



LAMPIRAN

Lampiran: 01
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah Soal
Keputusan Pembelian	Keputusan tentang jenis produk	1	5 item
	Keputusan tentang bentuk produk	2	
	Keputusan tentang merek	3	
	Keputusan tentang penjualannya	4	
	Keputusan tentang jumlah produk	5	
Kualitas Prdoduk	Kinerja	1	6 item
	Kesesuaian spesifikasi	2	
	Keistimewaan	3	
	Reabilitas	4	
	Estetika	5	
	Kesan kualitas	6	
Harga	Kinerja produk.	1	5 Item
	Hemat bahan bakar	2	
	Fitur produk	3	
	Keandalan produk	4	
	Estetika	5	
Citra Merek	Kekuatan	1	3 Item
	Keunikan	2	
	Keunggulan	3	

Lampiran: 02

KUESIONER PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR *MATIC* HONDA SCOPY

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Dalam mengisi kuesioner ini, diharapkan Saudara/saudari mengisi secara lengkap dan benar daftar isian pada identitas responden dan daftar pernyataan yang tersusun secara sistematis. Untuk menjawab kuesioner tersebut Saudara/saudari mencantumkan tanda pada pilihan jawaban yang tersedia dikolom sebelah kanan.

Identitas Responden

Nama :

NIM :

No Hp. :

Jenis Kelamin : (laki-laki/perempuan)

Keterangan:

Keterangan	Arti
SS	Sangat Setuju
S	Setuju
N	Netral
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

Kualitas Produk

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya senang dengan performa motor Honda Scoopy					
2	Spesifikasi motor Honda Scoopy sesuai dengan harapan saya					
3	Saya merasa motor Honda Scoopy memiliki banyak keistimewaan seperti, mesin dan desainya					
4	Motor Honda Scoopy handal digunakan di segala medan					
5	Motor Honda Scoopy sangat mewah dan jauh dari kata “kampungan” atau “murahan”					
6	Saya senang motor Honda Scoopy karena kualitasnya sesuai dengan harapan saya					

Harga

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli motor Honda Scoopy karena sesuai dengan <i>budget</i> yang saya miliki					
2	Saya membeli motor Honda Scoopy karena sesuai dengan kemampuan finansial saya					
3	Motor Honda Scoopy sesuai dengan gaya hidup saya yang muda dan santai					
4	Banyak manfaat yang saya dapat dengan membeli motor Honda Scoopy seperti tampil lebih gaya					
5	Saya tidak mengetahui harga pesaing Honda Scoopy seperti Yamaha Fino					

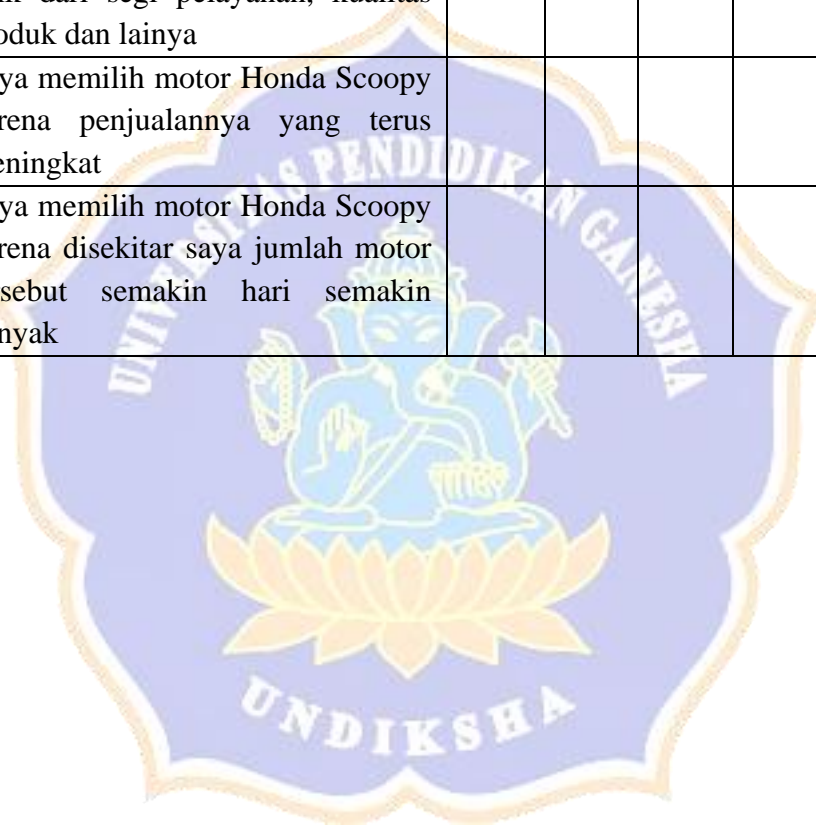
Citra Merek

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Banyak keunggulan dari motor Honda Scoopy yang tidak dimiliki oleh produk pesaing					
2	Motor Honda Scoopy memiliki keunikan yang sangat sulit ditemukan di produk pesaing					

3	Motor Honda Scoopy memiliki banyak keunggulan dibandingkan produk pesaing					
---	---	--	--	--	--	--

Keputusan Pembelian

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih motor Honda Scoopy karena jenisnya <i>scouter matic</i>					
2	Saya memilih motor Honda Scoopy karena bergaya retro mirip vespa					
3	Saya memilih motor Honda Scoopy karena mereknya Honda Scoopy baik dari segi pelayanan, kualitas produk dan lainya					
4	Saya memilih motor Honda Scoopy karena penjualannya yang terus meningkat					
5	Saya memilih motor Honda Scoopy karena disekitar saya jumlah motor tersebut semakin hari semakin banyak					



**Lampiran 03. Hasil Instrumen Uji Coba
Keputusan Pembelian**

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,792	6

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,631	5

X3

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,641	3

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,766	5



VALIDITAS

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,035	,124	,009	,985**	,078	,527**
	Sig. (2-tailed)		,855	,515	,964	,000	,682	,003
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,035	1	,448*	,916**	,032	,987**	,838**
	Sig. (2-tailed)	,855		,013	,000	,868	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,124	,448*	1	,445*	,159	,496**	,584**
	Sig. (2-tailed)	,515	,013		,014	,400	,005	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,009	,916**	,445*	1	,035	,934**	,817**
	Sig. (2-tailed)	,964	,000	,014		,855	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,985**	,032	,159	,035	1	,074	,538**
	Sig. (2-tailed)	,000	,868	,400	,855		,696	,002
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	,078	,987**	,496**	,934**	,074	1	,870**
	Sig. (2-tailed)	,682	,000	,005	,000	,696		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	,527**	,838**	,584**	,817**	,538**	,870**	1
	Sig. (2-tailed)	,003	,000	,001	,000	,002	,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).

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1 Pearson Correlation	1	,465**	,176	,008	,036	,519**
Sig. (2-tailed)		,010	,352	,966	,850	,003
N	30	30	30	30	30	30
X2.2 Pearson Correlation	,465**	1	,053	,099	-,010	,509**
Sig. (2-tailed)	,010		,782	,602	,956	,004
N	30	30	30	30	30	30
X2.3 Pearson Correlation	,176	,053	1	,339	,456*	,580**
Sig. (2-tailed)	,352	,782		,067	,011	,001
N	30	30	30	30	30	30
X2.4 Pearson Correlation	,008	,099	,339	1	,919**	,779**
Sig. (2-tailed)	,966	,602	,067		,000	,000
N	30	30	30	30	30	30
X2.5 Pearson Correlation	,036	-,010	,456*	,919**	1	,778**
Sig. (2-tailed)	,850	,956	,011	,000		,000
N	30	30	30	30	30	30
X2 Pearson Correlation	,519**	,509**	,580**	,779**	,778**	1
Sig. (2-tailed)	,003	,004	,001	,000	,000	
N	30	30	30	30	30	30

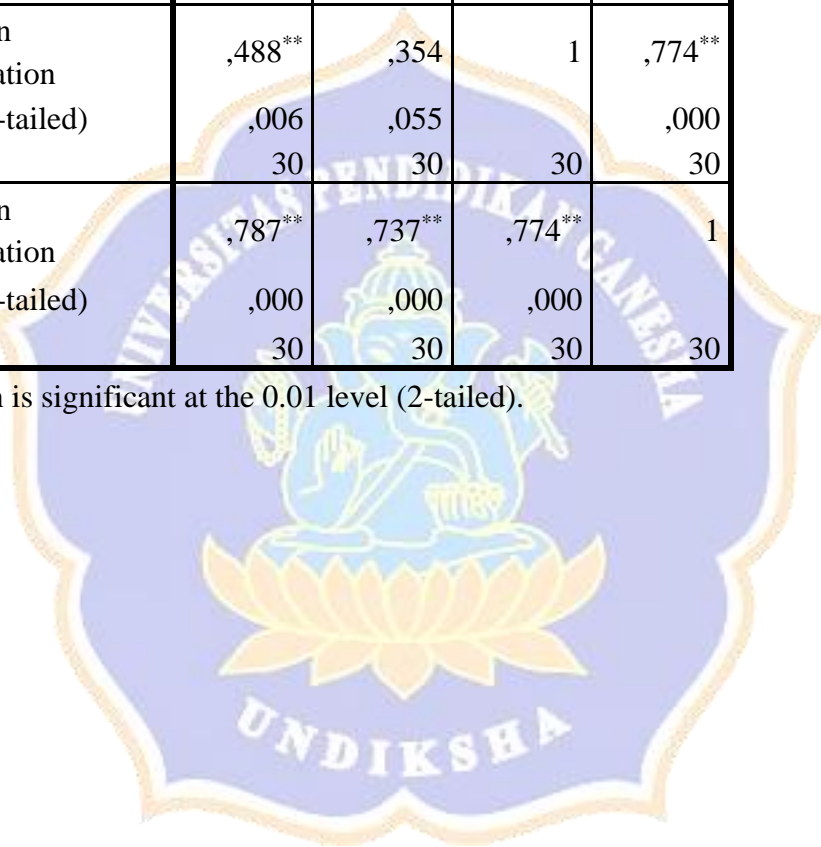
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,303	,488**	,787**
	Sig. (2-tailed)		,103	,006	,000
	N	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	,303	1	,354	,737**
	Sig. (2-tailed)	,103		,055	,000
	N	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	,488**	,354	1	,774**
	Sig. (2-tailed)	,006	,055		,000
	N	30	30	30	30
X3	Pearson Correlation	,787**	,737**	,774**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30

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



Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
Y1	Pearson Correlation	1	,303	,488**	,965**	,398*	,868**
	Sig. (2-tailed)		,103	,006	,000	,029	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	,303	1	,354	,182	,439*	,645**
	Sig. (2-tailed)	,103		,055	,335	,015	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	,488**	,354	1	,395*	,253	,667**
	Sig. (2-tailed)	,006	,055		,031	,177	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	,965**	,182	,395*	1	,221	,756**
	Sig. (2-tailed)	,000	,335	,031		,240	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	,398*	,439*	,253	,221	1	,666**
	Sig. (2-tailed)	,029	,015	,177	,240		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	,868**	,645**	,667**	,756**	,666**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	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: 04
Kisi-Kisi Instrumen Penelitian

Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah Soal
Keputusan Pembelian	Keputusan tentang jenis produk	1	5 item
	Keputusan tentang bentuk produk	2	
	Keputusan tentang merek	3	
	Keputusan tentang penjualannya	4	
	Keputusan tentang jumlah produk	5	
Kualitas Prduduk	Kinerja	1	6 item
	Kesesuaian spesifikasi	2	
	Keistimewaan	3	
	Reabilitas	4	
	Estetika	5	
	Kesan kualitas	6	
Harga	Kinerja produk.	1	5 Item
	Hemat bahan bakar	2	
	Fitur produk	3	
	Keandalan produk	4	
	Estetika	5	
Citra Merek	Kekuatan	1	3 Item
	Keunikan	2	
	Keunggulan	3	



Lampiran : 05**KUESIONER PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR *MATIC* HONDA SCOOPY**Petunjuk Pengisian Kuesioner

Dalam mengisi kuesioner ini, diharapkan Saudara/saudari mengisi secara lengkap dan benar daftar isian pada identitas responden dan daftar pernyataan yang tersusun secara sistematis. Untuk menjawab kuesioner tersebut Saudara/saudari mencantumkan tanda pada pilihan jawaban yang tersedia dikolom sebelah kanan.

Identitas Responden

Nama :

NIM :

No Hp. :

Jenis Kelamin : (laki-laki/perempuan)

Keterangan:

Keterangan	Arti
SS	Sangat Setuju
S	Setuju
N	Netral
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

Kualitas Produk

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya senang dengan performa motor Honda Scoopy					
2	Spesifikasi motor Honda Scoopy sesuai dengan harapan saya					
3	Saya merasa motor Honda Scoopy memiliki banyak keistimewaan seperti, mesin dan desainya					
4	Motor Honda Scoopy handal digunakan di segala medan					
5	Motor Honda Scoopy sangat mewah dan jauh dari kata “kampungan” atau “murahan”					
6	Saya senang motor Honda Scoopy karena kualitasnya sesuai dengan harapan saya					

Harga

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli motor Honda Scoopy karena sesuai dengan <i>budget</i> yang saya miliki					
2	Saya membeli motor Honda Scoopy karena sesuai dengan kemampuan finansial saya					
3	Motor Honda Scoopy sesuai dengan gaya hidup saya yang muda dan satai					
4	Banyak manfaat yang saya dapat dengan membeli motor Honda Scoopy seperti tampil lebih gaya					
5	Saya tidak mengetahui harga pesaing motor Honda Scoopy seperti Yamaha fino					

Citra Merek

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Banyak keunggulan dari motor Honda Scoopy yang tidak dimiliki oleh produk pesaing					
2	Motor Honda Scoopy memiliki keunikan yang sangat sulit ditemukan di produk pesaing					
3	Motor Honda Scoopy memiliki banyak keunggulan dibandingkan produk pesaing					

