

Lampiran 1

KUESIONER PRA SURVEY

Perkenalkan nama saya Muhammad Fanny Firmansyah dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jurusan Manajemen, Universitas Esa Unggul, ingin melakukan pra survey untuk memenuhi tugas akhir. Terima kasih atas partisipasi anda untuk meluangkan waktu dalam mengisi daftar pertanyaan pra survei ini, dengan tujuan sebagai data penelitian saya mengenai Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli. Saya berharap responden dapat menjawab dengan sebaik-baiknya. Akhir kata saya sampaikan terimakasih atas kerjasamanya.

1. Produk Laptop Merek HP adalah Laptop dengan kualitas produk yang spesifikasinya paling bagus

A. Setuju

B. Tidak Setuju

Alasan :

2. Harga yang diberikan Laptop HP Terbilang cukup Terjangkau

A. Setuju

B. Tidak Setuju

Alasan :

Lampiran 2

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Produk Laptop HP

Kepada Yang Terhormat Responden

Kuesioner penelitian ini ditujukan untuk mengetahui faktor-faktor yang memengaruhi Keputusan Pembelian pada konsumen Laptop Merek HP. Adapun variabel dalam penelitian ini adalah Citra Merek, Kualitas Produk, Harga, Keputusan Pembelian, dan Minat Beli. Sehubungan dengan hal tersebut saya mengharapkan bantuan pada anda untuk mengisi kuesioner ini dengan memberikan penelitian secara objektif. Data yang anda isikan akan dijaga kerahasiaannya dan digunakan untuk kepentingan akademis penelitian saya semata.

Atas ketersediannya dan partisipasinya saudara/i dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Muhammad Fanny Firmansyah

LEMBAR KUESIONER

Saya adalah Mahasiswa Universitas Esa Unggul Fakultas Ekonomi dan Bisnis Prodi Manajemen yang berfokus pada bidang Pemasaran. Penelitian ini dilakukan dalam rangka menyusun Skripsi S-1 sebagai salah satu syarat kelulusan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Esa Unggul. Penelitian ini merupakan survei mengenai **“Pengaruh Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga terhadap Keputusan Pembelian melalui Minat Beli”**. Demi tercapainya tujuan penelitian ini saya mengharapkan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudari/I untuk meluangkan waktu sedikit guna mengisi kuesioner ini.

Nama : Muhammad Fanny Firmansyah

NIM : 20170101224

Atas kerjasama dan kesediaannya dalam berpartisipasi mengisi kuesioner ini. Saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk Pengisian Bagian I

Pilihlah salah satu jawaban menurut anda yang tepat pada pertanyaan atau pernyataan berikut ini dengan memberi tanda silang (X) sesuai dengan kondisi saudara/I :

(Karakteristik Responden)

1. Usia
 - a. 17-21 tahun
 - b. 22-26 tahun
 - c. 27-35 tahun
 - d. >35 tahun
2. Berapa lama anda telah menggunakan laptop HP
 - a. < 6 bulan
 - b. > 6 bulan
3. Pendidikan terakhir anda?
 - a. SMA/Sederajat
 - b. S1
 - c. S2
4. Apakah pekerjaan anda saat ini?
 - a. Mahasiswa/Pelajar
 - b. Pegawai Swasta
 - c. PNS/BUMN/POLRI/TNI

- d. Wiraswasta
- e. Ibu Rumah Tangga
- f. Lainnya, sebutkan.....

(Screening Question)

Pilihlah salah satu jawaban menurut anda yang tepat pada pertanyaan atau pernyataan berikut ini dengan memberi tanda silang (X) sesuai dengan kondisi saudara/I :

- 1. Apakah anda mengetahui Merek Laptop HP?
 - a. Iya
 - b. Tidak

(jika jawabannya anda “Iya”, maka silahkan menjawab pertanyaan selanjutnya)

Petunjuk Pengisian Bagian II

Berikan tanda centang (√) pada kotak yang sesuai dengan pilihan anda. Terdapat 4 (empat) alternatif pengisian jawaban yaitu:

- 1. STS = Sangat Tidak Setuju.
- 2. TS = Tidak Setuju.
- 3. S = Setuju.
- 4. SS = Sangat Setuju.

No.	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
Citra Merek					
1.	Saya menyukai kelebihan merek pada produk Laptop HP				
2.	Saya percaya terhadap merek pada produk Laptop HP				
3.	Variasi pada merek produk laptop HP mudah diingat				

No	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
4.	Saya menyukai kekuatan pada merek produk				
5.	Kemudahan pada Merek Produk yang diucapkan				
6.	Menurut saya merek pada produk laptop HP cukup unik				
Kualitas Produk					
7.	Saya menyukai karakteristik pada produk laptop HP				
8.	Kemampuan dari sebuah produk laptop HP sangat memuaskan				
9.	Saya menyukai kualitas ketahanan dari produk laptop HP				
10.	Menurut saya produk laptop HP cukup bertahan lama				
11.	Saya menyukai spesifikasi laptop HP				
12.	Karakteristik pada produk laptop memenuhi standar				
13.	Saya menyukai fungsi yang ada pada produk laptop HP				
14.	Saya tertarik pada produk laptop HP				
15.	Saya merasa puas memakai produk laptop HP karena kualitas specnya				
16.	Menurut saya laptop HP adalah laptop yang paling awet kualitas produknya				
17.	Saya menyukai penampilan pada produk				
18.	Menurut saya laptop HP memiliki bentuk produk yang ringan				
19.	Saya menyukai kualitas dari produk laptop HP				
20.	Saya menyukai laptop HP karena kualitas yang di luncurkan selalu menguntungkan				
Harga					
21.	Menurut saya harga sesuai dengan yang diharapkan dari produk				
22.	Menurut saya harga sesuai dengan kuliatas produk				
23.	Menurut saya harga laptop HP sesuai dengan kualitas yang di luncurkan				

No.	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
24.	Menurut saya harga laptop HP terjangkau di kalangan masyarakat				
25.	Menurut saya laptop HP memiliki harga yang dapat bersaing dengan harga produk lain yang sejenis				
26.	Menurut saya laptop HP memiliki harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan				
27.	Menurut saya laptop HP membuat pembelinya puas dengan harga yang diberikan dan kualitas yang didapatkan				
Minat Beli					
28.	Menurut saya spesifikasi yang diupdate disetiap produknya selalu menjadi daya tarik untuk minat beli				
29.	Saya senang dengan situasi ditempat saat melakukan pembelian				
30.	Dengan membeli produk ini kebutuhan saya terpenuhi				
31.	Menurut saya laptop HP menjadi produk laptop terbaik sesuai dengan harga nya				
32.	Saya tertarik terhadap produk yg ditawarkan				
33.	Saya menyukai laptop HP karena produk yang digunakan sesuai dengan spesifikasi yang diterbitkan				
34.	Saya membeli laptop HP dikarenakan mudah mencari informasi tentang produknya				
35.	Proses membeli produk Laptop HP Sangat mudah				
Keputusan Pembelian					
36.	Menurut saya laptop HP menjadi pilihan pertama untuk dibeli dikarenakan sesuai dengan kebutuhan				
37.	Menurut saya kualitas produk yang diberikan oleh laptop HP membuat konsumen yakin untuk membeli dan mendapatkan manfaat				
38.	Menurut saya membeli laptop HP karena citra mereknya sesuai dengan yang saya inginkan				
39.	Menurut saya membeli laptop HP karena produk laptop terbaik				
40.	Saya menyukai laptop HP dikarenakan produk yang diluncurkan selalu tepat sesuai dengan waktu lagi diperlukan				

No.	Pernyataan	Penilaian			
		STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
Keputusan Pembelian					
41.	Menurut saya jangka waktu laptop HP yang bisa bertahan lama menjadi ketertarikan untuk membeli				
42.	Menurut saya membeli laptop HP karena produk yang mudah dicari				
43.	Pembelian yang mudah di dapatkan membuat saya mudah untuk melakukan pembayaran				

Lampiran 3**Tabulasi Data Karakteristik 140 Responden**

Keterangan		Jumlah Responden	Total
Jenis Kelamin	Laki-Laki	51	100
	Perempuan	49	
Usia	17 – 21 tahun	42	100
	22 – 26 tahun	42	
	27 – 35 tahun	12	
	>35 tahun	4	
Pendidikan	SMA/Sederajat	76	100
	S1/S2/S3	17	
	Diploma I,II,III	7	
	Pendidikan Dasar	0	
Pekerjaan	Pelajar/Mahasiswa	71	100
	Pegawai Swasta	29	
	PNS/BUMN/POLRI/TNI	10	
	Ibu Rumah Tangga	3	
	Wiraswasta	9	
	Lainnya	1	
Apakah anda mengetahui Merek Laptop HP	Iya	100	100
	Tidak	0	
Domisili anda Saat Ini	Jakarta	50	100
	Tangerang	35	
	Depok	5	
	Bogor	7	
	Lebih dari dua kali dalam enam bulan	41	

Hasil Uji Validitas (30 Responden)

a. Citra Merek

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.777**	.490**	.267	.207	.519**	.719**
	Sig. (2-tailed)		.000	.006	.154	.272	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.777**	1	.599**	.490**	.157	.429*	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.006	.408	.018	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.490**	.599**	1	.221	.033	.523**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000		.241	.861	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.267	.490**	.221	1	.468**	.654**	.736**
	Sig. (2-tailed)	.154	.006	.241		.009	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.207	.157	.033	.468**	1	.481**	.555**
	Sig. (2-tailed)	.272	.408	.861	.009		.007	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.519**	.429*	.523**	.654**	.481**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.003	.018	.003	.000	.007		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X1	Pearson Correlation	.719**	.758**	.667**	.736**	.555**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	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).

