

1. Lampiran

Kuisisioner Penelitian

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy Series S5 (Studi Kasus di Wilayah Jembatan Lima Jakarta Barat)

Tujuan Kuisisioner Penelitian

Kuisisioner ini bertujuan untuk pengumpulan data yang berhubungan dengan Kualitas Produk, Harga, dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung Galaxy S5 (Studi Kasus di Wilayah Jembatan Lima, Jakarta Barat). Penelitian ini dilakukan dalam rangka menyelesaikan skripsi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen di Universitas Esa Unggul. Saya sangat menghargai partisipasi anda dalam menjawab kuisisioner ini. Atas ketersediaannya dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.

BAGIAN 1 : DATA RESPONDEN

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan dengan memberikan tanda silang (X) :

1. Nama :
2. Usia
 - a. 20 – 25 Tahun
 - b. 26 – 32 Tahun
 - c. 33 – 38 Tahun
 - d. > 38 Tahun
3. Pekerjaan
 - a. Mahasiswa
 - b. Karyawan
 - c. Ibu Rumah Tangga
 - d. Lainnya (sebutkan).....
4. Berapakah pendapatan anda tiap bulan ?
 - a. < Rp. 2.000.000
 - b. Rp 2.000.001 s/d Rp 3.000.000
 - c. Rp 3.000.0001 s/d Rp 5.000.000
 - d. > Rp 5.000.000
5. Mengapa anda tertarik menggunakan Handphone Samsung Galaxy S5 ?
 - a. Karena harganya terjangkau
 - b. Karena merek terkenal
 - c. Karena kualitas produk
 - d. Lainnya.....(tuliskan)

Bagian 2 : CARA PENGISIAN

1. Bacalah sebaik-baiknya setiap pertanyaan dan setiap alternatif jawaban yang diberikan
2. Pilih alternatif jawaban yang paling sesuai menurut anda dan berikan tanda silang (✓)

A. DaftarPertanyaan

Isilah dengan tanda centang(✓) pada kolom yang telah disediakan sesuai jawab anda.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

I. Kualitasproduk (X1)

DIMENSI	Pernyataan	SS	S	TS	STS
Performance (kinerja)	1.Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena kinerjanya memuaskan.				
	2.Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena memiliki kualitas jaringan yang disesuaikan				
Durability (daya tahan)	3.Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena dapat digunakan lebih dari 3 tahun				

DIMENSI	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Durability (daya tahan)	4. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena memiliki daya tahan produk yang berkualitas				
Kesesuaian dengan Spesifikasi (conformance to specification)	5. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan				
	6. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena produknya sesuai dengan spesifikasinya				
Keistimewaan tambahan (Features)	7. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena memiliki fitur-fitur yang lengkap				
	8. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena karakteristiknya sesuai dengan produk				
Reabilitas (Reliability)	6. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena memiliki desain yang sangat menarik				
	7. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena dapat bertahan lama/tidak gampang rusak				
Estetika	8. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena dapat memberikan reputasi yang baik				
	9. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena produknya bias dipercaya				

II. HARGA (X2)

DIMENSI	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Keterjangkauan Harga	1. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena harganya terjangkau				
	2. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena harganya sesuai dengan Kualitas Produknya				
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk	3. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena harganya sesuai dengan yang diinginkan				
	4. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena harganya sesuai dengan produk yang ditawarkan				
Daya Saing Harga	5. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena harganya dapat bersaing dengan produk Handphone lain				
	6. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena harganya Stabil				
Kesesuaian Harga dengan Manfaat	7. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena harganya sesuai dengan manfaat yang saya rasakan				
	8. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena harganya sesuai dengan yang diberikan				

III. CITRA MEREK (X3)

DIMENSI	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Kekuatan	1. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena memiliki casing yang sangat menarik				
	2. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena produknya tahan air				
Keunikan	3. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena mereknya mudah diingat				
	4. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena mereknya mudah diucapkan				
	5. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena memiliki warna sesuai yang diinginkan				
Keunggulan	6. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena produknya yang terkenal				
	7. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena produk favorit yang dikenal oleh masyarakat				

IV. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

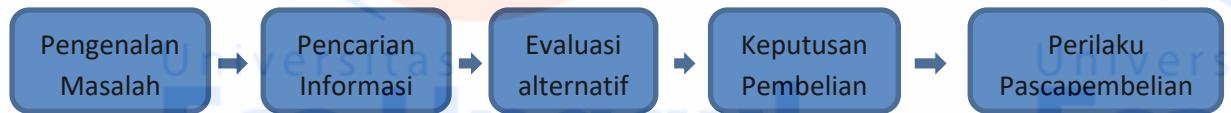
DIMENSI	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Pengenalan Masalah	1. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy Series S5 karena kebutuhan saya tinggi				
	2. Saya memilih Handphone Samsung Galaxy series S5 karena Pengenalan motivasi saya tinggi				
Pencarian Informasi	3. Saya tertarik untuk memiliki Handphone Samsung Galaxy Series S5				
	4. Saya tertarik dengan Handphone Samsung Galaxy Series S5 dari iklan				
	5. Saya mendapat informasi tentang Handphone Samsung Galaxy Series S5 dari orang lain				
	6. Saya mencari informasi dari banyak sumber mengenai Handphone Samsung Galaxy Series S5				
Evaluasi Alternatif	7. Saya mengevaluasi beberapa merek Handphone yang ada selain merek Samsung Galaxy Series S5				
	8. Handphone Samsung Galaxy Series S5 menjadi alternatif yang saya pilih				
Keputusan Pembelian	9. Saya memutuskan untuk membeli Handphone Samsung Galaxy Series S5 setelah mengevaluasi beberapa alternatif				

DIMENSI	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Keputusan Pembelian	10. Saya merasa yakin dengan keputusan pembelian Handphone Samsung Galaxy series S5				

DIMENSI	PERNYATAAN	SS	S	TS	STS
Perilaku setelah Pembelian	11. Saya merasa puas dengan Handphone Samsung Galaxy Series S5				
	12. Saya selalu melakukan pembelian Handphone Samsung Galaxy Series dari pada produk Handphone lain				
	13. Saya akan mempromosikan Produk Samsung Galaxy Series kepada keluarga, teman, dan saudara saya untuk melakukan pembelian Handphone Samsung Galaxy Series S5				

Lampiran 2

Tahap-tahap Keputusan Pembelian



Lampiran 3

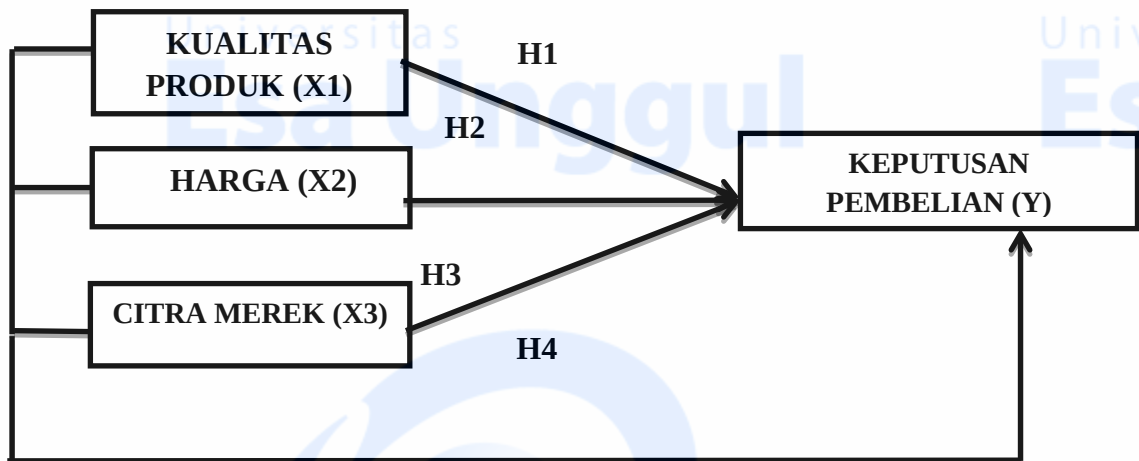
Hasil Penelitian Sebelumnya

No	Keterangan	Uraian
1	Nama Peneliti	Yitzhak Armando Laheba, Willem J.F. Alfa Tumbuan Djurwati Soepono (2015)
	Nama Jurnal	Pengaruh Citra Merek, Fitur dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung
	Variabel	X1 (Citra Merek)
		X2 (Fitur)
		X3 (Harga)
		Y (Keputusan Pembelian)
	Alat Analisa	Regresi Linier Berganda, Uji-F, Uji-t
2	Hasil Penelitian	- Citra merek, Fitur dan Harga terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung, hasil yang di dapat dalam Analisis Regresi Linier Berganda dengan pengujian secara simultan diketahui Fhitung mendapatkan hasil yang signifikan dan dapat disimpulkan variabel Citra Merek, Fitur dan Harga berpengaruh simultan terhadap Keputusan Pembelian Handphone Samsung
	Nama Peneliti	Erwin Adi Sanjaya, Sasongko, Sri Wahyuni (2014)
	Nama Jurnal	Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Smartphone Samsung Galasxy Series pada Mahasiswa Program Studi Ilmu

		Administrasi bisnis Fakultas Ilmu Social dan Ilmu Politik Universitas Jember
	Variabel	X1 (Citra Merek)
		Y (Keputusan Pembelian)
	Alat Analisa	Regresi Linier Berganda, Uji-F, Uji-t
	Hasil Penelitian	Ada pengaruh Citra Merek terhadap keputusan pembelian smartphone Samsung galaxy series sebesar 0,277
3	Nama Peneliti	Bayu Prawira, Nyi Nyoman Kerti Yasa (2014)
	Nama Jurnal	Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek Dan Persepsi Harga Terhadap Minat Beli Produk Smartphone Samsung di kota Denpasar
	Variabel	X1 (Kualitas Produk)
		X2 (Citra Merek)
		X3 (Persepsi Harga)
		Y (Minat Beli)
	Alat Analisa	Regresi Linier Berganda, Uji-F, Uji-t
	Hasil Penelitian	Ada pengaruh positif dan signifikan terhadap variabel minat beli, citra merek, harga yang berarti semakin baik Kualitas Produknya
4	Nama Peneliti	Doni Defriansyah, Islahuddin Daud & Welly Nailis (2016)
	Nama Jurnal	Pengaruh Citra Merek, Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Samsung
	Variabel	X1 (Citra Merek)
		X2 (Harga)
		X3 (Kualitas Produk)
		Y (Keputusan Pembelian)
	Alat Analisa	Regresi Linier Berganda, Uji-F, Uji-t
	Hasil Penelitian	Variabel Citra merek dan kualitas produk secara simultan bersama- sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian smartphone samsung

Lampiran 4

Model Penelitian



Lampiran 5

Operasional Variabel Penelitian

Variabel	Dimensi	INDIKATOR	Skala
Kualitas Produk X1 (Mullins dan Boyd, 2005:442)	Kinerja	1. Kenyamanan Pengguna 2. Kemudahan Pengguna	Likert
	Daya Tahan (<i>durability</i>)	3. Umur Ekonomis Produk (Jangka Waktu Pemakaian) 4. Daya Tahan Produk	
	Kesesuaian dengan spesifikasi (<i>conformance to specification</i>)	5. Kesesuaian Standart dengan Kualitas Produk 6. Kesesuaian Produk dengan Spesifikasi tertentu	
	Keistimewaan Tambahan (<i>feature</i>)	7. Menambah ketertarikan Konsumen terhadap Produk 8. Karakteristik produk yang Sesuai dengan produk	

	Reabilitas (<i>reliability</i>) Estetika (<i>esthetic</i>)	9. Tidak sering rusak (awet) 10. Desain Model yang Artistik 11. Warna	
	Kesan kualitas (<i>perceived</i>)	12. Reputasi Produk 13. Tanggung Jawab	
Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Harga X2 (Tjiptono,2008:34)	Harga Terjangkau	1. Harga Sesuai Dengan Pasar 2. Harga Sesuai Dengan Produk	Likert
	Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk	3. Harga yang ditawarkan Sesuai dengan yang Diinginkan 4. Harga yang ditawarkan Sesuai dengan produk yang Ditawarkan	
	Daya Saing Harga	5. Harga Kompetitif 6. Stabilitas Harga	
	Kesesuaian Dengan manfaat	7. Harga sesuai dengan Manfaat 8. Harga sesuai dengan Fasilitas yang diberikan	
Citra Merek X2 (Kotler & Keller, 2003:78)	Kekuatan (<i>Strengthness</i>)	1. Penampilan Fisik 2. Harga Produk	Likert
	Keunikan (<i>Uniqueness</i>)	3. Merek Mudah Diingat 4. Merek Mudah Diiucapkan 5. Variasi Penampilan (<i>fitur</i>)	
	Keunggulan (<i>Favorable</i>)	6. Produk Terkenal 7. Produk Favorit	
Keputusan Pembelian Y (Kotler, 2009:235)	Pengenalan Masalah	1. Pengenalan Kebutuhan 2. Pengenalan Motivasi	Likert
	Pencarian Informasi	3. Sumber Pribadi 4. Sumber Komersial 5. Sumber Umum 6. Sumber Pengalaman	
	Evaluasi	7. Sikap	

	Alternatif	8. Keyakinan	
	Keputusan Pembelian	9. Memilih Produk 10. Memilih Merek	

Variabel	Dimensi	Sub Variabel	Skala
Keputusan Pembelian Y (Kotler, 2009:235)	Perilaku Pasca Pembelian	11. Tempat Pembelian 12. Kuantitas 12. Merasa Puas 13. Peluang Membeli Kembali 14. Mengatakan sesuatu yang Baik tentang produk	Likert

Lampiran 6

Nilai Reliabilitas

0,0-0,1	Sangat Tidak Reliabel
0,21-0,4	Tidak Reliabel
0,41-0,6	Cukup Reliabel
0,61-0,8	Reliabel
0,81-1,0	Sangat Reliabel

Lampiran 7

Skala Likert

Sangat Setuju (SS)	Setuju (S)	Tidak Setuju (TS)	Sangat Tidak Setuju (STS)
(4)	(3)	(2)	(1)

Lampiran 8

Kriteria Uji t dan Uji F

Uji t	Uji f
Jika $t_{\text{penelitian}} > t_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak H_a diterima	Jika $\text{sig}_{\text{penelitian}} > 0.05$, maka H_0 ditolak H_a diterima
Jika $t_{\text{penelitian}} < t_{\text{tabel}}$ maka H_0 diterima H_a ditolak	Jika $\text{sig}_{\text{penelitian}} < 0.05$, maka H_0 diterima H_a ditolak

Lampiran 9

Statistik Deskriptif

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk (X1)	100	13,00	35,00	27,6600	3,79319
Harga (X2)	100	16,00	31,00	23,8200	3,24545
Citra Merek (X3)	100	13,00	28,00	20,6600	2,98894
Keputusan Pembelian (Y)	100	25,00	51,00	39,6000	5,19907
Valid N (listwise)	100				

Lampiran 10

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frequency	Percent
> 38 Tahun	16	16,0
20 – 25 Tahun	20	20,0
Valid 26 – 32 Tahun	45	45,0
33 – 38 Tahun	19	19,0
Total	100	100,0

Lampiran 11**Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan**

	Pekerjaan	Frequency	Percent
Valid	Ibu Rumah Tangga	8	8,0
	Karyawan	56	56,0
	Lainnya	9	9,0
	Mahasiswa	27	27,0
	Total	100	100,0

Lampiran 12**Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan**

	Penghasilan	Frequency	Percent
Valid	< Rp. 2.000.000	10	10,0
	> Rp 5.000.000	18	18,0
	Rp 2.000.001 s/d Rp 3.000.000	33	33,0
	Rp 3.000.0001 s/d Rp 5.000.000	39	39,0
	Total	100	100,0

Lampiran 13**Karakteristik Responden Berdasarkan Referensi**

		Frequency	Percent
Valid	Karena harganya terjangkau	20	20,0
	Karena kualitas produk	27	27,0
	Karena merek terkenal	48	48,0
	Lainnya	5	5,0
	Total	100	100,0

Lampiran 14

Uji Validitas Kualitas Produk (X₁)

No	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	p-value	Keterangan
1	X1.1	,548**	0,197	0,000	Valid
2	X1.2	,751**	0,197	0,000	Valid
3	X1.3	,485**	0,197	0,000	Valid
4	X1.4	,775**	0,197	0,000	Valid
5	X1.5	,693**	0,197	0,000	Valid
6	X1.6	,788**	0,197	0,000	Valid
7	X1.7	,623**	0,197	0,000	Valid
8	X1.8	,716**	0,197	0,000	Valid
9	X1.9	,584**	0,197	0,000	Valid

Lampiran 15

Tabel 4.7 Uji Validitas Harga (X₂)

No	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	p-value	Keterangan
1	X2.1	,730**	0,197	0,000	Valid
2	X2.2	,672**	0,197	0,000	Valid
3	X2.3	,469**	0,197	0,000	Valid
4	X2.4	,706**	0,197	0,000	Valid
5	X2.5	,516**	0,197	0,000	Valid
6	X2.6	,675**	0,197	0,000	Valid
7	X2.7	,546**	0,197	0,000	Valid
8	X2.8	,636**	0,197	0,000	Valid

Lampiran 16

Uji Validitas Citra Merek (X₃)

No	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	p-value	Keterangan
1	X3.1	,510**	0,197	0,000	Valid
2	X3.2	,625**	0,197	0,000	Valid
3	X3.3	,703**	0,197	0,000	Valid
4	X3.4	,670**	0,197	0,000	Valid
5	X3.5	,630**	0,197	0,000	Valid
6	X3.6	,552**	0,197	0,000	Valid
7	X3.7	,612**	0,197	0,000	Valid

Lampiran 17

Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

No	Item Pertanyaan	r-hitung	r-tabel	p-value	Keterangan
1	Y.1	,598**	0,197	0,000	Valid
2	Y.2	,731**	0,197	0,000	Valid
3	Y.3	,743**	0,197	0,000	Valid
4	Y.4	,600**	0,197	0,000	Valid
5	Y.5	,530**	0,197	0,000	Valid
6	Y.6	,665**	0,197	0,000	Valid
7	Y.7	,528**	0,197	0,000	Valid
8	Y.8	,618**	0,197	0,000	Valid
9	Y.9	,625**	0,197	0,000	Valid
10	Y.10	,656**	0,197	0,000	Valid
11	Y.11	,596**	0,197	0,000	Valid
12	Y.12	,672**	0,197	0,000	Valid
13	Y.13	,536**	0,197	0,000	Valid

