

Hal : Kuesioner

Yth. : Pelanggan

Kentucky Fried Chicken

di Tempat

Dengan ini saya memohon kepada Saudara agar sudi kiranya meluangkan waktu sejenak untuk mengisi daftar pernyataan untuk kesiapan penyusunan skripsi secara sukarela, jujur dan benar. Daftar pernyataan ini dimaksudkan untuk mengetahui sejauh mana tayangan iklan sehingga anda memutuskan melakukan pembelian terhadap Kentucky Fried Chicken .

Penelitian ini hanya untuk kepentingan ilmiah dan tidak akan dipublikasikan, sehingga saya akan menjamin kerahasiaan dari semua pendapat/opini atau komentar yang Bapak/Ibu/Saudara berikan. Oleh karena itu besar harapan saya Bapak/Ibu/Saudara berkenan mengisi semua pernyataan dalam kuesioner ini.

Demikian surat permohonan ini saya sampaikan. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara, saya mengucapkan terima kasih.

Semarang, Desember 2018

Hormat Saya

Dewi Ratnasari

KUESIONER PENELITIAN

PERAN *BRAND AWARENESS* BERBASIS *DAYA TARIK IKLAN*, *PERCEIVED QUALITY* DAN *KNOWLEDGE HALAL PRODUCT* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN.

1. Jawaban ini akan dipergunakan sebagai data penelitian tugas akhir (skripsi), sehingga tidak memiliki dampak negatif terhadap siapapun, hanya saja untuk memberikan masukan rumah makan yang bersangkutan.
2. Atas kesediaan dan kerjasama bapak / ibu / saudara untuk menjawab pertanyaan ini, saya ucapkan terima kasih.

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :
2. Usia Bapak/ibu/saudara : th
3. Jenis kelamin :
 - a. Pria
 - b. Wanita
4. Tingkat pendidikan :
 - a. SD/SLTP
 - b. SLTA
 - c. Diploma
 - d. Sarjana

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda centang di samping angka, pada jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.

- | | | | | |
|------------|---|---|---|---------------------|
| Keterangan | : | 1 | : | Sangat Tidak Setuju |
| | | 2 | : | Tidak Setuju |
| | | 3 | : | Cukup Setuju |
| | | 4 | : | Setuju |
| | | 5 | : | Sangat Setuju |

A. Daya Tarik Iklan

1. **Pesan iklan yang disampaikan Kentucky Fried Chicken dapat dipahami, terutama dengan manfaat mengonsumsi makanan bergizi tersebut**

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup setuju	Setuju	Sangat Setuju

2. **Pesan yang disampaikan iklan Kentucky Fried Chicken dapat dipercaya**

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup setuju	Setuju	Sangat Setuju

3. **Pesan yang disampaikan dalam iklan Kentucky Fried Chicken lebih baik dibandingkan dengan iklan tayangan makanan siap saji lainnya**

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup setuju	Setuju	Sangat Setuju

Menurut anda, upaya apa yang dilakukan KFC agar iklan yang disampaikan memiliki daya tarik?

.....
.....
.....

B. Perceived Quality

1. **Penilaian saya terhadap tampilan yang disajikan Kentucky Fried Chicken sangat berkelas sehingga menarik perhatian saya**

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup setuju	Setuju	Sangat Setuju

2. Makanan yang ditawarkan Kentucky Fried Chicken mempunyai nilai gizi yang tinggi

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup setuju	Setuju	Sangat Setuju

3. Produk-produk yang ditawarkan Kentucky Fried Chicken sangat bervariasi

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup setuju	Setuju	Sangat Setuju

4. Kentucky Fried Chicken mempunyai kualitas kandungan gizi yang lebih baik bila dibandingkan dengan merek lain

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup setuju	Setuju	Sangat Setuju

Persepsi kualitas seperti apa dari produk makanan siap saji yang ditawarkan KFC?

.....

C. Knowledge Product Halal

1. Jaminan halal dari LPPOM-Majelis Ulama Indonesia menjadikan saya lebih yakin akan keamanan produk Kentucky Fried Chicken

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup setuju	Setuju	Sangat Setuju

2. **Iklan yang disampaikan Kentucky Fried Chicken melalui produk-produk yang berbahan halal menambah nilai tersendiri bagi saya**

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup setuju	Setuju	Sangat Setuju

3. **Bahan-bahan produk yang digunakan Kentucky Fried Chicken sangat bermanfaat untuk kesehatan**

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup setuju	Setuju	Sangat Setuju

Pengetahuan seperti apa yang anda miliki terhadap produk halal pada produk makanan siap saji KFC?

.....

