

# LAMPIRAN

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Saya Nisrina Nur Atiqoh mahasiswa S1 Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, sedang melakukan penelitian skripsi yang berjudul "**Pengaruh Citra Merek, Kualitas Persepsian, dan Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Hijab Elzatta**" (Studi pada **Konsumen Hijab Elzatta di Kota Yogyakarta**). Saya memohon kesediaan saudara untuk menjadi responden dalam penelitian saya dan mengisi kuesioner ini, sebagai data yang akan dipergunakan dalam penelitian ini. Atas Kesediaan dan kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Berikan tanda centang (✓) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan jawaban Anda

1. Usia :
  - 17-25 Tahun       >30 Tahun
  - 26-30 Tahun
  
2. Tingkat Pendidikan Terakhir:
  - SD                       Diploma
  - SMP                       S1
  - SMA                       >S1

## 3. Pekerjaan:

- Pelajar/Mahasiswa     Pegawai Negeri     Lain-lain  
 Pegawai Swasta     Wiraswasta

## 4. Tingkat Penghasilan :

- < Rp. 1.500.000                       Rp. 3.100.000 – 6.000.000  
 Rp. 1.500.000 – 3.000.000     > Rp. 6.000.000

Petunjuk pengisian :

Berilah tanda centang (√) pada kolom jawaban menurut anda paling sesuai.

Keterangan :

- a. Skor “1” untuk jawaban “Sangat Tidak Setuju” (STS)
- b. Skor “2” untuk jawaban “ Tidak Setuju” (TS)
- c. Skor “3” untuk jawaban “Tidak Berpendapat” (TB)
- d. Skor “4” untuk jawaban “Setuju” (S)
- e. Skor “5” untuk jawaban “Sangat Setuju” (SS)

### Citra Merek

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
1.	Menurut saya bahwa Hijab Elzatta merupakan merek yang terkenal					
2.	Menurut saya Hijab Elzatta merupakan merek yang terpercaya					
3.	Menurut saya Hijab Elzatta merupakan merek yang baik dimata konsumen					

### Kualitas Persepsian

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
4.	Menurut saya bahwa hijab Elzatta mudah dibentuk saat dipakai					
5.	Menurut saya bahwa Hijab Elzatta memiliki model yang simpel dan terdapat tulisan merek Elzatta pada produk					
6.	Menurut saya hijab Elzatta memiliki bahan yang adem dan tidak mudah kusut					
7.	Menurut saya hijab Elzatta memiliki banyak pilihan warna dan motif yang menarik					
8.	Produk Hijab Elzatta memiliki kualitas yang awet					

### Gaya Hidup

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
9.	Dalam kegiatan sehari-hari saya menggunakan hijab bermerek					
10.	Saya tertarik memperlihatkan kepada orang lain bahwa penampilan saya menarik					
11.	Saya menggunakan hijab bermerek untuk menunjang penampilan					
12.	Saya berteman dengan orang yang memiliki selera penampilan yang sama					
13.	Saya mempunyai keinginan disebut sebagai orang yang <i>fashionable</i>					
14.	Saya berperan sosialisasi untuk mendapat penilaian dalam penampilan					

15.	Saya tertarik mencari informasi produk fashion yang <i>up to date</i>					
16.	Saya tertarik pada dunia mode <i>fashion</i>					
17.	Saya perhatian terhadap dunia mode dari segi desain, warna maupun kualitas					

### Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	1	2	3	4	5
18.	Menurut saya produk hijab Elzatta merupakan pilihan yang tepat					
19.	Saya membeli hijab Elzatta karena menawarkan berbagai banyak pilihan model dan motif					
20.	Ketika saya butuh membeli hijab, maka saya akan membeli hijab Elzatta					
21.	Saya membeli hijab Elzatta pada saat moment diskon					
22.	Saya membeli hijab Elzatta pada saat moment lebaran					
23.	Saya sering membeli hijab Elzatta					
24.	Saya membeli lebih dari satu hijab Elzatta dalam satu kali pembelian					

## Lampiran 2. Klasifikasi Responden

### 1. Usia

Usia				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25	60	60.0	60.0
	26-30	29	29.0	89.0
	>30	11	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

### 2. Pendidikan Terakhir

Pendidikan Terakhir				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	46	46.0	46.0
	Diploma	5	5.0	51.0
	S1	48	48.0	99.0
	>S1	1	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

### 3. Pekerjaan

Pekerjaan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	50	50.0	50.0
	Pegawai Swasta	16	16.0	66.0
	Pegawai Negeri	13	13.0	79.0
	Wiraswasta	9	9.0	88.0
	Lain-lain	12	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

#### 4. Tingkat Penghasilan

Tingkat Penghasilan				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< Rp. 1.500.000	38	38.0	38.0	38.0
Rp. 1.500.000 - 3.000.000	27	27.0	27.0	65.0
Valid Rp. 3.100.000 - 6.000.000	17	17.0	17.0	82.0
> Rp. 6.000.000	18	18.0	18.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Lampiran 3. Statistik Deskriptif

#### 1. Citra Merek

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
Merek Terkenal	100	3	5	4.27
Merek Terpercaya	100	2	5	3.86
Reputasi Merek Baik	100	2	5	3.86
Valid N (listwise)	100			

