



**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *PACKAGING*  
TERHADAP *PURCHASE DECISION***

**(Studi pada Konsumen Produk Vania Bakery di Kota Semarang)**

**Skripsi**

**Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Menyelesaikan Pendidikan Strata 1  
Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Diponegoro**

**Penyusun**

**Umi Merdekawati**

**14030119120003**

**DEPARTEMEN ADMINISTRASI BISNIS  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS DIPONEGORO  
SEMARANG**

**2023**

**SURAT PERNYATAAN  
KEASLIAN KARYA ILMIAH (SKRIPSI/TA\*)**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

1. Nama Lengkap : Umi Merdekawati
2. NIM : 14030119120003
3. Tempat/Tanggal Lahir : Kebumen, 10 Agustus 2001
4. Jurusan/Program Studi : S1-Administrasi Bisnis
5. Alamat : Desa Mengkowo 01/02, Kebumen, Jawa Tengah

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa karya ilmiah (Skripsi/TA) yang saya tulis berjudul:

***Pengaruh Brand Image, Product Quality, dan Packaging terhadap Purchase Decision (Studi pada Konsumen Produk Vania Bakery di Kota Semarang)***

Adalah benar-benar **Hasil Karya Ilmiah Saya Sendiri**, bukan hasil karya ilmiah orang lain dan juga tidak mengandung plagiasi dari sumber informasi lainnya. Hal ini diperkuat dengan hasil uji kemiripan Turnitin yang kurang dari 20%. Apabila di kemudian hari ternyata karya ilmiah yang saya tulis itu terbukti bukan hasil karya ilmiah saya sendiri atau hasil plagiasi karya orang lain, maka saya sanggup menerima sanksi berupa pembatalan hasil karya ilmiah saya dengan seluruh implikasinya, sebagai akibat kecurangan yang saya lakukan.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dengan penuh kesadaran serta tanggung jawab.

Semarang, 8 Mei 2023

Mengetahui,

Dosen Pembimbing



Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si., Akt.

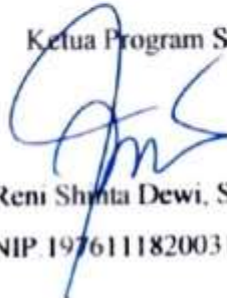
NIP.198709052014042002

Pembuat Pernyataan,



Umi Merdekawati

Ketua Program Studi



Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si

NIP.197611182003122005

## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Packaging* terhadap *Purchase Decision* (Studi pada Konsumen produk Vania Bakery di Kota Semarang)

Nama Penyusun : Umi Merdekawati

Departemen : Administrasi Bisnis

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan Pendidikan Strata I pada departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.

Dekan

Semarang, 8 Mei 2023  
Wakil Dekan Akademik dan  
Kemahasiswaan

Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T  
NIP. 19640827 199001 1 001

Dr. Teguh Yuwono, M.Pol.Admin  
NIP. 19690822 199403 1 003

Dosen Pembimbing

1. Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si., Akt.
2. Agung Budiarno, S.Sos., M.M

(.....)  
(.....)

Dosen Penguji

1. Prof. Dr. Drs. Ngatno, M.M.
2. Agung Budiarno, S.Sos., M.M
3. Dinalestari Purbawati, S.E., M.Si., Akt.

(.....)  
(.....)  
(.....)

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MAN JADDA WAJADA**

(Barangsiapa yang bersungguh-sungguh, maka akan mendapatkannya)

Kadar kesusahanmu itulah yang mengantarkanmu ke apa yang kamu harapkan  
-Kitab Ta'lim Muta'alim-

Hadapi rintangan dan banggakan orang yang kamu sayang  
-Umi Merdekawati-

### **PERSEMBAHAN**

Puji syukur atas kehadiran Alloh Subhanahu Wa Ta'ala, skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Bapak Muhammad Rustam, Ibu Arinahwati, dan Mbak Nia Muslimmawarti yang selalu memberikan support, nasihat, dan doa terbaik disetiap langkah dan keputusan.
2. Keluarga besar Mbah Sulaiman dan Mbah Rukimin Hadi Siswanto yang telah memberikan dukungan dan doa terbaik.
3. Mbak Nurul Amalia dan Chaerunisa Laely Septianingrum sebagai sahabat yang telah memberikan support, masukan, dan doa terbaik di segala kondisi.
4. Mbak Ina, Mbak Ulfa, Mbak Itsna, Mbak Retno, Mbak Via, dan Wahda yang selalu memberikan semangat disetiap saat.
5. Umi Indah, Wulan, Agyun, dan Itma yang telah memberikan support dan senantiasa menemani selama pengerjaan skripsi.
6. Laely, Rina, Lia, Tanzila, Della, Nuris, dan Yolanda yang telah memberikan support dan menemani sejak awal perkuliahan.
7. Tim II KKN Undip 2022 (Irfan, Dafi, Nafi, Risky, Rahmat, Agyun, Laely, Tanzila, dan Mbak Yaya) yang selalu memberikan semangat dan dukungan.
8. Teman-teman Pondok Pesantren Nurul Hikmah Tembalang yang senantiasa memberikan support dan doa terbaik.
9. Seluruh dosen Administrasi Bisnis yang senantiasa sabar dalam membimbing dan memberikan materi perkuliahan.
10. Teman-teman Administrasi Bisnis 2019 yang telah berbagi setiap pengalaman.

**PENGARUH *BRAND IMAGE*, *PRODUCT QUALITY*, DAN *PACKAGING*  
TERHADAP *PURCHASE DECISION* (STUDI PADA KONSUMEN  
PRODUK VANIA BAKERY DI KOTA SEMARANG)**

**ABSTRAK**

Saat ini, persaingan bisnis mengalami peningkatan yang sangat tajam salah satunya terjadi dalam perkembangan industri bakery. Vania Bakery merupakan salah satu toko roti di Kota Semarang yang memproduksi berbagai macam jenis roti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Packaging* terhadap *Purchase Decision* (Studi pada Konsumen Produk Vania Bakery di Kota Semarang).

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian *explanatory research* dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik sampling yang digunakan yaitu *nonprobability sampling* melalui pendekatan *purposive sampling*. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara, kuesioner, dan studi kepustakaan. Metode analisis data yang digunakan adalah uji koefisien korelasi, uji koefisien determinasi, uji regresi linier sederhana, uji regresi linier berganda, uji t dan uji F dengan menggunakan aplikasi *Microsoft Excel* dan *SPSS (Statistical Program for Social Science) version 26*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa *brand image*, *product quality*, dan *packaging* secara parsial dan simultan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap *purchase decision*. Hasil penelitian menyatakan bahwa *brand image* memiliki pengaruh sebesar 35,3%, *product quality* berpengaruh sebesar 45,5%, dan *packaging* berpengaruh sebesar 32,2%.

Berdasarkan hasil tersebut, maka disarankan Vania Bakery untuk memperluas informasi terkait produk melalui web dan aplikasi sosial media, membuka gerai sendiri dengan mencari lokasi yang strategis, melakukan inovasi varian jenis dan rasa produk, dan membuat kemasan yang menarik.

**Kata kunci:** *brand image*, *product quality*, *packaging*, dan *purchase decision*

**THE INFLUENCE OF BRAND IMAGE, PRODUCT QUALITY, AND  
PACKAGING ON PURCHASE DECISION (STUDY ON CONSUMERS OF  
VANIA BAKERY PRODUCTS IN SEMARANG CITY)**

**ABSTRACT**

Currently, business competition is experiencing a very sharp increase, one of which occurs in the development of the bakery industry. Vania Bakery is one of the bakeries in Semarang City that produces various types of bread. This study aims to determine the effect of Brand Image, Product Quality, and Packaging on Purchase Decision (Study on Vania Bakery Product Consumers in Semarang City). This study uses explanatory research type with a sample size of 100 respondents. The sampling technique used is nonprobability sampling with a purposive sampling approach. The data analysis method used is the correlation coefficient test, determination coefficient test, simple linear regression test, multiple linear regression test, t test and F test using Microsoft Excel and SPSS (Statistical Program for Social Science) version 26 applications. The results showed that brand image, product quality, and packaging partially and simultaneously had a positive and significant effect on purchase decisions. The results state that brand image has an effect of 35.3%, product quality has an effect of 45.5%, and packaging has an effect of 32.2%. Based on these results, it is recommended that Vania Bakery expand its market share by opening its own outlets, improve product quality by providing expiration labels, and make attractive packaging.

**Keywords:** brand image, product quality, packaging, and purchase decision

## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan atas kehadiran Tuhan yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunianya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image*, *Product Quality*, dan *Packaging* terhadap *Purchase Decision* (Studi pada Konsumen Produk Vania Bakery di Kota Semarang)”.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan, dan dukungan dari banyak pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, khususnya kepada:

1. Prof. Dr. Drs. Hardi Warsono, M.T selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyusun skripsi.
2. Dr. Widiartanto, S.Sos., M.AB selaku Ketua Departemen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk menyusun skripsi sekaligus telah membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi.
3. Dr. Reni Shinta Dewi, S.Sos, M.Si selaku Ketua Program Studi Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro.
4. Dinalestari Purbawati, S.E. M.Si., Akt. selaku dosen pembimbing 1 yang telah membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi.
5. Agung Budiarmo, S.Sos., M.M selaku dosen pembimbing 2 yang telah membimbing peneliti dalam penyusunan skripsi.
6. Prof. Dr. Drs. Ngatno, M.M selaku dosen wali dan dosen penguji yang telah membantu selama perkuliahan.
7. Seluruh dosen Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro yang telah memberikan ilmu bermanfaat selama masa kuliah.
8. Pihak Vania Bakery yang telah memberikan kemudahan dalam melakukan penelitian dan proses pengambilan data.

9. Seluruh responden konsumen Vania Bakery atas kesediaannya dalam mengisi kuesioner yang telah diberikan.
10. Semua pihak yang telah membantu penyusunan skripsi yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

Peneliti menyadari masih banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini, maka dari itu kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan untuk kesempurnaan skripsi ini. Besar harapan peneliti, skripsi ini dapat menambah wawasan pembaca dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

Semarang, 8 Mei 2023

Peneliti

Umi Merdekawati



## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>v</b>
<b>ABSTRACT</b> .....	<b>vi</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vii</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	<b>xivi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Kerangka Teori .....	9
1.5.1 Perilaku Konsumen .....	9
1.5.2 <i>Purchase Decision</i> .....	13
1.5.3 <i>Brand Image</i> .....	14
1.5.4 <i>Product Quality</i> .....	17
1.5.5 <i>Packaging</i> .....	19
1.5.6 Penelitian Terdahulu.....	22
1.6 Pengaruh Antar Variabel .....	23
1.6.1 Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	23
1.6.2 Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	24
1.6.3 Pengaruh <i>Packaging</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	25
1.6.4 Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Product Quality</i> , dan <i>Packaging</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	25
1.7 Hipotesis .....	26
1.8 Definisi Konseptual.....	27
1.8.1 <i>Brand Image</i> .....	27
1.8.2 <i>Product Quality</i> .....	28
1.8.3 <i>Packaging</i> .....	28
1.8.4 <i>Purchase Decision</i> .....	28
1.9 Definisi Operasional.....	28
1.10 Metode Penelitian .....	32
1.10.1 Tipe Penelitian.....	32
1.10.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	32
1.10.3 Teknik Pengambilan Sampling .....	34
1.10.4 Jenis dan Sumber Data .....	35
1.10.5 Skala Pengukuran .....	36
1.10.6 Teknik Pengumpulan Data .....	36
1.10.7 Teknik Pengolahan Data .....	37
1.10.8 Instrumen Penelitian.....	38

