

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI KONSUMEN, DAN SIKAP
KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR
HONDA MATIC DI YOGYAKARTA

Yth. Bapak/Ibu/Saudara

Pengguna sepeda motor Honda Matic

di Yogyakarta

Dengan hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi untuk menyelesaikan studi jenjang Strata 1 (S1) dan sesuai dengan judul dan tema tersebut diatas, maka memberitahukan bahwa saya akan menyelenggarakan survei penelitian dengan konsumen atau pengguna sepeda motor Honda Matic di Yogyakarta.

Sehubungan dengan ini, maka saya mohon bantuan Bapak/Ibu/Saudara untuk bersedia mengisi angket sesuai dengan keadaan yang dialami dan dirasakan. Saya menjamin penuh kerahasiaan informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan.

Kemudian untuk kerjasama dan kesediaannya untuk meluangkan waktu mengisi angket ini, saya ucapkan banyak terima kasih atas bantuannya. Mudah-mudahan bantuan yang Bapak/Ibu/Saudara berikan dapat mendukung penyelesaian penyusunan skripsi ini. Atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,

Argama Syukur Sambada

A. DATA RESPONDEN

1. No. Kuesioner(diisi petugas)

2. Nama..... (boleh tidak diisi)

3. Alamat :

4. Jenis Kelamin :

Laki-laki

Perempuan

5. Umur :.....

6. Pekerjaan :

Mahasiswa/Pelajar

Pegawai Negeri Sipil

Pegawai Swasta

Wiraswasta

Lainnya (sebutkan)

.....

7. Jenis motor Honda matic:.....

8. Pengeluaran per bulan :

< Rp 2.000.000,00

Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00

> Rp 4.000.000,000

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Jawablah masing-masing pertanyaan di bawah ini sesuai dengan penilaian Saudara mengenai “Pengaruh Motivasi, Persepsi konsumen, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda

Matic” (Studi pada Konsumen Sepeda Motor Honda Matic di Yogyakarta)”).

2. Pilihlah salah satu jawaban dari kelima alternative jawaban yang sesuai dengan cara memberikan tanda centang (√) pada salah satu kolom jawaban yang tersedia dan berilah alasan dari jawaban yang Saudara pilih.
3. Keterangan jawaban sebagai berikut:

STS TS N S SS

-STS : Sangat Tidak Setuju

-TS : Tidak Setuju

-N : Netral

-S : Setuju

-SS : Sangat Setuju

C. DAFTAR PERTANYAAN

MOTIVASI KONSUMEN

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya terdorong membeli sepeda motor Honda matic karena kebutuhan					
2	Saya terdorong menggunakan sepeda motor Honda matic setiap saat					
3	Saya terdorong membeli sepeda motor Honda matic untuk menunjang penampilan					
4	Saya terdorong membeli sepeda motor					

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
	Honda matic karena trend saat ini					
5	Saya membeli sepeda motor Honda matic karena suka akan produk					

PERSEPSI KONSUMEN

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya terdorong membeli sepeda motor Honda matic karena paham akan manfaat produk Honda					
2	Saya terdorong membeli sepeda motor Honda matic karena terdapat banyak variasi tipe produk					
3	Saya terdorong membeli sepeda motor Honda matic karena paham akan popularitas produk Honda matic					
4	Saya terdorong membeli sepeda motor Honda matic karena paham akan keistimewaan produk Honda					
5	Saya terdorong membeli sepeda motor Honda matic karena paham akan kegunaan produk					

SIKAP KONSUMEN

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Saya terdorong membeli sepeda motor Honda matic karena Honda adalah produk yang terbaik					
2	Saya terdorong membeli sepeda motor Honda matic karena Honda adalah produk yang terkenal					
3	Saya terdorong membeli sepeda motor Honda matic karena Honda adalah produk yang diinginkan					
4	Saya terdorong membeli sepeda motor Honda matic karena menyukai produk Honda					
5	Saya terdorong membeli sepeda motor Honda matic karena produk Honda adalah produk yang handal					

