

LAMPIRAN

Lampiran 1

Kuesioner Penelitian

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/I Responden Penelitian

Di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa Program Strata Satu (S1) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, saya :

Nama : Aris Rifa'i

NIM : 20150410299

Jurusan/Fakultas : Manajemen/ Ekonomi Bisnis

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan laporan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek, Kualitas Persepsian dan Persepsi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian”. Maka untuk mendukung keberhasilan pelaksanaan penelitian ini, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi daftar pertanyaan yang saya ajukan.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I meluangkan waktu untuk mengisi dan menjawab semua pertanyaan dalam kuesioner ini , saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Aris Rifa'i

Identitas Responden

Untuk keperluan keabsahan data penelitian ini, saya mengharapkan kepada

Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menceklis (√) Pertanyaan berikut :

Nama :

Jenis Kelamin : () Pria () Wanita

Usia : () 17-21 Tahun () 22-26 Tahun
() 27-31 tahun

Prodi :

Fakultas :

Untuk keperluan keabsahan data penelitian ini, saya mengharapkan kepada

Bapak/Ibu/Sdr/I untuk menceklis (√) pertanyaan berikut ini :

1. Apakah anda pernah menggunakan *Smartphone* merek Samsung ?

() Ya () Tidak

2. Apakah anda sudah menggunakan *Smartphone* merek Samsung minimal selama 6 bulan ?

() Ya () Tidak

*) Jika “Ya” anda dapat melanjutkan kuesioner, jika “Tidak” anda tidak perlu melanjutkan kuesioner, terima kasih.

Cara Pengisian Kuesioner

Setiap pertanyaan terdiri dari lima alternatif jawaban, pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Sdr/I paling tepat, dengan memberikan

tanda ceklis (√) pada kolom yang telah disediakan dengan pilihan jawaban yang telah tersedia.

Daftar Pernyataan

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

Keterangan :

Angka 1 : Sangat Tidak Setuju

Angka 2 : Tidak Setuju

Angka 3 : Netral

Angka 4 : Setuju

Angka 5 : Sangat Setuju

Citra Merek						
No.	Daftar Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Saya merasa Logo <i>Smartphone</i> merek Samsung mudah diingat untuk membedakan dengan merek lain.					
2	<i>Smartphone</i> merek Samsung mudah dikenali.					
3	<i>Smartphone</i> merek Samsung diproduksi oleh perusahaan yang terpercaya.					
4	<i>Smartphone</i> merek Samsung populer.					
5	<i>Smartphone</i> merek Samsung memiliki desain modern.					

Keterangan :

Angka 1 : Sangat Tidak Setuju

Angka 2 : Tidak Setuju

Angka 3 : Netral

Angka 4 : Setuju

Angka 5 : Sangat Setuju

Kualitas Persepsian						
No.	Daftar Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Kinerja(<i>Performance</i>) <i>Smartphone</i> merek Samsung memuaskan.					
2	Saya merasa <i>Smartphone</i> Samsung memiliki banyak fitur tambahan yang bermanfaat bagi penggunaanya.					
3	<i>Smartphone</i> merek Samsung memiliki keandalan yang baik.					

4	<i>Smartphone</i> merek Samsung mempunyai daya tahan kuat atau keawetan yang bagus.					
5	Model dan desain <i>Smartphone</i> merek Samsung menarik.					

Angka 1 : Sangat Tidak Setuju

Angka 2 : Tidak Setuju

Angka 3 : Netral

Angka 4 : Setuju

Angka 5 : Sangat Setuju

Persepsi Promosi						
No.	Daftar Pernyataan	1	2	3	4	5
1	Iklan <i>smartphone</i> merek Samsung di televisi menarik.					
2	Adanya SPG yang memberikan pelayanan dengan baik.					
3	<i>Smartphone</i> merek Samsung memberikan potongan harga.					
4	<i>Smartphone</i> Samsung memberi hadiah yang menarik.					

Angka 1 : Sangat Tidak Setuju

Angka 2 : Tidak Setuju

Angka 3 : Netral

Angka 4 : Setuju

Angka 5 : Sangat Setuju

Keputusan Pembelian						
No.	Daftar Pertanyaan	1	2	3	4	5
1	<i>Smartphone</i> merek Samsung dapat memenuhi kebutuhan saya.					
2	Sebelum membeli saya mencari informasi <i>Smartphone</i> merek Samsung secara lengkap.					
3	Saya merasa <i>Smartphone</i> merek Samsung lebih memenuhi kebutuhan saya dari pada <i>Smartphone</i> merek lain.					
4	Saya memilih <i>Smartphone</i> merek Samsung dari pada <i>Smartphone</i> merek lain.					
5	Saya merasa puas menggunakan <i>Smartphone</i> merek Samsung.					

Terima kasih telah mengisi kuesioner ini

Lampiran 2

Klasifikasi Responden

1. Berdasarkan Jenis Kelamin

		Jenis Kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	42	36.8	36.8	36.8
	Wanita	72	63.2	63.2	100.0
	Total	114	100.0	100.0	

2. Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-21 tahun	65	57.0	57.0	57.0
	22-26 tahun	49	43.0	43.0	100.0
	Total	114	100.0	100.0	

3. Berdasarkan Fakultas

		Fakultas			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	FEB	62	54.4	54.4	54.4
	FAI	23	20.2	20.2	74.6
	FISIPOL	6	5.3	5.3	79.8
	TEKNIK	3	2.6	2.6	82.5
	VOKASI	3	2.6	2.6	85.1
	PERTANIAN	13	11.4	11.4	96.5
	FPB	2	1.8	1.8	98.2
	FKIK	1	.9	.9	99.1
	HUKUM	1	.9	.9	100.0
	Total	114	100.0	100.0	

Lampiran 3

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

A. Uji Validitas

1. Citra Merek

Correlations

		CM_1	CM_2	CM_3	CM_4	CM_5	TOTAL
CM_1	Pearson Correlation	1	.641**	.440**	.541**	.199*	.793**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.033	.000
	N	114	114	114	114	114	114
CM_2	Pearson Correlation	.641**	1	.292**	.401**	.218*	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.000	.020	.000
	N	114	114	114	114	114	114
CM_3	Pearson Correlation	.440**	.292**	1	.446**	.170	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.070	.000
	N	114	114	114	114	114	114
CM_4	Pearson Correlation	.541**	.401**	.446**	1	.374**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
CM_5	Pearson Correlation	.199*	.218*	.170	.374**	1	.591**
	Sig. (2-tailed)	.033	.020	.070	.000		.000
	N	114	114	114	114	114	114
TOTAL	Pearson Correlation	.793**	.724**	.646**	.770**	.591**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114	114	114

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

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

2. Kualitas Persepsian

Correlations

		KP_1	KP_2	KP_3	KP_4	KP_5	TOTAL
KP_1	Pearson Correlation	1	.691**	.621**	.597**	.493**	.868**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
KP_2	Pearson Correlation	.691**	1	.635**	.449**	.484**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
KP_3	Pearson Correlation	.621**	.635**	1	.560**	.337**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
KP_4	Pearson Correlation	.597**	.449**	.560**	1	.350**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
KP_5	Pearson Correlation	.493**	.484**	.337**	.350**	1	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	114	114	114	114	114	114
TOTAL	Pearson Correlation	.868**	.826**	.798**	.773**	.662**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114	114	114

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

3. Persepsi Promosi

Correlations

		PR_1	PR_2	PR_3	PR_4	TOTAL
PR_1	Pearson Correlation	1	.366**	.398**	.198*	.630**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.035	.000
	N	114	114	114	114	114
PR_2	Pearson Correlation	.366**	1	.434**	.459**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114
PR_3	Pearson Correlation	.398**	.434**	1	.688**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114	114
PR_4	Pearson Correlation	.198*	.459**	.688**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.035	.000	.000		.000
	N	114	114	114	114	114
TOTAL	Pearson Correlation	.630**	.735**	.858**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114	114

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

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

4. Keputusan Pembelian

		Correlations					
		P_1	P_2	P_3	P_4	P_5	TOTAL
P_1	Pearson Correlation	1	.421**	.573**	.492**	.691**	.805**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
P_2	Pearson Correlation	.421**	1	.278**	.250**	.382**	.586**
	Sig. (2-tailed)	.000		.003	.007	.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
P_3	Pearson Correlation	.573**	.278**	1	.686**	.632**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003		.000	.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
P_4	Pearson Correlation	.492**	.250**	.686**	1	.623**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000		.000	.000
	N	114	114	114	114	114	114
P_5	Pearson Correlation	.691**	.382**	.632**	.623**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	114	114	114	114	114	114
TOTAL	Pearson Correlation	.805**	.586**	.826**	.812**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	114	114	114	114	114	114

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

B. Uji Reliabilitas

1. Citra Merek

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.737	5

2. Kualitas Persepsian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	5

3. Persepsi Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	4

4. Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	5

Lampiran 4
Hasil Analisis Data
Hasil Analisis Regresi Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.768 ^a	.589	.578	2.234

a. Predictors: (Constant), Persepsi Promosi (X3), Citra Merek (X1), Kualitas Persepsian (X2)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	787.150	3	262.383	52.590	.000 ^b
	Residual	548.815	110	4.989		
	Total	1335.965	113			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Promosi (X3), Citra Merek (X1), Kualitas Persepsian (X2)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.664	1.800		-.369	.713
	Citra Merek (X1)	.223	.100	.168	2.232	.028
	Kualitas Persepsian (X2)	.644	.084	.603	7.694	.000
	Persepsi Promosi (X3)	.137	.102	.098	1.348	.181

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta menyatakan bahwa Skripsi atas:

Nama : Aris Rifa'i
NIM : 20150410299
Prodi : Manajemen
Judul : PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN DAN PERSEPSI PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN *SMARTPHONE* MEREK SAMSUNG (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Yogyakarta)
Dosen Pembimbing : Siti Dyah Handayani, Dr, MM

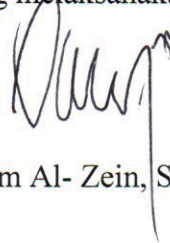
**Telah dilakukan tes Turnitin filter 1%, dengan indeks similaritasnya sebesar 9%.
Semoga surat keterangan ini dapat digunakan sebagaimana mestinya.**

Mengetahui
Ka. Ur. Pengelolaan



Laela Niswatin, S.I.Pust

Yogyakarta, 27-06-2019
yang melaksanakan pengecekan



Ikram Al- Zein, S.Kom.I

PENGARUH CITRA MEREK, KUALITAS PERSEPSIAN DAN PERSEPSI PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SMARTPHONE MEREK SAMSUNG

ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

10%

INTERNET SOURCES

5%

PUBLICATIONS

17%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES



id.123dok.com

Internet Source

3%



eprints.uny.ac.id

Internet Source

1%



eprints.undip.ac.id

Internet Source

1%



eprints.iain-surakarta.ac.id

Internet Source

1%



Submitted to Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

Student Paper

1%



administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id

Internet Source

1%



repository.uinjkt.ac.id

Internet Source

1%



mafiadoc.com

Internet Source

1%



Exclude quotes On

Exclude matches < 1%

Exclude bibliography On