

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis kelamin :
4. Tipe Honda Scoopy yang digunakan :
5. Tahun pembuatan :

Sebelum mengisi kuesioner, dimohon untuk mengisi data identitas responden terlebih dahulu secara lengkap. Semua data yang diberikan akan diperlukan secara rahasia.

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Isilah jawaban yang paling sesuai dengan keadaan yang Anda alami sesuai dengan indikator yang ada pada kolom tabel di bawah. Butir-butir pertanyaan dijawab menggunakan lima jawaban yang mengacu pada skala *Likert* yakni **STS (Sangat Tidak Setuju)**, **TS (Tidak Setuju)**, **N (Netral)**, **S (Setuju)**, **SS (Sangat Setuju)**.
2. Jawaban dipilih dengan memberi tanda centang (✓) pada kolom yang disediakan sesuai dengan indikator jawaban yang tertera pada kolom tersebut.
3. Setiap butir pertanyaan hanya dapat dijawab dengan 1 jawaban saja.
4. Dimohon untuk menjawab pertanyaan dengan sebenar-benarnya dan se-obyektif mungkin.

C. Daftar Pertanyaan

1. Persepsi Kualitas Produk

No.	Daftar Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya memilih Honda Scoopy karena kinerjanya sesuai dengan harapan dan kebutuhan Saya.					

2	Saya merasa Honda Scoopy memiliki ketahanan yang baik dibanding sepeda motor <i>matic</i> merk lain.					
3	Spesifikasi yang ada pada Honda Scoopy sesuai dengan harapan saya.					
4	Fitur-fitur yang ada pada Honda Scoopy sangat modern dan mutakhir.					
5	Saya merasa Honda Scoopy merupakan sepeda motor <i>matic</i> yang handal saat dikendarai.					
6	Saya tertarik pada Honda Scoopy karena desain dan fitur yang diberikan.					
7	Saya merasa Honda Scoopy memiliki kualitas yang baik dibanding sepeda motor <i>matic</i> yang lain.					
8	Saya merasa Honda Scoopy memiliki kemudahan dalam perawatan maupun perbaikan.					

2. Citra Merek

No.	Daftar Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa Honda Scoopy memiliki ciri khas atau simbol					

	yang mudah dikenali.					
2	Saya merasa Honda Scoopy memiliki reputasi merek yang sangat baik dimata konsumen.					
3	Saya merasa Honda Scoopy memberikan kepercayaan kualitas merek terbaiknya pada konsumen.					
4	Saya merasa Honda Scoopy mengikuti perkembangan jaman.					
5	Saya merasa perawatan Honda Scoopy sangat mudah.					

3. Persepsi Harga

No.	Daftar Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Harga yang ditawarkan pada produk Honda Scoopy masih terjangkau.					
2	Harga Honda Scoopy sesuai dengan kualitas yang diberikan.					
3	Harga yang ditawarkan pada produk Honda Scoopy bersaing dengan produk <i>matic</i> lainnya.					
4	Harga Honda Scoopy sesuai dengan manfaat yang diberikan.					

5	Harga Honda Scoopy mempengaruhi daya beli konsumen.					
6	Harga yang ditawarkan Honda Scoopy dapat mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian.					

4. Promosi

No.	Daftar Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya sering menjumpai iklan Honda Scoopy di berbagai media.					
2	Saya mendapatkan pelayanan yang ramah saat melakukan pembelian Honda Scoopy.					
3	Saya pernah mendapatkan informasi tentang Honda Scoopy secara langsung dari pemasar produk Honda.					
4	Honda Scoopy sudah banyak dikenal oleh masyarakat.					
5	Saya mengetahui informasi mengenai Honda Scoopy melalui orang lain.					
6	Saya merasa iklan Honda Scoopy terlihat menarik.					

5. Keputusan Pembelian

No.	Daftar Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli Honda Scoopy karena mampu memenuhi kebutuhan saya dalam bertransportasi.					
2	Saya membeli Honda Scoopy setelah mendapat informasi lebih lanjut tentang Honda Scoopy.					
3	Saya membeli Honda Scoopy karena dirasa akan ada banyak manfaat saat menggunakan Honda Scoopy dalam kegiatan sehari-hari.					
4	Saya membeli Honda Scoopy karena rekomendasi orang lain.					
5	Saya merasa puas dengan berbagai macam aspek yang ada pada Honda Scoopy.					

KP6	Pearson Correlation	.598**	.548**	.541**	.529**	.609**	1	.513**	.416**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KP7	Pearson Correlation	.444**	.612**	.523**	.531**	.623**	.513**	1	.563**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
KP8	Pearson Correlation	.373**	.494**	.473**	.440**	.501**	.416**	.563**	1	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150
TOT AL_ KP	Pearson Correlation	.747**	.799**	.758**	.722**	.816**	.778**	.790**	.697**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150	150	150

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

2. Citra Merek

Correlations

		CM1	CM2	CM3	CM4	CM5	TOTAL_CM
CM1	Pearson Correlation	1	.516**	.584**	.559**	.646**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
CM2	Pearson Correlation	.516**	1	.686**	.638**	.636**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
CM3	Pearson Correlation	.584**	.686**	1	.619**	.669**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
CM4	Pearson Correlation	.559**	.638**	.619**	1	.668**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150
CM5	Pearson Correlation	.646**	.636**	.669**	.668**	1	.864**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150
TOTAL_CM	Pearson Correlation	.796**	.831**	.853**	.832**	.864**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150

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

3. Persepsi Harga

		Correlations						
		PH1	PH2	PH3	PH4	PH5	PH6	TOTAL_PH
PH1	Pearson Correlation	1	.690**	.512**	.625**	.565**	.594**	.803**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
PH2	Pearson Correlation	.690**	1	.647**	.729**	.648**	.608**	.867**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
PH3	Pearson Correlation	.512**	.647**	1	.701**	.659**	.606**	.813**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
PH4	Pearson Correlation	.625**	.729**	.701**	1	.665**	.747**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
PH5	Pearson Correlation	.565**	.648**	.659**	.665**	1	.660**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
PH6	Pearson Correlation	.594**	.608**	.606**	.747**	.660**	1	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
TOTAL_PH	Pearson Correlation	.803**	.867**	.813**	.883**	.832**	.832**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150

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

4. Promosi

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL_P
P1	Pearson Correlation	1	.612**	.659**	.680**	.538**	.649**	.842**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
P2	Pearson Correlation	.612**	1	.696**	.599**	.545**	.618**	.835**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
P3	Pearson Correlation	.659**	.696**	1	.616**	.568**	.563**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
P4	Pearson Correlation	.680**	.599**	.616**	1	.584**	.590**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
P5	Pearson Correlation	.538**	.545**	.568**	.584**	1	.556**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
P6	Pearson Correlation	.649**	.618**	.563**	.590**	.556**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	150	150	150	150	150	150	150
TOTAL_P	Pearson Correlation	.842**	.835**	.834**	.828**	.764**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	150	150	150	150	150	150	150

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

5. Keputusan Pembelian

Correlations						
	K_P1	K_P2	K_P3	K_P4	K_P5	TOTAL_K_P
K_P1 Pearson						
Correlation	1	.584**	.589**	.602**	.548**	.806**
Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
N	150	150	150	150	150	150
K_P2 Pearson						
Correlation	.584**	1	.589**	.662**	.645**	.843**
Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
N	150	150	150	150	150	150
K_P3 Pearson						
Correlation	.589**	.589**	1	.541**	.717**	.834**
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
N	150	150	150	150	150	150
K_P4 Pearson						
Correlation	.602**	.662**	.541**	1	.540**	.807**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
N	150	150	150	150	150	150
K_P5 Pearson						
Correlation	.548**	.645**	.717**	.540**	1	.837**
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
N	150	150	150	150	150	150
TOTAL_K_P Pearson						
Correlation	.806**	.843**	.834**	.807**	.837**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	150	150	150	150	150	150

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

A. Uji Reliabilitas

a. Persepsi Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,783	,898	9

b. Citra Merek

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,814	,891	6

c. Persepsi Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,805	,914	7

d. Promosi**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,803	,902	7

e. Keputusan Pembelian**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,812	,883	6

Lampiran 3

Lampiran analisis Regresi Linier Berganda dan Uji hipotesis

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.820 ^a	.672	.663	1.515

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas_Produk, Harga, Citra_Merek

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	680.691	4	170.173	74.142	.000 ^a
	Residual	332.809	145	2.295		
	Total	1013.500	149			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas_Produk, Harga, Citra_Merek

b. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.610	1.089		1.479	.141
	Kualitas_Produk	.059	.042	.087	1.388	.167
	Citra_Merek	.301	.069	.309	4.398	.000
	Harga	.238	.050	.328	4.792	.000
	Promosi	.187	.057	.237	3.294	.001

a. Dependent Variable: Keputusan_Pembelian