

B. Harga

No.	Pertanyaan
1	<p>Menurut anda, apakah Harga dari <i>smartphone</i> Xiaomi memuaskan untuk konsumen?</p> <p>a. Puas b. Tidak Puas</p> <p>Alasannya :</p>

C. Citra Merek

No.	Pertanyaan
1.	<p>Menurut anda, apakah citra merek dari <i>Smartphone</i> Xiaomi dapat dipercaya dikalangan konsumen?</p> <p>a. Dapat dipercaya b. Tidak dapat dipercaya</p> <p>Alasannya :</p>

LAMPIRAN 2

KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Saya Terry Silvianto mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Esa Unggul yang sedang melakukan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Smartphone* Xiaomi (Studi Kasus di wilayah Duri Utara Tambora, Jakarta Barat)**. Dalam rangka penulisan tugas akhir skripsi. Oleh karena itu, saya mohon kesediaan anda untuk meluangkan waktu guna mengisi kuisisioner ini dengan tepat dan teliti. Data yang diperoleh akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terimakasih.

IDENTITAS RESPONDEN

A. Data Responden

Untuk keperluan data penelitian ini, saya mengharapkan kepada konsumen untuk mengisi dengan memberikan tanda silang (X) data-data serta pernyataan berikut ini :

A. Profil responden

1. Usia :
 - a. 17 – 25 Tahun
 - b. 26 – 30 Tahun
 - c. 31 – 45 Tahun
 - d. > 45 Tahun

2. Tingkat Pendidikan
 - a. SMA/SMK
 - b. DIPLOMA – III (D3)
 - c. STRATA – 1 (S1)
3. Pekerjaan Saat ini :
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. PNS
 - c. Wiraswasta
 - d. Pegawai Swasta
 - e. Ibu Rumah Tangga
 - f. Lainnya (Sebutkan)
4. Tingkat Pendapatan
 - a. Rp. 2.000.000 – Rp. 5.000.000
 - b. Rp. 5.000.001 – Rp. 7.000.000
 - c. Rp. 7.000.001 – Rp. 9.000.000
 - d. > Rp. 9.000.000
5. Sudah berapa kali anda melakukan pembelian *Smartphone* Xiaomi?
 - a. 1 – 2 kali
 - b. 3 – 5 kali
 - c. > 5 kali

DAFTAR ISIAN

Petunjuk :

Isilah semua pernyataan dalam kuesioner sesuai dengan kenyataan, dengan cara memberikan tanda (√) pada kotak pilihan yang sudah tersedia.

Keterangan :

No.	Pernyataan	Skor
1.	Sangat Setuju (SS)	4
2.	Setuju (S)	3
3.	Tidak Setuju (TS)	2
4.	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

No	Penyataan	Alternatif Jawaban			
	Kualitas Produk	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
1	Fitur-fitur <i>Smartphone</i> Xiaomi lengkap				
2	Spesifikasi <i>Smartphone</i> Xiaomi sesuai kebutuhan konsumen				
3	<i>Smartphone</i> Xiaomi memiliki <i>memory</i> internal & RAM yang besar				
4	<i>Smartphone</i> Xiaomi memiliki desain yang tipis, model simple dan mudah dibawa kemana-mana				
5	<i>Smartphone</i> Xiaomi dirancang dengan wadah pembungkus yang menarik, rapi dan aman dari kerusakan				
6	<i>Smartphone</i> Xiaomi awet dan tidak cepat rusak				
7	<i>Smartphone</i> Xiaomi memiliki kualitas baterai yang tahan lama				
8	<i>Smartphone</i> Xiaomi terkenal dan menarik perhatian konsumen				
9	Xiaomi merupakan <i>smartphone</i> simpel dan tampilannya elegan				

	Harga	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
10	<i>Smartphone</i> Xiaomi memiliki harga yang terjangkau				
11	Harga <i>smartphone</i> Xiaomi sudah sesuai dengan kualitas produknya				
12	<i>Smartphone</i> Xiaomi memiliki harga yang beragam				
13	Harga <i>smartphone</i> Xiaomi menyesuaikan type <i>smartphone</i>				
	Citra Merek	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
14	Merek Xiaomi sudah dikenal masyarakat				
15	Merek Xiaomi memiliki kualitas produk yang baik				
16	Merek Xiaomi simpel sehingga mudah diingat				
17	Merek Xiaomi memberikan kesan yang elegan				
18	Merek Xiaomi memiliki komunitas yang luas di masyarakat				
19	Merek Xiaomi memiliki system operasinya sendiri (MIUI)				
20	Merek Xiaomi selalu melakukan diferensiasi produknya				
21	Merek Xiaomi mempunyai logo ciri khas				
	Keputusan Pembelian	STS (1)	TS (2)	S (3)	SS (4)
22	Saya membeli <i>Smartphone</i> Xiaomi karena memiliki perbedaan type di tiap tahunnya				
23	<i>Smartphone</i> Xiaomi menyesuaikan produk dengan selera konsumen				
24	Saya membeli <i>Smartphone</i> Xiaomi karena sudah terkenal				

25	Saya membeli <i>Smartphone</i> Xiaomi karena memiliki banyak keunggulan				
26	saya melakukan pembelian <i>smartphone</i> Xiaomi karena merek ini mudah di cari dan didapat				
27	saya membeli <i>smartphone</i> Xiaomi karena memiliki <i>service center</i> dimana-mana				
28	saya membeli <i>smartphone</i> Xiaomi karena persediaan yang lengkap				
29	Saya akan melakukan pembelian ulang untuk <i>smartphone</i> Xiaomi				
30	Saya akan merekomendasikan <i>smartphone</i> Xiaomi kepada rekan saya				

LAMPIRAN 3
HASIL PENELITIAN SPSS

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
VAR00001	91.1667	243.871	.660	.963
VAR00002	91.0133	241.866	.684	.963
VAR00003	91.0267	245.100	.578	.963
VAR00004	91.0533	243.031	.688	.963
VAR00005	91.2733	242.361	.672	.963
VAR00006	91.3400	243.353	.593	.963
VAR00007	91.1400	244.215	.570	.963
VAR00008	91.1067	241.103	.713	.962
VAR00009	91.1400	242.551	.699	.962
VAR00010	90.8067	247.123	.536	.964
VAR00011	90.8733	243.440	.708	.962
VAR00012	90.9267	246.001	.644	.963
VAR00013	90.9267	243.169	.707	.962
VAR00014	90.8267	245.862	.579	.963
VAR00015	91.1667	240.918	.778	.962
VAR00016	91.1600	241.008	.722	.962
VAR00017	91.3800	239.083	.698	.963
VAR00018	91.1400	241.141	.725	.962
VAR00019	90.9467	244.574	.654	.963
VAR00020	91.2133	241.270	.711	.962
VAR00021	90.9933	243.228	.636	.963
VAR00022	91.4933	239.567	.684	.963
VAR00023	91.0733	242.659	.713	.962
VAR00024	91.4667	239.754	.685	.963
VAR00025	91.1733	239.527	.775	.962
VAR00026	91.3000	241.862	.668	.963
VAR00027	91.6667	242.143	.610	.963
VAR00028	91.4600	240.653	.666	.963

VAR00029	91.4267	238.219	.712	.962
VAR00030	91.2133	238.558	.792	.962

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Citra Merek, Harga, Kualitas Produk ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.880 ^a	.774	.769	2.77565

a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Harga, Kualitas Produk
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3844.654	3	1281.551	166.344	.000 ^b
	Residual	1124.819	146	7.704		
	Total	4969.473	149			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Citra Merek, Harga, Kualitas Produk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	-2.089	1.478		-1.413	.160
	Kualitas Produk	.380	.072	.334	5.258	.000
	Harga	-.365	.162	-.142	-2.250	.026
	Citra Merek	.887	.085	.708	10.439	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6.9714	34.5167	26.4867	5.07967	150
Residual	-10.15145	6.76834	.00000	2.74757	150
Std. Predicted Value	-3.842	1.581	.000	1.000	150
Std. Residual	-3.657	2.438	.000	.990	150

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficient Correlations^a

Model		Citra Merek	Harga	Kualitas Produk	
1	Correlations	Citra Merek	1.000	-.464	-.481
		Harga	-.464	1.000	-.325
		Kualitas Produk	-.481	-.325	1.000
Covariances	Citra Merek	.007	-.006	-.003	
	Harga	-.006	.026	-.004	
	Kualitas Produk	-.003	-.004	.005	

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6.9714	34.5167	26.4867	5.07967	150
Std. Predicted Value	-3.842	1.581	.000	1.000	150

Standard Error of Predicted Value	.239	1.045	.426	.155	150
Adjusted Predicted Value	6.6362	34.5319	26.4918	5.08414	150
Residual	-10.15145	6.76834	.00000	2.74757	150
Std. Residual	-3.657	2.438	.000	.990	150
Stud. Residual	-3.700	2.470	-.001	1.004	150
Deleted Residual	-10.38847	6.94249	-.00510	2.82503	150
Stud. Deleted Residual	-3.873	2.514	-.004	1.014	150
Mahal. Distance	.108	20.138	2.980	3.407	150
Cook's Distance	.000	.080	.007	.013	150
Centered Leverage Value	.001	.135	.020	.023	150

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	(Constant)	Variance Proportions		
					Kualitas Produk	Harga	Citra Merek
1	1	3.966	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.019	14.640	.93	.07	.01	.08
	3	.008	21.967	.02	.82	.44	.08
	4	.007	24.067	.05	.11	.54	.85

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

