

**Lampiran 1**

**KUESIONER PRA SURVEY**

Nama :

Kepada Yth. Saudara/i.  
di Tempat

Perkenalkan nama saya Sinta Mutiara Mahasiswi Universitas Esa Unggul, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Saya ingin memohon bantuan dari Saudara/i semua untuk bersedia mengisi pra survey ini sebagai tahap awal dalam menyelesaikan tugas akhir penelitian saya yang berjudul "*Pengaruh Country of Origin, Brand Image dan Harga terhadap Purchase Intention pada Produk Uniqlo*". Mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi pra survey ini dengan sebaik-baiknya dan sejujur-jujurnya. Oleh karena itu, atas kesediaan Saudara/i sekalian dalam mengisi pra survey ini saya mengucapkan banyak terima kasih dan memohon maaf telah menyita waktu Saudara/i sekalian.

1. Saya akan memilih merek yang berasal dari Jepang, karena Jepang merupakan negara yang inovatif dalam bidang manufaktur.
  - a. Ya
  - b. Tidak
2. Uniqlo memiliki karakteristik produk yang jelas
  - a. Ya
  - b. Tidak
3. Harga produk Uniqlo terjangkau oleh semua kalangan
  - a. Ya
  - b. Tidak

Lampiran 2

**KUESIONER PENELITIAN**

**Pengaruh *Country of Origin*, *Brand Image*, dan Harga terhadap *Purchase Intention* pada Produk Uniqlo**

Kepada Yth. Saudara/i.

Ditempat

Dengan Hormat,

Perkenalkan nama saya Sinta Mutiara Mahasiswi Universitas Esa Unggul Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen. Saat ini saya sedang melakukan penelitian mengenai Pengaruh *Country of Origin*, *Brand Image*, dan Harga terhadap *Purchase Intention* pada Produk Uniqlo. Penelitian ini saya ajukan sebagai skripsi, yang merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Saudara/i sekalian untuk mengisi pernyataan kuesioner ini sesuai dengan petunjuk pengisiannya. Perlu saya sampaikan bahwa hasil penelitian ini hanya untuk kepentingan akademik dan semua informasi yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya.

Oleh karena itu, atas kesediaan Saudara/i sekalian dalam mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan banyak terimakasih dan semoga bantuan dan amal baik Saudara/i sekalian mendapat imbalan dari yang maha Esa.

Hormat Saya,

Sinta Mutiara

**I. Petunjuk Pengisian Kuesioner**

1. Sebelum mengisi pernyataan dibawah ini, bacalah petunjuk pengisian kuesioner dengan baik dan bacalah “sekilas tentang Uniqllo” pada bagian romawi III.
2. Isi data responden terlebih dahulu
3. Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang saudara anggap paling sesuai. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban.
4. Kriteria jawaban :
  1. STS = Sangat Tidak Setuju
  2. TS = Tidak Setuju
  3. RR = Ragu-Ragu
  4. S = Setuju
  5. SS = Sangat Setuju
6. Jawaban saudara akan dijamin kerahasiaannya, untuk itu saya mengharapkan jawaban yang sejujur-jujurnya.

**II. Data Responden**

1. Nama Lengkap :
2. Jenis Kelamin
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
3. Usia
  - a. 18 – 25 tahun
  - b. 26 – 33 tahun
  - c. 34 – 41 tahun
  - d. > 41 tahun
4. Apakah pekerjaan anda saat ini?
  - a. Mahasiswa/Pelajar
  - b. Pegawai Swasta
  - c. PNS
  - d. Wiraswasta
  - e. Lainnya, sebutkan .....
5. Berapa penghasilan anda perbulan?
  - a. < Rp. 1.000.000
  - b. Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000
  - c. Rp. 5.000.001 – Rp. 10.000.000
  - d. >Rp. 10.000.000
  - e. Belum berpenghasilan
6. Berapa kali dalam 1 bulan anda membeli pakaian?
  - a. 1 – 2 kali
  - b. 3 – 4 kali
  - c. > 4 kali

d. Lainnya, .....

### III. Sekilas Tentang Uniqlo

Uniqlo adalah sebuah perusahaan yang berasal dari Jepang dimana Jepang terkenal dengan tingkat teknologinya yang tinggi sehingga dapat menghasilkan produk-produk dengan kualitas yang baik. Uniqlo merupakan anak perusahaan dari *Fast Retailing* yang didirikan di Hiroshima Jepang oleh Tadashi Yanai pada tahun 1984. Uniqlo menawarkan berbagai macam pakaian untuk anak-anak, remaja, hingga dewasa yaitu mulai dari kaos (*t-shirt*), kemeja dan blus, *outerwear*, *dress*, pakaian dalam, pakaian tidur, celana, rok dan juga aksesoris seperti *belts*, *scraf* dan lainnya. Dengan range harga mulai dari Rp.79.000 untuk kategori *t-shirt* dan pakaian dalam sampai dengan Rp. 2.000.000 untuk kategori *Outerwear*. Perusahaan-perusahaan yang sejenis dan menjadi pesaing Uniqlo diantaranya yaitu Zara, Hennes & Mauritz, Gap, dan Calvin Klein.

### IV. Daftar Pernyataan

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	RR	S	SS
<b>Country of Origin</b>						
1.	Jepang terkenal dengan tingkat kemajuan teknologinya sehingga produk Uniqlo memiliki kualitas yang baik					
2.	Uniqlo memiliki prestige (gengsi) yang tinggi karena berasal dari Jepang yang merupakan negara maju					
3.	Jepang terkenal sebagai negara yang inovatif sehingga produk-produk Uniqlo sangat beragam					
4.	Uniqlo memiliki kualitas produk yang baik karena Jepang memelihara tingkat kualitas produksi yang tinggi					
5.	Uniqlo memiliki produk yang beragam karena Jepang dipercaya memiliki kreatifitas tenaga kerja yang tinggi					
6.	Produk Uniqlo berkualitas tinggi karena Jepang memiliki tenaga kerja yang kompeten dalam menghasilkan suatu produk					
<b>Brand Image</b>						
7.	Uniqlo adalah merek yang mudah diingat					
8.	Uniqlo memiliki citra yang baik					
9.	Uniqlo memiliki variasi produk					

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	RR	S	SS
10.	Produk Uniqlo mudah didapat					
11.	Uniqlo memiliki produk yang update mengikuti <i>trend fashion</i>					
12.	Logo Uniqlo mudah dikenali					
13.	Uniqlo memiliki karakteristik produk yang jelas					
14.	Uniqlo memiliki desain produk yang unik					
<b>Harga</b>						
15.	Harga produk Uniqlo terjangkau untuk saya					
16.	Harga produk Uniqlo murah dibandingkan produk lainnya yang sejenis					
17.	Harga produk Uniqlo sesuai dengan kualitas produknya					
18.	Harga produk Uniqlo bervariasi sesuai dengan jenis produknya					
19.	Harga produk Uniqlo dapat bersaing dengan produk merek lain yang sejenis					
20.	Harga yang ditawarkan oleh Uniqlo lebih rendah dari harga pesaing					
<b>Purchase Intention</b>						
21.	Saya mencari informasi mengenai produk Uniqlo melalui sosial media					
22.	Saya mencari informasi mengenai produk Uniqlo dengan mengunjungi <i>store</i> Uniqlo					
23.	Setelah mendapatkan informasi mengenai produk Uniqlo, saya mempertimbangkan untuk membeli produk Uniqlo					
24.	Sebelum membeli produk Uniqlo saya mempelajari merek-merek yang bersaing					
25.	Saya tertarik untuk mencoba produk baru Uniqlo					
26.	Sebelum membeli saya melakukan evaluasi terhadap pilihan-pilihan produk Uniqlo					

No	Pernyataan	Jawaban Responden				
		STS	TS	RR	S	SS
27.	Setelah mendapatkan berbagai informasi mengenai produk Uniqlo, saya berkeinginan memiliki produk Uniqlo					
28.	Setelah mendapatkan berbagai informasi mengenai produk Uniqlo, saya berkeinginan untuk membeli produk Uniqlo					

## Lampiran 3 – Karakteristik Responden

## Data Tabulasi Berdasarkan Karakteristik 100 (Seratus) Responden Yang Mengetahui Brand Uniqlo di wilayah Jakarta Barat

## Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah
Laki-Laki	44
Perempuan	56
<b>Total</b>	<b>100</b>

## Usia

Usia	Jumlah
18-25 tahun	89 orang
26-33 tahun	10 orang
>41 tahun	1 orang
<b>Total</b>	<b>100 orang</b>

## Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah
Mahasiswa/Pelajar	62 orang
Pegawai Swasta	21 orang
PNS	5 orang
Wiraswasta	5 orang
Lainnya	7 orang
<b>Total</b>	<b>100 orang</b>

## Penghasilan

Penghasilan	Jumlah
<Rp. 1.000.000	15 orang
Rp. 1.000.000 – Rp. 5.000.000	43 orang
Rp. 5.000.001 – Rp. 10.000.000	9 orang

<b>Penghasilan</b>	<b>Jumlah</b>
>Rp.10.000.000	1 orang
Belum berpenghasilan	32 orang
<b>Total</b>	<b>100 orang</b>

**Frekuensi membeli pakaian dalam waktu 1 bulan**

<b>Frekuensi</b>	<b>Jumlah</b>
1 – 2 kali	67 orang
3 – 4 kali	16 orang
>4 kali	5 orang
Lainnya	12 orang
<b>Total</b>	<b>100 orang</b>



## Lampiran 4 – Hasil Uji Validitas

Variabel *Country of Origin*

		Correlations						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total Country of Origin
P1	Pearson Correlation	1	,386**	,259**	,292**	,183	,288**	,592**
	Sig. (2-tailed)		,000	,009	,003	,069	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P2	Pearson Correlation	,386**	1	,235*	,370**	,299**	,381**	,686**
	Sig. (2-tailed)	,000		,019	,000	,003	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P3	Pearson Correlation	,259**	,235*	1	,184	,110	,273**	,512**
	Sig. (2-tailed)	,009	,019		,067	,274	,006	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P4	Pearson Correlation	,292**	,370**	,184	1	,430**	,457**	,689**
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,067		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P5	Pearson Correlation	,183	,299**	,110	,430**	1	,627**	,690**
	Sig. (2-tailed)	,069	,003	,274	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P6	Pearson Correlation	,288**	,381**	,273**	,457**	,627**	1	,770**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,006	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total Country of Origin	Pearson Correlation	,592**	,686**	,512**	,689**	,690**	,770**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	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).								

## Variabel Brand Image

Correlations										
		P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	Total Brand Image
P7	Pearson Correlation	1	,393**	,190	,095	,324**	,448**	,099	,200*	,546**
	Sig. (2-tailed)		,000	,058	,347	,001	,000	,326	,046	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P8	Pearson Correlation	,393**	1	,247*	,389**	,348**	,297**	,424**	,311**	,666**
	Sig. (2-tailed)	,000		,013	,000	,000	,003	,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P9	Pearson Correlation	,190	,247*	1	,386**	,177	,320**	,224*	,250*	,552**
	Sig. (2-tailed)	,058	,013		,000	,079	,001	,025	,012	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P10	Pearson Correlation	,095	,389**	,386**	1	,282**	,294**	,254*	,220*	,628**
	Sig. (2-tailed)	,347	,000	,000		,004	,003	,011	,028	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P11	Pearson Correlation	,324**	,348**	,177	,282**	1	,342**	,469**	,407**	,674**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,079	,004		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P12	Pearson Correlation	,448**	,297**	,320**	,294**	,342**	1	,324**	,298**	,679**
	Sig. (2-tailed)	,000	,003	,001	,003	,000		,001	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P13	Pearson Correlation	,099	,424**	,224*	,254*	,469**	,324**	1	,450**	,631**
	Sig. (2-tailed)	,326	,000	,025	,011	,000	,001		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P14	Pearson Correlation	,200*	,311**	,250*	,220*	,407**	,298**	,450**	1	,605**
	Sig. (2-tailed)	,046	,002	,012	,028	,000	,003	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Brand Image	Pearson Correlation	,546**	,666**	,552**	,628**	,674**	,679**	,631**	,605**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	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).

**Variabel Harga**

		Correlations						
		P15	P16	P17	P18	P19	P20	Total Harga
P15	Pearson Correlation	1	,482**	,170	-,041	,278**	,330**	,636**
	Sig. (2-tailed)		,000	,090	,686	,005	,001	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P16	Pearson Correlation	,482**	1	,281**	,212*	,473**	,630**	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000		,005	,034	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P17	Pearson Correlation	,170	,281**	1	,335**	,341**	,288**	,565**
	Sig. (2-tailed)	,090	,005		,001	,001	,004	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P18	Pearson Correlation	-,041	,212*	,335**	1	,372**	,144	,428**
	Sig. (2-tailed)	,686	,034	,001		,000	,152	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P19	Pearson Correlation	,278**	,473**	,341**	,372**	1	,304**	,662**
	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,001	,000		,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
P20	Pearson Correlation	,330**	,630**	,288**	,144	,304**	1	,735**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,004	,152	,002		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Total Harga	Pearson Correlation	,636**	,836**	,565**	,428**	,662**	,735**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	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).

**Variabel Purchase Intention**

		Correlations								Total Purchase Intention
		P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	
P21	Pearson Correlation	1	-,020	,477**	,143	,290**	,292**	,317**	,258**	,621**
	Sig. (2-tailed)		,844	,000	,155	,003	,003	,001	,010	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P22	Pearson Correlation	-,020	1	,136	,326**	,122	,160	,196	,183	,444**
	Sig. (2-tailed)	,844		,177	,001	,228	,112	,051	,069	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P23	Pearson Correlation	,477**	,136	1	,194	,254*	,340**	,465**	,355**	,667**
	Sig. (2-tailed)	,000	,177		,053	,011	,001	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P24	Pearson Correlation	,143	,326**	,194	1	,018	,358**	,036	-,017	,469**
	Sig. (2-tailed)	,155	,001	,053		,858	,000	,724	,869	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P25	Pearson Correlation	,290**	,122	,254*	,018	1	,364**	,597**	,518**	,608**
	Sig. (2-tailed)	,003	,228	,011	,858		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P26	Pearson Correlation	,292**	,160	,340**	,358**	,364**	1	,413**	,304**	,652**
	Sig. (2-tailed)	,003	,112	,001	,000	,000		,000	,002	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P27	Pearson Correlation	,317**	,196	,465**	,036	,597**	,413**	1	,773**	,732**
	Sig. (2-tailed)	,001	,051	,000	,724	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
P28	Pearson Correlation	,258**	,183	,355**	-,017	,518**	,304**	,773**	1	,651**
	Sig. (2-tailed)	,010	,069	,000	,869	,000	,002	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total Purchase	Pearson Correlation	,621**	,444**	,667**	,469**	,608**	,652**	,732**	,651**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	

Intention	N	100	100	100	100	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).										

## Lampiran 5 – Hasil Uji Reliabilitas

**Hasil Reliabilitas *Country Of Origin***

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,737	6

**Hasil Reliabilitas *Brand Image***

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,768	8

**Hasil Reliabilitas *Harga***

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,727	6

**Hasil Reliabilitas *Purchase Intention***

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,728	8

## Lampiran 6 – Tabulasi Data 100 Responden

No	COUNTRY OF ORIGIN						Total
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	
1	5	4	4	4	4	4	25
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	5	3	2	3	20
4	3	4	4	4	4	4	23
5	5	5	4	5	5	5	29
6	4	3	4	5	4	4	24
7	4	5	4	5	3	4	25
8	4	4	3	4	4	4	23
9	4	5	4	4	3	4	24
10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	3	5	4	3	4	23
12	5	4	4	5	3	3	24
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	4	5	5	3	4	25
15	3	4	5	4	4	4	24
16	4	4	4	4	4	5	25
17	4	4	5	4	4	5	26
18	4	3	4	3	5	5	24
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	4	4	4	4	24
21	5	4	5	4	4	5	27
22	5	5	5	5	5	5	30
23	4	4	4	5	4	5	26
24	4	4	4	4	4	4	24
25	4	5	4	4	5	4	26
26	3	5	5	5	5	5	28
27	3	3	4	5	5	4	24
28	5	4	4	5	4	3	25
29	4	5	3	4	5	4	25
30	4	3	5	5	4	4	25
31	4	4	4	5	4	4	25
32	4	3	3	4	4	4	22
33	5	4	4	4	4	4	25
34	4	3	4	4	4	4	23
35	5	4	4	4	4	4	25
36	4	3	4	4	3	4	22
37	4	3	4	4	5	4	24

No	COUNTRY OF ORIGIN						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
38	4	5	5	4	4	3	25
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	5	3	5	5	4	26
41	4	4	5	5	5	4	27
42	5	5	3	5	2	4	24
43	4	4	4	5	4	4	25
44	4	4	4	3	3	3	21
45	5	5	5	5	5	5	30
46	5	5	5	5	5	5	30
47	3	3	3	3	3	3	18
48	4	4	3	5	5	5	26
49	4	3	4	5	4	4	24
50	5	5	5	5	5	5	30
51	5	5	5	5	5	5	30
52	4	4	4	4	4	4	24
53	5	4	4	3	4	4	24
54	4	3	4	4	4	4	23
55	5	4	5	5	5	5	29
56	4	4	4	4	4	4	24
57	4	5	5	5	5	5	29
58	5	5	5	4	4	4	27
59	5	5	5	5	4	5	29
60	5	4	4	5	5	5	28
61	3	3	4	4	4	4	22
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	5	4	4	4	25
65	4	4	4	4	3	4	23
66	4	4	4	4	4	4	24
67	5	5	5	5	5	5	30
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	4	5	5	5	5	29
70	4	4	4	4	5	5	26
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	3	4	4	5	24
73	4	3	3	4	4	3	21
74	5	5	5	5	5	5	30
75	4	4	4	4	4	4	24
76	3	4	3	5	4	3	22



No	COUNTRY OF ORIGIN						
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	Total
77	4	2	4	4	4	4	22
78	5	4	4	5	5	4	27
79	3	4	4	4	4	4	23
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	4	4	4	4	5	25
82	4	5	4	5	4	5	27
83	4	4	4	4	4	4	24
84	5	4	4	5	5	5	28
85	5	5	4	5	5	5	29
86	4	4	5	4	5	5	27
87	4	4	4	5	5	5	27
88	4	5	4	4	5	5	27
89	5	5	5	5	5	5	30
90	4	4	4	3	4	3	22
91	4	4	5	4	4	4	25
92	5	4	5	5	4	4	27
93	4	4	5	5	4	4	26
94	4	5	5	5	4	5	28
95	4	5	5	4	4	4	26
96	4	4	5	4	4	4	25
97	3	3	4	5	5	5	25
98	5	4	4	4	4	4	25
99	4	3	5	3	2	3	20
100	4	4	4	4	4	4	24

No	BRAND IMAGE								
	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	Total
1	4	4	4	3	4	4	4	4	31
2	5	5	5	5	4	4	4	4	36
3	3	3	4	2	3	4	4	4	27
4	4	4	5	4	4	4	4	3	32
5	4	4	4	4	4	4	4	4	32
6	5	4	5	2	4	4	4	5	33
7	4	5	3	4	5	4	4	4	33
8	5	3	4	4	4	5	4	4	33
9	4	4	5	4	5	5	4	4	35
10	4	5	4	4	4	4	4	4	33
11	5	5	4	4	4	4	4	4	34
12	5	4	4	4	5	5	4	4	35
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	4	5	4	5	4	4	4	34
15	5	4	5	3	3	4	3	4	31
16	4	4	5	4	4	4	4	4	33
17	5	4	4	3	4	4	3	4	31
18	5	4	5	5	3	5	3	3	33
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	3	4	3	5	4	4	4	31
22	5	5	5	3	3	5	3	3	32
23	4	4	4	3	3	4	4	3	29
24	4	4	4	3	4	3	4	3	29
25	4	4	4	4	3	4	4	4	31
26	5	4	5	5	5	5	5	4	38
27	4	3	5	2	3	3	3	4	27
28	5	5	5	5	4	5	3	4	36
29	5	4	3	5	2	5	3	4	31
30	4	5	5	5	5	5	5	3	37
31	4	4	3	4	4	4	4	4	31
32	4	4	4	3	3	3	3	4	28
33	5	5	5	3	4	5	4	4	35
34	4	4	4	3	3	4	3	4	29
35	5	5	5	4	5	5	5	5	39
36	5	4	4	3	5	3	4	4	32
37	4	3	5	4	5	3	2	4	30
38	3	4	4	4	4	4	3	4	30
39	5	4	4	4	4	4	4	4	33

No	BRAND IMAGE								
	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	Total
40	5	4	4	1	4	5	5	3	31
41	4	4	4	4	4	5	5	5	35
42	4	4	3	3	5	5	5	3	32
43	5	5	5	5	4	4	4	4	36
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	3	5	5	5	5	4	5	5	37
46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	3	3	3	2	4	3	3	3	24
48	4	4	3	2	4	2	3	4	26
49	5	4	4	4	4	3	5	4	33
50	5	5	5	5	5	3	4	4	36
51	5	5	4	5	5	5	5	5	39
52	5	5	5	4	5	5	5	5	39
53	5	5	4	4	4	3	4	4	33
54	5	5	5	2	3	4	4	4	32
55	5	5	4	4	4	5	5	5	37
56	4	4	4	5	5	4	4	5	35
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	3	3	2	2	3	2	3	2	20
59	5	4	4	1	4	4	4	4	30
60	5	5	5	5	5	5	5	5	40
61	4	4	4	4	3	4	3	3	29
62	4	4	4	3	4	4	4	4	31
63	4	4	5	4	5	5	4	4	35
64	5	5	4	3	3	3	4	4	31
65	5	4	4	4	4	4	4	3	32
66	4	4	4	4	4	4	4	4	32
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32
69	5	5	5	5	5	5	5	5	40
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32
71	5	4	4	2	4	3	3	4	29
72	4	3	3	3	3	3	3	4	26
73	4	4	3	4	4	3	4	4	30
74	4	4	5	3	5	5	5	5	36
75	4	4	5	5	5	4	5	5	37
76	4	4	5	5	3	4	4	4	33
77	4	4	4	4	4	4	4	4	32
78	2	4	5	5	4	1	4	4	29

No	BRAND IMAGE								
	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	Total
79	4	3	4	4	3	4	2	3	27
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	4	4	4	4	4	4	4	4	32
82	4	5	4	5	4	5	4	5	36
83	4	4	4	4	4	4	3	3	30
84	5	5	4	4	5	4	4	3	34
85	4	4	4	3	4	3	5	4	31
86	5	5	4	5	5	5	4	4	37
87	5	5	4	5	5	4	4	4	36
88	4	5	4	4	5	5	4	5	36
89	2	5	4	4	2	2	4	2	25
90	2	4	4	4	3	3	5	5	30
91	4	4	4	4	4	4	4	3	31
92	4	5	4	4	5	3	5	4	34
93	2	4	5	4	2	4	4	4	29
94	4	5	3	2	4	3	4	5	30
95	5	5	3	2	5	4	4	5	33
96	5	4	4	4	3	3	4	4	31
97	4	3	5	4	3	3	4	4	30
98	4	4	4	3	4	4	4	4	31
99	3	3	4	2	3	4	4	4	27
100	5	5	5	5	4	4	4	4	36

No	HARGA						Total
	P15	P16	P17	P18	P19	P20	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	3	3	4	4	4	3	21
3	2	2	3	4	4	2	17
4	3	3	4	4	4	3	21
5	5	5	4	4	4	4	26
6	5	4	4	2	4	4	23
7	3	3	4	4	4	3	21
8	4	3	4	4	4	3	22
9	4	3	4	4	4	3	22
10	4	2	3	4	4	3	20
11	4	3	4	4	4	4	23
12	4	3	4	4	5	3	23
13	4	4	4	4	4	4	24
14	4	2	4	4	4	3	21
15	4	3	4	4	3	4	22
16	5	4	4	4	5	2	24
17	3	4	4	4	4	4	23
18	4	3	4	4	5	3	23
19	4	4	4	4	4	4	24
20	3	4	4	4	4	3	22
21	3	4	4	4	4	3	22
22	2	4	4	5	5	2	22
23	5	4	3	4	4	3	23
24	3	3	4	4	4	3	21
25	3	3	4	4	4	3	21
26	3	3	5	5	5	3	24
27	3	3	4	5	3	2	20
28	4	3	5	5	5	5	27
29	4	5	4	5	5	2	25
30	5	4	5	5	5	3	27
31	4	3	4	4	4	3	22
32	3	3	3	5	3	3	20
33	4	4	4	4	4	3	23
34	4	3	4	4	4	3	22
35	4	3	3	4	4	3	21
36	3	4	4	4	4	4	23
37	3	2	4	4	3	2	18
38	2	2	4	4	4	2	18
39	3	3	4	4	4	4	22

No	HARGA						
	P15	P16	P17	P18	P19	P20	Total
40	4	4	5	5	4	3	25
41	4	4	4	5	5	5	27
42	5	1	5	3	4	2	20
43	4	3	4	4	4	3	22
44	4	3	4	4	4	4	23
45	2	2	5	5	5	2	21
46	5	5	5	5	5	5	30
47	3	2	3	3	3	2	16
48	2	2	4	4	3	2	17
49	4	4	4	4	5	2	23
50	3	3	4	4	4	3	21
51	5	5	5	5	5	4	29
52	3	3	3	3	3	3	18
53	4	5	4	3	4	3	23
54	1	3	4	5	4	4	21
55	3	3	4	4	5	2	21
56	5	4	4	4	5	4	26
57	4	4	4	5	4	4	25
58	2	3	4	4	4	3	20
59	2	3	4	4	5	3	21
60	4	3	4	4	4	2	21
61	2	2	3	4	3	3	17
62	4	3	3	4	4	3	21
63	4	3	4	4	4	4	23
64	3	2	4	4	3	2	18
65	4	4	4	4	4	3	23
66	2	2	4	3	3	3	17
67	5	5	5	5	5	5	30
68	4	3	4	4	4	3	22
69	4	4	5	5	4	3	25
70	4	4	4	4	4	4	24
71	3	3	5	4	3	3	21
72	5	3	4	4	4	2	22
73	4	3	3	3	4	4	21
74	4	3	5	4	4	3	23
75	3	4	5	4	5	4	25
76	2	3	4	4	4	4	21
77	3	4	4	4	4	4	23
78	4	1	4	4	3	1	17

No	HARGA						Total
	P15	P16	P17	P18	P19	P20	
79	3	3	2	4	4	2	18
80	4	4	4	4	4	4	24
81	3	3	4	4	4	3	21
82	5	4	5	4	5	4	27
83	2	2	4	4	3	3	18
84	4	5	5	5	5	5	29
85	4	5	5	5	4	4	27
86	5	5	4	5	5	5	29
87	5	5	5	4	4	4	27
88	4	5	4	4	5	5	27
89	5	5	4	2	4	4	24
90	5	5	2	4	4	4	24
91	4	3	4	4	4	3	22
92	2	5	5	4	5	4	25
93	4	4	5	4	3	4	24
94	4	5	5	4	4	5	27
95	4	4	5	5	5	4	27
96	4	4	5	4	4	3	24
97	4	4	3	4	4	3	22
98	4	4	4	4	4	4	24
99	2	2	3	4	4	2	17
100	3	3	4	4	4	3	21

No	PURCHASE INTENTION								
	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	Total
1	4	4	4	4	4	4	4	4	32
2	4	5	4	5	3	4	4	4	33
3	2	4	4	4	3	3	3	2	25
4	2	4	4	4	3	4	4	4	29
5	4	3	4	4	4	5	4	4	32
6	2	5	4	4	5	4	4	4	32
7	4	5	4	4	4	4	5	5	35
8	2	4	3	2	4	3	3	3	24
9	3	4	4	4	4	4	4	4	31
10	5	5	4	4	4	4	4	4	34
11	4	4	4	4	5	4	4	5	34
12	4	3	5	2	4	4	5	5	32
13	4	4	4	4	4	4	4	4	32
14	4	4	3	4	4	4	4	4	31
15	3	3	4	4	3	5	4	4	30
16	4	5	4	4	5	5	5	5	37
17	3	4	4	4	4	4	4	3	30
18	1	5	3	5	2	5	3	3	27
19	2	4	4	4	4	4	4	4	30
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	3	4	3	4	3	4	3	3	27
22	5	4	4	2	4	5	4	4	32
23	3	3	4	2	3	4	3	3	25
24	2	4	3	3	2	3	3	3	23
25	2	5	4	4	4	4	4	4	31
26	5	5	5	4	5	5	4	3	36
27	1	5	2	5	3	3	3	3	25
28	5	5	5	2	3	4	4	4	32
29	4	5	5	4	4	5	4	5	36
30	1	5	3	2	3	2	3	4	23
31	3	4	4	4	4	4	4	4	31
32	4	3	3	4	3	4	3	4	28
33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
34	4	3	4	4	4	5	4	3	31
35	4	5	4	4	4	4	4	4	33
36	4	4	3	4	4	3	3	3	28
37	4	2	4	2	4	2	4	5	27
38	4	4	4	4	4	4	5	4	33
39	3	5	4	4	4	4	4	5	33



No	PURCHASE INTENTION								
	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	Total
40	3	5	4	5	3	5	4	4	33
41	4	4	4	5	5	5	4	5	36
42	4	4	4	2	5	5	5	5	34
43	3	5	2	3	4	4	4	4	29
44	4	4	4	4	4	4	4	4	32
45	1	1	2	2	4	5	4	4	23
46	5	5	5	4	5	5	5	5	39
47	2	4	4	3	4	4	4	4	29
48	3	5	5	5	3	4	3	2	30
49	2	4	4	2	4	4	4	4	28
50	4	4	4	5	3	3	3	3	29
51	5	5	5	2	4	4	5	5	35
52	4	4	5	5	4	4	4	4	34
53	4	3	4	3	3	4	4	3	28
54	2	2	5	4	4	4	4	4	29
55	2	4	4	2	5	4	4	4	29
56	4	4	3	4	4	4	4	4	31
57	4	4	4	4	4	4	4	4	32
58	5	2	4	4	3	4	4	4	30
59	4	5	4	5	4	4	4	5	35
60	2	5	4	4	4	4	4	4	31
61	4	3	3	3	4	3	4	3	27
62	3	4	3	3	4	3	3	3	26
63	4	4	4	4	4	4	4	4	32
64	2	5	4	4	4	4	4	4	31
65	4	4	4	4	3	4	4	4	31
66	2	2	3	4	4	4	4	4	27
67	5	5	5	5	5	5	5	5	40
68	4	4	4	3	4	4	4	4	31
69	3	5	5	4	5	5	5	5	37
70	4	5	5	5	5	5	5	5	39
71	2	5	4	4	4	5	4	4	32
72	3	2	3	2	4	4	3	3	24
73	4	4	4	3	4	4	4	4	31
74	4	3	5	3	3	3	3	3	27
75	4	4	3	5	3	5	2	2	28
76	4	3	4	3	4	3	4	4	29
77	4	4	5	4	4	4	4	4	33
78	2	4	5	4	3	4	4	4	30