1.10.9 Teknik Analisis Data .....	40
<b>BAB II GAMBARAN UMUM PERUSAHAAN .....</b>	<b>45</b>
2.1 Sejarah Vania Bakery .....	45
2.2 Visi dan Misi Vania Bakery .....	46
2.2.1 Visi .....	47
2.2.2 Misi.....	47
2.3 Logo Vania Bakery .....	47
2.4 Produk Vania Bakery .....	48
2.5 Lokasi dan Kontak Perusahaan.....	55
2.5.1 Lokasi Perusahaan .....	55
2.5.2 Kontak Perusahaan .....	55
2.6 Struktur Organisasi Perusahaan .....	56
2.7 Deskripsi Jabatan.....	57
2.8 Wilayah Pemasaran .....	58
2.9 Identitas Responden .....	59
2.9.1 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	60
2.9.2 Identitas Responden Berdasarkan Usia .....	60
2.9.3 Identitas Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	61
2.9.4 Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	62
2.9.5 Identitas Responden Berdasarkan Penghasilan/Uang Saku per Bulan.....	63
2.9.6 Identitas Responden Berdasarkan Pembelian Satu Bulan Terakhir .....	64
2.9.7 Identitas Responden Berdasarkan Jenis Produk Pilihan.....	65
<b>BAB III PENGARUH <i>BRAND IMAGE</i>, <i>PRODUCT QUALITY</i>, DAN PACKAGING TERHADAP <i>PURCHASE DECISION</i> (Studi pada Konsumen Produk Vania Bakery di Kota Semarang).....</b>	<b>66</b>
3.1 Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	67
3.1.1 Uji Validitas .....	67
3.1.2 Uji Reliabilitas.....	72
3.2 Analisis Deskriptif Variabel.....	73
3.2.1 Deskripsi terhadap <i>Brand Image</i> .....	73
3.2.2 Deskripsi terhadap <i>Product Quality</i> .....	77
3.2.3 Deskripsi terhadap <i>Packaging</i> .....	82
3.2.4 Deskripsi terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	87
3.3 Analisis Pengaruh antara <i>Brand Image</i> (X1) terhadap <i>Purchase Decision</i> (Y).....	93
3.3.1 Koefisien Korelasi .....	93
3.3.2 Koefisien Determinasi .....	94
3.3.3 Regresi Linier Sederhana .....	95
3.3.4 Uji t.....	97
3.4 Analisis Pengaruh antara <i>Product Quality</i> (X2) terhadap <i>Purchase Decision</i> (Y).....	98
3.4.1 Koefisien Korelasi .....	98
3.4.2 Koefisien Determinasi .....	99
3.4.3 Regresi Linier Sederhana .....	100
3.4.4 Uji t.....	102

3.5	Analisis Pengaruh antara <i>Packaging</i> (X3) terhadap <i>Purchase Decision</i> (Y).....	103
3.5.1	Koefisien Korelasi.....	103
3.5.2	Koefisien Determinasi.....	104
3.5.3	Regresi Linier Sederhana .....	105
3.5.4	Uji t.....	107
3.6	Analisis Pengaruh antara <i>Brand Image</i> (X1), <i>Product Quality</i> (X2), dan <i>Packaging</i> (X3) terhadap <i>Purchase Decision</i> (Y) .....	108
3.6.1	Koefisien Korelasi.....	108
3.6.2	Koefisien Determinasi.....	109
3.6.3	Regresi Linier Berganda.....	110
3.6.4	Uji F.....	113
3.7	Pembahasan.....	114
3.7.1	Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	115
3.7.2	Pengaruh <i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	116
3.7.3	Pengaruh <i>Packaging</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	117
3.7.4	Pengaruh <i>Brand Image</i> , <i>Product Quality</i> , dan <i>Packaging</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	119
	<b>BAB IV PENUTUP .....</b>	<b>121</b>
4.1	Kesimpulan.....	121
4.2	Saran.....	123
	<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>126</b>
	<b>LAMPIRAN</b>	

