

DATA RESPONDEN**PETUNJUK:**

Isilah data responden dibawah ini kemudian pilihlah jawaban dengan tanda (X) pada jawaban yang tersedia.

No	Pertanyaan Pra Survey
1	Jenis Kelamin :
	a. Laki-laki b. Perempuan
2	Usia :
	a. 18-20 tahun b. 21-25 tahun c. 28-35 tahun d. ≥ 35 tahun
3	Pendidikan terakhir :
	a. SMA/SMK b. Diploma (D1-D3) c. S1 d. S2 e. S3
4	Pekerjaan :
	a. Pegawai swasta b. Wiraswata c. Pegawai negeri sipil d. Mahasiswa
5	Penghasilan Perbulan:
	a. \leq Rp.1.000.000,- b. Rp.1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,- c. Rp.3.000.000,-s/d Rp.5.000.000,- d. \geq Rp.5.000.000
6	Lama menggunakan spion motor merek ATM :
	a. 1-6 bulan b. 7-12 bulan c. 1-2 tahun d. ≥ 2 tahun

TANGGAPAN RESPONDEN

Universitas Esa Unggul

PETUNJUK:

Isilah semua pertanyaan dalam kuesioner sesuai dengan kenyataan, dengan cara memberikan tanda (X) pada kotak yang telah tersedia.

No	Keterangan	Skor	Skala
1	Sangat Tidak Setuju	1	Likert
2	Tidak Setuju	2	Likert
3	Setuju	3	Likert
4	Sangat setuju	4	Likert

Kualitas Produk (X1)

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
		1	2	3	4
1	Spion motor merek ATM memiliki kualitas yang baik				
2	Spion motor merek ATM mudah ditemukan				
3	SPION MOTOR MEREK ATM BISA BERSAING DIPASARAN				
4	SPION MOTOR MEREK ATM MEMILIKI DISAIN YANG MENARIK				
5	SPION MOTOR MEREK ATM SUDAH MEMENUHI STANDAR NASIONAL				
6	SPION MOTOR MEREK ATM DAPAT DIGUNAKAN LEBIH DARI 5 TAHUN				
7	SPION MOTOR MEREK ATM BISA DIPERCAYA				

8	SPION MOTOR MEREK ATM MEMBERIKAN REPUTASI YANG BAIK				
9	SPION MOTOR MEREK ATM TERBUAT DARI BAHAN BAKU YANG BERKUALITS				

Harga Produk (X2)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	SPION MOTOR MEREK ATM MEMILIKI HARGA YANG TERJANGKAU					
2	SPION MOTOR MEREK ATM MEMILIKI KESUSAIN HARGA PRODUK DENGAN KUALITAS PRODUK					
3	SPION MOTOR MEREK ATM MEMILIKI MAMPU BERSAING DENGAN HARGA PRODUK LAIN					
4	HARGA SPION MOTOR MEREK ATM DIJAKRTA MENGUNAKAN STRATEGI SATU HARGA TIDAK ADANYA HARGA KHUSUS UNTUK PEMBELIAN TERTENTU					
5	SPION MOTOR MEREK ATM MEMILIKI HARGA YANG SESUAI DENGAN DAYA BELI MASYARAKAT					

6	HARGA SPION MOTOR MEREK ATM SESUAI DENGAN MANFAAT YANG DIRASAKAN					
7	HARGA SPION MOTOR MEREK ATM LEBIH MURAH DIBANDING YANG LAIN					
8	HARGASPION MOTOR MEREK ATM MEMENUHI HARAPAN SAYA					
9	HARGASPION MOTOR MEREK ATM JELAS DAN DAPAT DIMENGERTI					
10	INFORMASI HARGA LENGKAP, BENAR DAN JUJUR					
	TOTAL SKOR					

Keputusan Pembelian (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	MEMUTUSKAN UNTUK MEMBELI SPION MOTOR MEREK ATM SETELAH MEMBANDINGKAN DENGAN PRODUK LAIN					
2	YAKIN DENGAN KEPUTUSAN SAYA UNTUK MEMBELI SPION MEREK MOTOR ATM					
3	MERASA PUAS DENGAN SPION MOTOR MEREK ATM					

4	SPION MOTOR MEREK ATM YANG TERBAIK					
5	MENETAPKAN SPION MOTOR MEREK ATM SEBAGAI AKSESORIS MOTOR SAYA					
6	MEMBELI SPION MOTOR MEREK ATM KARENA ADANYA KEBUTUHAN					
7	AKAN MELAKUKAN PEMBELIAN SPION MOTOR MEREK ATM TERUS-MENERUS ATAU BERULANG- ULANG					
8	MENCARI INFORMASI TENTANG SPION MOTOR MEREK ATM SEBELUM MEMUTUSKAN UNTUK MEMBELI					
9	YAKIN AKAN KEPUTUSAN SAYA MEMBELI SPION MOTOR MEREK ATM KARENA KUALITASNYA					
10	MEMUTUSKAN UNTUK MEMBELI PRODUK SPION MOTOR MEREK ATM BERDASARKAN PENGALAMAN ORANG LAIN					
	TOTAL SKOR					

LAMPIRAN III KARAKTERISTIK RESPONDEN

Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	128	88%
2	Perempuan	17	22%
Total		145	100%

Profil Responden Berdasarkan Usia

No.	Usia	Jumlah	Persentase
1	< 20	14	10%
2	21-30	49	34%
3	31-35	37	25%
4	> 35	45	31%
Total		145	100%

Profil Responden Berdasarkan Masa Kerja

No.	Pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMA/SMK	58	40%
2	D3	32	22%
3	S1	34	23%
4	S2	21	15%
Total		145	100%

Profil Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No.	Jumlah Pendapatan/Gaji	Jumlah	Persentase
1	≤Rp 1.000.000,-	26	17%
2	Rp1.000.000,- s/d Rp 3.000.000,-	38	26%
3	Rp3.000.000,- s/d Rp 5.000.000,-	62	43%
4	≥ Rp 5.000.000,-	19	14%
Jumlah		145	100%

**LAMPIRAN IV
HASIL UJI VALIDITAS**

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	Kualitas produk x1
X1.1	Pearson Correlation	1	0,355	,868**	,822**	,687**	1,000**	0,355	,868**	,822**	,851**	,721**
	Sig. (2-tailed)		0,054	0	0	0	0	0,054	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	0,355	1	,629**	,689**	,551**	0,355	1,000**	,629**	,689**	,766**	,469**
	Sig. (2-tailed)	0,054		0	0	0,002	0,054	0	0	0	0	0,009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,868**	,629**	1	,868**	,707**	,868**	,629**	1,000**	,868**	,945**	,743**
	Sig. (2-tailed)	0	0		0	0	0	0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,822**	,689**	,868**	1	,790**	,822**	,689**	,868**	1,000**	,960**	,602**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0		0	0	0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,687**	,551**	,707**	,790**	1	,687**	,551**	,707**	,790**	,816**	,483**
	Sig. (2-tailed)	0	0,002	0	0		0	0,002	0	0	0	0,007
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	1,000**	0,355	,868**	,822**	,687**	1	0,355	,868**	,822**	,851**	,721**
	Sig. (2-tailed)	0	0,054	0	0	0		0,054	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	0,355	1,000**	,629**	,689**	,551**	0,355	1	,629**	,689**	,766**	,469**
	Sig. (2-tailed)	0,054	0	0	0	0,002	0,054		0	0	0	0,009
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	,868**	,629**	1,000**	,868**	,707**	,868**	,629**	1	,868**	,945**	,743**
	Sig. (2-tailed)											
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,822**	,689**	,868**	1,000**	,790**	,822**	,689**	,868**	1	,960**	,602**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
X1.9	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,851**	,766**	,945**	,960**	,816**	,851**	,766**	,945**	,960**	1	,704**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
X1.10	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,721**	,469**	,743**	,602**	,483**	,721**	,469**	,743**	,602**	,704**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0,009	0	0	0,007	0	0,009	0	0	0	0
Kualitas produk x1	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Harga produk x2
	Pearson Correlation	1	0,318	,455*	,675**	,539**	,603**	,600**	,716**	,834**	,821**
	Sig. (2-tailed)		0,087	0,012	0	0,002	0	0	0	0	0
X2.1	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	0,318	1	0,182	,570**	,410*	,828**	0,118	0,329	,566**	,663**
	Sig. (2-tailed)	0,087		0,337	0,001	0,024	0	0,535	0,076	0,001	0
X2.2	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,455*	0,182	1	,618**	0,217	,392*	,786**	,824**	,492**	,690**
	Sig. (2-tailed)	0,012	0,337		0	0,25	0,032	0	0	0,006	0
X2.3	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,675**	,570**	,618**	1	,641**	,596**	,606**	,630**	,867**	,906**
	Sig. (2-tailed)	0	0,001	0		0	0,001	0	0	0	0
X2.4	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

X2.5	Pearson Correlation	,539**	,410*	0,217	,641**	1	0,198	0,141	0,25	,512**	,544**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,024	0,25	0		0,295	0,458	0,183	0,004	0,002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	,603**	,828**	,392*	,596**	0,198	1	,486**	,636**	,677**	,807**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,032	0,001	0,295		0,007	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7	Pearson Correlation	,600**	0,118	,786**	,606**	0,141	,486**	1	,769**	,538**	,700**
	Sig. (2-tailed)	0	0,535	0	0	0,458	0,007		0	0,002	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8	Pearson Correlation	,716**	0,329	,824**	,630**	0,25	,636**	,769**	1	,643**	,821**
	Sig. (2-tailed)	0	0,076	0	0	0,183	0	0		0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.9	Pearson Correlation	,834**	,566**	,492**	,867**	,512**	,677**	,538**	,643**	1	,911**
	Sig. (2-tailed)	0	0,001	0,006	0	0,004	0	0,002	0		0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Harga produkx2	Pearson Correlation	,821**	,663**	,690**	,906**	,544**	,807**	,700**	,821**	,911**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0,002	0	0	0	0	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	total_y
Y.1	Pearson Correlation	1	,683**	,822**	,689**	,868**	1,000**	,683**	,822**	,689**	,868**	,952**
	Sig. (2-tailed)		0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	,683**	1	,576**	,501**	,670**	,683**	1,000**	,576**	,501**	,670**	,780**
	Sig. (2-tailed)	0		0,001	0,005	0	0	0	0,001	0,005	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	,822**	,576**	1	0,355	,868**	,822**	,576**	1,000**	0,355	,868**	,840**
	Sig. (2-tailed)	0	0,001		0,054	0	0	0,001	0	0,054	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	,689**	,501**	0,355	1	,629**	,689**	,501**	0,355	1,000**	,629**	,760**
	Sig. (2-tailed)	0	0,005	0,054		0	0	0,005	0,054	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	,868**	,670**	,868**	,629**	1	,868**	,670**	,868**	,629**	1,000**	,945**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0		0	0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	1,000**	,683**	,822**	,689**	,868**	1	,683**	,822**	,689**	,868**	,952**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0		0	0	0	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	,683**	1,000**	,576**	,501**	,670**	,683**	1	,576**	,501**	,670**	,780**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0,001	0,005	0	0		0,001	0,005	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.8	Pearson Correlation	,822**	,576**	1,000**	0,355	,868**	,822**	,576**	1	0,355	,868**	,840**
	Sig. (2-tailed)	0	0,001	0	0,054	0	0	0,001		0,054	0	0
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

	Pearson Correlation	,689**	,501**	0,355	1,000**	,629**	,689**	,501**	0,355	1	,629**	,760**
	Sig. (2-tailed)	0	0,005	0,054	0	0	0	0,005	0,054	0	0	0
Y.9	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,868**	,670**	,868**	,629**	1,000**	,868**	,670**	,868**	,629**	1	,945**
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Y.10	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
	Pearson Correlation	,952**	,780**	,840**	,760**	,945**	,952**	,780**	,840**	,760**	,945**	1
	Sig. (2-tailed)	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
total_y	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

**LAMPIRAN V
HASIL UJI RELIABILITAS**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,840	30

LAMPIRAN VI

Tabulasi Data

x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	Kualitas produkx1
5	3	4	4	4	5	3	4	4	36
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	4	4	3	4	5	4	4	37
5	3	5	4	4	5	3	5	4	38
3	2	2	1	2	3	2	2	1	18
3	2	2	1	2	3	2	2	1	18
3	3	2	3	4	3	3	2	3	26
5	3	4	4	5	5	3	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	4	4	4	4	5	4	4	38
5	3	5	4	4	5	3	5	4	38
2	3	2	1	3	2	3	2	1	19
3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
4	1	2	3	3	4	1	2	3	23
3	3	2	3	3	3	3	2	3	25
5	3	4	4	5	5	3	4	4	37
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
5	3	5	4	4	5	3	5	4	38
3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
4	2	3	3	4	4	2	3	3	28
5	3	4	4	3	5	3	4	4	35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
4	5	4	4	3	4	5	4	4	37
5	3	5	4	4	5	3	5	4	38

x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8	x2.9	x2.10	Harga produk x2
5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	40
4	5	3	5	5	4	4	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
5	4	5	3	5	5	4	3	3	5	42
5	5	4	3	4	3	5	4	4	5	42
3	2	2	3	3	2	2	3	2	3	25
2	1	3	2	2	1	3	2	1	2	19
2	3	1	2	2	3	1	2	3	3	22
5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	40
4	5	3	5	5	4	4	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
5	4	5	3	5	5	4	3	3	5	42
5	5	4	3	4	3	5	4	4	5	42
4	3	2	3	4	3	2	3	2	4	30
3	3	2	4	3	3	2	4	3	3	30
3	3	3	4	3	3	3	4	4	3	33
3	3	4	2	3	3	4	2	3	3	30
5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	40
4	5	3	5	5	4	4	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
5	4	5	3	5	5	4	3	3	5	42
5	5	4	3	4	3	5	4	4	5	42
2	3	4	3	2	3	4	3	3	3	30
2	4	1	1	2	4	1	1	1	3	20
3	4	3	3	3	4	3	3	2	4	32
5	4	4	4	4	3	4	3	4	5	40
4	5	3	5	5	4	4	5	5	5	45
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
5	4	5	3	5	5	4	3	3	5	42
5	5	4	3	4	3	5	4	4	5	42

y.1	y.2	y.3	y.4	y.5	y.6	y.7	y.8	y.9	y.10	Keputusan pembelian y
3	3	4	1	2	3	3	4	1	2	26
3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	28
4	3	5	3	4	4	3	5	3	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	40
4	4	5	3	5	4	4	5	3	5	42
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
3	4	4	2	3	3	4	4	2	3	32
4	3	5	3	4	4	3	5	3	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	40
4	4	5	3	5	4	4	5	3	5	42
4	3	5	3	4	4	3	5	3	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	40
4	4	5	3	5	4	4	5	3	5	42
1	2	3	2	2	1	2	3	2	2	20
1	3	3	2	2	1	3	3	2	2	22
3	4	3	3	2	3	4	3	3	2	30
4	3	5	3	4	4	3	5	3	4	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	3	4	5	4	4	3	4	5	4	40
4	4	5	3	5	4	4	5	3	5	42
1	3	2	3	2	1	3	2	3	2	22
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30

LAMPIRAN VII
Hasil Uji Persyaratan Analisis Data

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

			Unstand ardized Residual
N			30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean		0E-7
	Std. Deviation		,555596
	Absolute Differences		
Most Extreme			
		Positive	,238
		Negative	-,225
		Kolmogorov-Smirnov Z	1,304
		Asymp. Sig. (2-tailed)	,067

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Multikolinieritas

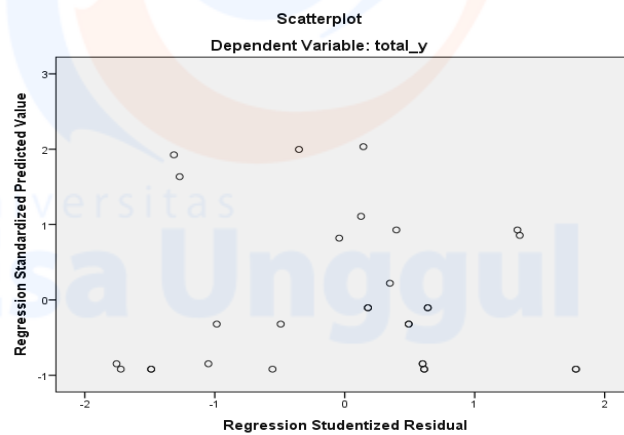
Coefficients^a

Model	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity	
	Coefficients		Coefficients			Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	,445	1,548		,287	,776		
Kualitas produk x1	,097	,036	,454	2,663	,013	,963	1,039
Harga produk x2	,149	,195	,130	,766	,451	,963	1,039

a. Dependent Variable: keputusan pembelian y

Sumber : Data hasil olahan peneliti, 2020

Uji Heteroskedastisitas



Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.771 ^a	.594	.582		3.173	1,915

a. Predictors: (Constant), harga produk x2, kualitas produk x1

b. Dependent Variable: keputusan pembelian y

LAMPIRAN VIII
Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda
Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	,445	1,548		,287	,776
Kualitas produk x1	,097	,036	,454	2,663	,013
Harga produk x2	,149	,195	,130	,766	,451

a. Dependent Variable: keputusan pembelian y

Uji F**ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	3,613	2	1,807	4,399	,022 ^b
Residual	11,087	27	,411		
Total	14,700	29			

a. Dependent Variable: keputusan pembelian y

b. Predictors: (Constant), harga produk x2, kualitas produk x1

Uji Koefisien Determinasi**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.771 ^a	.594	.582	3.173	1,915

a. Predictors: (Constant), harga produk x2, kualitas produk x1

b. Dependent Variable: keputusan pembelian y