higher range compared to conventional instant noodles, healthy instant noodles offer significant added value in the health aspect. This research makes UNTAG Management study program students the object of the author's research.

This study focuses on the role of 3 factors, namely *Brand Awareness*, *Price Perception*, *Consumer Taste*, in shaping *Healthy Instant Noodle Purchasing Decisions*. The purpose of the research achieved in accordance with the formulation of the problem that has been described in this study is to know, analyze, and answer the influence of brand awareness, price perception, and consumer tastes on healthy instant noodle purchasing decisions. (Study on Management Students of Untag Surabaya). The population in this study was 1336 active students. By producing a sample of 93 respondents using *the Purposive Sampling Technique*. In this study, the data collection method was through the distribution of questionnaires using quantitative data types. The data analysis techniques used are Descriptive Test, t Test, F Test, Determenation Coefficient Test (R^2), Validity Test, Multiple Linear Regression Test, and Classical Assumption Test. Data processing in this study used SPSS Version 27.

Based on data analysis, and the discussion that has been explained in each chapter and can be concluded as follows:

1. Brand Awareness (X3) and Price Perception (X2) partially have a positive but not significant effect on the decision to purchase healthy instant noodles among UNTAG Surabaya Management students.
2. Consumer tastes partially have a positive and significant effect on purchasing decisions for healthy instant noodles among UNTAG Surabaya Management students.
3. Brand Awareness, Price Perception, and Consumer Taste simultaneously have a significant influence on the decision to purchase Healthy Instant Noodles among UNTAG Surabaya Students.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari variable Brand Awareness, Persepsi Harga, dan Selera Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Mie instan sehat pada Mahasiswa Manajemen UNTAG Surabaya dengan parsial dan simultan. Data yang diperoleh dalam penelitian ini yaitu menggunakan kuesioner yang melalui google form. Dengan populasi sebanyak 1336 Mahasiswa aktif dan menghasilkan sampel yang diteliti 93 responden dengan perhitungan menggunakan rumus Yamane. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian yaitu Kuantitatif. Analisis data yang digunakan diantaranya Uji Dekriptif, Uji t, Uji F, Uji Koefisien Determinasi (R^2), Uji Instrumen, Uji Regresi Linier Berganda, dan Uji Asumsi Klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa variable *Brand Awareness*, dan Persepsi Harga secara parsial berpengaruh positif tetapi tidak signifikan terhadap Keputusan Pembelian Mie instan sehat. Lain halnya dengan variable Selera Konsumen memberikan hasil secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian. Dan secara simultan atau secara bersama-sama variable *Brand Awareness*, Persepsi Harga, dan Selera Konsumen berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian.

Kata Kunci: *Brand Awareness*, Persepsi Harga, Selera Konsumen, Keputusan Pembelian

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of Brand Awareness, Price Perception, and Consumer Taste variables on Purchasing Decisions of healthy instant noodles in UNTAG Surabaya Management Students partially and simultaneously. The data obtained in this study was using a questionnaire through a google form. With a population of 1336 active students and produced a sample of 93 respondents with calculations using the Yamane formula. The research method used in research is Quantitative. Data analysis used includes Descriptive Test, t Test, F Test, Determenation Coefficient Test (R^2), Instrument Test, Multiple Linear Regression Test, and Classical Assumption Test. The results showed that the variables Brand Awareness, and Price Perception partially had a positive but not significant effect on the Purchase Decision of healthy instant noodles. On the other hand, with the variable Consumer Taste, it provides partial results that have a positive and significant effect on Purchasing Decisions. And simultaneously or together the variables Brand Awareness, Price Perception, and Consumer Tastes have a significant influence on Purchasing Decisions.

Keywords: *Brand Awareness, Price Perception, Consumer Taste, Decision Purchase*

DAFTAR ISI

| | |
|---|-------|
| COVER LUAR..... | i |
| SAMPUL DALAM | ii |
| LEMBAR PENGESAHAN PEMBIMBING | iii |
| LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI | iv |
| SURAT PERNYATAAN ANTI PLAGIAT | v |
| LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI | vi |
| KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS | vi |
| KATA PENGANTAR..... | vii |
| RINGKASAN..... | x |
| SUMMARY | xi |
| ABSTRAK | xii |
| ABSTRACT | xiii |
| DAFTAR ISI | xiv |
| DAFTAR GAMBAR..... | xviii |
| DAFTAR TABEL | xix |
| DAFTAR LAMPIRAN | xx |
| BAB 1..... | 1 |
| PENDAHULUAN | 1 |
| 1.1 LATAR BELAKANG..... | 1 |
| 1.2. RUMUSAN MASALAH..... | 6 |
| 1.3. TUJUAN PENELITIAN | 7 |
| 1.4 MANFAAT PENELITIAN..... | 8 |
| 1.4.1 Manfaat Akademis..... | 8 |
| 1.4.2 Manfaat Praktis..... | 8 |
| BAB II..... | 9 |
| KAJIAN PUSTAKA | 9 |
| 2.1 KAJIAN TEORI | 9 |
| 2.1.1 Pemasaran..... | 9 |

| | |
|---|-----------|
| 2.1.2 Manajemen Pemasaran | 10 |
| 2.1.3 Perilaku Konsumen..... | 11 |
| 2.1.4 Keputusan Pembelian | 12 |
| 2.1.5 Brand Awareness..... | 13 |
| 2.1.6 Persepsi Harga | 16 |
| 2.1.7 Selera Konsumen..... | 17 |
| 2.2 PENELITIAN TERDAHULU | 18 |
| 2.3 HUBUNGAN ANTAR VARIABEL..... | 21 |
| 2.3.1 Hubungan antara Brand Awareness terhadap Keputusan Pembelian..... | 21 |
| 2.3.2 Hubungan antara Persepsi Harga terhadap Keputusan Pembelian..... | 21 |
| 2.3.3 Hubungan antara Selera Konsumen terhadap Keputusan Pembelian..... | 21 |
| 2.4 KERANGKA KONSEPTUAL | 23 |
| 2.5 HIPOTESIS | 24 |
| BAB III..... | 27 |
| METODE PENELITIAN..... | 27 |
| 3.1 DESAIN PENELITIAN..... | 27 |
| 3.2 TEMPAT DAN WAKTU PENELITIAN | 27 |
| 3.3 JENIS PENELITIAN DAN SUMBER DATA..... | 27 |
| 3.3.1 Jenis Data..... | 27 |
| 3.3.2 Sumber Data | 28 |
| 3.4 POPULASI DAN SAMPEL..... | 28 |
| 3.4.1 Populasi | 28 |
| 3.4.2 Sampel..... | 28 |
| 3.5 TEKNIK PENGUMPULAN SAMPEL | 29 |
| 3.5.1 Pengukuran Instrumen | 29 |
| 3.6 DEFINISI VARIABEL DAN DEFINISI OPERASIONAL..... | 30 |
| 3.6.1 Definisi Variabel..... | 30 |
| 3.6.2 Definisi Operasional | 31 |
| 3.7 PROSES PENGOLAHAN DATA | 32 |

| | |
|--|----|
| 3.8 METODE ANALISIS DATA | 33 |
| 3.8.1 Uji Instrumen | 33 |
| 3.8.2 Uji Asumsi Klasik..... | 34 |
| 3.9 ANALISIS DATA DAN TEKNIK PENGUJIAN HIPOTESIS | 35 |
| 3.9.1 Analisis Data | 35 |
| 3.9.2 Teknik Pengujian Hipotesis | 36 |
| BAB IV..... | 39 |
| HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN | 39 |
| 4.1 MIE INSTAN SEHAT | 39 |
| 4.2 ANALISIS DESKRIPTIF | 40 |
| 4.2.1 Deskripsi Karakteristik Responden..... | 40 |
| 4.3 HASIL UJI INSTRUMEN..... | 46 |
| 4.3.1 Hasil Uji Validitas | 46 |
| 4.3.2 Uji Realibilitas | 47 |
| 4.4 ANALISI DATA | 48 |
| 4.4.1 Uji Asumsi Klasik..... | 48 |
| 4.4.2 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda | 50 |
| 4.5 PENGUJIAN HIPOTESIS | 51 |
| 4.5.1 Uji t..... | 51 |
| 4.5.2 Uji F..... | 53 |
| 4.5.3 Koefisien Determinasi (R^2)..... | 53 |
| 4.6 PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN..... | 55 |
| BAB V..... | 57 |
| PENUTUP | 57 |
| 5.1 SIMPULAN..... | 57 |
| 5.2 SARAN..... | 58 |
| DAFTAR PUSTAKA | 59 |
| LAMPIRAN | 59 |

DAFTAR GAMBAR

| | |
|--|----|
| Gambar 1.1 Data Konsumsi Mie Instan terbanyak | 1 |
| Gambar 2.1 Daftar Rekomendasi Mie Instan Sehat di Indonesia..... | 3 |
| Gambar 2.1 Piramida Tingkatan Kesadaran | 15 |
| Gambar 2.2 Kerangka Konseptual..... | 23 |

DAFTAR TABEL

| | |
|--|----|
| Tabel 3.1 Skala Likert dan Skor Jawaban | 29 |
| Tabel 4 1 Karakteristik Jenis Kelamin Responden..... | 40 |
| Tabel 4 2 Karakteristik Usia Responden..... | 40 |
| Tabel 4 3 Karakteristik Pembelian Responden | 41 |
| Tabel 4 4 Program Studi Reponden | 41 |
| Tabel 4 5 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Brand Awareness (X1)..... | 42 |
| Tabel 4.7 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Persepsi Harga (X2)..... | 43 |
| Tabel 4.8 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Selera Konsumen (X3) | 44 |
| Tabel 4.9 Hasil Analisis Deskripsi Variabel Keputusan Pembelian (Y)..... | 45 |
| Tabel 4.10 Hasil Uji Validasi | 46 |
| Tabel 4.11 Hasil Uji Realibilitas..... | 48 |
| Tabel 4 12 Hasil Kolmogrov - Smirnov..... | 48 |
| Tabel 4 13 Hasil Uji Multikolinearitas..... | 49 |
| Tabel 4 14 Hasil Uji Heteroskedasitas | 49 |
| Tabel 4 15 Hasil Regresi Linier Berganda | 50 |
| Tabel 4 16 Hasil Uji t | 52 |
| Tabel 4 17 Hasil Uji F | 53 |
| Tabel 4 18 Hasil Uji Koefisien Determinasi | 54 |

DAFTAR LAMPIRAN

| | |
|--|----|
| Lampiran 1 Surat Persetujuan dari Universitas 17 Agustus Surabaya..... | 63 |
| Lampiran 2 Foto Copy Kartu Bimbingan Skripsi..... | 64 |
| Lampiran 3 Kuesioner | 65 |
| Lampiran 4 Tabulasi Data Kuesioner | 71 |
| Lampiran 5 Karakteristik Responden..... | 87 |
| Lampiran 6 Uji Validitas | 87 |
| Lampiran 7 Uji Realibilitas | 87 |
| Lampiran 8 Uji Normalitas..... | 87 |
| Lampiran 9 Uji Multikolinearitas..... | 89 |
| Lampiran 10 Uji Heteroskedasitas | 90 |
| Lampiran 11 Uji t..... | 91 |
| Lampiran 12 Uji F..... | 91 |
| Lampiran 13 Koefesien Determenasi (R^2) | 91 |
| Lampiran 14 Regresi Linear Berganda..... | 91 |