b. Kualitas Produk

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	TOTAL_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.583	.540 ^{**}	.416 ^{**}	.565 ^{**}	.337	.422	.558 ^{**}	.661 ^{**}	.551 ^{**}	.325	.075	.265	.265	.696 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.001	.002	.022	.001	.069	.020	.001	.000	.002	.080	.592	.114	.158	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.583 ^{**}	1	.411	.348	.553 ^{**}	.481 ^{**}	.429 ^{**}	.705 ^{**}	.481 ^{**}	.588 ^{**}	.247	.803 ^{**}	.551 ^{**}	.382	.792 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001		.024	.081	.002	.007	.018	.000	.010	.001	.187	.000	.002	.037	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.540 ^{**}	.411	1	.717 ^{**}	.493 ^{**}	.119	.176	.283	.621 ^{**}	.058	.220	.130	.403	.183	.575 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.002	.024		.000	.006	.532	.351	.130	.000	.783	.242	.464	.027	.333	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.416 ^{**}	.348	.717 ^{**}	1	.463	.050	.213	.134	.582 ^{**}	-.133	.184	-.070	.872 ^{**}	.148	.509 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.022	.081	.000		.010	.793	.258	.482	.001	.483	.386	.715	.000	.442	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.565 ^{**}	.553 ^{**}	.493 ^{**}	.463	1	.213	.297	.408	.581 ^{**}	.170	.319	.222	.440	.511 ^{**}	.685 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.006	.010		.259	.111	.025	.001	.388	.085	.237	.015	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.337	.481 ^{**}	.119	.050	.213	1	.454	.349	.207	.243	.111	.182	.124	.165	.427 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.069	.007	.532	.763	.259		.012	.059	.273	.197	.559	.335	.515	.382	.019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	.422	.429 ^{**}	.176	.213	.297	.454	1	.518 ^{**}	.486 ^{**}	.315	.881 ^{**}	.425	.315	.706 ^{**}	.701 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.020	.018	.351	.258	.111	.012		.003	.007	.000	.000	.019	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	.558 ^{**}	.705 ^{**}	.283	.134	.408	.349	.518 ^{**}	1	.813 ^{**}	.705 ^{**}	.482 ^{**}	.467 ^{**}	.382	.570	.785 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.130	.482	.025	.059	.003		.000	.000	.007	.005	.037	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	.661 ^{**}	.481 ^{**}	.621 ^{**}	.592 ^{**}	.581 ^{**}	.207	.486 ^{**}	.813 ^{**}	1	.353	.500 ^{**}	.123	.838 ^{**}	.511 ^{**}	.796 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.000	.001	.001	.273	.007	.000		.072	.005	.516	.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.10	Pearson Correlation	.551 ^{**}	.588	.058	-.133	.170	.243	.315	.705 ^{**}	.333	1	.381	.483	.206	.334	.572 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.783	.483	.388	.197	.000	.000	.072		.038	.007	.278	.071	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.11	Pearson Correlation	.325	.247	.220	.184	.319	.111	.681 ^{**}	.482 ^{**}	.500 ^{**}	.381	1	.469 ^{**}	.318	.858 ^{**}	.677 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.080	.187	.242	.388	.085	.559	.000	.007	.005	.038		.009	.087	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.12	Pearson Correlation	.075	.803 ^{**}	.130	-.070	.222	.182	.425	.467 ^{**}	.123	.483 ^{**}	.469 ^{**}	1	.338	.585 ^{**}	.593 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.692	.000	.464	.715	.237	.335	.019	.005	.516	.007	.009		.088	.001	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.13	Pearson Correlation	.265	.551 ^{**}	.403	.672 ^{**}	.440	.124	.315	.382	.639 ^{**}	.206	.318	.338	1	.444	.680 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.114	.002	.027	.000	.015	.515	.000	.037	.000	.276	.087	.088		.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.14	Pearson Correlation	.265	.382	.183	.148	.511 ^{**}	.165	.706 ^{**}	.570 ^{**}	.511 ^{**}	.334	.358 ^{**}	.566 ^{**}	.444	1	.735 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.158	.037	.333	.442	.004	.382	.000	.001	.004	.071	.000	.001	.014		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X2	Pearson Correlation	.696 ^{**}	.792 ^{**}	.575 ^{**}	.509 ^{**}	.685 ^{**}	.427	.701 ^{**}	.785 ^{**}	.799 ^{**}	.572 ^{**}	.677 ^{**}	.583 ^{**}	.880 ^{**}	.735 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.004	.000	.019	.000	.000	.000	.001	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	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).

c. Harga

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	TOTAL_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.606**	.590**	.210	.256	.394*	.389*	.650**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.266	.172	.031	.033	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.606**	1	.640**	.327	.182	.429*	.313	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.078	.335	.018	.092	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.590**	.640**	1	.170	.517**	.502**	.488**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.369	.003	.005	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.210	.327	.170	1	.371*	.421*	.203	.582**
	Sig. (2-tailed)	.266	.078	.369		.044	.020	.283	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.256	.182	.517**	.371*	1	.690**	.302	.731**
	Sig. (2-tailed)	.172	.335	.003	.044		.000	.105	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	.394*	.429*	.502**	.421*	.690**	1	.412*	.814**
	Sig. (2-tailed)	.031	.018	.005	.020	.000		.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	.389*	.313	.488**	.203	.302	.412*	1	.649**
	Sig. (2-tailed)	.033	.092	.006	.283	.105	.024		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_X3	Pearson Correlation	.650**	.654**	.773**	.582**	.731**	.814**	.649**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	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).

d. Minat Beli

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	TOTAL_ X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.606**	.590**	.210	.256	.394 [*]	.389 [*]	.650**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.266	.172	.031	.033	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.606**	1	.640**	.327	.182	.429 [*]	.313	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.078	.335	.018	.092	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.590**	.640**	1	.170	.517**	.502**	.488**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.369	.003	.005	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.210	.327	.170	1	.371 [*]	.421 [*]	.203	.582**
	Sig. (2-tailed)	.266	.078	.369		.044	.020	.283	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.256	.182	.517**	.371 [*]	1	.690**	.302	.731**
	Sig. (2-tailed)	.172	.335	.003	.044		.000	.105	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	.394 [*]	.429 [*]	.502**	.421 [*]	.690**	1	.412 [*]	.814**
	Sig. (2-tailed)	.031	.018	.005	.020	.000		.024	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	.389 [*]	.313	.488**	.203	.302	.412 [*]	1	.649**
	Sig. (2-tailed)	.033	.092	.006	.283	.105	.024		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_ X3	Pearson Correlation	.650**	.654**	.773**	.582**	.731**	.814**	.649**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	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).

e. Keputusan Pembeli

		Correlations								TOTAL
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.561**	.473**	.348	.491**	.411*	.486**	.663**	.765**
	Sig. (2-tailed)		.001	.008	.059	.006	.024	.006	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.561**	1	.716**	.103	.598**	.831**	.711**	.784**	.885**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.590	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.473**	.716**	1	.302	.405*	.687**	.648**	.675**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.105	.026	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.348	.103	.302	1	.570**	-.034	-.080	.236	.442*
	Sig. (2-tailed)	.059	.590	.105		.001	.856	.673	.210	.015
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.491**	.598**	.405*	.570**	1	.371*	.132	.420*	.699**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.026	.001		.043	.488	.021	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y6	Pearson Correlation	.411*	.831**	.687**	-.034	.371*	1	.674**	.608**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.024	.000	.000	.856	.043		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y7	Pearson Correlation	.486**	.711**	.648**	-.080	.132	.674**	1	.767**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.673	.488	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y8	Pearson Correlation	.663**	.784**	.675**	.236	.420*	.608**	.767**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.210	.021	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL _Y	Pearson Correlation	.765**	.885**	.809**	.442*	.699**	.757**	.707**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.015	.000	.000	.000	.000	
	N	30	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).

Lampiran 6

Hasil Uji Reabilitas (30 Responden)

a. Citra Merek

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.779	.877	7

b. Kualitas Produk

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.758	.916	15

c. Harga

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.770	.878	8

d. Minat Beli

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.770	.883	9

e. Keputusan Pembelian

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.776	.914	9

Lampiran 7

Tabulasi Data 100 Responden

	Kualitas Produk												Harga				Minat Beli				Keputusan Pembelian				Total	X1	X2	X3	Z	Y
4	3	3	2	4	4	4	1	3	3	4	2	4	3	3	4	4	3	3	3	2	4	4	3	136	19	44	19	27	27	
3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	3	3	127	18	42	19	24	24	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	3	3	126	18	42	18	25	23	
3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	158	20	52	25	30	31	
3	3	2	2	3	3	2	3	2	1	1	2	3	2	3	3	3	2	4	2	3	1	2	2	111	17	31	22	19	22	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	129	18	42	21	24	24	
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	135	24	42	21	24	24	
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	140	20	41	25	27	27	
3	2	3	2	2	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	2	3	2	3	3	2	2	109	16	35	18	20	20	
4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	2	3	3	151	21	49	25	29	27	
3	4	3	4	3	4	3	2	3	2	3	1	4	3	2	2	3	1	3	2	2	3	2	1	109	20	40	14	16	19	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	128	18	42	21	24	23	
4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	2	2	1	2	2	2	2	3	2	3	4	2	3	118	19	42	17	21	19	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	129	18	42	21	24	24	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	129	18	42	21	24	24	
4	2	3	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	113	14	35	20	22	22	
2	2	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	4	2	2	2	2	106	14	36	19	22	17	
3	2	3	2	1	3	4	4	4	2	4	4	1	4	3	3	3	1	4	4	4	4	3	3	128	16	43	19	25	21	
3	2	3	3	4	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	2	3	3	2	123	16	40	22	25	20	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	172	24	56	28	32	32	
3	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	141	20	46	23	26	26	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	129	18	42	21	24	24	
4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	130	20	44	22	22	22	
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	172	24	56	28	32	32	
4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	158	20	53	25	30	30	
3	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	3	127	20	43	19	23	22	
3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	2	3	3	3	4	4	2	3	3	4	2	3	3	2	134	18	44	23	27	22	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	131	18	42	21	26	24	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	132	18	42	22	26	24	
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	132	18	42	22	26	24	
2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	3	2	117	15	39	21	22	20	

3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	132	20	42	22	24	24	
3	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	124	16	37	20	26	26
2	3	3	3	3	2	4	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	2	3	2	3	3	127	16	42	23	24	22
3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	126	21	41	22	21	21
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	146	24	56	19	23	24	
2	3	4	3	3	2	2	3	3	4	3	3	3	3	3	2	2	3	4	3	2	3	4	3	3	124	20	40	20	22	22
4	3	2	1	3	3	4	2	4	3	4	2	4	3	2	3	1	3	4	2	3	2	4	3	3	128	18	42	21	22	25
3	3	3	4	3	4	3	3	3	2	3	4	2	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2	134	20	43	24	26	22
4	1	2	3	3	4	2	1	3	3	4	2	4	2	3	4	3	4	2	4	1	3	4	3	4	123	19	37	18	26	24

Pernyataan CM	Total	Pernyataan KL	Total	Pernyataan H	Total	Pernyataan MB	Total	Pernyataan KP	Total
CM 1	321	KL 1	304	H 1	308	MB 1	312	KP 1	293
CM 2	312	KL 2	307	H 2	310	MB 2	291	KP 2	310
CM 3	298	KL 3	311	H 3	312	MB 3	307	KP 3	298
CM 4	313	KL 4	312	H 4	309	MB 4	293	KP 4	292
CM 5	327	KL 5	311	H 5	312	MB 5	311	KP 5	297
CM 6	303	KL 6	316	H 6	315	MB 6	310	KP 6	308
		KL 7	306	H 7	301	MB 7	288	KP 7	308
		KL 8	304			MB 8	309	KP 8	321
		KL 9	297						
		KL 10	285						
		KL 11	310						
		KL 12	303						
		KL 13	304						
		KL 14	299						

No	Variabel	Pernyataan	Nilai
1	Citra Merek	Kemudahan pada Merek Produk yang diucapkan	327
2	Kualitas Produk	Karakteristik pada produk laptop memenuhi standar	316
3	Harga	Menurut saya laptop HP memiliki harga yang sesuai dengan manfaat yang diberikan	315
4	Minat Beli	Menurut saya spesifikasi yang diupdate disetiap produknya selalu menjadi daya tarik untuk minat beli	312
5	Keputusan Pembelian	Pembelian yang mudah di dapatkan membuat saya mudah untuk melakukan pembayaran	321

Lampiran 8

Hasil Uji Analisis Jalur

1. Hasil Uji Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Minat Beli

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.246	1.971		2.154	.034
	Citra Merek	-.196	.132	-.154	-1.488	.140
	Kualitas Produk	.306	.066	.533	4.664	.000
	Harga	.492	.106	.408	4.655	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Sumber : Data Diolah Peneliti, 2021

2. Hasil Koefesien Determinasi Citra Merek, Kualitas Produk dan Harga Terhadap Minat Beli

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.748 ^a	.560	.546	2.08196

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

Sumber : hasil output statistic, 2021

3. Hasil Uji Citra Merek, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.124	2.326		.913	.363
	Citra Merek	-.112	.071	-.097	-1.581	.117
	Kualitas Produk	.166	.057	.254	2.908	.005
	Harga	.452	.110	.359	4.110	.000
	Minat Beli	.316	.094	.302	3.342	.001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Sumber : Hasil output statistic, 2020

4. Hasil Koefesien Determinasi Citra Merek, Kualitas Produk, Harga dan Minat Beli Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.796 ^a	.634	.622	1.98315

a. Predictors: (Constant), Minat Beli, Kualitas Produk, Harga

Sumber : hasil output statistic, 2020