#### 2. Kualitas Persepsian

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
Performance	100	2	5	3.58
Feature	100	2	5	4.03
Reliability	100	1	5	3.77
Conformance	100	2	5	3.94
Durability	100	2	5	3.76
Valid N (listwise)	100			

#### 3. Gaya Hidup

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
Menggunakan Hijab Bermerek	100	1	5	2.88
Memperlihatkan Penampilan	100	1	5	3.31
Menunjang Penampilan	100	1	5	3.04
Mempunyai Selera Sama Dengan Teman	100	1	5	2.56
Keinginan Disebut Fashionable	100	1	5	2.84
Mendapat Penilaian Dari Orang lain	100	1	5	2.62
Up To Date Tentang Fashion	100	1	5	3.59
Tertarik Dengan Mode Fashion	100	2	5	3.61
Memperhatikan Desain Dan Warna	100	1	5	3.57
Valid N (listwise)	100			

#### 4. Keputusan Pembelian

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean
Hijab Elzatta Pilhan Yang Tepat	100	1	5	3.37
Pilihan Model Dan Motif Hijab Elzatta	100	1	5	3.48
Membeli Saat Membutuhkan	100	1	5	3.02
Membeli Saat Diskom	100	1	5	3.57
Membeli Saat Lebaran	100	1	5	3.14
Sering Membeli	100	1	5	2.46
Membeli Hijab Dalam Satu Kali Pembelian	100	1	5	2.54
Valid N (listwise)	100			

## Lampiran 4. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### 1. Citra Merek

		Correlations			
		Citra Merek 1	Citra Merek 2	Citra Merek 3	Total Citra Merek
Citra Merek 1	Pearson Correlation	1	.379**	.371**	.716**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Citra Merek 2	Pearson Correlation	.379**	1	.615**	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Citra Merek 3	Pearson Correlation	.371**	.615**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Total Citra Merek	Pearson Correlation	.716**	.844**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.717	3

## 2. Kualitas Persepsian

### Correlations

		Kualitas Persepsia 1	Kualitas Persepsian 2	Kualitas Persepsian 3	Kualitas Persepsian 4	Kualitas Persepsian 5	Total Kualitas Persepsian
Kualitas Persepsian 1	Pearson Correlation	1	.405**	.465**	.340**	.519**	.730**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kualitas Persepsian 2	Pearson Correlation	.405**	1	.333**	.421**	.325**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kualitas Persepsian 3	Pearson Correlation	.465**	.333**	1	.439**	.551**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kualitas Persepsian 4	Pearson Correlation	.340**	.421**	.439**	1	.420**	.729**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Kualitas Persepsian 5	Pearson Correlation	.519**	.325**	.551**	.420**	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total Kualitas Persepsian	Pearson Correlation	.730**	.679**	.772**	.729**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	5



Gaya Hidup 9	Pearson Correlation	.166	.330**	.373**	.242*	.409**	.389**	.703**	.752**	1	.690**
	Sig. (2-tailed)	.098	.001	.000	.015	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Gaya Hidup	Pearson Correlation	.393**	.639**	.720**	.683**	.798**	.783**	.709**	.723**	.690**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	9

#### 4. Keputusan Pembelian

##### Correlations

		Keputusan Pembelian 1	Keputusan Pembelian 2	Keputusan Pembelian 3	Keputusan Pembelian 4	Keputusan Pembelian 5	Keputusan Pembelian 6	Keputusan Pembelian 7	Total Keputusan Pembelian
Keputusan Pembelian 1	Pearson Correlation	1	.501**	.386**	.193	.259**	.390**	.418**	.631**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.054	.009	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian 2	Pearson Correlation	.501**	1	.299**	.391**	.323**	.378**	.277**	.653**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.000	.001	.000	.005	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian 3	Pearson Correlation	.386**	.299**	1	.252*	.365**	.336**	.435**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.015	.000	.000	.000	.000

	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.011	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian 4	Pearson Correlation	.193	.391**	.252*	1	.511**	.137	.127	.582**
	Sig. (2-tailed)	.054	.000	.011		.000	.175	.207	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian 5	Pearson Correlation	.259**	.323**	.365**	.511**	1	.389**	.360**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.009	.001	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian 6	Pearson Correlation	.390**	.378**	.336**	.137	.389**	1	.654**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.175	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian 7	Pearson Correlation	.418**	.277**	.435**	.127	.360**	.654**	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.000	.207	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.631**	.653**	.661**	.582**	.704**	.709**	.715**	1
Keputusan Pembelian	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	7

## Lampiran 5. Hasil Uji Analisis Regresi Berganda

### 1. Hasil Uji Regresi

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-2.629	3.154		-.834	.406
	CITRA MEREK	.605	.265	.212	2.283	.025
	KUALITAS PERSEPSIAN	.632	.167	.373	3.789	.000
	GAYA HIDUP	.175	.062	.240	2.830	.006

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

### 2. Hasil Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	789.756	3	263.252	21.516	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1174.604	96	12.235		
	Total	1964.360	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP, CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN

### 3. Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.634 <sup>a</sup>	.402	.383	3.498

c. Predictors: (Constant), GAYA HIDUP, CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN

d. Dependent Variable : Keputusan Pembelian