

Lampiran 1
Kuesioner

KATA PENGANTAR

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner

Judul tesis : **Pengaruh Citra Merek Dan Kualitas Persepsian Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Di Yogyakarta**

Kepada Yth : Bapak/Ibu/Sdr.

.....

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang akan peneliti lakukan pada konsumen atau orang yang pernah membeli produk Eiger di Yogyakarta, dengan ini peneliti mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr untuk mengisi kuisisioner ini sesuai dengan petunjuk yang ada.

Adapun data dari kuisisioner ini nantinya akan di pergunakan untuk penyusunan skripsi sebagai salah satu syarat guna menyelesaikan studi S1 Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Penelitian ini sangat membutuhkan bantuan Bapak/Ibu/Sdr untuk memberikan jawaban kuisisioner dengan terbuka sesuai dengan kondisi yang dirasakan Bapak/Ibu/Sdr selama ini.

Setiap jawaban yang diberikan merupakan bantuan yang tidak ternilai harganya bagi penelitian ini, atas kesediaan dan bantuannya telah meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,

M. Debby Nugraha

KUESIONER

PETUNJUK PENGISIAN

Untuk menjawab pertanyaan dalam angket ini, Saudara cukup memberikan tanda **silang (X)** pada salah satu jawaban **STS, TS, N, S** dan **SS** pada kolom yang telah disediakan, apabila menurut Saudara jawaban itu benar-benar sesuai dengan keadaan sebenarnya tentang produk Eiger, Yogyakarta. Jawaban Saudara tidak menyatakan benar atau salah, serta tidak ada pihak-pihak yang akan dirugikan oleh jawaban Saudara, tetapi hanya pernyataan saja, dan di samping itu jawaban saudara akan dijamin kerahasiaannya.

A. Identitas Responden

1. Nama :

2. Umur : ≤ 20 tahun 36 – 50 tahun
 21 – 35 tahun > 50 tahun

3. Jenis Kelamin : Pria Wanita

4. Tingkat Pendidikan : ≤ SD D3
 SMP Sederajat S1
 SMA Sederajat ≥ S2

5. Tingkat Pendapatan/bln : < Rp. 1.000.000
 Rp. 1.000.000 – < Rp. 5.000.000
 Rp. 5.000.000 – < Rp. 10.000.000
 ≥ Rp. 10.000.000

B. Daftar Pernyataan untuk Responden

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Citra Merek (X₁)						
1	Saya telah mengenal produk merek Eiger.					
2	Saya meyakini produk Eiger merupakan merek yang terpercaya.					
3	Menurut saya produk Eiger merupakan merek yang berkualitas.					
4	Menurut saya produk Eiger menimbulkan rasa suka waktu memakainya.					
5	Saya meyakini produk Eiger memiliki kesan yang baik.					
6	Saya tau produk Eiger merupakan peralatan petualangan alam terbuka dengan merek yang populer.					
7	Menurut saya produk Eiger merupakan peralatan petualangan alam terbuka dengan harga yang terjangkau.					

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Kualitas Persepsian(X₂)						
1	Saya meyakini produk Eiger memiliki kualitas yang bagus.					
2	Saya yakin produk Eiger merupakan produk yang aman untuk digunakan dalam melakukan petualangan alam terbuka.					
3	Menurut saya produk Eiger merupakan produk yang bermanfaat dalam melakukan petualangan alam terbuka.					

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
Keputusan Pembelian (Y₁)						
1	Pada saat membeli produk petualangan alam terbuka saya akan lebih prioritaskan produk Eiger.					
2	Ketika membeli produk petualangan alam terbuka saya lebih berkeyakinan untuk membeli produk Eiger.					
3	Saat membeli produk petualangan alam terbuka saya lebih mempunyai keinginan membeli produk Eiger.					
4	Bila saya membeli produk petualangan alam terbuka saya lebih mempunyai keinginan untuk mencoba menggunakan produk Eiger.					
5	Menurut saya produk Eiger sesuai dengan harapan konsumen.					
6	Pada saat membeli produk petualangan alam terbuka saya akan lebih mempertimbangkan manfaat produk Eiger.					
7	Ketika saya membeli produk petualangan alam terbuka saya akan lebih meluangkan waktu untuk mendapatkan produk Eiger.					

TERIMA KASIH

Lampiran 2

Data Deskripsi Responden dan Statistik Deskriptif

Frequencies

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<= 20 tahun	26	26,0	26,0	26,0
	21-35 tahun	45	45,0	45,0	71,0
	36-50 tahun	16	16,0	16,0	87,0
	> 50 tahun	13	13,0	13,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	64	64,0	64,0	64,0
	Perempuan	36	36,0	36,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	7	7,0	7,0	7,0
	SMA	61	61,0	61,0	68,0
	D3	10	10,0	10,0	78,0
	S1	21	21,0	21,0	99,0
	>=S2	1	1,0	1,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp. 1.000.000	74	74,0	74,0	74,0
	Rp. 1.000.000 – < Rp. 5.000.000	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	2,00	5,00	3,6600	,71379
X1.2	100	1,00	5,00	3,5100	,65897
X1.3	100	1,00	5,00	3,5200	,82241
X1.4	100	1,00	5,00	3,9500	,67232
X.1.5	100	1,00	5,00	3,4500	,68718
X1.6	100	2,00	5,00	3,8700	,73382
X1.7	100	1,00	5,00	3,3800	,82609
X1	100	2,00	4,71	3,6200	,41225
Valid N (listwise)	100				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	100	2,00	5,00	3,6600	,58981
X2.2	100	2,00	5,00	3,2100	,49838
X2.3	100	2,00	5,00	3,4000	,69631
X2	100	2,33	4,33	3,4233	,37859
Valid N (listwise)	100				

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1.1	100	2,00	5,00	3,6200	,63214
Y1.2	100	1,00	5,00	3,2700	,67950
Y1.3	100	2,00	5,00	3,1600	,70668
Y1.4	100	2,00	5,00	3,2400	,57066
Y1.5	100	2,00	5,00	3,2900	,62434
Y1.6	100	2,00	5,00	3,2900	,53739
Y1.7	100	2,00	5,00	3,2000	,55048
Y	100	2,86	4,29	3,2957	,30677
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 3
Data Uji Validitas

1.

Citra Merek

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X.1.5	X1.6	X1.7	JUMLAH
1	5	4	3	5	3	5	4	29
2	3	3	3	4	3	4	4	24
3	4	4	5	4	3	4	4	28
4	3	3	3	3	3	3	3	21
5	5	4	3	5	4	3	5	29
6	3	3	3	4	4	4	3	24
7	3	3	3	3	4	3	2	21
8	3	4	2	4	3	3	3	22
9	4	4	3	5	3	3	3	25
10	4	4	3	3	3	4	5	26
11	3	3	1	4	2	3	3	19
12	3	4	3	4	3	3	2	22
13	3	3	4	4	4	4	3	25
14	5	4	4	4	4	5	3	29
15	3	4	3	4	3	3	3	23
16	3	3	3	3	1	3	4	20
17	3	3	3	4	3	3	2	21
18	3	3	3	4	3	4	2	22
19	4	4	3	1	4	4	3	23
20	3	3	2	3	4	3	4	22
21	4	4	3	5	3	3	2	24
22	3	3	2	4	3	3	3	21
23	3	3	3	4	4	4	1	22
24	3	1	3	4	3	3	3	20
25	4	3	5	4	3	5	4	28
26	3	3	3	4	4	3	4	24
27	3	4	4	4	3	4	3	25
28	3	3	3	3	3	3	3	21
29	4	5	3	5	5	3	3	28
30	3	3	3	4	3	3	2	21

2.

Kualitas Persepsian

No	X2.1	X2.2	X2.3	JUMLAH
1	4	3	3	10
2	3	4	3	10
3	4	3	2	9
4	3	3	4	10
5	4	3	4	11
6	4	4	3	11
7	2	3	2	7
8	4	4	3	11
9	4	3	4	11
10	4	4	3	11
11	4	3	2	9
12	4	3	2	9
13	4	3	4	11
14	4	3	4	11
15	4	4	4	12
16	5	4	4	13
17	3	3	4	10
18	4	3	4	11
19	4	3	4	11
20	4	3	4	11
21	4	3	3	10
22	4	3	4	11
23	4	3	4	11
24	4	4	3	11
25	4	3	2	9
26	4	4	4	12
27	4	3	4	11
28	4	4	4	12
29	3	4	4	11
30	4	3	4	11

3.

Keputusan Pembelian

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	JUMLAH
1	4	3	4	5	3	3	3	25
2	3	3	4	3	4	3	3	23
3	3	1	4	3	4	3	3	21
4	4	5	4	3	3	4	3	26
5	4	3	3	4	3	4	3	24
6	4	4	5	3	3	4	3	26
7	3	4	3	2	2	3	4	21
8	4	3	2	3	3	4	3	22
9	4	3	3	4	3	3	2	22
10	4	4	3	4	3	4	4	26
11	4	5	3	3	4	3	4	26
12	4	4	5	5	4	4	3	29
13	4	5	3	3	4	3	4	26
14	4	3	2	4	4	3	3	23
15	4	3	4	3	4	4	4	26
16	5	3	4	4	4	5	5	30
17	3	4	2	4	2	3	3	21
18	4	3	4	3	3	4	3	24
19	5	4	3	5	3	3	4	27
20	4	3	3	4	5	4	3	26
21	4	4	3	4	4	4	3	26
22	4	3	4	3	4	3	4	25
23	4	4	3	3	4	3	3	24
24	4	4	3	4	3	4	3	25
25	4	3	4	3	4	3	4	25
26	3	4	3	4	3	4	4	25
27	4	5	4	4	4	3	4	28
28	3	2	2	3	3	4	3	20
29	3	3	3	4	3	3	4	23
30	3	4	4	3	3	4	3	24

Lampiran 4
Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Citra Merek (X.1)

Correlations

		Correlations							
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	JUMLAH
X1.1	Pearson Correlation	1	,487**	,332	,215	,309	,335	,424*	,794**
	Sig. (2-tailed)		,006	,073	,254	,097	,070	,020	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,487**	1	,173	,301	,270	-,062	,129	,615**
	Sig. (2-tailed)	,006		,361	,106	,150	,744	,498	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,332	,173	1	-,030	,136	,580**	,133	,575**
	Sig. (2-tailed)	,073	,361		,876	,473	,001	,483	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,215	,301	-,030	1	-,078	-,077	-,095	,377*
	Sig. (2-tailed)	,254	,106	,876		,680	,686	,618	,040
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,309	,270	,136	-,078	1	,093	,105	,471**
	Sig. (2-tailed)	,097	,150	,473	,680		,626	,580	,009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	,335	-,062	,580**	-,077	,093	1	,192	,489**
	Sig. (2-tailed)	,070	,744	,001	,686	,626		,310	,006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	,424*	,129	,133	-,095	,105	,192	1	,506**
	Sig. (2-tailed)	,020	,498	,483	,618	,580	,310		,004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
JUMLAH	Pearson Correlation	,794**	,615**	,575**	,377*	,471**	,489**	,506**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,040	,009	,006	,004	
	N	30	30	30	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).

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,713	8

2. Kualitas Persepsian (X.2)

Correlations

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	JUMLAH
X2.1	Pearson Correlation	1	,090	,182	,615**
	Sig. (2-tailed)		,635	,336	,000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	,090	1	,062	,495**
	Sig. (2-tailed)	,635		,745	,005
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	,182	,062	1	,774**
	Sig. (2-tailed)	,336	,745		,000
	N	30	30	30	30
JUMLAH	Pearson Correlation	,615**	,495**	,774**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,005	,000	
	N	30	30	30	30

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

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,726	4

3. Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Correlations							
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	JUMLAH
Y1.1	Pearson Correlation	1	,223	,088	,419*	,138	,119	,242	,601**
	Sig. (2-tailed)		,237	,642	,021	,468	,530	,198	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	,223	1	-,039	,171	-,102	,028	,222	,490**
	Sig. (2-tailed)	,237		,838	,366	,592	,881	,238	,006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	,088	-,039	1	-,045	,236	,202	,104	,485**
	Sig. (2-tailed)	,642	,838		,812	,210	,284	,583	,007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	,419*	,171	-,045	1	-,118	,033	-,029	,423*
	Sig. (2-tailed)	,021	,366	,812		,535	,863	,881	,020
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.5	Pearson Correlation	,138	-,102	,236	-,118	1	,156	,290	,447*
	Sig. (2-tailed)	,468	,592	,210	,535		,411	,121	,013
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.6	Pearson Correlation	,119	,028	,202	,033	,156	1	,141	,455*
	Sig. (2-tailed)	,530	,881	,284	,863	,411		,457	,011
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.7	Pearson Correlation	,242	,222	,104	-,029	,290	,141	1	,537**
	Sig. (2-tailed)	,198	,238	,583	,881	,121	,457		,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
JUMLAH	Pearson Correlation	,601**	,490**	,485**	,423*	,447*	,455*	,537**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,006	,007	,020	,013	,011	,002	
	N	30	30	30	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).

Reliability

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,680	8

Lampiran 5

Hasil Analisis Regresi Linear Berganda, Uji F dan Uji T

Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x2, x1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: y

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,375 ^a	,141	,123	2,01075

a. Predictors: (Constant), x2, x1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64,330	2	32,165	7,955	,001 ^b
	Residual	392,180	97	4,043		
	Total	456,510	99			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x2, x1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13,813	2,346		5,887	,000
	x1	,149	,071	,201	2,097	,039
	x2	,533	,181	,282	2,940	,004

a. Dependent Variable: y