No	PURCHASE INTENTION								
	P21	P22	P23	P24	P25	P26	P27	P28	Total
79	3	4	4	4	4	4	4	3	30
80	4	4	4	4	4	4	4	4	32
81	4	4	4	3	4	4	4	4	31
82	5	4	5	4	5	4	5	4	36
83	1	4	1	1	3	1	3	3	17
84	4	5	4	4	5	4	5	5	36
85	2	5	3	4	4	4	4	4	30
86	4	5	4	4	4	5	4	4	34
87	4	4	5	4	4	4	5	4	34
88	5	4	5	5	4	4	4	5	36
89	2	4	4	4	3	3	5	5	30
90	2	5	3	5	4	4	4	3	30
91	4	3	4	5	4	4	3	3	30
92	2	5	4	4	4	5	5	5	34
93	4	4	4	4	5	5	5	5	36
94	5	4	3	5	4	5	4	3	33
95	2	4	3	5	5	4	4	4	31
96	4	3	4	3	4	4	4	4	30
97	2	5	3	3	4	4	4	4	29
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32
99	2	4	4	4	3	3	3	2	25
100	4	5	4	5	3	4	4	4	33

## Lampiran 7 – Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

## Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,27503639
Most Extreme Differences	Absolute	,087
	Positive	,048
	Negative	-,087
Test Statistic		,087
Asymp. Sig. (2-tailed)		,058 <sup>c</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

## Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	11,883	3,787		3,138	,002		
	Total Country of Origin	,126	,158	,082	,798	,427	,717	1,395
	Total Brand Image	,173	,106	,169	1,630	,106	,713	1,403
	Total Harga	,452	,135	,363	3,347	,001	,649	1,542

a. Dependent Variable: Total Purchase Intention

## Uji Heteroskedastisitas

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,068	2,435		,439	,662
	Total Country of Origin	,122	,102	,143	1,201	,233
	Total Brand Image	,033	,068	,058	,483	,630
	Total Harga	-,122	,087	-,175	-1,401	,164

a. Dependent Variable: Abs\_RES

## Uji Autokorelasi

Model Summary <sup>b</sup>					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,519 <sup>a</sup>	,269	,246	3,32582	2,099

a. Predictors: (Constant), Total Harga, Total Country of Origin, Total Brand Image

b. Dependent Variable: Total Purchase Intention

## Lampiran 8 – Hasil Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>					
Model		Unstandardized Coefficients			
		B		Std. Error	
1	(Constant)	1,485		,473	
	Rata-Rata Country of Origin	,095		,119	
	Rata-Rata Brand Image	,173		,106	
	Rata-Rata Harga	,339		,101	

a. Dependent Variable: Rata-Rata Purchase Intention

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6,105	3	2,035	11,774	,000 <sup>b</sup>
	Residual	16,592	96	,173		
	Total	22,696	99			

a. Dependent Variable: Rata-Rata Purchase Intention  
b. Predictors: (Constant), Rata-Rata Harga, Rata-Rata Country of Origin, Rata-Rata Brand Image

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,485	,473		3,138	,002
	Rata-Rata Country of Origin	,095	,119	,082	,798	,427
	Rata-Rata Brand Image	,173	,106	,169	1,630	,106
	Rata-Rata Harga	,339	,101	,363	3,347	,001

a. Dependent Variable: Rata-Rata Purchase Intention

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,519 <sup>a</sup>	,269	,246	,41573

a. Predictors: (Constant), Rata-Rata Harga, Rata-Rata Country of Origin, Rata-Rata Brand Image