Lampiran18**Reliabilitas Kualitas Produk**

Cronbach's Alpha	N of Items
,840	9

Lampiran 19**Reliabilitas Harga**

Cronbach's Alpha	N of Items
,763	8

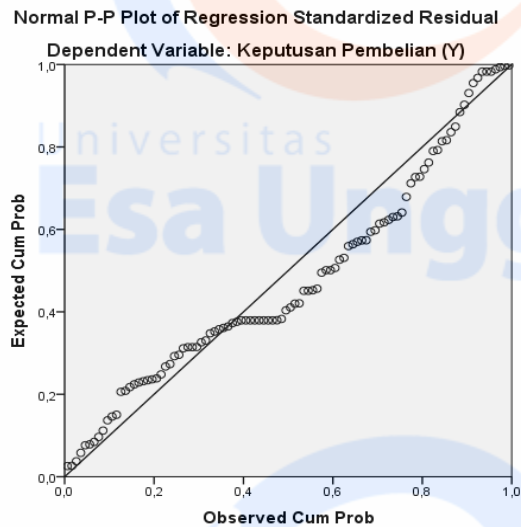
Lampiran 20**Reliabilitas Citra Merek**

Cronbach's Alpha	N of Items
,727	7

Lampiran 21**Reliabilitas Keputusan Pembelian**

Cronbach's Alpha	N of Items
,869	13

Lampiran 22



Lampiran 23

Npar Test

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

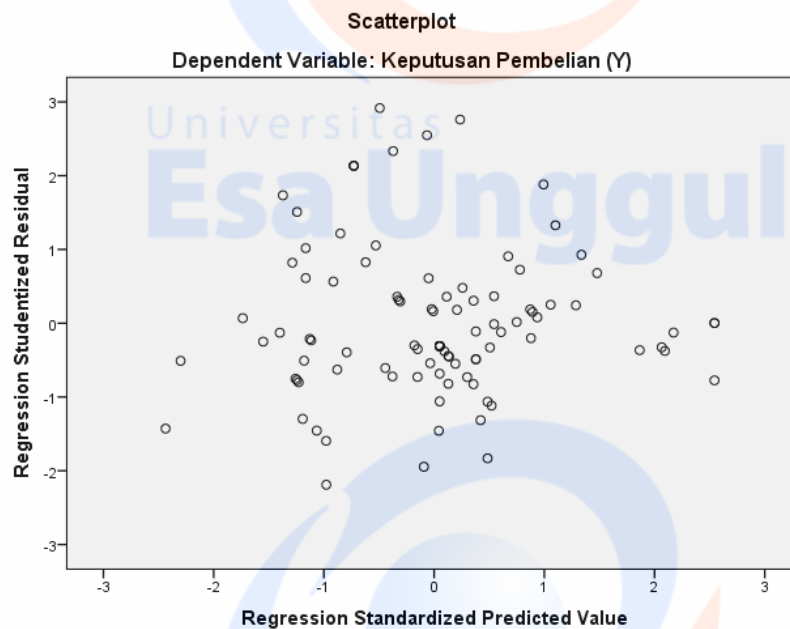
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,63911979
	Absolute	,117
Most Extreme Differences	Positive	,117
	Negative	-,082
Kolmogorov-Smirnov Z		1,171
Asymp. Sig. (2-tailed)		,129

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 24

Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 25

Uji Multikolinearitas

Model	Collinearity Statistics	
	Tolerance	VIF
1		
Kualitas Produk (X1)	,685	1,459
Harga (X2)	,417	2,399
Citra Merek (X3)	,377	2,651

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 26

Tabel 4.16 Uji Autokorelasi

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,862 ^a	,742	,734	2,68004	1,882

a. Predictors: (Constant), Citra Merek (X3), Kualitas Produk (X1), Harga (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Kriteria pengujiannya sebagai berikut:

D-W	dL	dU	4 - dU	Hasil
1,882	1,613	1,736	2,264	Tidak ada autokorelasi

Lampiran 27

Regresi Linier berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,529	2,312		1,526	,130
Kualitas Produk (X1)	,192	,086	,140	2,239	,027
Harga (X2)	,737	,129	,460	5,730	,000
Citra Merek (X3)	,639	,147	,368	4,358	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 28

Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	3,529	2,312		1,526	,130
Kualitas Produk (X1)	,192	,086	,140	2,239	,027
Harga (X2)	,737	,129	,460	5,730	,000
Citra Merek (X3)	,639	,147	,368	4,358	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 29

Uji F

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1986,470	3	662,157	92,189	,000 ^b
Residual	689,530	96	7,183		
Total	2676,000	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Citra Merek (X3), Kualitas Produk (X1), Harga (X2)

Lampiran 30

Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,862 ^a	,742	,734	2,68004	1,882

a. Predictors: (Constant), Citra Merek (X3), Kualitas Produk (X1), Harga (X2)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 31

Tabel 100 orang Responden