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1	Omset Penjualan Vania Bakery.....	2
Tabel 1. 2	Varian Produk Vania Bakery .....	4
Tabel 1. 3	Hasil Pra Survei.....	5
Tabel 1. 4	Penelitian Terdahulu .....	22
Tabel 1. 5	Definisi Operasional.....	29
Tabel 1. 6	Skala Likert .....	36
Tabel 1. 7	Interval Koefisien Korelasi .....	42
Tabel 2. 1	Jenis Kelamin Responden .....	60
Tabel 2. 2	Usia Responden.....	61
Tabel 2. 3	Pendidikan Terakhir Responden .....	62
Tabel 2. 4	Pekerjaan .....	62
Tabel 2. 5	Penghasilan/Uang Saku per Bulan .....	63
Tabel 2. 6	Pembelian Satu Bulan Terakhir.....	64
Tabel 2. 7	Jenis Produk Pilihan.....	65
Tabel 3. 1	Uji Validitas <i>Brand Image</i> (X1).....	68
Tabel 3. 2	Uji Validitas <i>Product Quality</i> (X2).....	69
Tabel 3. 3	Uji Validitas <i>Packaging</i> (X3).....	70
Tabel 3. 4	Uji Validitas <i>Purchase Decision</i> (Y) .....	71
Tabel 3. 5	Hasil Uji Reliabilitas .....	72
Tabel 3. 6	Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Brand Image</i> ...	74
Tabel 3. 7	Kategorisasi Variabel <i>Brand Image</i> .....	77
Tabel 3. 8	Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Quality Product</i> .....	78
Tabel 3. 9	Kategorisasi Variabel <i>Product Quality</i> .....	82
Tabel 3. 10	Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Packaging</i> .....	83
Tabel 3. 11	Kategorisasi Variabel <i>Packaging</i> .....	86
Tabel 3. 12	Rekapitulasi Jawaban Responden terhadap Variabel <i>Purchase Decision</i> .....	88
Tabel 3. 13	Kategorisasi Variabel <i>Purchase Decision</i> .....	92
Tabel 3. 14	Uji Koefisien Korelasi <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> ...	94
Tabel 3. 15	Uji Koefisien Determinasi <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	95
Tabel 3. 16	Uji Regresi Linier Sederhana <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	96
Tabel 3. 17	Uji Koefisien Korelasi <i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	99
Tabel 3. 18	Uji Koefisien Determinasi <i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	100
Tabel 3. 19	Uji Regresi Linier Sederhana <i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	101
Tabel 3. 20	Uji Koefisien Korelasi <i>Packaging</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	104
Tabel 3. 21	Uji Koefisien Determinasi <i>Packaging</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	105

Tabel 3. 22 Uji Regresi Linier Sederhana <i>Packaging</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	106
Tabel 3. 23 Uji Koefisien Korelasi <i>Brand Image</i> , <i>Product Quality</i> , dan <i>Packaging</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	109
Tabel 3. 24 Uji Koefisien Determinasi <i>Brand Image</i> , <i>Product Quality</i> , dan <i>Packaging</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	110
Tabel 3. 25 Uji Regresi Linier Berganda <i>Brand Image</i> , <i>Product Quality</i> , dan <i>Packaging</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	111
Tabel 3. 26 Uji F <i>Brand Image</i> , <i>Product Quality</i> , dan <i>Packaging</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	113

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1	Proses Keputusan Pembelian.....	14
Gambar 1. 2	Model Hipotesis Penelitian.....	27
Gambar 2. 1	Logo Perusahaan .....	47
Gambar 2. 2	Roti Tawar .....	48
Gambar 2. 3	Roti Pisang.....	49
Gambar 2. 4	Roti Semir.....	49
Gambar 2. 5	Roti Pizza.....	50
Gambar 2. 6	Roti Kepang.....	50
Gambar 2. 7	Roti Boy.....	51
Gambar 2. 8	Roti Ayam .....	51
Gambar 2. 9	Roti Sosis.....	52
Gambar 2. 10	Roti Longjohn Cokelat .....	52
Gambar 2. 11	Roti Sobek .....	53
Gambar 2. 12	Roti Pisang Tumpuk .....	53
Gambar 2. 13	Roti Selai .....	54
Gambar 2. 14	Paket Hemat Isi 4.....	54
Gambar 2. 15	Lokasi Perusahaan .....	55
Gambar 2. 16	Struktur Organisasi Vania Bakery Semarang.....	56
Gambar 3. 1	Kurva Uji t <i>Brand Image</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	98
Gambar 3. 2	Kurva Uji t <i>Product Quality</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	103
Gambar 3. 3	Kurva Uji t <i>Packaging</i> terhadap <i>Purchase Decision</i> .....	108
Gambar 3. 4	Kurva Uji F <i>Brand Image (X1)</i> , <i>Product Quality (X2)</i> , dan <i>Packaging (X3)</i> terhadap <i>Purchase Decision (Y)</i> .....	114