

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Identitas Responden

1. Nama :
2. Fakultas :
3. Jenis Kelamin :
4. Umur :

Kuesioner Penelitian

Syarat responden :

1. Berusia 17-25 tahun
2. Pernah menggunakan atau sedang menggunakan layanan paket data internet IM3 Ooredoo.

Pentunjuk 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 pernyataan 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 dan apabila ada kekeliruan dalam menjawab berikan tanda sama dengan (=)
3. Setiap butir pernyataan yang diberikan hanya dapat dijawab dengan 1 (satu) jawaban saja
4. Dimohon untuk menjawab pernyataan dengan sebenar-benarnya dan seobjektif mungkin
5. Jawablah pernyataan yang anggap anda mudah terlebih dahulu.

Pernyataan

PERSEPSI KUALITAS PRODUK						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	IM3 Ooredoo memiliki kualitas jaringan yang stabil					
2	IM3 Ooredoo memiliki keragaman dalam pemilihan paket data internet					
3	IM3 Ooredoo memiliki kuota internet yang tidak boros					
4	IM3 Ooredoo memiliki kecepatan akses internet yang lebih unggul dari produk lain					
PERSEPSI HARGA						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
5	Layanan paket data internet IM3 Ooredoo memiliki harga yang terjangkau					
6	Layanan paket data internet IM3 Ooredoo memiliki harga yang sesuai dengan kualitasnya					
7	Layanan paket data internet IM3 Ooredoo memiliki harga yang bersaing dengan produk lain					
8	Harga layanan paket data internet IM3 Ooredoo sesuai dengan manfaat yang diberikan					
PROMOSI						
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
9	Saya sering mendapat informasi layanan paket data internet IM3 Ooredoo dari mulut ke mulut					
10	Layanan paket data internet IM3 Ooredoo memberikan penawaran promosi yang menarik bagi konsumen					

11	Saya sering menjumpai iklan IM3 Ooredoo diberbagai media					
12	Saya membeli layanan paket data internet IM3 Ooredoo dengan melihat penawaran promosi					
KEPUTUSAN PEMBELIAN						
No	Pernyataan	STS	TS	N	SS	S
13	Layanan paket data internet IM3 Ooredoo memenuhi keinginan untuk membeli layanan paket data internet					
14	Saya memprioritaskan IM3 Ooredoo dalam pembelian layanan paket data					
15	Saya tertarik membeli layanan paket data internet IM3 Ooredoo karena dari sumber terdekat (kerabat atau teman)					
16	Layanan paket data internet IM3 Ooredoo menjadi pertimbangan ketika membeli layanan paket data internet yang lain					
17	Saya melakukan pembelian ulang terhadap layanan paket data internet IM3 Ooredoo					

Lampiran 2. Uji Kualitas Instrumen

A. Persepsi Kualitas Produk

1. Uji Validitas

		Correlations				Persepsi Kualitas Produk
		PR1	PR2	PR3	PR4	
PR1	Pearson Correlation	1	.276	.131	.442 [*]	.624 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.140	.490	.015	.000
	N	30	30	30	30	30
PR2	Pearson Correlation	.276	1	.540 ^{**}	.395 [*]	.754 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.140		.002	.031	.000
	N	30	30	30	30	30
PR3	Pearson Correlation	.131	.540 ^{**}	1	.288	.722 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.490	.002		.123	.000
	N	30	30	30	30	30
PR4	Pearson Correlation	.442 [*]	.395 [*]	.288	1	.748 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.015	.031	.123		.000
	N	30	30	30	30	30
Persepsi Kualitas Produk	Pearson Correlation	.624 ^{**}	.754 ^{**}	.722 ^{**}	.748 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.667	4

B. Persepsi Harga

1. Uji Validitas

		Correlations				
		H1	H2	H3	H4	Persepsi Harga
PH1	Pearson Correlation	1	.205	.096	.345	.641**
	Sig. (2-tailed)		.278	.613	.062	.000
	N	30	30	30	30	30
PH2	Pearson Correlation	.205	1	.619**	.355	.748**
	Sig. (2-tailed)	.278		.000	.054	.000
	N	30	30	30	30	30
PH3	Pearson Correlation	.096	.619**	1	.435*	.727**
	Sig. (2-tailed)	.613	.000		.016	.000
	N	30	30	30	30	30
PH4	Pearson Correlation	.345	.355	.435*	1	.721**
	Sig. (2-tailed)	.062	.054	.016		.000
	N	30	30	30	30	30
Persepsi Harga	Pearson Correlation	.641**	.748**	.727**	.721**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.777	4

C. Promosi

1. Uji Validitas

		P1	P2	P3	P4	Promosi
P1	Pearson Correlation	1	.477**	.449*	.285	.838**
	Sig. (2-tailed)		.008	.013	.127	.000
	N	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.477**	1	.450*	.374*	.759**
	Sig. (2-tailed)	.008		.013	.042	.000
	N	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.449*	.450*	1	.028	.659**
	Sig. (2-tailed)	.013	.013		.881	.000
	N	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.285	.374*	.028	1	.577**
	Sig. (2-tailed)	.127	.042	.881		.001
	N	30	30	30	30	30
Promosi	Pearson Correlation	.838**	.759**	.659**	.577**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	
	N	30	30	30	30	30

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

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

2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.667	4

D. Keputusan Pembelian

1. Uji Validitas

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Keputusan Pembelian
KP1	Pearson Correlation	1	.003	.360*	.317	.155	.569**
	Sig. (2-tailed)		.989	.047	.082	.405	.001
	N	31	31	31	31	31	31
KP2	Pearson Correlation	.003	1	.615**	.114	.173	.629**
	Sig. (2-tailed)	.989		.000	.543	.351	.000
	N	31	31	31	31	31	31
KP3	Pearson Correlation	.360*	.615**	1	.140	.167	.759**
	Sig. (2-tailed)	.047	.000		.451	.369	.000
	N	31	31	31	31	31	31
KP4	Pearson Correlation	.317	.114	.140	1	.289	.576**
	Sig. (2-tailed)	.082	.543	.451		.114	.001
	N	31	31	31	31	31	31
KP5	Pearson Correlation	.155	.173	.167	.289	1	.573**
	Sig. (2-tailed)	.405	.351	.369	.114		.001
	N	31	31	31	31	31	31
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.569**	.629**	.759**	.576**	.573**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.001	.001	
	N	31	31	31	31	31	31

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

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

2. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.609	5

Lampiran 3. Karakteristik Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	61	50,8	50,8	50,8
	Perempuan	59	49,2	49,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-19 Tahun	26	21,7	21,7	21,7
	20-21 Tahun	33	27,5	27,5	49,2
	22-23 Tahun	48	40,0	40,0	89,2
	24-25 Tahun	13	10,8	10,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Fakultas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FAI	11	9,2	9,2	9,2
	FEB	22	18,3	18,3	27,5
	FH	17	14,2	14,2	41,7
	FISIPOL	14	11,7	11,7	53,3
	FKIK	11	9,2	9,2	62,5
	FP	11	9,2	9,2	71,7
	FPB	15	12,5	12,5	84,2
	FT	19	15,8	15,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Lampiran 4. Analisis Deskriptif Variabel

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PR1	120	1	5	3,22	,769
PR2	120	2	5	3,67	,760
PR3	120	1	5	3,55	,798
PR4	120	1	5	2,89	,848
Persepsi Kualitas Produk	120	8	20	13,33	2,166
Valid N (listwise)	120				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
H1	120	1	5	3,51	,860
H2	120	1	5	3,36	,754
H3	120	1	5	3,51	,767
H4	120	1	5	3,38	,812
Persepsi Harga	120	7	20	13,76	2,257
Valid N (listwise)	120				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
P1	120	1	5	3,42	,913
P2	120	2	5	3,49	,698
P3	120	1	5	3,77	,742
P4	120	1	5	3,41	,912
Promosi	120	7	33	19,46	7,320
Valid N (listwise)	120				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP1	120	2	5	3,44	,708
KP2	120	1	5	3,10	,974
KP3	120	1	5	3,22	,871
KP4	120	2	5	3,51	,810
KP5	120	1	5	3,34	,921
Keputusan Pembelian	120	10	23	16,61	2,751
Valid N (listwise)	120				

Lampiran 5. Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,620 ^a	,385	,369	2,273

a. Predictors: (Constant), Promosi, Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	374,703	3	124,901	24,176	,000 ^b
	Residual	599,288	116	5,166		
	Total	973,992	119			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Persepsi Kualitas Produk, Persepsi Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,790	1,710		1,632	,105
	Persepsi Kualitas Produk	,226	,109	,169	2,069	,041
	Persepsi Harga	,286	,102	,229	2,794	,006
	Promosi	,525	,099	,413	5,283	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian