

LAMPIRAN

Lampiran 01: Kuesioner Penelitian



**KUESIONER PENELITIAN UNIVERSITAS
PENDIDIKAN GANESHA FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN**

Kepada

Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Hal : Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Undiksha pada Jurusan Manajemen, dengan ini saya mengadakan penelitian yang berjudul **“Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Samsung”**

Maka dengan ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner ini. Atas kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner ini. Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu, Saudara/i yang turut berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Singaraja, 12 Desember 2021

Peneliti

Fransiska Lopes Da Cruz
NIM 1817041231

1. Identitas Responden

(Beri tanda \surd pada kotak jawaban)

- 1) Nama :
- 2) Alamat :
- 3) Usia :
- 4) Jenis kelamin : Laki-laki Perempuan

2. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda (\surd) pada pilihan jawaban yang tersedia.

- SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 N : Netral
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

3. Draft Pertanyaan Keputusan Pembelian

a. Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Keputusan Pembelian	5	4	3	2	1
1.	Saya memutuskan membeli <i>smartphone</i> merek Samsung dikarenakan memiliki citra dan kualitas produk yang baik.					
2.	Saya memutuskan membeli <i>smartphone</i> merek Samsung sebagai penunjang kebutuhan dalam hal pendidikan/ pekerjaan/ dan lainnya.					
3.	Saya mencari informasi mengenai <i>smartphone</i> merek Samsung sebelum membeli produk tersebut.					
4.	Saya tertarik membeli ulang <i>smartphone</i> merek Samsung dikarenakan banyak fitur dan desain produk yang menarik.					

b. Brand Image

	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<i>Brand Image</i>	5	4	3	2	1
1.	<i>Smartphone</i> merek Samsung memiliki, desain menarik yang dilengkapi dengan fitur-fitur yang canggih serta inovatif.					

2.	Saya memutuskan membeli Smartphone Samsung karena saya merasa percaya diri saat menggunakannya.					
3.	<i>Smartphone</i> merek Samsung memiliki reputasi yang baik dibidangnya.					

d. Kualitas Produk

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Kualitas Produk	5	4	3	2	1
1.	<i>Smartphone</i> merek Samsung memiliki kinerja yang baik sehingga mudah digunakan dalam menjalankan fungsinya sesuai dengan kebutuhan konsumen					
2.	<i>Smartphone</i> merek Samsung tidak cepat panas saat digunakan dalam waktu lama dan memiliki keawetan produk yang tinggi sehingga tidak cepat rusak dalam pemakaian jangka Panjang					
3.	Fitur-fitur yang ada pada <i>smartphone</i> merek Samsung memiliki fungsi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen.					

Lampiran 02 : Tabulasi Data Ordinal

No.	Keputusan Pembelian				
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y
1	4	4	4	4	16
2	5	5	5	4	19
3	5	5	5	5	20
4	4	4	4	3	15
5	5	5	5	5	20
6	5	5	5	5	20
7	5	5	4	5	19
8	5	4	5	4	18
9	5	5	4	5	19
10	5	5	5	3	18
11	5	5	5	4	19
12	4	4	4	4	16
13	4	4	5	5	18
14	5	5	5	4	19
15	5	5	5	5	20
16	4	5	5	3	17
17	5	5	5	4	19
18	5	5	3	3	16
19	5	5	5	5	20
20	5	5	4	5	19
21	3	3	3	2	11
22	4	3	5	3	15
23	4	5	5	3	17
24	5	5	5	4	19
25	3	5	5	1	14
26	4	4	5	3	16
27	5	5	5	5	20
28	4	4	4	4	16
29	4	4	4	4	16
30	4	4	4	4	16

No	<i>Brand Image</i>			
	X1.1	X1.2	X1.3	X
1	4	3	4	11
2	4	4	5	13
3	4	4	5	13
4	4	3	4	11
5	5	5	5	15
6	5	5	5	15
7	3	5	4	12
8	4	4	4	12
9	5	5	5	15
10	4	4	4	12
11	4	5	5	14
12	4	4	4	12
13	4	3	4	11
14	5	4	5	14
15	5	5	5	15
16	4	3	4	11
17	4	4	5	13
18	4	5	5	14
19	5	5	5	15
20	4	4	5	13
21	2	2	3	7
22	3	4	4	11
23	4	4	4	12
24	4	4	4	12
25	4	3	4	11
26	4	5	4	13
27	5	5	5	15
28	4	4	5	13
29	4	4	4	12
30	4	5	4	13

No.	Kualitas Produk			
	X2.1	X2.2	X2.3	X2
1	3	3	4	10
2	5	4	5	14
3	5	5	5	15
4	3	4	4	11
5	5	5	5	15
6	5	5	5	15
7	4	4	5	13
8	5	4	4	13
9	5	4	5	14
10	4	3	5	12
11	4	5	4	13
12	3	3	3	9
13	4	3	4	11
14	4	3	4	11
15	5	5	5	15
16	5	4	4	13
17	4	5	4	13
18	4	3	4	11
19	5	5	5	15
20	4	4	4	12
21	4	4	3	11
22	4	3	3	10
23	4	5	4	13
24	4	3	4	11
25	2	1	4	7
26	5	5	4	14
27	5	5	5	15
28	4	3	4	11
29	4	4	4	12
30	4	3	4	11

Lampiran 03 : Tabulasi Data Interval dan Data Input Variabel

A. Data Interval dan Data Input Variabel Keputusan Pembelian

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Total
1	2.219	2.116	2.116	3.184	9.635
2	3.634	3.534	3.534	3.184	13.885
3	3.634	3.534	3.534	4.318	15.020
4	2.219	2.116	2.116	2.291	8.742
5	3.634	3.534	3.534	4.318	15.020
6	3.634	3.534	3.534	4.318	15.020
7	3.634	3.534	2.116	4.318	13.601
8	3.634	2.116	3.534	3.184	12.467
9	3.634	3.534	2.116	4.318	13.601
10	3.634	3.534	3.534	2.291	12.993
11	3.634	3.534	3.534	3.184	13.885
12	2.219	2.116	2.116	3.184	9.635
13	2.219	2.116	3.534	4.318	12.187
14	3.634	3.534	3.534	3.184	13.885
15	3.634	3.534	3.534	4.318	15.020
16	2.219	3.534	3.534	2.291	11.578
17	3.634	3.534	3.534	3.184	13.885
18	3.634	3.534	1.000	2.291	10.459
19	3.634	3.534	3.534	4.318	15.020
20	3.634	3.534	2.116	4.318	13.601
21	1.000	1.000	1.000	1.575	4.575
22	2.219	1.000	3.534	2.291	9.044
23	2.219	3.534	3.534	2.291	11.578
24	3.634	3.534	3.534	3.184	13.885
25	1.000	3.534	3.534	1.000	9.068
26	2.219	2.116	3.534	2.291	10.160
27	3.634	3.534	3.534	4.318	15.020
28	2.219	2.116	2.116	3.184	9.635
29	2.219	2.116	2.116	3.184	9.635
30	2.219	2.116	2.116	3.184	9.635

B. Data Interval dan Data Input Variabel *Brand Image*

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	Total
1	3.031	1.993	2.580	7.604
2	3.031	3.004	4.079	10.114
3	3.031	3.004	4.079	10.114
4	3.031	1.993	2.580	7.604
5	4.539	4.254	4.079	12.871
6	4.539	4.254	4.079	12.871
7	1.708	4.254	2.580	8.542
8	3.031	3.004	2.580	8.616
9	4.539	4.254	4.079	12.871
10	3.031	3.004	2.580	8.616
11	3.031	4.254	4.079	11.364
12	3.031	3.004	2.580	8.616
13	3.031	1.993	2.580	7.604
14	4.539	3.004	4.079	11.622
15	4.539	4.254	4.079	12.871
16	3.031	1.993	2.580	7.604
17	3.031	3.004	4.079	10.114
18	3.031	4.254	4.079	11.364
19	4.539	4.254	4.079	12.871
20	3.031	3.004	4.079	10.114
21	1.000	1.000	1.000	3.000
22	1.708	3.004	2.580	7.293
23	3.031	3.004	2.580	8.616
24	3.031	3.004	2.580	8.616
25	3.031	1.993	2.580	7.604
26	3.031	4.254	2.580	9.865
27	4.539	4.254	4.079	12.871
28	3.031	3.004	4.079	10.114
29	3.031	3.004	2.580	8.616
30	3.031	4.254	2.580	9.865

C. Data Interval dan Data Input Variabel Kualitas Produk

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total
1	1.817	2.320	2.423	6.560
2	4.254	3.270	3.846	11.369
3	4.254	4.318	3.846	12.417
4	1.817	3.270	2.423	7.509
5	4.254	4.318	3.846	12.417
6	4.254	4.318	3.846	12.417
7	2.905	3.270	3.846	10.020
8	4.254	3.270	2.423	9.946
9	4.254	3.270	3.846	11.369
10	2.905	2.320	3.846	9.071
11	2.905	4.318	2.423	9.645
12	1.817	2.320	1.000	5.137
13	2.905	2.320	2.423	7.648
14	2.905	2.320	2.423	7.648
15	4.254	4.318	3.846	12.417
16	4.254	3.270	2.423	9.946
17	2.905	4.318	2.423	9.645
18	2.905	2.320	2.423	7.648
19	4.254	4.318	3.846	12.417
20	2.905	3.270	2.423	8.597
21	2.905	3.270	1.000	7.174
22	2.905	2.320	1.000	6.225
23	2.905	4.318	2.423	9.645
24	2.905	2.320	2.423	7.648
25	1.000	1.000	2.423	4.423
26	4.254	4.318	2.423	10.994
27	4.254	4.318	3.846	12.417
28	2.905	2.320	2.423	7.648
29	2.905	3.270	2.423	8.597
30	2.905	2.320	2.423	7.648

Lampiran 04 : Hasil Uji Validitas

1) Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian

		Y1	Y2	Y3	Y4	Keputusan Pembelian
Y1	Pearson Correlation	1	.667**	.303	.664**	.878**
	Sig. (2-tailed)		.000	.103	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.667**	1	.388*	.351	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000		.034	.057	.000
	N	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.303	.388*	1	.155	.600**
	Sig. (2-tailed)	.103	.034		.413	.000
	N	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.664**	.351	.155	1	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.057	.413		.000
	N	30	30	30	30	30
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.878**	.790**	.600**	.740**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

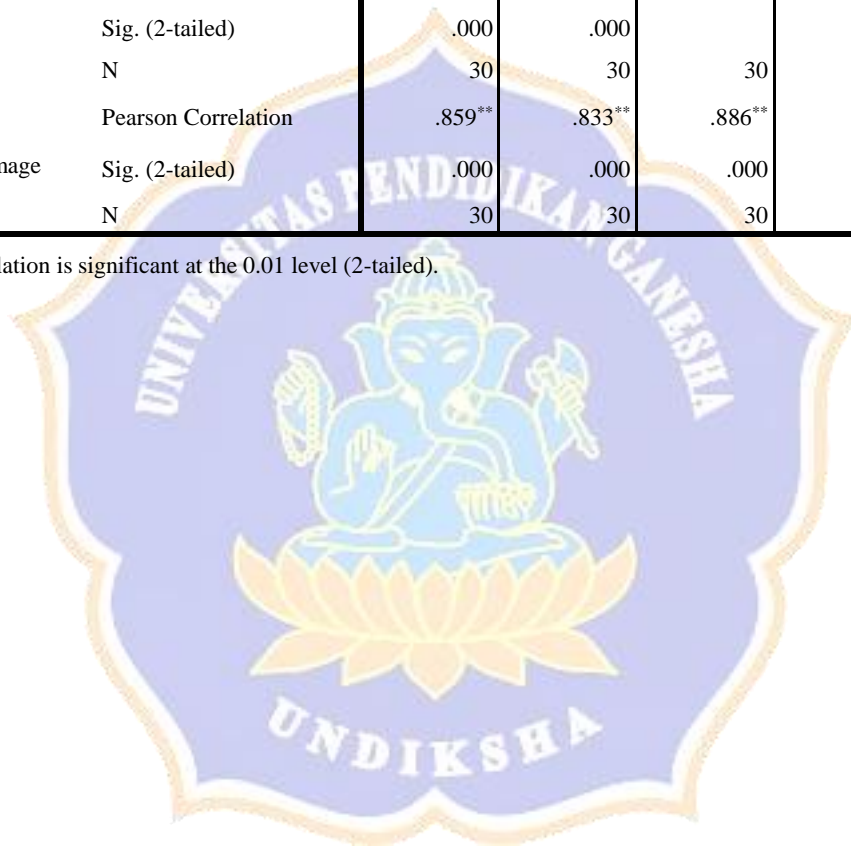
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

2) Uji Validitas Variabel *Brand Image*

		X1.1	X1.2	X1.3	Brand image
X1.1	Pearson Correlation	1	.527**	.696**	.859**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000
	N	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.527**	1	.600**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000
	N	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.696**	.600**	1	.886**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
Brand image	Pearson Correlation	.859**	.833**	.886**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

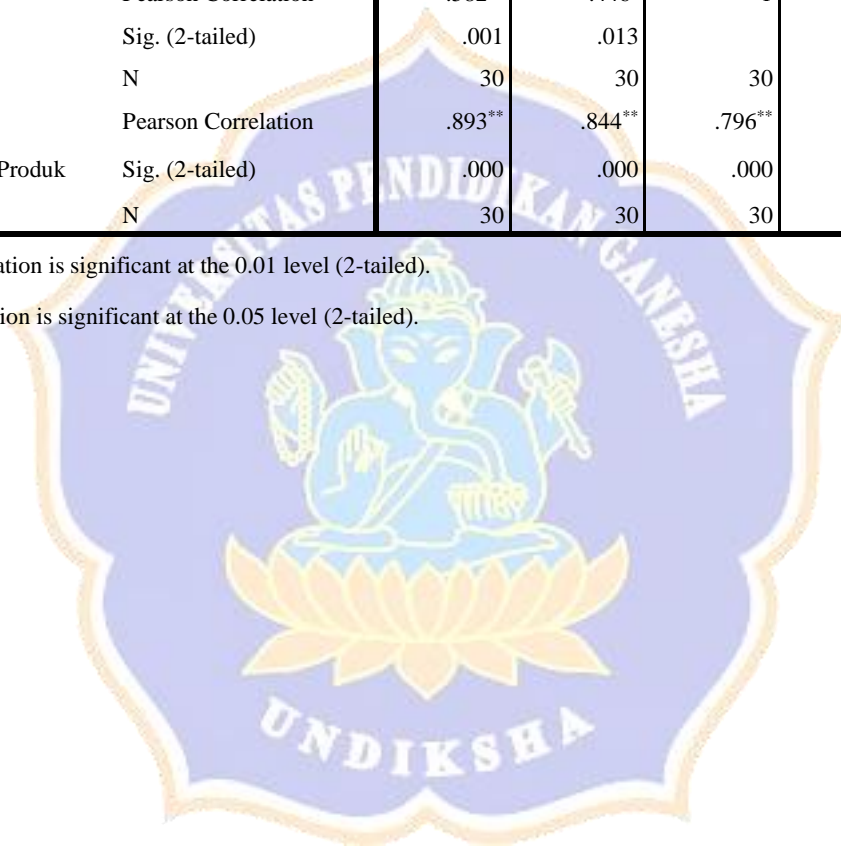


3) Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

		X2.1	X2.2	X2.3	Kualitas Produk
X2.1	Pearson Correlation	1	.679**	.582**	.893**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	.679**	1	.446*	.844**
	Sig. (2-tailed)	.000		.013	.000
	N	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.582**	.446*	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	.001	.013		.000
	N	30	30	30	30
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.893**	.844**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	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 05 : Hasil Uji Reliabilitas

A. Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.743	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	2.9396	.85970	30
Y2	2.9397	.83752	30
Y3	2.9397	.83752	30
Y4	3.2272	.94220	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	9.1065	3.634	.755	.554
Y2	9.1064	4.086	.608	.645
Y3	9.1064	4.919	.330	.790
Y4	8.8189	4.083	.492	.713

B. Uji Reliabilitas Variabel *Brand Image* (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	3.2270	.87871	30
X1.2	3.2270	.92516	30
X1.3	3.2269	.85906	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	6.4539	2.548	.680	.749
X1.2	6.4538	2.560	.611	.820
X1.3	6.4540	2.484	.740	.689

C. Uji Reliabilitas Variabel Kualitas Produk (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	3.2273	.91125	30
X2.2	3.2270	.93043	30
X2.3	2.7550	.89089	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	5.9820	2.399	.743	.617
X2.2	5.9824	2.569	.634	.735
X2.3	6.4543	2.848	.560	.809

Lampiran 06 : Tabulasi Data Ordinal Sampel Penelitian

No	Keputusan Pembelian (Y)				TY	Brand Image (X1)			TX1	Kualitas Produk (X2)			TX2
	Y1	Y2	Y3	Y4		X1.1	X1.2	X1.3		X2.1	X2.2	X2.3	
1	4	4	4	3	15	4	3	4	11	4	3	4	11
2	5	5	5	5	20	5	5	4	14	5	4	5	14
3	4	4	4	5	17	4	4	4	12	4	5	5	14
4	4	3	3	3	13	3	4	4	11	4	3	4	11
5	4	5	4	3	16	5	4	4	13	5	3	4	12
6	4	4	5	4	17	4	4	4	12	4	4	4	12
7	5	4	4	4	17	4	4	4	12	4	4	4	12
8	5	5	5	2	17	5	4	4	13	4	4	4	12
9	5	5	4	4	18	5	5	5	15	5	4	4	13
10	4	5	5	4	18	3	4	4	11	3	2	5	10
11	5	4	5	4	18	5	4	5	14	4	5	5	14
12	5	4	4	4	17	5	5	4	14	4	4	4	12
13	5	4	4	4	17	5	5	5	15	5	5	5	15
14	5	5	5	5	20	4	5	5	14	5	5	5	15
15	5	4	5	3	17	3	4	5	12	4	3	3	10
16	5	5	5	5	20	5	3	5	13	5	2	5	12
17	5	4	5	4	18	4	4	4	12	4	2	4	10
18	5	4	3	4	16	3	4	4	11	3	4	4	11
19	4	3	5	4	16	4	4	4	12	4	3	4	11
20	4	4	5	4	17	4	4	4	12	4	5	4	13
21	5	5	5	5	20	4	4	5	13	4	4	5	13
22	4	4	5	4	17	3	4	4	11	5	3	5	13
23	4	4	4	4	16	4	3	4	11	3	3	4	10
24	5	5	5	4	19	4	4	5	13	5	4	5	14
25	5	5	5	5	20	4	4	5	13	5	5	5	15
26	4	3	5	5	17	5	4	5	14	4	5	5	14
27	4	3	4	4	15	4	4	4	12	4	5	4	13
28	5	5	5	4	19	4	5	5	14	4	5	4	13
29	4	4	4	4	16	4	4	4	12	3	3	3	9
30	4	4	5	5	18	4	3	4	11	4	3	4	11
31	5	5	5	4	19	5	4	5	14	4	3	4	11
32	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
33	4	5	5	3	17	4	3	4	11	5	4	4	13
34	5	5	5	4	19	4	4	5	13	4	5	4	13

35	5	5	3	3	16	4	5	5	14	4	3	4	11
36	5	5	4	5	19	4	4	5	13	4	4	4	12
37	3	3	3	2	11	2	2	3	7	4	4	3	11
38	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
39	4	5	5	4	18	4	4	5	13	4	5	4	13
40	5	4	4	3	16	5	5	5	15	4	4	4	12
41	4	5	4	2	15	4	4	4	12	4	4	4	12
42	5	5	4	4	18	4	4	4	12	4	5	4	13
43	5	3	4	4	16	4	4	4	12	4	3	3	10
44	5	4	4	4	17	4	2	5	11	4	2	2	8
45	4	3	4	2	13	4	3	3	10	2	3	4	9
46	4	4	5	5	18	4	3	4	11	4	3	5	12
47	5	4	4	3	16	4	3	1	8	5	4	4	13
48	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12
49	4	4	5	4	17	4	4	4	12	4	3	4	11
50	4	4	4	5	17	4	4	4	12	4	4	4	12
51	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
52	5	5	5	4	19	4	4	4	12	4	5	5	14
53	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
54	4	4	4	4	16	4	4	5	13	5	5	4	14
55	5	5	5	4	19	3	3	5	11	5	3	5	13
56	5	5	5	5	20	5	3	4	12	5	5	5	15
57	4	4	3	4	15	4	4	4	12	4	3	4	11
58	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
59	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	3	4	11
60	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	4	5	14
61	4	4	5	4	17	3	3	4	10	4	4	4	12
62	4	5	5	5	19	4	4	5	13	4	5	5	14
63	4	5	4	4	17	5	4	5	14	4	3	4	11
64	5	4	4	4	17	4	4	4	12	5	3	4	12
65	5	5	5	5	20	4	5	5	14	5	5	5	15
66	5	4	5	3	17	5	3	4	12	5	2	4	11
67	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
68	5	5	5	5	20	5	3	4	12	5	5	5	15
69	4	5	4	3	16	3	3	4	10	4	4	3	11
70	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	4	4	12
71	5	5	5	5	20	5	3	5	13	5	5	5	15
72	5	5	4	5	19	4	5	5	14	4	5	5	14
73	5	5	5	3	18	4	5	5	14	4	4	4	12
74	4	4	4	4	16	5	4	4	13	4	4	4	12
75	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	4	5	14

76	4	4	4	1	13	4	3	4	11	4	3	4	11
77	5	5	5	5	20	5	4	5	14	3	3	3	9
78	4	4	4	4	16	4	4	4	12	4	5	4	13
79	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	15
80	4	4	5	5	18	4	5	5	14	4	5	4	13



Lampiran 07 : Tabulasi Data Interval

a. Data Interval Variabel Keputusan Pembelian

Responden	Y1	Y2	Y3	Y4	Total Y
1	2.778	2.231	2.264	2.437	9.710
2	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
3	2.778	2.231	2.264	4.696	11.969
4	2.778	1.000	1.000	2.437	7.215
5	2.778	3.593	2.264	2.437	11.072
6	2.778	2.231	3.687	3.438	12.134
7	4.328	2.231	2.264	3.438	12.260
8	4.328	3.593	3.687	1.701	13.309
9	4.328	3.593	2.264	3.438	13.622
10	2.778	3.593	3.687	3.438	13.497
11	4.328	2.231	3.687	3.438	13.684
12	4.328	2.231	2.264	3.438	12.260
13	4.328	3.593	3.687	3.438	15.046
14	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
15	4.328	2.231	3.687	2.437	12.684
16	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
17	4.328	2.231	3.687	3.438	13.684
18	4.328	2.231	1.000	3.438	10.997
19	2.778	1.000	3.687	3.438	10.903
20	2.778	2.231	3.687	3.438	12.134
21	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
22	2.778	2.231	3.687	3.438	12.134
23	2.778	2.231	2.264	3.438	10.711
24	4.328	3.593	3.687	3.438	15.046
25	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
26	2.778	1.000	3.687	4.696	12.161
27	2.778	1.000	2.264	3.438	9.480
28	4.328	3.593	3.687	3.438	15.046
29	2.778	2.231	2.264	3.438	10.711
30	2.778	2.231	2.264	3.438	10.711
31	4.328	3.593	3.687	3.438	15.046
32	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
33	2.778	3.593	3.687	2.437	12.496
34	4.328	3.593	3.687	3.438	15.046
35	4.328	3.593	1.000	2.437	11.358
36	4.328	3.593	2.264	4.696	14.881
37	1.000	1.000	1.000	1.701	4.701
38	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
39	2.778	3.593	3.687	3.438	13.497
40	4.328	2.231	2.264	2.437	11.260
41	2.778	2.231	2.264	2.437	9.710
42	4.328	3.593	2.264	3.438	13.622
43	4.328	1.000	2.264	3.438	11.029

44	2.778	2.231	2.264	2.437	9.710
45	2.778	1.000	2.264	1.701	7.743
46	2.778	2.231	3.687	4.696	13.393
47	4.328	2.231	2.264	2.437	11.260
48	2.778	2.231	2.264	3.438	10.711
49	2.778	1.000	3.687	3.438	10.903
50	2.778	2.231	2.264	4.696	11.969
51	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
52	4.328	3.593	3.687	3.438	15.046
53	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
54	2.778	2.231	2.264	3.438	10.711
55	4.328	3.593	3.687	3.438	15.046
56	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
57	2.778	2.231	1.000	3.438	9.447
58	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
59	2.778	2.231	2.264	3.438	10.711
60	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
61	2.778	2.231	3.687	3.438	12.134
62	2.778	3.593	3.687	4.696	14.755
63	2.778	2.231	2.264	3.438	10.711
64	4.328	2.231	2.264	3.438	12.260
65	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
66	4.328	2.231	3.687	2.437	12.684
67	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
68	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
69	2.778	3.593	2.264	2.437	11.072
70	2.778	2.231	2.264	3.438	10.711
71	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
72	4.328	3.593	2.264	4.696	14.881
73	4.328	3.593	3.687	2.437	14.046
74	2.778	2.231	2.264	3.438	10.711
75	2.778	2.231	2.264	3.438	10.711
76	2.778	2.231	2.264	1.000	8.273
77	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
78	2.778	2.231	2.264	3.438	10.711
79	4.328	3.593	3.687	4.696	16.304
80	2.778	2.231	3.687	4.696	13.393

b. Data Interval Variabel *Brand Image*

Responden	X1.1	X1.2	X1.3	Total X1
1	2.817	2.709	1.000	6.526
2	4.367	4.239	3.825	12.431
3	4.367	4.239	2.413	11.019
4	2.817	2.709	1.000	6.526
5	4.367	2.709	2.413	9.489
6	2.817	2.709	2.413	7.940
7	2.817	2.709	2.413	7.940
8	4.367	2.709	2.413	9.489
9	4.367	4.239	2.413	11.019
10	4.367	2.709	2.413	9.489
11	4.367	4.239	2.413	11.019
12	4.367	4.239	2.413	11.019
13	4.367	4.239	3.825	12.431
14	4.367	4.239	3.825	12.431
15	4.367	2.709	1.000	8.076
16	4.367	4.239	3.825	12.431
17	2.817	2.709	2.413	7.940
18	2.817	2.709	1.000	6.526
19	2.817	2.709	2.413	7.940
20	2.817	2.709	2.413	7.940
21	4.367	4.239	3.825	12.431
22	2.817	2.709	1.000	6.526
23	2.817	2.709	2.413	7.940
24	4.367	2.709	2.413	9.489
25	4.367	4.239	3.825	12.431
26	4.367	4.239	2.413	11.019
27	2.817	2.709	2.413	7.940
28	4.367	4.239	2.413	11.019
29	2.817	2.709	2.413	7.940
30	2.817	2.709	1.000	6.526
31	4.367	4.239	2.413	11.019
32	4.367	4.239	3.825	12.431
33	4.367	2.709	2.413	9.489
34	4.367	4.239	2.413	11.019
35	4.367	4.239	2.413	11.019
36	4.367	2.709	2.413	9.489
37	1.000	1.000	1.000	3.000
38	4.367	4.239	3.825	12.431
39	4.367	2.709	2.413	9.489
40	4.367	2.709	2.413	9.489
41	2.817	2.709	2.413	7.940
42	2.817	2.709	2.413	7.940
43	2.817	2.709	2.413	7.940
44	2.817	2.709	1.000	6.526

45	2.817	1.000	1.000	4.817
46	2.817	2.709	1.000	6.526
47	2.817	2.709	2.413	7.940
48	2.817	2.709	2.413	7.940
49	2.817	2.709	2.413	7.940
50	2.817	2.709	2.413	7.940
51	4.367	4.239	3.825	12.431
52	2.817	2.709	2.413	7.940
53	4.367	4.239	3.825	12.431
54	4.367	2.709	2.413	9.489
55	2.817	2.709	1.000	6.526
56	4.367	2.709	1.000	8.076
57	2.817	2.709	2.413	7.940
58	4.367	4.239	3.825	12.431
59	2.817	2.709	2.413	7.940
60	4.367	4.239	3.825	12.431
61	2.817	2.709	2.413	7.940
62	4.367	4.239	2.413	11.019
63	4.367	2.709	2.413	9.489
64	4.367	2.709	2.413	9.489
65	4.367	4.239	3.825	12.431
66	2.817	2.709	2.413	7.940
67	4.367	4.239	3.825	12.431
68	2.817	2.709	2.413	7.940
69	2.817	2.709	2.413	7.940
70	2.817	2.709	2.413	7.940
71	4.367	2.709	3.825	10.901
72	2.817	4.239	3.825	10.881
73	2.817	4.239	3.825	10.881
74	4.367	2.709	2.413	9.489
75	2.817	2.709	2.413	7.940
76	2.817	1.000	2.413	6.231
77	4.367	2.709	3.825	10.901
78	2.817	2.709	2.413	7.940
79	4.367	4.239	3.825	12.431
80	2.817	4.239	3.825	10.881

c. Data Interval Variabel Kualitas Produk

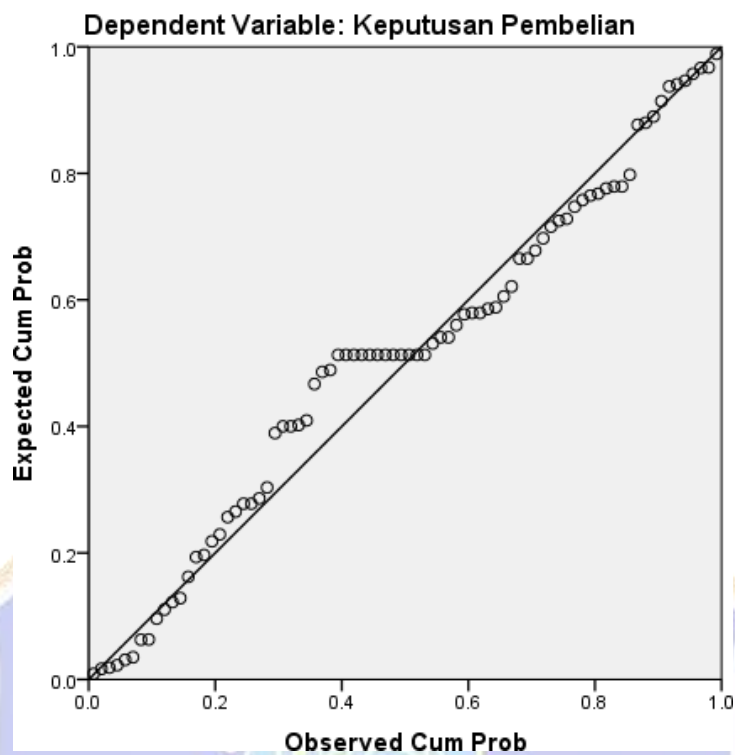
Responden	X2.1	X2.2	X2.3	Total X2
1	2.621	3.298	1.000	6.919
2	4.136	4.623	3.586	12.344
3	4.136	4.623	2.281	11.040
4	2.621	2.128	1.000	5.749
5	4.136	3.298	2.281	9.714
6	2.621	3.298	2.281	8.200
7	2.621	3.298	2.281	8.200
8	2.621	3.298	2.281	8.200
9	4.136	3.298	2.281	9.714
10	4.136	3.298	2.281	9.714
11	4.136	4.623	2.281	11.040
12	2.621	3.298	2.281	8.200
13	4.136	4.623	3.586	12.344
14	4.136	4.623	3.586	12.344
15	2.621	2.128	1.000	5.749
16	4.136	4.623	3.586	12.344
17	2.621	3.298	2.281	8.200
18	2.621	3.298	1.000	6.919
19	2.621	3.298	1.000	6.919
20	4.136	3.298	2.281	9.714
21	4.136	4.623	2.281	11.040
22	4.136	3.298	2.281	9.714
23	2.621	3.298	1.000	6.919
24	4.136	4.623	2.281	11.040
25	4.136	4.623	3.586	12.344
26	4.136	4.623	2.281	11.040
27	4.136	3.298	2.281	9.714
28	4.136	3.298	2.281	9.714
29	1.000	2.128	1.000	4.128
30	2.621	3.298	1.000	6.919
31	4.136	4.623	2.281	11.040
32	4.136	4.623	3.586	12.344
33	4.136	3.298	2.281	9.714
34	4.136	3.298	2.281	9.714
35	2.621	3.298	1.000	6.919
36	2.621	3.298	2.281	8.200
37	2.621	2.128	1.000	5.749
38	4.136	4.623	3.586	12.344
39	4.136	3.298	2.281	9.714
40	2.621	3.298	2.281	8.200
41	2.621	3.298	2.281	8.200
42	4.136	3.298	2.281	9.714
43	2.621	2.128	1.000	5.749
44	2.621	3.298	1.000	6.919

45	1.000	2.128	1.000	4.128
46	4.136	3.298	1.000	8.433
47	4.136	3.298	2.281	9.714
48	2.621	3.298	2.281	8.200
49	2.621	3.298	1.000	6.919
50	2.621	3.298	2.281	8.200
51	4.136	4.623	3.586	12.344
52	2.621	4.623	3.586	10.830
53	4.136	4.623	3.586	12.344
54	4.136	4.623	2.281	11.040
55	4.136	2.128	3.586	9.850
56	4.136	4.623	3.586	12.344
57	2.621	2.128	2.281	7.030
58	4.136	4.623	3.586	12.344
59	2.621	2.128	2.281	7.030
60	4.136	3.298	3.586	11.019
61	2.621	3.298	2.281	8.200
62	2.621	4.623	3.586	10.830
63	2.621	2.128	2.281	7.030
64	2.621	3.298	2.281	8.200
65	4.136	4.623	3.586	12.344
66	4.136	1.000	2.281	7.417
67	4.136	4.623	3.586	12.344
68	4.136	4.623	3.586	12.344
69	2.621	3.298	1.000	6.919
70	2.621	3.298	2.281	8.200
71	4.136	4.623	3.586	12.344
72	2.621	4.623	3.586	10.830
73	2.621	3.298	2.281	8.200
74	2.621	3.298	2.281	8.200
75	4.136	3.298	3.586	11.019
76	2.621	2.128	2.281	7.030
77	2.621	4.623	3.586	10.830
78	2.621	4.623	2.281	9.525
79	4.136	4.623	3.586	12.344
80	2.621	4.623	2.281	9.525

Lampiran 08 : Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	1.38231211
	Absolute	.126
Most Extreme Differences	Positive	.068
	Negative	-.126
Kolmogorov-Smirnov Z		1.124
Asymp. Sig. (2-tailed)		.160

a. Test distribution is Normal.

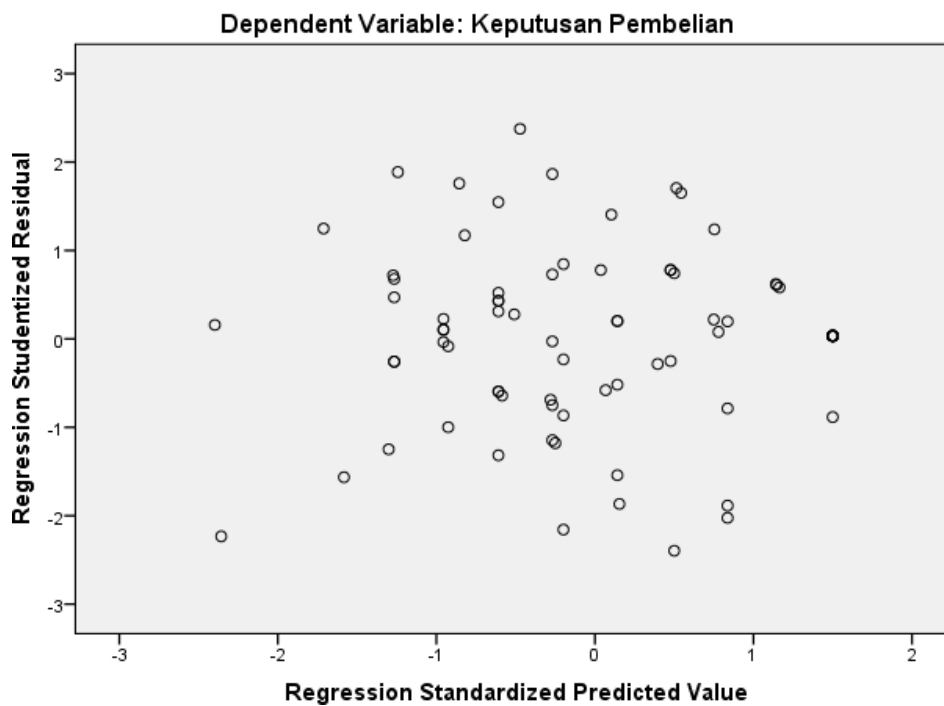
b. Calculated from data.

2. Uji Multikolinearitas

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.659	.739		3.599	.001		
Brand Image	.492	.107	.404	4.587	.000	.462	2.166
Kualitas Produk	.607	.105	.509	5.776	.000	.462	2.166

3. Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Lampiran 09 : Output SPSS Uji Analisis Regresi Linier Berganda

a. Determinasi R

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.851 ^a	.724	.717	1.40015	.724	101.037	2	77	.000

b. Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	396.150	2	198.075	101.037	.000 ^b
	Residual	150.952	77	1.960		
	Total	547.102	79			

c. Uji t

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance
1	(Constant)	2.659	.739		3.599	.001				
	Brand Image	.492	.107	.404	4.587	.000	.778	.463	.275	.462
	Kualitas Produk	.607	.105	.509	5.776	.000	.805	.550	.346	.462

Lampiran 10 : Ringkasan Hasil Output SPSS Tentang Pengaruh *Brand Image* (X_1) dan Kualitas Produk (X_2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)

Parameter	Nilai	P-Value	Alpha (α)	Keputusan	Kesimpulan
$R_{yX_1X_2}$	0,851	0,000	0,05	Menolak H_0	Adanya pengaruh secara simultan antara variabel <i>brand image</i> dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
$R^2_{yX_1X_2}$	0,724	0,000	0,05	Menolak H_0	Besar sumbangan pengaruh simultan antara variabel <i>brand image</i> dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
ϵ	0,127	-	-	-	Besar sumbangan pengaruh variabel lain (ϵ) terhadap keputusan pembelian sebesar 12,7%.
P_{yX_1}	0,463	0,000	0,05	Menolak H_0	Adanya pengaruh parsial dari variabel <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian.

$P^2_{yx_1}$	0,214	0,000	0,05	-	Besar sumbangan pengaruh parsial <i>brand image</i> terhadap keputusan pembelian sebesar 21,4%
P_{yx_2}	0,550	0,000	0,05	Menolak H_0	Adanya pengaruh parsial dari variabel kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
$P^2_{yx_1}$	0,302	0,000	0,05	-	Besar sumbangan pengaruh parsial kualitas produk terhadap keputusan pembelian sebesar 30,2%

Lampiran 11 : Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentang Skor Kuesioner

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Variabel *Brand Image* (X1) dan Kualitas Produk (X2)

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal

- a. Apabila jawaban SS diberikan skor 5
 - b. Apabila jawaban S diberikan skor 4
 - c. Apabila jawaban N diberikan skor 3
 - d. Apabila jawaban TS diberikan skor 2
 - e. Apabila jawaban STS diberikan skor 1
- Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden
 - Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden

$$\begin{aligned} \text{Nilai tertinggi} &= 5 \\ \text{Nilai terendah} &= 1 \\ \text{Jumlah pernyataan} &= 3 \\ \text{Jumlah responden} &= 80 \\ \text{Skor Tertinggi} &= 5 \times 3 \times 80 = 1.200 \\ \text{Skor Terendah} &= 1 \times 3 \times 80 = 240 \end{aligned}$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{5} = \frac{1.200 - 240}{5} = 192$$

Rentangan Skor

Rentang skor variabel	Keterangan Responden
1.200-1.008	Sangat Tinggi
1.007-815	Tinggi
814-622	Sedang
621-429	Rendah
428-236	Sangat Rendah

2. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian.

Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal

- a) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
- b) Apabila jawaban S diberikan skor 4
- c) Apabila jawaban N diberikan skor 3
- d) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
- e) Apabila jawaban STS diberikan skor 1
- Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pernyataan x jumlah responden
- Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden

$$\text{Nilai tertinggi} = 5$$

$$\text{Nilai terendah} = 1$$

$$\text{Jumlah pernyataan} = 4$$

$$\text{Jumlah responden} = 80$$

$$\text{Skor Tertinggi} = 5 \times 4 \times 80 = 1.600$$

$$\text{Skor Terendah} = 1 \times 4 \times 80 = 320$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{5} = \frac{1.600 - 320}{5} = 256$$

$$\text{Interval} = 5$$

Rentangan Skor

Rentang skor variabel	Keterangan Responden
1.600-1.344	Sangat Tinggi
1.343-1.087	Tinggi
1.086-830	Sedang
829-574	Rendah
573-317	Sangat Rendah

RIWAYAT HIDUP



Fransiska Lopes Da Cruz lahir di Singaraja pada tanggal 10 Desember 1999. Penulis lahir dari pasangan suami istri Bapak Jose Lopes Da Cruz dan Ibu Luh Martini. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Katolik, penulis berdomisili di Banjar Dinas Babakan, Desa Sambangan, Kecamatan Sukasada, Kabupaten Buleleng, Provinsi Bali. Penulis menyelesaikan pendidikan dimulai dari SD pada tahun 2006-2012, kemudian melanjutkan pendidikan ke Sekolah Menengah Pertama di SMP N 4 Singaraja selama 3 tahun lamanya dan lulus pada tahun 2015. Selanjutnya penulis melanjutkan pendidikan di SMA N 2 Singaraja dan lulus pada tahun 2018, di tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan Strata I (S1) Jurusan Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha. Pada semester pertengahan 2022 penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Brand Image* dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Merek Samsung”. Mulai tahun 2018 sampai dengan penulisan skripsi ini penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha.