

LAMPIRAN

Kepada Yth.

Para pengguna produk sepatu Nike Yogyakarta

Di tempat.

Dalam rangka untuk menyelesaikan skripsi di Program Studi Manajemen Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, saya sebagai peneliti memohon bantuan Anda Bapak/Ibu/Sdra/Sdri Para pengguna produk sepatu Nike Yogyakarta

agar berkenan memberikan jawaban kuesioner yang telah saya sediakan. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *Motivasi, Persepsi, Pembelajaran, dan Sikap konsumen terhadap keputusan pembelian produk sepatu Nike di Yogyakarta.*

Kelengkapan jawaban akan sangat mempengaruhi hasil analisis dalam penelitian ini. Data pribadi Anda tidak akan dipublikasikan, sehingga Anda dapat memberikan opini secara bebas. Kerahasiaan informasi yang diperoleh akan dijaga dengan baik dan informasi tersebut hanya akan digunakan untuk kepentingan akademik.

Besar harapan saya atas partisipasi Anda terhadap pengisian kuesioner ini karena jawaban Anda tersebut merupakan kontribusi yang berharga, baik bagi peneliti dan ilmu pengetahuan maupun bagi usaha untuk memajukan perusahaan. Atas perhatian Anda, saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Ridho Dwi Kuncoro
NIM 20120410057

Identitas Responden

Jenis Kelamin : () Laki-Laki () Perempuan

Usia Saat Ini :

() 17-30 Tahun

() 30-40 Tahun

() 41 - 60 Tahun

Pendidikan Terakhir :

() SMA/SMK

() Diploma

() Sarjana

Pekerjaan :

() Pelajar /Mahasiswa () Pegawai Swasta

() TNI/Polri () Wiraswasta

() PNS/BUMN () Lain –Lain

Pendapatan setiap bula//uang saku (bagi mahasiswa) :

() \leq Rp 500.000

() \geq Rp 500.001 – Rp 1.500.000

() \geq Rp 1.500.001 – Rp 2.500.000

() \geq Rp 2.500.000

Sudah berapa kali menggunakan produk sepatu Nike

() \leq 3 kali

() 4 – 5 kali

() \geq 5 kali

Petunjuk pengisian kuesioner

Kuesioner berikut memuat sejumlah pernyataan. Silahkan anda tunjukkan seberapa besar tingkat **setuju** atau **tidak setuju** anda terhadap pernyataan dengan memberikan tanda cek (\checkmark) yang sesuai dengan pilihan anda.

Keterangan: 1 = Sangat Tidak Setuju 4 = Setuju
2 = Tidak Setuju 5 = Sangat Setuju
3 = Netral

NO	Item Pertanyaan	Jawaban				
		1	2	3	4	5
Untuk Mengukur Variabel Keputusan Pembelian						
1	Saya terdorong untuk membeli produk Nike					
2	Saya membeli produk Nike karena keunggulannya di segala bidang					
3	Saya membeli produk sepatu Nike karena sesuai dengan yang saya harapkan					
Untuk mengukur Variabel Motivasi						
6	Sepatu Nike memiliki daya tahan yang baik					
7	Sepatu Nike memiliki Kualitas bahan baku yang unggul					
8	Model dari sepatu Nike berbeda dengan sepatu lain					
9	Sepatu Nike berguna sekalai dalam kegiatan berolah raga					
10	Media iklan sangat membantu dalam memberikan informasi tentang sepatu Nike					
UUntuk mengukur variable Persepsi						
11	Keluarga menjadi pendorong saya dalam membeli sepatu Nike					
12	Teman menjadi pendorong saya dalam membeli sepatu Nike					
13	Saya mendapatkan informasi sepatu Nike dari media sosial					
14	Model dari sepatu Nike sangat menarik					
Untuk mengukur variable Pembelajaran						
15	Saya mengetahui produk Nike berdasarkan informasi dari media iklan					
16	Saya mengetahui produk Nike berdasarkan informasi dari keluarga					

17	Saya mengetahui produk Nike berdasarkan informasi dari teman					
18	Saya mengetahui produk Nike berdasarkan sumber lain yang dapat di percaya (majalah, koran, brosur dll)					
Untuk mengukur variable Sikap						
19	Saya memiliki harapan kualitas dan daya tahan yang lebih pada sepatu Nike					
20	Saya akan tetap membeli produk sepatu Nike meskipun banyak penawaran yang menarik dari produk lain					
21	Saya menilai bahwa produk Nike lebih baik dari produk lainnya					
22	Saya hanya suka dan senang pada produk Nike di bandingkan produk lain					

LAMPIRAN. VALIDITAS RELIABILITAS X1

Correlations						
	MK_1	MK_2	MK_3	MK_4	MK_5	MK
MK_1 Pearson Correlation	1	-.130	-.067	.229*	-.021	.343**
MK_1 Sig. (2-tailed)		.199	.507	.022	.835	.000
MK_1 N	100	100	100	100	100	100
MK_2 Pearson Correlation	-.130	1	.035	.153	.089	.430**
MK_2 Sig. (2-tailed)	.199		.730	.129	.378	.000
MK_2 N	100	100	100	100	100	100
MK_3 Pearson Correlation	-.067	.035	1	.036	.285**	.570**
MK_3 Sig. (2-tailed)	.507	.730		.723	.004	.000
MK_3 N	100	100	100	100	100	100
MK_4 Pearson Correlation	.229*	.153	.036	1	.039	.536**
MK_4 Sig. (2-tailed)	.022	.129	.723		.697	.000
MK_4 N	100	100	100	100	100	100
MK_5 Pearson Correlation	-.021	.089	.285**	.039	1	.617**

	Sig. (2-tailed)	.835	.378	.004	.697		.000
	N	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	.343**	.430**	.570**	.536**	.617**	1
MK	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	5

LAMPIRAN. VALIDITAS RELIABILITAS X2

Correlations

	PS_1	PS_2	PS_3	PS_4	PS
Pearson Correlation	1	.200*	.125	.109	.583**
PS_1 Sig. (2-tailed)		.046	.215	.279	.000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.200*	1	.393**	.151	.693**
PS_2 Sig. (2-tailed)	.046		.000	.135	.000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.125	.393**	1	.232*	.675**
PS_3 Sig. (2-tailed)	.215	.000		.020	.000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.109	.151	.232*	1	.582**
PS_4 Sig. (2-tailed)	.279	.135	.020		.000
N	100	100	100	100	100
Pearson Correlation	.583**	.693**	.675**	.582**	1
PS Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.700	4

LAMPIRAN. VALIDITAS RELIABILITAS X3

Correlations

		PEMK_1	PEMK_2	PEMK_3	PEMK_4	PEMK
PEMK_1	Pearson Correlation	1	.043	.040	.068	.540**
	Sig. (2-tailed)		.669	.695	.503	.000
	N	100	100	100	100	100
PEMK_2	Pearson Correlation	.043	1	-.067	.202*	.498**
	Sig. (2-tailed)	.669		.511	.044	.000
	N	100	100	100	100	100
PEMK_3	Pearson Correlation	.040	-.067	1	.085	.534**
	Sig. (2-tailed)	.695	.511		.400	.000
	N	100	100	100	100	100
PEMK_4	Pearson Correlation	.068	.202*	.085	1	.601**
	Sig. (2-tailed)	.503	.044	.400		.000
	N	100	100	100	100	100
PEMK	Pearson Correlation	.540**	.498**	.534**	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.699	4

LAMPIRAN. VALIDITAS RELIABILITAS X4

Correlations

		SK_1	SK_2	SK_3	SK_4	SK
SK_1	Pearson Correlation	1	.219*	.035	-.041	.578**
	Sig. (2-tailed)		.029	.729	.689	.000
	N	100	100	100	100	100
SK_2	Pearson Correlation	.219*	1	.251*	-.100	.577**
	Sig. (2-tailed)	.029		.012	.323	.000
	N	100	100	100	100	100
SK_3	Pearson Correlation	.035	.251*	1	-.094	.595**
	Sig. (2-tailed)	.729	.012		.350	.000
	N	100	100	100	100	100
SK_4	Pearson Correlation	-.041	-.100	-.094	1	.373**
	Sig. (2-tailed)	.689	.323	.350		.000
	N	100	100	100	100	100
SK	Pearson Correlation	.578**	.577**	.595**	.373**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.632	4

LAMPIRAN. VALIDITAS RELIABILITAS Y

Correlations

		KB_1	KB_2	KB_3	KB
KB_1	Pearson Correlation	1	.026	.026	.394**
	Sig. (2-tailed)		.794	.794	.000
	N	100	100	100	100
KB_2	Pearson Correlation	.026	1	1.000**	.929**
	Sig. (2-tailed)	.794		.000	.000
	N	100	100	100	100
KB_3	Pearson Correlation	.026	1.000**	1	.929**
	Sig. (2-tailed)	.794	.000		.000
	N	100	100	100	100
KB	Pearson Correlation	.394**	.929**	.929**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.661	3

LAMPIRAN. ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.551 ^a	.303	.274	1.290

a. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen (X4), Persepsi Konsumen (X2), Pembelajaran Konsumen (X3), Motivasi Konsumen (X1)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	68.809	4	17.202	10.336	.000 ^b
	Residual	158.101	95	1.664		
	Total	226.910	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen (X4), Persepsi Konsumen (X2), Pembelajaran Konsumen (X3), Motivasi Konsumen (X1)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.683	2.161		-.779	.438
	Motivasi Konsumen (X1)	.194	.073	.244	2.650	.009
	Persepsi Konsumen (X2)	.185	.076	.212	2.427	.017
	Pembelajaran Konsumen (X3)	.189	.092	.182	2.052	.043
	Sikap Konsumen (X4)	.248	.094	.248	2.649	.009

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)