

# LAMPIRAN

### Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

IDENTITAS RESPONDEN	
1. No. Responden	: _____ (diisi oleh peneliti)
2. Nama Responden	: _____
3. Jenis Kelamin	: _____
4. Usia	: _____ Tahun
5. Alamat	: _____

### PETUNJUK UMUM KUESIONER

1. Bacalah sejumlah pernyataan dan pertanyaan dibawah ini dengan teliti.
2. Anda dimohon untuk memberikan penilaian mengenai pengaruh motivasi, persepsi, dan sikap konsumen terhadap keputusan pembelian mobil LCGC merek Toyota Calya di Yogyakarta.
3. Anda dimohon untuk memberikan jawaban sesuai dengan keadaan anda secara objektif dan memberi tanda (✓) pada salah satu kriteria untuk setiap pernyataan yang menurut anda paling tepat.
4. Skor yang diberikan tidak mengandung nilai jawaban benar-salah melainkan menunjukkan kesesuaian penilaian anda terhadap isi setiap pernyataan dan pertanyaan.
5. Pilihan jawaban yang tersedia adalah  
 Angka 1 = apabila anda merasa **Sangat Tidak Setuju (STS)**

Angka 2 = apabila anda merasa **Tidak Setuju (TS)**

Angkat 3 = apabila anda merasa **Netral (N)**

Angka 4 = apabila anda merasa **Setuju (S)**

Angka 5 = Apabila anda merasa **Sangat Setuju (SS)**

6. Dimohon dalam memberikan penilaian tidak ada pernyataan yang terlewatkan.

VARIABEL PERTANYAAN	PILIHAN JAWABAN
---------------------	-----------------

VARIABEL MOTIVASI		STS	TS	N	S	SS
1	Saya terdorong membeli mobil Toyota Calya karena kualitasnya terjamin					
2	Saya terdorong membeli mobil Toyota Calya karena kenyamanannya saat digunakan					
3	Saya terdorong membeli mobil Toyota Calya karena memiliki jaminan harga purna jual yang baik					
4	Saya terdorong membeli mobil Toyota Calya karena memiliki layanan service yang banyak dan kualitas service yang baik					
5	Saya terdorong membeli mobil Toyota Calya karena harga produk tersebut dapat dijangkau					

VARIABEL PERSEPSI		STS	TS	N	S	SS
1	Menurut saya mobil Toyota Calya memiliki daya tahan yang baik					
2	Menurut saya mobil Toyota Calya memiliki daya tahan mesin yang baik					
3	Menurut saya mobil Toyota Calya memiliki suku cadang yang berkualitas					
4	Menurut saya mobil Toyota Calya Stabil saat digunakan untuk jarak jauh					

<b>VARIABEL SIKAP KONSUMEN</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1	Mobil Toyota Calya irit dalam penggunaan bahan bakar					
2	Ada rekomendasi dari pihak keluarga untuk membeli mobil Toyota Calya					
3	Model dari mobil Toyota Calya menarik					
4	Mobil Toyota Calya dapat menampung banyak penumpang					

<b>VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN</b>		<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1	Saya membeli mobil Toyota Calya karena informasi tentang kualitas produk nya sudah memasyarakat					
2	Saya membeli mobil Toyota Calya karena sparepart nya mudah didapatkan					
3	Saya membeli mobil Toyota Calya karena mobil Toyota Calya tidak dikenakan pajak pertambahan nilai barang mewah (PPnBM)					
4	Saya membeli mobil Toyota Calya karena metode pembayaran nya yang mudah					

## Lampiran 2. Karakteristik Responden

**Statistics**

		Jenis_Kelamin	Umur
N	Valid	110	110
	Missing	0	0

**Jenis\_Kelamin**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	97	88.2	88.2	88.2
	Perempuan	13	11.8	11.8	100.0
	Total	110	100.0	100.0	

**Umur**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<30	19	17.3	17.3	17.3
	30-40	65	59.1	59.1	76.4
	>40	26	23.6	23.6	100.0
Total		110	100.0	100.0	

### Lampiran 3. Hasil Uji Validitas

#### Validitas Motivasi Konsumen

		Correlations					
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1
x1.1	Pearson Correlation	1	.671**	.459	.413**	.566**	.792
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
x1.2	Pearson Correlation	.671**	1	.484**	.438**	.601**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
x1.3	Pearson Correlation	.459**	.484**	1	.535**	.482**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
x1.4	Pearson Correlation	.413**	.438**	.535**	1	.556**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110	110
x1.5	Pearson Correlation	.566**	.601**	.482**	.556**	1	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110	110
x1	Pearson Correlation	.792**	.817**	.738**	.747**	.829**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110	110

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

### Validitas Persepsi Konsumen

		Correlations				
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2
x2.1	Pearson Correlation	1	.644**	.666**	.692**	.865**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
x2.2	Pearson Correlation	.644**	1	.665**	.632**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
x2.3	Pearson Correlation	.666**	.665**	1	.665**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
x2.4	Pearson Correlation	.692**	.632**	.665**	1	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
x2	Pearson Correlation	.865**	.852**	.872**	.865**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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

### Validitas Sikap Konsumen

		Correlations				
		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3
x3.1	Pearson Correlation	1	.650**	.697**	.648**	.884**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
x3.2	Pearson Correlation	.650**	1	.598**	.604**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
x3.3	Pearson Correlation	.697**	.598**	1	.637**	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
x3.4	Pearson Correlation	.648**	.604**	.637**	1	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
x3	Pearson Correlation	.884**	.814**	.865**	.851**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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



### Validitas Keputusan Pembelian

#### Correlations

		y.1	y.2	y.3	y.4	y
y.1	Pearson Correlation	1	.578	.615	.598	.818
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
y.2	Pearson Correlation	.578**	1	.588**	.636**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	110	110	110	110	110
y.3	Pearson Correlation	.615**	.588**	1	.579**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	110	110	110	110	110
y.4	Pearson Correlation	.598**	.636**	.579**	1	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	110	110	110	110	110
y	Pearson Correlation	.818**	.842**	.839**	.845**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	110	110	110	110	110

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

### Lampiran 4. Uji Reliabilitas

#### Reliabilitas Motivasi Konsumen

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	110	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	5

## Reliabilitas Persepsi Konsumen

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	110	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	4

## Reliabilitas Sikap Konsumen

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	110	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.874	4

## Reliabilitas Keputusan Pembelian

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	110	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	110	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.854	4

## Lampiran 5. Hasil Uji Hipotesis Penelitian

**Variables Entered/Removed<sup>a</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sikap Konsumen, Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen <sup>b</sup>	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.737 <sup>a</sup>	.543	.530	1.574

a. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	311.361	3	103.787	41.917	.000 <sup>b</sup>
Residual	262.457	106	2.476		
Total	573.818	109			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Motivasi Konsumen, Persepsi Konsumen

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.366	1.535		.239	.812
Motivasi Konsumen	.197	.069	.198	2.878	.005
Persepsi Konsumen	.331	.092	.315	3.598	.000
Sikap Konsumen	.380	.082	.404	4.630	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian