

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Nama saya Agung Maahardika, mahasiswa S1 jurusan Manajemen konsentrasi Pemasaran Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk proposal penelitian dengan judul **“ANALISIS PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN CITRA MEREK SEBAGAI VARIABEL INTERVENINNG (Studi Pada Pengguna Smartphone Xiaomi Di Kota Yogyakarta)**

Penelitian ini merupakan salah satu syarat kelulusan di jenjang S1. Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon kesediaan Saudara/Saudari untuk meluangkan waktu melengkapi kuesioner ini sehingga dapat membantu melengkapi data yang saya perlukan. Kuesioner ini hanya ditujukan untuk Responden laki-laki maupun perempuan berumur lebih dari 17 tahun yang menggunakan produk *smartphone* Xiaomi di Kota Yogyakarta. Responden pada penelitian ini terbatas pada responden yang pernah melakukan pembelian *smartphone* Xiaomi di Kota Yogyakarta minimal 6 bulan terakhir. Atas bantuan dan kerjasama Saudara/Saudari, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Agung Mahardika

A. Identitas Responden

1. Nama :.....(boleh tidak diisi)
2. Jenis Kelamin :
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
3. Usia :
 - a. 17-20 tahun
 - b. 21-23 tahun
 - c. >23
4. Pekerjaan :
 - a. Mahasiswa/Pelajar
 - b. Wiraswasta
 - c. Pegawai negeri sipil
 - d.(lain-lain)
5. Pendapatan per bulan :
 - a. <Rp 1.000.000,00
 - b. Rp 1.000.000,00
 - c. >Rp 1.500.000,00
6. Tipe Smartphone Xiaomi :
 - a. Mi
 - b. Redmi

B. Daftar Pernyataan

Berilah tanda (√) pada jawaban yang dianggap paling sesuai dengan keadaan saudara.

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

KS : Kurang Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

1. DESAIN PRODUK

No	Daftar Pernyataan	RESPON				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya menilai bahwa <i>smartphone</i> Xiaomi mempunyai variasi warna dibandingkan <i>smartphone</i> merek lain.					
2	Saya merasa <i>smartphone</i> Xiaomi mempunyai variasi model dibandingkan <i>smartphone</i> merek lain.					
3	Saya merasa bahwa Desain <i>smartphone</i> Xiaomi lebih premium dan elegan dibandingkan <i>smartphone</i> merek lain.					

2. KUALITAS PRODUK

No	Daftar Pernyataan	RESPON				
		STS	TS	KS	S	SS
1	<i>Smartphone</i> Xiaomi memiliki nilai kenyamanan dalam penggunaan dibandingkan <i>smartphone</i> merek lain.					

2	Saya merasa <i>smartphone</i> Xiaomi memiliki kualitas tahan lama dibandingkan <i>smartphone</i> merek lain.					
3	Saya merasa <i>smartphone</i> Xiaomi mempunyai bahan yang memuaskan dibandingkan <i>smartphone</i> merek lain.					

3. PERSEPSI HARGA

No	Daftar Pernyataan	RESPON				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa <i>smartphone</i> Xiaomi mempunya harga yang sesuai dengan kualitasnya dibandingkan <i>smartphone</i> merek lain.					
2	Saya merasa <i>smartphone</i> Xiaomi memiliki harga yang terjangkau dibandingkan <i>smartphone</i> merek lain.					
3	Saya merasa <i>smartphone</i> Xiaomi memiliki kesesuaian harga produk dengan manfaat yang didapat dibandingkan <i>smartphone</i> merek lain.					

4. CITRA MEREK

No	Daftar Pernyataan	RESPON				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa <i>smartphone</i> Xiaomi mempunyai merek yang terkenal dibandingkan <i>smartphone</i> lain.					
2	Saya merasa <i>smartphone</i> Xiaomi mempunyai merek yang terpercaya dibandingkan <i>smartphone</i> merek lain.					
3	Samrtphone Xiaomi akan selalu					

	berkesan didalam fikiran saya dibandingkan <i>smartphone</i> merek lain.					
--	--	--	--	--	--	--

5. KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Daftar Pernyataan	RESPON				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Saya merasa lebih mantap membeli <i>smartphone</i> Xiaomi dibandingkan <i>smartphone</i> Merek lain.					
2	Saya akan mencari informasi tentang <i>smartphone</i> Xiaomi dibandingkan <i>smartphone</i> merek lain.					
3	Saya menyadari akan keberadaan <i>smartphone</i> Xiaomi dibandingkan <i>smartphone</i> merek lain.					

Lampiran 2

Data Hasil Jawaban Responden

1. Variabel desain produk

RESPONDEN	DESAIN PRODUK			
	Q1	Q2	Q3	JML
1	4	4	3	11
2	5	4	4	13
3	4	4	5	13
4	4	4	4	12
5	4	5	4	13
6	5	4	5	14
7	4	5	5	14
8	3	3	3	9
9	4	4	5	13
10	4	4	4	12
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12
13	4	3	3	10
14	3	3	3	9
15	3	3	3	9
16	4	4	3	11
17	3	3	2	8
18	4	4	3	11
19	4	3	3	10
20	4	3	2	9
21	3	3	3	9
22	4	4	4	12
23	2	2	2	6
24	4	4	4	12
25	5	4	5	14
26	3	3	4	10
27	3	3	2	8
28	3	4	4	11
29	4	4	3	11
30	3	4	3	10
31	5	5	5	15
32	4	4	3	11
33	3	4	3	10

34	4	4	3	11
35	4	3	3	10
36	3	4	4	11
37	4	4	4	12
38	3	3	3	9
39	4	3	4	11
40	4	4	3	11
41	4	4	4	12
42	4	4	5	13
43	2	2	3	7
44	4	4	5	13
45	4	4	4	12
46	3	3	4	10
47	4	4	4	12
48	2	2	3	7
49	4	2	2	8
50	4	4	4	12
51	4	4	5	13
52	4	3	3	10
53	4	4	4	12
54	4	4	4	12
55	4	4	4	12
56	2	2	4	8
57	3	3	4	10
58	4	4	4	12
59	5	4	5	14
60	5	4	4	13
61	4	4	5	13
62	4	4	5	13
63	4	4	3	11
64	4	4	4	12
65	2	4	3	9
66	4	3	4	11
67	4	5	5	14
68	4	4	3	11
69	4	4	4	12
70	5	5	5	15
71	2	3	4	9
72	3	4	4	11

73	3	3	4	10
74	3	2	3	8
75	4	3	4	11
76	4	4	4	12
77	4	3	4	11
78	4	3	5	12
79	4	4	5	13
80	4	4	5	13
81	2	4	3	9
82	4	4	4	12
83	4	4	4	12
84	4	4	4	12
85	4	3	4	11
86	3	3	3	9
87	4	4	4	12
88	3	3	3	9
89	3	3	3	9
90	2	5	3	10
91	4	4	5	13
92	4	4	3	11
93	4	3	3	10
94	2	5	4	11
95	4	4	1	9
96	4	4	4	12
97	4	4	4	12
98	4	4	3	11
99	3	4	4	11
100	5	3	4	12
101	4	3	4	11
102	3	4	4	11
103	2	4	4	10
104	4	4	5	13
105	4	4	4	12

2. Variabel kualitas produk

RESPONDEN	KUALITAS PRODUK			
	Q1	Q2	Q3	JML
1	4	3	3	10
2	4	3	2	9
3	3	3	3	9
4	4	4	4	12
5	2	2	2	6
6	4	4	4	12
7	4	4	3	11
8	4	4	5	13
9	4	4	2	10
10	4	4	3	11
11	3	4	3	10
12	4	4	4	12
13	5	4	5	14
14	4	5	5	14
15	3	3	3	9
16	4	4	5	13
17	4	4	4	12
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	4	3	3	10
21	3	3	3	9
22	4	5	4	13
23	2	2	2	6
24	4	3	4	11
25	4	4	3	11
26	3	3	3	9
27	4	4	4	12
28	4	4	4	12
29	4	4	3	11
30	3	2	3	8
31	4	5	4	13
32	4	4	4	12
33	3	3	4	10
34	3	4	5	12
35	4	4	4	12
36	4	4	4	12

37	4	5	4	13
38	4	3	3	10
39	2	3	2	7
40	3	2	3	8
41	4	5	4	13
42	4	4	4	12
43	5	4	4	13
44	4	4	4	12
45	5	5	5	15
46	4	4	4	12
47	4	4	4	12
48	3	4	4	11
49	4	4	3	11
50	5	5	4	14
51	4	5	4	13
52	2	2	2	6
53	4	4	4	12
54	4	4	4	12
55	4	5	4	13
56	4	4	4	12
57	4	4	4	12
58	4	4	5	13
59	5	4	4	13
60	4	4	4	12
61	3	4	5	12
62	4	4	4	12
63	3	3	2	8
64	4	4	5	13
65	4	4	4	12
66	4	5	4	13
67	5	4	5	14
68	4	4	4	12
69	4	4	4	12
70	5	4	4	13
71	5	4	5	14
72	4	3	4	11
73	4	3	4	11
74	4	3	4	11
75	4	3	3	10

76	4	4	4	12
77	5	4	4	13
78	4	4	5	13
79	5	4	4	13
80	4	4	4	12
81	3	4	5	12
82	3	4	4	11
83	3	3	4	10
84	3	3	3	9
85	4	3	4	11
86	3	3	3	9
87	3	4	4	11
88	3	4	3	10
89	4	4	3	11
90	4	4	4	12
91	4	3	5	12
92	4	3	4	11
93	3	2	3	8
94	4	5	4	13
95	3	3	2	8
96	2	3	4	9
97	4	4	4	12
98	3	4	3	10
99	4	3	3	10
100	4	3	3	10
101	4	4	4	12
102	4	4	4	12
103	4	4	3	11
104	4	4	3	11
105	4	3	4	11

3. Variabel persepsi harga

RESPONDEN	PERSEPSI HARGA			
	Q1	Q2	Q3	JML
1	5	5	4	14
2	4	5	3	12
3	4	4	4	12
4	4	4	4	12

5	5	5	5	15
6	4	5	4	13
7	4	4	4	12
8	4	5	4	13
9	5	5	5	15
10	5	5	5	15
11	5	5	4	14
12	4	4	4	12
13	5	4	4	13
14	4	4	3	11
15	4	4	4	12
16	4	4	4	12
17	5	5	5	15
18	4	4	3	11
19	5	4	4	13
20	4	4	5	13
21	4	4	4	12
22	4	5	4	13
23	4	4	3	11
24	5	5	5	15
25	5	5	5	15
26	3	5	3	11
27	5	5	5	15
28	4	4	4	12
29	4	5	4	13
30	4	4	3	11
31	3	4	4	11
32	4	4	3	11
33	5	4	5	14
34	4	4	4	12
35	4	4	4	12
36	4	4	5	13
37	5	5	5	15
38	4	4	4	12
39	4	4	3	11
40	4	5	4	13
41	4	4	4	12
42	4	4	4	12
43	5	4	4	13

44	5	5	4	14
45	5	5	5	15
46	5	4	5	14
47	4	3	4	11
48	4	4	4	12
49	4	4	4	12
50	5	5	4	14
51	5	4	4	13
52	4	4	4	12
53	5	4	4	13
54	5	4	4	13
55	5	5	5	15
56	4	4	4	12
57	5	5	4	14
58	5	4	4	13
59	4	4	4	12
60	5	5	5	15
61	4	5	5	14
62	4	5	5	14
63	5	4	4	13
64	5	5	4	14
65	3	3	3	9
66	5	4	5	14
67	5	5	4	14
68	4	4	4	12
69	4	4	4	12
70	5	4	5	14
71	5	5	5	15
72	4	5	4	13
73	5	5	5	15
74	4	5	4	13
75	5	4	4	13
76	4	4	3	11
77	4	4	4	12
78	5	5	5	15
79	5	5	5	15
80	5	5	4	14
81	5	5	5	15
82	4	4	4	12

83	5	5	4	14
84	4	5	4	13
85	5	5	4	14
86	4	4	5	13
87	4	4	4	12
88	3	3	3	9
89	4	4	3	11
90	4	4	4	12
91	4	4	4	12
92	5	5	4	14
93	4	4	3	11
94	5	5	5	15
95	5	5	5	15
96	4	4	3	11
97	4	5	5	14
98	4	4	4	12
99	5	5	5	15
100	4	4	4	12
101	4	4	4	12
102	4	5	3	12
103	4	5	4	13
104	4	5	4	13
105	4	4	5	13

4. Variabel Citra Merek

RESPONDEN	CITRA MEREK			
	Q1	Q2	Q3	JML
1	4	3	4	11
2	2	2	3	7
3	4	4	3	11
4	4	4	4	12
5	4	2	4	10
6	4	4	5	13
7	4	4	3	11
8	4	3	3	10
9	5	5	5	15
10	4	4	4	12
11	3	3	3	9

12	3	3	3	9
13	4	4	5	13
14	3	3	2	8
15	3	3	3	9
16	4	4	3	11
17	3	5	5	13
18	3	3	3	9
19	3	3	3	9
20	4	4	3	11
21	3	3	2	8
22	4	4	3	11
23	4	3	3	10
24	3	4	5	12
25	4	4	4	12
26	3	3	3	9
27	4	4	3	11
28	3	3	4	10
29	4	4	4	12
30	3	3	2	8
31	5	4	3	12
32	3	3	2	8
33	4	5	4	13
34	4	4	3	11
35	3	4	3	10
36	3	3	4	10
37	4	4	4	12
38	4	4	3	11
39	3	3	3	9
40	3	3	4	10
41	2	3	3	8
42	3	3	2	8
43	3	4	4	11
44	4	4	4	12
45	4	3	4	11
46	4	4	4	12
47	4	4	4	12
48	4	5	4	13
49	4	3	3	10
50	5	5	5	15

51	4	4	3	11
52	4	4	3	11
53	3	3	4	10
54	4	4	4	12
55	4	4	4	12
56	4	4	3	11
57	4	4	4	12
58	4	3	3	10
59	4	5	4	13
60	4	4	5	13
61	3	3	3	9
62	4	4	5	13
63	3	3	3	9
64	4	4	4	12
65	4	3	4	11
66	5	4	4	13
67	5	5	5	15
68	3	4	4	11
69	4	4	4	12
70	5	5	5	15
71	4	4	5	13
72	4	4	3	11
73	3	3	4	10
74	4	3	4	11
75	4	4	3	11
76	3	3	3	9
77	4	4	4	12
78	2	3	4	9
79	4	4	4	12
80	4	4	4	12
81	3	3	4	10
82	5	5	4	14
83	4	4	3	11
84	3	3	3	9
85	3	4	5	12
86	4	3	4	11
87	3	3	3	9
88	3	3	3	9
89	4	4	3	11

90	4	3	2	9
91	4	3	4	11
92	4	4	3	11
93	3	3	2	8
94	3	3	2	8
95	4	4	3	11
96	3	3	3	9
97	4	4	4	12
98	4	4	3	11
99	3	3	3	9
100	3	3	2	8
101	4	4	3	11
102	3	3	3	9
103	3	3	4	10
104	4	3	4	11
105	4	4	4	12

5. Variabel keputusan pembelian

RESPONDEN	KEPUTUSAN PEMBELIAN			
	Q1	Q2	Q3	JML
1	4	3	5	12
2	3	4	4	11
3	3	3	3	9
4	4	2	4	10
5	2	3	4	9
6	5	4	5	14
7	4	5	4	13
8	4	4	3	11
9	5	5	5	15
10	4	4	4	12
11	3	4	3	10
12	3	3	3	9
13	5	4	4	13
14	4	3	3	10
15	3	4	4	11
16	3	3	4	10
17	5	5	5	15
18	3	3	3	9

19	4	4	4	12
20	3	3	4	10
21	3	3	3	9
22	4	4	4	12
23	2	3	4	9
24	4	4	4	12
25	4	5	5	14
26	3	3	3	9
27	4	4	5	13
28	4	4	4	12
29	4	4	4	12
30	2	3	3	8
31	4	4	5	13
32	4	4	4	12
33	4	4	3	11
34	4	4	4	12
35	3	4	4	11
36	4	4	5	13
37	4	5	4	13
38	5	3	4	12
39	3	2	3	8
40	4	4	4	12
41	3	3	3	9
42	4	4	4	12
43	4	3	4	11
44	4	3	4	11
45	4	5	4	13
46	4	3	4	11
47	3	4	3	10
48	3	4	4	11
49	4	4	4	12
50	4	5	4	13
51	4	4	4	12
52	3	3	3	9
53	4	4	4	12
54	4	4	4	12
55	4	5	5	14
56	4	4	4	12
57	4	4	4	12

58	4	4	4	12
59	4	4	4	12
60	4	4	4	12
61	4	4	4	12
62	4	5	4	13
63	4	3	4	11
64	4	4	4	12
65	4	4	4	12
66	4	4	4	12
67	4	4	5	13
68	4	4	4	12
69	4	4	4	12
70	5	5	5	15
71	5	4	4	13
72	3	3	4	10
73	4	4	4	12
74	4	4	5	13
75	4	4	4	12
76	5	4	2	11
77	4	4	4	12
78	4	4	5	13
79	5	4	4	13
80	5	5	5	15
81	4	4	3	11
82	5	5	4	14
83	4	5	4	13
84	3	4	4	11
85	4	3	3	10
86	4	3	5	12
87	3	3	3	9
88	3	3	2	8
89	4	3	3	10
90	2	4	4	10
91	5	4	4	13
92	5	4	4	13
93	3	3	3	9
94	4	4	4	12
95	3	3	4	10
96	3	3	3	9

97	4	4	4	12
98	3	2	3	8
99	3	3	4	10
100	3	4	2	9
101	3	3	4	10
102	4	3	3	10
103	2	3	3	8
104	4	4	4	12
105	3	4	4	11

Lampiran 3

Karakteristik Responden

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis_Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	56	53,3	53,3	53,3
	Perempuan	49	46,7	46,7	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

2. Berdasarkan Usia

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20	14	13,3	13,3	13,3
	21-23	69	65,7	65,7	79,0
	>23	22	21,0	21,0	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

3. Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahasiswa	70	66,7	66,7	66,7
	Wiraswasta	13	12,4	12,4	79,0
	PNS	5	4,8	4,8	83,8
	Lain-lain	17	16,2	16,2	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

4. Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<RP1.000.000,00	42	40,0	40,0	40,0
	RP1.000.000,00	23	21,9	21,9	61,9
	>RP1.500.000,00	40	38,1	38,1	100,0
	Total	105	100,0	100,0	

Lampiran 4

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Uji Validitas

a. Desain Produk

Correlations

		DP_1	DP_2	DP_3	TOTAL_DP
DP_1	Pearson Correlation	1	,372**	,388**	,754**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	105	105	105	105
DP_2	Pearson Correlation	,372**	1	,443**	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	105	105	105	105
DP_3	Pearson Correlation	,388**	,443**	1	,812**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	105	105	105	105
TOTAL_DP	Pearson Correlation	,754**	,756**	,812**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105

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

b. Kualitas Produk

Correlations

		KLP_1	KLP_2	KLP_3	TOTAL_KLP
KLP_1	Pearson Correlation	1	,553**	,491**	,809**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	105	105	105	105
KLP_2	Pearson Correlation	,553**	1	,532**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	105	105	105	105
KLP_3	Pearson Correlation	,491**	,532**	1	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	105	105	105	105
TOTAL_KLP	Pearson Correlation	,809**	,839**	,832**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105

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

c. Persepsi harga

Correlations

		PH_1	PH_2	PH_3	TOTAL_PH
PH_1	Pearson Correlation	1	,470**	,547**	,828**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	105	105	105	105
PH_2	Pearson Correlation	,470**	1	,405**	,759**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	105	105	105	105
PH_3	Pearson Correlation	,547**	,405**	1	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	105	105	105	105
TOTAL_PH	Pearson Correlation	,828**	,759**	,829**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105

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

d. Citra Merek

Correlations

		CM_1	CM_2	CM_3	TOTAL_CM
CM_1	Pearson Correlation	1	,648**	,370**	,798**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	105	105	105	105
CM_2	Pearson Correlation	,648**	1	,484**	,856**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	105	105	105	105
CM_3	Pearson Correlation	,370**	,484**	1	,793**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	105	105	105	105
TOTAL_CM	Pearson Correlation	,798**	,856**	,793**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105

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

e. Keputusan Pembelian

Correlations

		KP_1	KP_2	KP_3	TOTAL_KP
KP_1	Pearson Correlation	1	,510**	,421**	,812**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	105	105	105	105
KP_2	Pearson Correlation	,510**	1	,457**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	105	105	105	105
KP_3	Pearson Correlation	,421**	,457**	1	,773**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	105	105	105	105
TOTAL_KP	Pearson Correlation	,812**	,818**	,773**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	105	105	105	105

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

2. Uji Reliabilitas

a. Desain Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,664	3

b. Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,766	3

c. Persepsi Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,728	3

d. Citra Merek

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,738	3

e. Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,721	3

Lampiran 5

Analisis Deskriptif

1. Desain Produk

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DP_1	105	2,00	5,00	3,6762	,75314
DP_2	105	2,00	5,00	3,6762	,68634
DP_3	105	1,00	5,00	3,7524	,84103
Valid N (listwise)	105				

2. Kualitas Produk

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KLP_1	105	2,00	5,00	3,7905	,67504
KLP_2	105	2,00	5,00	3,7333	,72413
KLP_3	105	2,00	5,00	3,7333	,78773
Valid N (listwise)	105				

3. Persepsi Harga

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
PH_1	105	3,00	5,00	4,3714	,55914
PH_2	105	3,00	5,00	4,4095	,54939
PH_3	105	3,00	5,00	4,1429	,64194
Valid N (listwise)	105				

4. Citra Merek

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
CM_1	105	2,00	5,00	3,6571	,64790
CM_2	105	2,00	5,00	3,6190	,67055
CM_3	105	2,00	5,00	3,5333	,80940
Valid N (listwise)	105				

5. Keputusan Pembelian

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP_1	105	2,00	5,00	3,7619	,72753
KP_2	105	2,00	5,00	3,7619	,70060
KP_3	105	2,00	5,00	3,8667	,68031
Valid N (listwise)	105				

Lampiran 6

Hasil Analisis Data

1. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,719 ^a	,518	,498	1,19705

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Desain Produk, Kualitas Produk, Persepsi Harga

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	153,697	4	38,424	26,815	,000 ^b
	Residual	143,293	100	1,433		
	Total	296,990	104			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Citra Merek, Desain Produk, Kualitas Produk, Persepsi Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,798	1,290		-,618	,538
	Desain Produk	,091	,069	,096	1,319	,190
	Kualitas Produk	,277	,070	,296	3,952	,000
	Persepsi Harga	,340	,091	,284	3,728	,000
	Citra Merek	,339	,077	,347	4,373	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda 2

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,369 ^a	,137	,120	1,62570

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Desain Produk

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	42,616	2	21,308	8,062	,001 ^b
	Residual	269,574	102	2,643		
	Total	312,190	104			

a. Dependent Variable: Citra Merek

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Desain Produk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,864	1,286		4,562	,000
	Desain Produk	,150	,092	,153	1,621	,108
	Kualitas Produk	,292	,090	,304	3,228	,002

a. Dependent Variable: Citra Merek