

PENGARUH *BRAND IMAGE* (CITRA MEREK) DAN *BRAND AWARENESS* (KESADARAN MEREK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SOTO PODJOK KOTA KEDIRI

SKRIPSI



OLEH

FITHIYYATUL HUSNA

NIM. 22401142

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI

2026

HALAMAN JUDUL

PENGARUH *BRAND IMAGE* (CITRA MEREK) DAN *BRAND AWARENESS* (KESADARAN MEREK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SOTO PODJOK KOTA KEDIRI

SKRIPSI

Diajukan kepada

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri

Untuk memenuhi salah satu persyaratan

Dalam menyelesaikan program sarjana

Oleh:

FITHIYYATUL HUSNA

NIM. 22401142

PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SYEKH WASIL KEDIRI

2026

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan Judul

PENGARUH *BRAND IMAGE* (CITRA MEREK) DAN *BRAND AWARENESS* (KESADARAN MEREK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SOTO PODJOK KOTA KEDIRI

Ditulis Oleh:

FITHIYYATUL HUSNA

NIM. 22401142

Disetujui Oleh:

Pembimbing I



Ning Purnama Sariati, M.E.I.
NIP. 198712282020122011

Pembimbing II



Isyrohil Muyassaroh, S.E., M.S.A.
NIP. 199209092020122037

NOTA DINAS

Kediri, 14 Juli 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo, Kota Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Fithiyyatul Husna

NIM : 22401142

Judul : Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) dan *Brand Awareness* (Kesadaran Merek) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Soto Podjok Kota Kediri.

Setelah dilakukan perbaikan terhadap materi dan sistematika penulisan, kami berpendapat bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat sebagai salah satu kelengkapan untuk mengikuti ujian akhir Sarjana Strata Satu (S1). Bersama ini kami lampirkan naskah skripsi dengan harapan dapat segera diajukan dalam Sidang Munaqasah.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I



Ning Purnama Sariati, M.E.I.
NIP. 198712282020122011

Pembimbing II



Isyrohil Muyassaroh, S.E., M.S.A.
NIP. 199209092020122037

NOTA PEMBIMBING

Kediri, 14 Juli 2026

Lampiran : 4 (empat) berkas
Hal : Bimbingan Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri
Jl. Sunan Ampel No. 7 Ngronggo, Kota Kediri

Assalamualaikum Wr. Wb.

Memenuhi permintaan Dekan untuk membimbing penyusunan skripsi mahasiswa tersebut dibawah ini:

Nama : Fithiyyatul Husna

NIM : 22401142

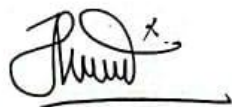
Judul : Pengaruh *Brand Image* (Citra Merek) dan *Brand Awareness* (Kesadaran Merek) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Soto Podjok Kota Kediri.

Setelah dilakukan perbaikan terhadap materi dan sistematika penulisan sesuai dengan petunjuk dan arahan yang diberikan dalam Sidang Munaqasah yang dilaksanakan pada tanggal 07 Juli 2026, kami dapat menerima dan menyetujui hasil perbaikan tersebut.

Demikian agar maklum dan atas kesediaan Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Pembimbing I



Ning Purnama Sariati, M.E.I.
NIP. 198712282020122011

Pembimbing II



Isyrohil Muyassaroh, S.E., M.S.A.
NIP. 199209092020122037

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan Judul

PENGARUH *BRAND IMAGE* (CITRA MEREK) DAN *BRAND AWARENESS* (KESADARAN MEREK) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI SOTO PODJOK KOTA KEDIRI

FITHIYYATUL HUSNA

NIM. 22401142

Telah diujikan di depan Sidang Munaqasah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri pada Tanggal 07 Juli 2026

Tim Penguji,

1. Penguji Utama

Dr. Mundhori, M.E.

NIP. 198702222019031004

(.....)

2. Penguji I

Ning Purnama Sariati, M.E.I.

NIP. 198712282020122011

(.....)

3. Penguji II

Isyrohil Muyassaroh, S.E., M.S.A.

NIP. 199209092020122037

(.....)

Kediri, 14 Juli 2026

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri



Dr. Imam Annas Mushlih, M.H.I.

NIP. 197501011998031002

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fithiyyatul Husna

NIM : 22401142

Program Studi : Ekonomi Syariah

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan bukan merupakan hasil plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini merupakan hasil plagiasi, baik sebagian maupun seluruhnya, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Kediri, 14 Juli 2026

Yang membuat pernyataan



Fithiyyatul Husna
NIM. 22401142

MOTTO

فَإِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۖ إِنَّ مَعَ الْعُسْرِ يُسْرًا ۚ

Artinya: “Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan.”

(QS. Al-Insyirah: 5-6)

HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah rabbil 'alamiin, segala puji dan syukur senantiasa penulis haturkan ke hadirat Allah SWT. atas limpahan rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. yang telah menjadi teladan bagi seluruh umat manusia.

Skripsi ini penulis persembahkan dengan penuh rasa syukur dan kerendahan hati kepada:

1. Ibu Nurul Hidayatin, Nenek (emak Sulastri) dan Kakek (bapak Alm. Sukarno), Tante Nazilatul Fatimah, S.E., Om Arif Rahman Budimansyah, S.E., dan adik sepupu Nayyara Mikhayla Rahman, yang senantiasa memberikan kasih sayang, perhatian, doa, pengorbanan, dan dukungan tiada henti dalam setiap langkah kehidupan penulis.
2. Ayah, yang telah berpisah dari keluarga sejak penulis menempuh pendidikan PAUD, sehingga penulis tumbuh dan menjalani kehidupan tanpa kehadiran figur ayah menjadikan pembelajaran berharga yang membentuk ketegaran, kemandirian, dan kekuatan penulis dalam menghadapi berbagai tantangan kehidupan. Sampailah sekarang penulis mampu melanjutkan dan menyelesaikan pendidikan pada jenjang Strata Satu (S1).
3. Dosen pembimbing, Ibu Ning Purnama Sariati, M.E.I. dan Ibu Isyrohil Muyassaroh, S.E., M.S.A., atas segala ilmu, kesabaran, arahan, serta nasihat dalam menjalani proses penyusunan skripsi ini.

4. Pihak Soto Podjok Kota Kediri, atas izin, kepercayaan, serta kerja sama yang telah diberikan selama proses penelitian berlangsung. Kehadiran dan keterbukaan menjadi bagian penting dalam perjalanan penulis hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
5. Ibu Dr. Nuril Hidayati, S.Fil.I., M.Hum., yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk terlibat dalam berbagai kegiatan yang diselenggarakan akademik maupun nonakademik, termasuk kepercayaan untuk bergabung dalam tim kreatif, serta membimbing dan membuka ruang bagi penulis untuk berkembang.
6. Himpunan Mahasiswa Program Studi (HMPS) Ekonomi Syariah Periode 2024/2025 dan Dewan Eksekutif Mahasiswa (DEMA) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Periode 2025/2026, yang telah menjadi wadah pembelajaran organisasi dan pengembangan diri.
7. Seluruh pihak tempat magang selama perkuliahan (Tenun Ikat Medali Mas Tahun 2024, LAZISNU Kota Blitar Tahun 2025, PT. PLN ULP Ngadiluwih Tahun 2026), dan tempat KKN (Kelurahan Ngronggo, Kota Kediri Tahun 2025) beserta rekan satu kelompok, atas wawasan, pembelajaran dan pengalaman yang berharga.
8. Teman-teman seperjuangan Mahasiswa UIN Syekh Wasil Kediri Angkatan 2022, khususnya Femilia Hajar Ilhami, Whenika Putri, Siti Lailatul Munawaroh, Dinda Ayu Pratiwi, Nur Alfi Fitri Farida, Azkiyatul Khusna, serta pihak lain yang tidak dapat disebutkan satu per satu, atas kebersamaan, dukungan, dan kenangan yang telah dilalui bersama.

9. Kota Kediri dan seluruh kisah yang hidup di dalamnya, tempat penulis menempuh perkuliahan di tanah perantauan. Kota yang bukan sekadar menjadi ruang singgah, kota ini telah memberikan banyak pelajaran dan kenangan yang tidak terlupakan bagi penulis, termasuk para *stranger* (orang asing) yang pernah ditemui membawa dukungan dan motivasi.
10. Diri penulis sendiri, terima kasih atas keteguhan untuk terus bertahan dan melangkah. Segala proses yang dilalui menjadi bukti atas kekuatan dan perjuangan hingga mencapai titik ini.

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas segala doa, dukungan, dan kebaikan yang telah diberikan. Semoga segala doa, dukungan, dan kebaikan tersebut mendapatkan balasan yang berlipat ganda. Aamiin.

ABSTRAK

Husna, Fithiyyatul. Pembimbing: Ning Purnama Sariati, M.E.I dan Isyrohil Muyassaroh, S.E., M.S.A. *Pengaruh Brand Image (Citra Merek) dan Brand Awareness (Kesadaran Merek) terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di Soto Podjok Kota Kediri.* Skripsi, Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Syekh Wasil Kediri, 2026.

Kata Kunci: *Brand Image, Brand Awareness, Keputusan Pembelian, Regresi Linear Berganda, Soto Podjok.*

Persaingan bisnis kuliner yang semakin ketat menuntut pelaku usaha untuk mampu membangun *brand image* (citra merek) dan *brand awareness* (kesadaran merek) yang kuat di benak konsumen. Faktor tersebut berperan penting dalam memengaruhi keputusan pembelian konsumen. Soto Podjok Kota Kediri merupakan salah satu usaha kuliner yang memiliki ciri khas tersendiri, baik dari cita rasa maupun tempat yang unik dan mudah dikenali konsumen. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh *brand image* dan *brand awareness* terhadap keputusan pembelian konsumen di Soto Podjok Kota Kediri.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif asosiatif kausal. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling* melalui *accidental sampling*, dengan jumlah sampel sebanyak 349 responden. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner berskala Likert dan dianalisis menggunakan regresi linear berganda dengan bantuan IBM SPSS versi 27.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai t_{hitung} sebesar $17,489 > t_{tabel} 1,967$. *Brand awareness* juga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai t_{hitung} sebesar $18,562 > t_{tabel} 1,967$. Secara simultan, *brand image* dan *brand awareness* berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dengan nilai f_{hitung} sebesar $1080,968 > f_{tabel} 3,02$. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,862 menunjukkan bahwa *brand image* dan *brand awareness* mampu menjelaskan keputusan pembelian konsumen sebesar 86,2%, sedangkan sisanya sebesar 13,8% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti kualitas produk, kesesuaian harga dengan produk, keterjangkauan harga, lokasi strategis, kemudahan transaksi, dan periklanan.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa *brand image* dan *brand awareness* memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen di Soto Podjok Kota Kediri. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi teoritis dalam pengembangan ilmu pemasaran, khususnya terkait perilaku konsumen, serta menjadi bahan pertimbangan bagi pelaku usaha kuliner dalam meningkatkan citra merek dan kesadaran merek guna mendorong keputusan pembelian konsumen.

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada junjungan Nabi Muhammad SAW. Skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, bantuan, dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. Wahidul Anam, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Syekh Wasil Kediri.
2. Bapak Dr. H. Imam Annas Muslih, M.H.I., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri.
3. Ibu Prof. Dr. Hj. Naning Fatmawatie, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan I Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
4. Ibu Dr. Sri Anugrah Natalina, S.E., M.M., selaku Wakil Dekan II Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri.
5. Ibu Dr. Nuril Hidayati, S.Fil.I., M.Hum., selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Syekh Wasil Kediri.
6. Bapak Dr. Muhamad Wildan Fawa'id, M.E.I., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah UIN Syekh Wasil Kediri.
7. Bapak/Ibu Dosen, seluruh staf Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, serta seluruh civitas akademika UIN Syekh Wasil Kediri yang telah memberikan ilmu dan pelayanan selama masa perkuliahan.

Semoga segala kebaikan yang diberikan mendapatkan balasan yang berlipat ganda. Aamiin.

Kediri, 14 Juli 2026

Penulis

Fithiyyatul Husna
NIM. 22401142

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERSETUJUAN	iii
NOTA DINAS.....	iv
NOTA PEMBIMBING	v
HALAMAN PENGESAHAN	vi
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN	vii
MOTTO	viii
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	ix
ABSTRAK	xii
KATA PENGANTAR.....	xiii
DAFTAR ISI.....	xv
DAFTAR TABEL	xix
DAFTAR GAMBAR.....	xxii
DAFTAR LAMPIRAN	xxiii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	15

C. Tujuan Penelitian.....	16
D. Manfaat Penelitian	16
E. Penelitian Terdahulu	18
BAB II	22
LANDASAN TEORI.....	22
A. <i>Consumer Behavior Theory</i> (Teori Perilaku Konsumen)	22
B. <i>Marketing Mix</i> (Bauran Pemasaran)	22
C. <i>Brand Image</i> (Citra Merek).....	26
D. <i>Brand Awareness</i> (Kesadaran Merek)	28
E. Keputusan Pembelian.....	31
F. Hubungan Antar Variabel	34
G. Kerangka Berpikir	35
H. Hipotesis Penelitian.....	36
BAB III.....	38
METODE PENELITIAN	38
A. Rancangan Penelitian	38
B. Lokasi Penelitian.....	38
C. Populasi dan Sampel	39
D. Definisi Operasional.....	40
E. Teknik Pengumpulan Data.....	42

F. Instrumen Penelitian.....	43
G. Teknik Analisis Data.....	43
H. Teknik Keabsahan Data	45
BAB IV	52
HASIL PENELITIAN	52
A. Gambaran Umum Objek Penelitian	52
B. Deskripsi Responden.....	54
C. Deskripsi Variabel.....	56
D. Analisis Data	78
BAB V.....	99
PEMBAHASAN	99
A. <i>Brand Image</i> Soto Podjok Kota Kediri	99
B. <i>Brand Awareness</i> Soto Podjok Kota Kediri.....	104
C. Keputusan Pembelian Soto Podjok Kota Kediri	111
D. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Soto Podjok Kota Kediri.....	118
E. Pengaruh <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Soto Podjok Kota Kediri.....	121
F. Pengaruh <i>Brand Image</i> dan <i>Brand Awareness</i> terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Soto Podjok Kota Kediri	123

BAB VI	129
PENUTUP.....	129
A. Kesimpulan	129
B. Saran.....	131
DAFTAR PUSTAKA.....	133
LAMPIRAN-LAMPIRAN	137

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Data Jumlah Penduduk di Kota Kediri Tahun 2020-2024.....	2
Tabel 1. 2 Data Jumlah <i>Food & Beverage</i> di Kota Kediri Tahun 2020-2025	3
Tabel 1. 3 Data Alamat dan Tahun Berdiri Soto Ayam Populer di Kota Kediri Berdasarkan Google Website	5
Tabel 1. 4 Perbandingan Usaha Kuliner Soto Ayam Legendaris Berdasarkan Bauran Pemasaran (4P) di Kota Kediri Tahun 2025	6
Tabel 1. 5 Frekuensi Pembelian Soto Podjok Kediri	11
Tabel 1. 6 Faktor - Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Melakukan Pembelian di Soto Podjok Kota Kediri	12
Tabel 2. 1 Kerangka Berpikir.....	36
Tabel 3. 1 Jumlah Sampel Isaac Michael Dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, 10%..	40
Tabel 3. 2 Indikator Variabel <i>Brand Image</i>	41
Tabel 3. 3 Indikator Variabel <i>Brand Awareness</i>	41
Tabel 3. 4 Indikator Variabel Keputusan Pembelian	42
Tabel 4. 1 Distribusi Frekuensi Jenis Kelamin Responden.....	54
Tabel 4. 2 Distribusi Frekuensi Usia Responden	55
Tabel 4. 3 Distribusi Frekuensi Pembelian Responden	55
Tabel 4. 4 Data Hasil Pernyataan $X_{1.1}$	57
Tabel 4. 5 Data Hasil Pernyataan $X_{1.2}$	57
Tabel 4. 6 Data Hasil Pernyataan $X_{1.3}$	58
Tabel 4. 7 Data Hasil Pernyataan $X_{1.4}$	59

Tabel 4. 8 Data Hasil Pernyataan $X_{1.5}$	60
Tabel 4. 9 Data Hasil Pernyataan $X_{1.6}$	60
Tabel 4. 10 Hasil Hitungan Rata-Rata Indikator Variabel <i>Brand Image</i> (X_1).....	61
Tabel 4. 11 Data Hasil Pernyataan $X_{2.1}$	62
Tabel 4. 12 Data Hasil Pernyataan $X_{2.2}$	62
Tabel 4. 13 Data Hasil Pernyataan $X_{2.3}$	63
Tabel 4. 14 Data Hasil Pernyataan $X_{2.1}$	64
Tabel 4. 15 Data Hasil Pernyataan $X_{2.5}$	65
Tabel 4. 16 Data Hasil Pernyataan $X_{2.6}$	65
Tabel 4. 17 Data Hasil Pernyataan $X_{2.7}$	66
Tabel 4. 18 Data Hasil Pernyataan $X_{2.8}$	67
Tabel 4. 19 Hasil Hitungan Rata-Rata Indikator Variabel <i>Brand Awareness</i> (X_2).....	67
Tabel 4. 20 Data Hasil Pernyataan $Y_{.1}$	68
Tabel 4. 21 Data Hasil Pernyataan $Y_{.2}$	69
Tabel 4. 22 Data Hasil Pernyataan $Y_{.3}$	70
Tabel 4. 23 Data Hasil Pernyataan $Y_{.4}$	71
Tabel 4. 24 Data Hasil Pernyataan $Y_{.5}$	72
Tabel 4. 25 Data Hasil Pernyataan $Y_{.6}$	72
Tabel 4. 26 Data Hasil Pernyataan $Y_{.7}$	73
Tabel 4. 27 Data Hasil Pernyataan $Y_{.8}$	74
Tabel 4. 28 Data Hasil Pernyataan $Y_{.9}$	75
Tabel 4. 29 Data Hasil Pernyataan $Y_{.10}$	75
Tabel 4. 30 Data Hasil Pernyataan $Y_{.11}$	76

Tabel 4. 31 Data Hasil Pernyataan Y ₁₂	77
Tabel 4. 32 Hasil Hitungan Rata-Rata Indikator Variabel Keputusan Pembelian (Y)	77
Tabel 4. 33 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Brand Image</i> (X ₁).....	79
Tabel 4. 34 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel <i>Brand Awareness</i> (X ₂)	80
Tabel 4. 35 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel Keputusan Pembelian (Y) ...	80
Tabel 4. 36 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Brand Image</i> (X ₁).....	82
Tabel 4. 37 Hasil Uji Validitas Instrumen <i>Brand Awareness</i> (X ₂)	82
Tabel 4. 38 Hasil Uji Validitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y).....	83
Tabel 4. 39 Analisis Statistik Deskriptif	84
Tabel 4. 40 Kategorisasi Variabel <i>Brand Image</i> (X ₁).....	84
Tabel 4. 41 Kategorisasi Variabel <i>Brand Awareness</i> (X ₂).....	85
Tabel 4. 42 Kategorisasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	86
Tabel 4. 43 Hasil Uji Normalitas	87
Tabel 4. 44 Hasil Uji Multikolinearitas.....	88
Tabel 4. 45 Hasil Uji Heteroskedastisitas	89
Tabel 4. 46 Hasil Uji Autokorelasi	90
Tabel 4. 47 Hasil Uji Korelasi <i>Pearson (Product Moment)</i>	91
Tabel 4. 48 Interpretasi nilai r <i>Product Moment</i>	92
Tabel 4. 49 Hasil Analisis Uji Regresi Berganda	93
Tabel 4. 50 Hasil Uji Signifikansi (uji t).....	95
Tabel 4. 51 Hasil Uji F.....	96
Tabel 4. 52 Hasil Uji Koefisien Determinasi	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4. 1 Logo Soto Podjok.....	54
-----------------------------------	----

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Gambar Tabel Sampel Isaac Michael dengan Taraf Kesalahan 1%, 5%, 10%	137
Lampiran 2 Kisi-Kisi Kuesioner Penelitian	138
Lampiran 3 Tabulasi Data Uji Coba Penelitian	139
Lampiran 4 Hasil Output Uji Validitas	142
Lampiran 5 Hasil Output Uji Reliabilitas	145
Lampiran 6 Kuesioner Penelitian.....	146
Lampiran 7 Tabulasi Data Penelitian.....	150
Lampiran 8 Hasil Output Uji Asumsi Klasik.....	175
Lampiran 9 Hasil Hipotesis.....	178
Lampiran 10 Surat Izin Observasi dan Penelitian.....	179
Lampiran 11 Surat Balasan Soto Podjok	181
Lampiran 12 Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing 1	182
Lampiran 13 Lembar Konsultasi Dosen Pembimbing 2	183
Lampiran 14 Riwayat Hidup	184