KEPUTUSAN KONSUMEN

No	Pertanyaan	Penilaian				
		STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
1	Menurut saya tidak ada pilihan merek lain untuk membeli sepeda motor matic kecuali Honda (Sepeda motor merek Honda sebagai pilihan terbaik)					
2	Menurut saya sepeda motor Honda matic sangat memberi manfaat					
3	Menurut saya sepeda motor Honda matic sesuai dengan harapan					
4	Saya yakin dalam membeli sepeda motor Honda matic					
5	Saya membeli ulang sepeda motor Honda matic karena pemberian bonus yang menarik					

Lampiran 2. Tabulasi data

No.	Motivasi (X1)						No.	Persepsi Konsumen (X2)					
	1	2	3	4	5	Jumlah		1	2	3	4	5	Jumlah
1	4	4	2	2	4	16	1	3	3	4	3	5	18
2	5	5	5	5	5	25	2	5	5	5	5	5	25
3	4	4	2	2	4	16	3	4	4	4	4	4	20
4	4	3	2	3	4	16	4	4	3	3	4	4	18
5	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	5	24
6	4	5	4	5	3	21	6	3	4	4	3	4	18
7	5	4	3	3	4	19	7	3	3	4	4	4	18
8	3	4	1	2	4	14	8	4	3	3	3	3	16
9	4	4	4	3	5	20	9	5	5	4	5	4	23
10	4	5	4	4	5	22	10	4	5	4	4	4	21
11	5	4	3	3	4	19	11	2	4	4	3	3	16
12	4	4	4	4	4	20	12	4	5	4	5	4	22
13	4	4	4	5	4	21	13	3	3	3	3	4	16
14	5	5	4	4	5	23	14	3	4	4	4	4	19
15	4	4	4	4	4	20	15	3	3	3	4	4	17
16	4	3	3	3	4	17	16	4	5	4	4	4	21
17	5	4	2	2	4	17	17	4	5	5	4	5	23
18	5	5	5	5	5	25	18	4	4	4	4	4	20
19	5	3	3	3	4	18	19	4	4	4	4	4	20
20	4	5	3	3	4	19	20	5	2	5	5	4	21
21	4	4	4	4	4	20	21	3	5	5	5	5	23
22	4	3	3	4	4	18	22	4	4	3	4	4	19
23	4	4	3	4	4	19	23	5	4	3	4	4	20
24	5	5	4	4	5	23	24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	4	20	25	3	4	4	4	4	19
26	4	5	3	4	5	21	26	3	5	5	4	4	21
27	5	5	4	4	5	23	27	3	4	4	3	3	17
28	4	4	4	5	5	22	28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	2	4	18	29	4	3	3	4	4	18
30	5	5	4	3	4	21	30	4	4	5	3	2	18
31	4	5	3	3	5	20	31	3	4	5	4	3	19
32	5	5	3	3	4	20	32	3	4	3	3	3	16
33	5	4	4	2	5	20	33	4	4	4	4	4	20
34	5	4	1	1	4	15	34	4	4	4	4	4	20

No.	Motivasi (X1)						No.	Persepsi Konsumen (X2)					
	1	2	3	4	5	Jumlah		1	2	3	4	5	Jumlah
35	5	5	3	4	5	22	35	4	4	5	4	4	21
36	5	5	2	2	4	18	36	4	3	3	4	4	18
37	5	5	5	4	4	23	37	4	3	2	4	4	17
38	5	5	4	4	3	21	38	4	3	4	4	3	18
39	5	5	4	4	5	23	39	3	4	4	4	4	19
40	5	5	3	3	4	20	40	4	4	4	4	3	19
41	5	4	3	4	4	20	41	4	5	4	3	4	20
42	4	3	3	3	4	17	42	4	4	4	4	4	20
43	4	4	3	4	4	19	43	5	3	4	4	4	20
44	5	4	4	4	3	20	44	5	4	4	3	3	19
45	3	4	3	4	4	18	45	4	4	3	3	4	18
46	4	3	4	5	4	20	46	5	3	3	4	4	19
47	5	3	3	5	4	20	47	5	4	4	3	4	20
48	4	4	3	4	3	18	48	4	4	4	3	4	19
49	5	4	4	3	4	20	49	5	4	3	3	4	19
50	4	3	4	5	5	21	50	4	5	5	3	4	21
51	4	5	4	4	4	21	51	5	4	5	4	5	23
52	4	3	4	5	5	21	52	5	5	5	4	5	24
53	4	3	3	5	4	19	53	5	4	3	4	4	20
54	4	4	4	4	4	20	54	4	4	4	4	4	20
55	5	4	3	5	4	21	55	4	5	5	4	4	22
56	5	4	4	5	4	22	56	5	5	5	4	4	23
57	3	4	4	5	3	19	57	5	5	3	4	4	21
58	5	4	3	4	3	19	58	4	4	3	5	4	20
59	5	4	3	4	4	20	59	5	4	3	4	4	20
60	4	4	4	5	4	21	60	4	5	5	4	4	22
61	5	3	3	3	4	18	61	4	4	4	4	3	19
62	4	4	4	3	3	18	62	5	4	4	4	3	20
63	5	4	4	3	3	19	63	5	5	4	3	3	20
64	4	4	4	3	4	19	64	4	5	3	4	4	20
65	4	4	3	4	4	19	65	4	4	3	4	4	19
66	5	5	3	3	4	20	66	4	4	5	4	3	20
67	4	4	3	4	3	18	67	5	4	3	4	4	20
68	3	5	4	3	3	18	68	4	4	4	3	4	19
69	4	3	4	4	5	20	69	5	5	4	3	4	21
70	4	4	4	5	4	21	70	4	4	3	5	4	20
71	4	5	3	4	4	20	71	5	4	4	4	3	20

No.	Motivasi (X1)						No.	Persepsi Konsumen (X2)					
	1	2	3	4	5	Jumlah		1	2	3	4	5	Jumlah
72	5	5	3	4	4	21	72	5	4	4	3	4	20
73	5	4	3	3	4	19	73	4	5	3	4	4	20
74	4	4	4	3	3	18	74	3	4	4	4	4	19
75	3	4	4	3	4	18	75	5	3	4	4	4	20
76	4	4	3	4	4	19	76	3	3	5	4	4	19
77	5	4	3	3	3	18	77	4	3	3	5	4	19
78	4	3	4	4	4	19	78	4	5	4	3	4	20
79	5	4	3	3	3	18	79	5	4	3	4	3	19
80	5	4	4	4	4	21	80	4	4	4	3	4	19
81	4	3	4	4	4	19	81	5	3	4	4	4	20
82	3	3	4	4	5	19	82	4	4	4	3	4	19
83	4	4	3	4	4	19	83	5	4	4	4	3	20
84	5	4	4	4	3	20	84	5	5	4	4	3	21
85	5	3	4	5	4	21	85	4	5	4	4	3	20
86	5	4	3	4	4	20	86	5	4	4	3	4	20
87	4	4	3	4	4	19	87	4	5	4	4	3	20
88	4	4	3	3	3	17	88	5	4	3	3	4	19
89	4	4	5	3	4	20	89	3	5	4	4	4	20
90	5	3	4	4	4	20	90	4	4	5	4	4	21
91	4	3	4	5	4	20	91	5	4	4	3	4	20
92	4	4	3	4	3	18	92	3	4	4	3	4	18
93	5	3	4	3	4	19	93	5	4	4	4	3	20
94	4	4	4	4	3	19	94	3	5	4	4	3	19
95	5	3	3	4	4	19	95	5	3	4	3	4	19
96	5	4	4	3	4	20	96	4	4	5	3	4	20
97	4	5	4	4	3	20	97	5	4	4	3	3	19
98	5	3	3	4	4	19	98	4	4	5	4	3	20
99	4	3	4	4	3	18	99	3	4	5	4	3	19
100	4	4	3	4	5	20	100	5	4	3	4	3	19
101	3	5	4	4	3	19	101	4	4	5	4	4	21
102	4	4	4	3	4	19	102	5	4	4	3	4	20
103	5	3	4	3	4	19	103	4	4	4	4	4	20
104	4	4	3	3	4	18	104	4	5	3	3	3	18
105	4	4	3	4	4	19	105	4	4	4	4	5	21
106	4	4	3	5	4	20	106	5	5	5	4	4	23
107	5	4	3	4	5	21	107	3	4	5	5	3	20
108	4	4	3	4	3	18	108	5	5	4	4	3	21

No.	Motivasi (X1)						No.	Persepsi Konsumen (X2)					
	1	2	3	4	5	Jumlah		1	2	3	4	5	Jumlah
109	5	4	4	3	3	19	109	5	3	4	3	4	19
110	5	5	3	4	4	21	110	4	5	4	4	3	20
111	3	5	3	4	4	19	111	5	4	5	5	4	23
112	4	4	3	3	4	18	112	5	4	4	4	4	21
113	4	4	3	4	3	18	113	4	3	4	3	5	19

No.	Sikap Konsumen (X3)						No.	Keputusan Pembelian (Y)					
	1	2	3	4	5	Jumlah		1	2	3	4	5	Jumlah
1	5	5	5	5	5	25	1	5	5	4	5	2	21
2	5	5	5	5	5	25	2	5	5	5	5	5	25
3	4	3	5	5	4	21	3	4	4	4	4	3	19
4	4	5	5	4	5	23	4	5	5	5	5	3	23
5	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	3	22
6	3	4	4	3	4	18	6	3	4	3	4	3	17
7	3	4	4	4	3	18	7	4	3	3	4	3	17
8	3	3	3	3	3	15	8	4	4	4	4	3	19
9	4	4	4	4	4	20	9	3	3	3	3	3	15
10	4	4	4	4	4	20	10	4	4	4	4	3	19
11	3	4	3	4	3	17	11	2	2	2	3	3	12
12	4	4	4	5	4	21	12	4	4	4	4	2	18
13	3	4	4	4	3	18	13	3	4	4	4	3	18
14	4	4	4	4	4	20	14	4	3	4	4	3	18
15	4	4	4	4	4	20	15	4	4	4	4	3	19
16	4	4	4	4	3	19	16	4	4	4	4	3	19
17	4	5	5	5	4	23	17	4	4	5	5	4	22
18	3	4	4	4	3	18	18	3	4	4	4	4	19
19	3	4	3	4	4	18	19	3	3	4	4	3	17
20	2	3	4	3	4	16	20	2	4	5	4	2	17
21	5	5	5	5	3	23	21	5	4	5	5	4	23
22	4	4	4	4	4	20	22	3	4	4	4	3	18
23	4	5	4	3	5	21	23	3	4	3	4	4	18
24	4	4	4	4	4	20	24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	3	19	25	4	3	4	4	3	18
26	4	4	4	4	3	19	26	4	3	4	4	3	18
27	3	3	3	4	3	16	27	3	3	3	3	3	15

No.	Sikap Konsumen (X3)						No.	Keputusan Pembelian (Y)					
	1	2	3	4	5	Jumlah		1	2	3	4	5	Jumlah
28	4	4	4	4	4	20	28	4	4	4	4	4	20
29	4	5	5	4	3	21	29	3	5	4	4	3	19
30	3	4	3	3	3	16	30	2	3	3	4	3	15
31	4	5	3	4	4	20	31	3	3	3	3	3	15
32	3	3	4	4	3	17	32	2	3	4	4	2	15
33	4	4	5	4	4	21	33	4	4	4	4	3	19
34	5	3	4	4	5	21	34	5	4	4	4	3	20
35	5	5	5	5	5	25	35	5	4	4	4	3	20
36	4	4	4	3	4	19	36	4	4	4	4	3	19
37	5	2	5	5	5	22	37	5	5	5	5	3	23
38	4	4	4	4	4	20	38	4	3	4	4	3	18
39	4	4	4	4	3	19	39	3	4	4	4	3	18
40	4	5	4	5	4	22	40	4	3	2	4	4	17
41	5	4	4	4	5	22	41	5	4	3	4	4	20
42	4	4	4	5	4	21	42	5	5	5	4	4	23
43	5	4	4	4	5	22	43	4	4	4	5	4	21
44	4	5	3	3	5	20	44	4	4	4	4	3	19
45	3	3	3	3	3	15	45	3	5	5	4	3	20
46	4	3	3	5	4	19	46	5	3	3	3	4	18
47	4	4	4	4	4	20	47	5	4	3	4	3	19
48	3	4	3	5	3	18	48	4	4	4	4	3	19
49	4	4	3	5	3	19	49	4	3	4	3	4	18
50	4	5	5	5	4	23	50	5	3	4	4	5	21
51	5	5	4	5	3	22	51	4	5	5	5	3	22
52	4	4	5	5	5	23	52	5	5	5	4	5	24
53	4	4	4	4	4	20	53	3	5	4	5	4	21
54	4	4	4	4	4	20	54	3	4	4	4	4	19
55	5	5	5	5	5	25	55	4	4	4	4	4	20
56	5	5	5	5	5	25	56	5	5	4	4	4	22
57	5	4	4	4	3	20	57	5	4	5	5	4	23
58	3	4	4	5	3	19	58	4	3	4	5	4	20
59	5	3	3	4	4	19	59	5	4	4	5	3	21
60	4	5	5	5	3	22	60	5	4	5	4	3	21
61	4	4	3	3	4	18	61	4	4	3	5	4	20
62	4	4	4	4	4	20	62	5	4	4	4	4	21
63	5	4	4	4	3	20	63	4	4	4	4	2	18
64	4	4	5	4	4	21	64	5	4	5	5	5	24

No.	Sikap Konsumen (X3)						No.	Keputusan Pembelian (Y)					
	1	2	3	4	5	Jumlah		1	2	3	4	5	Jumlah
65	4	4	5	4	4	21	65	4	3	3	5	4	19
66	5	5	4	4	5	23	66	4	3	4	5	4	20
67	5	4	4	4	3	20	67	5	3	5	5	5	23
68	5	4	4	4	2	19	68	3	4	5	4	2	18
69	4	5	4	3	4	20	69	5	5	4	4	4	22
70	5	4	5	3	5	22	70	4	4	4	5	4	21
71	4	3	3	5	4	19	71	5	3	4	5	4	21
72	4	5	4	4	5	22	72	4	4	5	3	4	20
73	5	4	4	4	4	21	73	5	4	5	4	5	23
74	3	4	5	4	4	20	74	4	5	4	4	5	22
75	4	5	4	4	3	20	75	3	3	5	5	4	20
76	3	3	4	4	5	19	76	5	5	3	4	5	22
77	4	4	4	4	4	20	77	4	4	3	4	4	19
78	5	5	4	4	3	21	78	4	5	4	4	3	20
79	4	4	3	4	4	19	79	4	4	4	4	3	19
80	4	3	4	4	4	19	80	3	4	2	4	5	18
81	4	4	4	5	4	21	81	4	3	3	4	4	18
82	4	4	3	5	3	19	82	3	4	4	5	4	20
83	3	4	5	4	4	20	83	4	3	4	4	3	18
84	4	3	5	5	4	21	84	3	4	4	5	4	20
85	4	4	5	4	3	20	85	4	5	4	3	3	19
86	4	4	5	4	4	21	86	4	4	5	3	4	20
87	3	5	4	3	5	20	87	3	5	4	4	4	20
88	3	5	4	4	3	19	88	4	3	3	5	3	18
89	5	3	4	4	5	21	89	5	4	3	5	4	21
90	5	3	4	5	4	21	90	5	3	3	4	4	19
91	4	4	5	4	4	21	91	5	4	4	4	4	21
92	4	5	4	3	3	19	92	4	4	4	3	3	18
93	4	5	4	3	3	19	93	4	4	4	5	4	21
94	4	3	4	4	4	19	94	4	5	3	5	3	20
95	4	4	3	5	3	19	95	4	5	3	4	4	20
96	3	5	4	5	3	20	96	5	4	4	3	3	19
97	4	4	4	3	3	18	97	4	4	4	4	4	20
98	4	4	3	5	4	20	98	4	3	4	4	5	20
99	4	5	3	5	4	21	99	5	4	4	5	3	21
100	4	4	4	3	5	20	100	4	4	3	5	3	19
101	4	3	4	4	4	19	101	5	4	4	4	3	20

No.	Sikap Konsumen (X3)						No.	Keputusan Pembelian (Y)					
	1	2	3	4	5	Jumlah		1	2	3	4	5	Jumlah
102	5	3	4	4	3	19	102	4	4	4	3	4	19
103	4	5	5	5	4	23	103	4	4	4	5	3	20
104	4	2	4	5	4	19	104	5	5	3	4	4	21
105	4	4	3	4	5	20	105	4	3	4	5	4	20
106	5	5	4	4	4	22	106	4	5	4	4	4	21
107	4	4	4	5	3	20	107	5	5	4	4	3	21
108	5	4	5	4	4	22	108	3	5	4	3	4	19
109	4	4	4	3	4	19	109	4	3	4	4	3	18
110	5	4	5	4	3	21	110	3	4	4	5	3	19
111	4	4	4	4	3	19	111	5	5	5	3	4	22
112	4	5	4	5	4	22	112	3	4	5	4	4	20
113	4	4	3	4	5	20	113	4	3	4	4	5	20

Lampiran 3. Karakteristik Responden

Alamat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bantul	30	26.5	26.5	26.5
	Gunung	12	10.6	10.6	37.2
	Kota Y	30	26.5	26.5	63.7
	Kulon	15	13.3	13.3	77.0
	Sleman	26	23.0	23.0	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

JK

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	44	38.9	38.9	38.9
	Perempuan	69	61.1	61.1	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18	7	6.2	6.2	6.2
	19	6	5.3	5.3	11.5
	20	11	9.7	9.7	21.2
	21	26	23.0	23.0	44.2
	22	19	16.8	16.8	61.1
	23	11	9.7	9.7	70.8
	24	9	8.0	8.0	78.8

25	2	1.8	1.8	80.5
26	5	4.4	4.4	85.0
27	4	3.5	3.5	88.5
28	1	.9	.9	89.4
29	1	.9	.9	90.3
31	1	.9	.9	91.2
32	1	.9	.9	92.0
33	1	.9	.9	92.9
34	1	.9	.9	93.8
36	1	.9	.9	94.7
38	1	.9	.9	95.6
41	3	2.7	2.7	98.2
45	1	.9	.9	99.1
47	1	.9	.9	100.0
Total	113	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa/Pelajar	75	66.4	66.4	66.4
	Pegawai Negeri Si	14	12.4	12.4	78.8
	Pegawai Swasta	13	11.5	11.5	90.3
	Wiraswasta	11	9.7	9.7	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Jenismotor

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Beat	48	42.5	42.5	42.5
	Scoo	19	16.8	16.8	59.3
	Spac	12	10.6	10.6	69.9
	Vari	34	30.1	30.1	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Penghasilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 2.000.000	78	69.0	69.0	69.0
	> Rp 4.000.000	3	2.7	2.7	71.7
	Rp 2.000.0000 -	32	28.3	28.3	100.0
	Total	113	100.0	100.0	

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas

Validitas Motivasi

		Correlations					
		MK1	MK2	MK3	MK4	MK5	TOTAL
MK1	Pearson Correlation	1	.107	.012	.577**	.229	.577**
	Sig. (2-tailed)		.512	.939	.000	.155	.000
	N	40	40	40	40	40	40
MK2	Pearson Correlation	.107	1	.449**	.329*	.249	.682**
	Sig. (2-tailed)	.512		.004	.038	.121	.000
	N	40	40	40	40	40	40
MK3	Pearson Correlation	.012	.449**	1	.285	.094	.588**
	Sig. (2-tailed)	.939	.004		.074	.562	.000
	N	40	40	40	40	40	40
MK4	Pearson Correlation	.577**	.329*	.285	1	.530**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.038	.074		.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
MK5	Pearson Correlation	.229	.249	.094	.530**	1	.615**
	Sig. (2-tailed)	.155	.121	.562	.000		.000
	N	40	40	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.577**	.682**	.588**	.807**	.615**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

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

Validitas Persepsi konsumen

		Correlations					
		PK1	PK2	PK3	PK4	PK5	TOTAL
PK1	Pearson Correlation	1	.407**	.248	.020	.189	.446**
	Sig. (2-tailed)		.009	.123	.902	.243	.004
	N	40	40	40	40	40	40
PK2	Pearson Correlation	.407**	1	.381*	.306	.307	.655**
	Sig. (2-tailed)	.009		.015	.055	.054	.000
	N	40	40	40	40	40	40
PK3	Pearson Correlation	.248	.381*	1	.756**	.325*	.877**
	Sig. (2-tailed)	.123	.015		.000	.041	.000
	N	40	40	40	40	40	40
PK4	Pearson Correlation	.020	.306	.756**	1	.246	.798**
	Sig. (2-tailed)	.902	.055	.000		.126	.000
	N	40	40	40	40	40	40
PK5	Pearson Correlation	.189	.307	.325*	.246	1	.539**
	Sig. (2-tailed)	.243	.054	.041	.126		.000
	N	40	40	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.446**	.655**	.877**	.798**	.539**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

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

Validitas Sikap Konsumen

		Correlations					
		SK1	SK2	SK3	SK4	SK5	TOTAL
SK1	Pearson Correlation	1	.358*	.636**	.645**	.591**	.872**
	Sig. (2-tailed)		.023	.000	.000	.000	.000
	N	40	40	40	40	40	40
SK2	Pearson Correlation	.358*	1	.305	.261	.213	.587**
	Sig. (2-tailed)	.023		.056	.104	.188	.000
	N	40	40	40	40	40	40
SK3	Pearson Correlation	.636**	.305	1	.594**	.471**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000	.056		.000	.002	.000
	N	40	40	40	40	40	40
SK4	Pearson Correlation	.645**	.261	.594**	1	.309	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000	.104	.000		.053	.000
	N	40	40	40	40	40	40
SK5	Pearson Correlation	.591**	.213	.471**	.309	1	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.188	.002	.053		.000
	N	40	40	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.872**	.587**	.800**	.741**	.708**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	40	40	40	40	40	40

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

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

Validitas Keputusan Pembelian

		Correlations					
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	TOTAL
KP1	Pearson Correlation	1	.506**	.460**	.602**	.263	.798**
	Sig. (2-tailed)		.001	.003	.000	.101	.000
	N	40	40	40	40	40	40
KP2	Pearson Correlation	.506**	1	.676**	.715**	.117	.819**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.473	.000
	N	40	40	40	40	40	40
KP3	Pearson Correlation	.460**	.676**	1	.741**	.028	.790**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000		.000	.862	.000
	N	40	40	40	40	40	40
KP4	Pearson Correlation	.602**	.715**	.741**	1	.211	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.191	.000
	N	40	40	40	40	40	40
KP5	Pearson Correlation	.263	.117	.028	.211	1	.408**
	Sig. (2-tailed)	.101	.473	.862	.191		.009
	N	40	40	40	40	40	40
TOTAL	Pearson Correlation	.798**	.819**	.790**	.870**	.408**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.009	
	N	40	40	40	40	40	40

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

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Motivasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.757	.806	6

Uji Reliabilitas Persepsi Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.770	.821	6

Uji Reliabilitas Sikap Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.790	.875	6

Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.788	.873	6

Lampiran 6. Hasil Uji Hipotesis

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	SK, PK, MK ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: KP

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	R Square Change	Change Statistics			Sig. F Change
						F Change	df1	df2	
1	.592 ^a	.350	.333	1.699	.350	19.606	3	109	.000

a. Predictors: (Constant), SK, PK, MK

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	169.856	3	56.619	19.606	.000 ^b
	Residual	314.781	109	2.888		
	Total	484.637	112			

a. Dependent Variable: KP

b. Predictors: (Constant), SK, PK, MK

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.539	2.354		3.202	.002
	MK	.372	.122	.294	3.046	.003
	PK	-.183	.090	-.163	-2.030	.045
	SK	.411	.099	.394	4.151	.000

a. Dependent Variable: KP