D. Brand Awareness

1. **Melihat iklan Kentucky Fried Chicken saya langsung memahami tentang arti maksud iklan tersebut**

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju

2. **Pesan yang disampaikan dalam iklan Kentucky Fried Chicken menyadarkan saya bahwa produk tersebut merupakan makanan berkualitas**

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju

3. Dengan melihat tayangan iklan Kentucky Fried Chicken saya langsung mengenali ciri-ciri khusus dari makanan siap saji tersebut

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju

4. Tayangan iklan Kentucky Fried Chicken yang menarik menjadikan akan pertimbangan saya dalam memilih makanan siap saji tersebut

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju

5. Penggunaan produk yang berkualitas sebagai bahan yang digunakan, membuat saya lebih percaya terhadap Kentucky Fried Chicken

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju

6. Penilaian saya terhadap tayangan iklan yang disampaikan Kentucky Fried Chicken akan menjadikan rujukan utama saya

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Faktor-faktor apa saja yang membuat kesadaran anda begitu tinggi terhadap produk KFC?

.....

.....

.....

E. Keputusan Pembelian

1. **Saya membeli Kentucky Fried Chicken karena saya merasa mantap terhadap makanan siap saji tersebut**

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju

2. **Saya memberikan rekomendasi kepada orang lain mengenai Kentucky Fried Chicken**

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju

3. **Saya akan memprioritaskan membeli Kentucky Fried Chicken apabila ingin membeli makanan siap saji**

1	2	3	4	5
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju

Faktor-faktor apa yang menjadi pertimbangan anda untuk memutuskan pembelian produk KFC?

.....

.....

.....

Frequencies Daya Tarik Iklan

Statistics

		x1.1	x1.2	x1.3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		3.82	3.56	3.70
Median		4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4
Std. Deviation		.989	.925	.916

Frequency Table

x1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	13.0
	Cukup setuju	14	14.0	14.0	27.0
	Setuju	49	49.0	49.0	76.0
	Sangat Setuju	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	15	15.0	15.0	16.0
	Cukup setuju	23	23.0	23.0	39.0
	Setuju	49	49.0	49.0	88.0
	Sangat Setuju	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	14	14.0	14.0	14.0
	Cukup setuju	19	19.0	19.0	33.0
	Setuju	50	50.0	50.0	83.0
	Sangat Setuju	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequencies Perceived Quality

Statistics

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.77	3.88	3.71	3.72
Median		4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4
Std. Deviation		.827	.715	.832	.712

x2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
	Cukup setuju	21	21.0	21.0	30.0
	Setuju	54	54.0	54.0	84.0
	Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Cukup setuju	26	26.0	26.0	28.0
	Setuju	54	54.0	54.0	82.0
	Sangat Setuju	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	10.0
	Cukup setuju	23	23.0	23.0	33.0
	Setuju	53	53.0	53.0	86.0
	Sangat Setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Cukup setuju	28	28.0	28.0	33.0
	Setuju	57	57.0	57.0	90.0
	Sangat Setuju	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequencies *Knowledge Halal Product*

Statistics

		x3.1	x3.2	x3.3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		3.65	3.77	3.73
Median		4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	3
Std. Deviation		1.029	.920	.952

Frequency Table

x3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	19	19.0	19.0	19.0
	Cukup setuju	19	19.0	19.0	38.0
	Setuju	40	40.0	40.0	78.0
	Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	8	8.0	8.0	8.0
	Cukup setuju	32	32.0	32.0	40.0
	Setuju	35	35.0	35.0	75.0
	Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

x3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	7.0
	Cukup setuju	35	35.0	35.0	42.0
	Setuju	34	34.0	34.0	76.0
	Sangat Setuju	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequencies *Brand Awareness*

Statistics

		y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	y1.5	y1.6
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0
Mean		3.75	3.97	3.77	4.00	3.86	3.86
Median		4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	4	4	4	4
Std. Deviation		.857	.958	.930	.953	.921	.921

Frequency Table

y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
	Cukup setuju	19	19.0	19.0	30.0
	Setuju	54	54.0	54.0	84.0
	Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	10	10.0	10.0	10.0
	Cukup setuju	17	17.0	17.0	27.0
	Setuju	39	39.0	39.0	66.0
	Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	14	14.0	14.0	14.0
	Cukup setuju	15	15.0	15.0	29.0
	Setuju	51	51.0	51.0	80.0
	Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
Cukup setuju	12	12.0	12.0	23.0
Setuju	43	43.0	43.0	66.0
Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

y1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	11	11.0	11.0	11.0
Cukup setuju	17	17.0	17.0	28.0
Setuju	47	47.0	47.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

y1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	10	10.0	10.0	10.0
Cukup setuju	20	20.0	20.0	30.0
Setuju	44	44.0	44.0	74.0
Sangat Setuju	26	26.0	26.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Frequencies Keputusan Pembelian

Statistics

		y2.1	y2.2	y2.3
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0
Mean		3.87	3.83	4.00
Median		4.00	4.00	4.00
Mode		4	4	5
Std. Deviation		.991	.817	1.035

Frequency Table

y2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	13.0	13.0	13.0
	Cukup setuju	17	17.0	17.0	30.0
	Setuju	40	40.0	40.0	70.0
	Sangat Setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
	Cukup setuju	22	22.0	22.0	29.0
	Setuju	52	52.0	52.0	81.0
	Sangat Setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

y2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	13.0	13.0	13.0
	Cukup setuju	14	14.0	14.0	27.0
	Setuju	33	33.0	33.0	60.0
	Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.690
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	89.647
	df	3
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
x1.1	1.000	.631
x1.2	1.000	.756
x1.3	1.000	.729

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
x1.1	.795
x1.2	.869
x1.3	.854

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.819
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	210.193
	df	6
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
x2.1	1.000	.711
x2.2	1.000	.823
x2.3	1.000	.751
x2.4	1.000	.661

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
x2.1	.843
x2.2	.907
x2.3	.866
x2.4	.813

Extraction Method:

Principal Component

Analysis.

a. 1 components

extracted.

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.741
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	188.530
	df	3
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
x3.1	1.000	.826
x3.2	1.000	.811
x3.3	1.000	.874

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
x3.1	.909
x3.2	.901
x3.3	.935

Extraction Method:

Principal Component

Analysis.

a. 1 components

extracted.

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.786
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	822.136
	df	15
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
y1.1	1.000	.882
y1.2	1.000	.665
y1.3	1.000	.907
y1.4	1.000	.704
y1.5	1.000	.856
y1.6	1.000	.851

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
y1.1	.939
y1.2	.816
y1.3	.952
y1.4	.839
y1.5	.925
y1.6	.923

Extraction Method:

Principal Component

Analysis.

a. 1 components

extracted.

Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.677
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	259.877
	df	3
	Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
y2.1	1.000	.926
y2.2	1.000	.732
y2.3	1.000	.892

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
y2.1	.962
y2.2	.855
y2.3	.944

Extraction Method:

Principal Component

Analysis.

a. 1 components

extracted.

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x1.1	3.82	.989	100
x1.2	3.56	.925	100
x1.3	3.70	.916	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	7.26	2.780	.568	.782
x1.2	7.52	2.717	.675	.663
x1.3	7.38	2.804	.648	.693

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x2.1	3.77	.827	100
x2.2	3.88	.715	100
x2.3	3.71	.832	100
x2.4	3.72	.712	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	11.31	3.953	.720	.851
x2.2	11.20	4.121	.817	.814
x2.3	11.37	3.852	.753	.837
x2.4	11.36	4.475	.671	.867

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x3.1	3.65	1.029	100
x3.2	3.77	.920	100
x3.3	3.73	.952	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x3.1	7.50	3.101	.795	.870
x3.2	7.38	3.511	.778	.881
x3.3	7.42	3.236	.846	.823

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.952	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
y1.1	3.75	.857	100
y1.2	3.97	.958	100
y1.3	3.77	.930	100
y1.4	4.00	.953	100
y1.5	3.86	.921	100
y1.6	3.86	.921	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1.1	19.46	17.564	.901	.938
y1.2	19.24	17.760	.755	.954
y1.3	19.44	16.875	.920	.934
y1.4	19.21	17.582	.786	.950
y1.5	19.35	17.199	.880	.939
y1.6	19.35	17.240	.874	.940

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.910	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
y2.1	3.87	.991	100
y2.2	3.83	.817	100
y2.3	4.00	1.035	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y2.1	7.83	2.870	.913	.788
y2.2	7.87	3.953	.707	.961
y2.3	7.70	2.818	.872	.829

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.16121011
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.069
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- 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		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Daya tarik iklan	.380	2.635
	Perceived quality	.336	2.980
	Knowledge halal product	.663	1.508
	Brand awareness	.336	2.979

- a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

Regression (Heteroskedastisitas)

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Brand awareness, Knowledge halal product, Daya tarik iklan, Perceived quality ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: abs_res

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.168 ^a	.028	-.013	.79123

a. Predictors: (Constant), Brand awareness, Knowledge halal product, Daya tarik iklan, Perceived quality

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.725	4	.431	.689	.602 ^b
	Residual	59.474	95	.626		
	Total	61.199	99			

a. Dependent Variable: abs_res

b. Predictors: (Constant), Brand awareness, Knowledge halal product, Daya tarik iklan, Perceived quality

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.222	.478		2.555	.012
	Daya tarik iklan	.015	.054	.044	.269	.788
	Perceived quality	-.055	.052	-.185	-1.059	.292
	Knowledge halal product	-.042	.037	-.143	-1.147	.254
	Brand awareness	.033	.028	.209	1.196	.235

a. Dependent Variable: abs_res

Regression Model 1

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Knowledge halal product, Perceived quality, Daya tarik iklan ^b		Enter

a. Dependent Variable: Brand awareness

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.815 ^a	.664	.654	2.928

a. Predictors: (Constant), Knowledge halal product, Perceived quality, Daya tarik iklan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1629.331	3	543.110	63.332	.000 ^b
	Residual	823.259	96	8.576		
	Total	2452.590	99			

a. Dependent Variable: Brand awareness

b. Predictors: (Constant), Knowledge halal product, Perceived quality, Daya tarik iklan

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.432	1.769		-.244	.808
	Daya tarik iklan	.283	.092	.283	3.087	.003
	Perceived quality	.861	.171	.458	5.046	.000
	Knowledge halal product	.366	.131	.195	2.797	.006

a. Dependent Variable: Brand awareness

Regression Model 2

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Brand awareness, Knowledge halal product, Daya tarik iklan, Perceived quality ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.897 ^a	.805	.797	1.185

a. Predictors: (Constant), Brand awareness, Knowledge halal product, Daya tarik iklan, Perceived quality

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	551.508	4	137.877	98.120	.000 ^b
	Residual	133.492	95	1.405		
	Total	685.000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

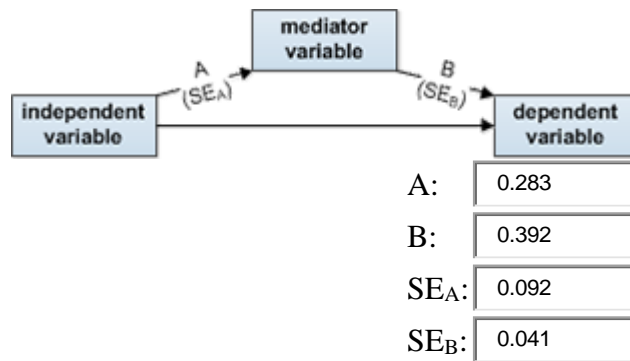
b. Predictors: (Constant), Brand awareness, Knowledge halal product, Daya tarik iklan, Perceived quality

Coefficients^a

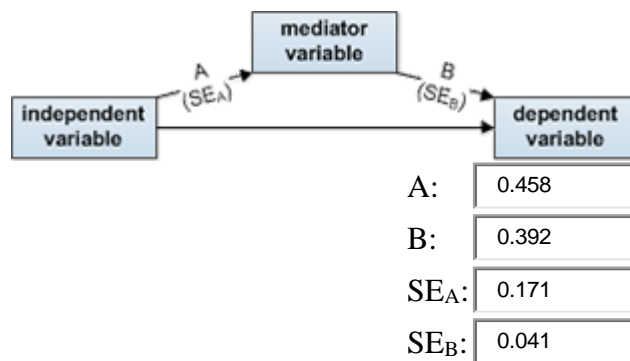
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.185	.716		-1.654	.101
	Daya tarik iklan	.358	.082	.323	4.394	.000
	Perceived quality	.176	.078	.177	2.263	.026
	Knowledge halal product	.130	.055	.132	2.365	.020
	Brand awareness	.207	.041	.392	5.017	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

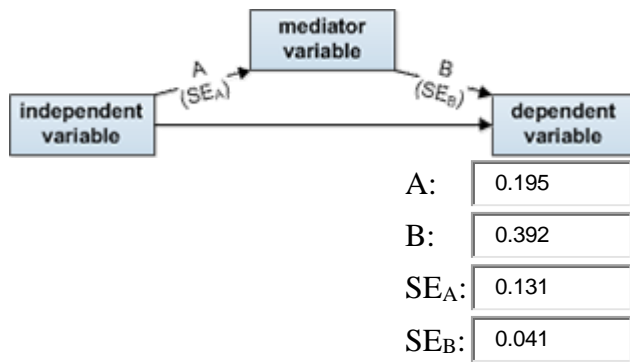
HASIL SOBEL TEST



Sobel test statistic: 2.92826232
One-tailed probability: 0.00170431
Two-tailed probability: 0.00340862



Sobel test statistic: 2.57907646
One-tailed probability: 0.00495324
Two-tailed probability: 0.00990649



Sobel test statistic: 1.47083032
 One-tailed probability: 0.07066851
 Two-tailed probability: 0.14133701