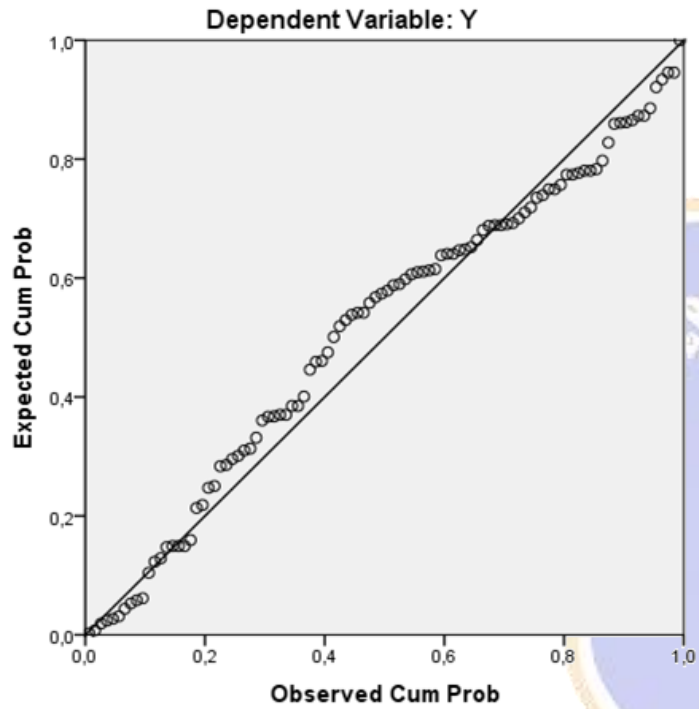
Keputusan Pembelian

No	PERNYATAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya memilih motor Honda Scoopy karena jenisnya <i>scouter matic</i>					
2	Saya memilih motor Honda Scoopy karena bergaya retro mirip vespa					
3	Saya memilih motor Honda Scoopy karena mereknya Honda Scoopy baik dari segi pelayanan, kualitas produk dan lainnya					
4	Saya memilih motor Honda Scoopy karena penjualannya yang terus meningkat					
5	Saya memilih motor Honda Scoopy karena disekitar saya jumlah motor tersebut semakin hari semakin banyak					



Lampiran 06. Hasil Pengujian Asumsi Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



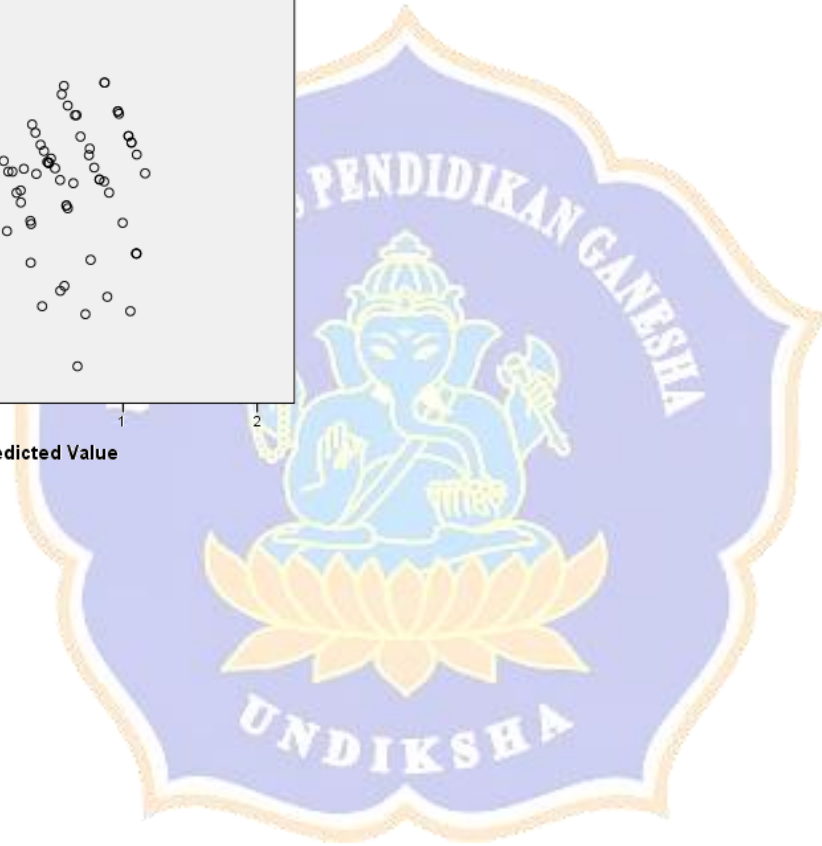
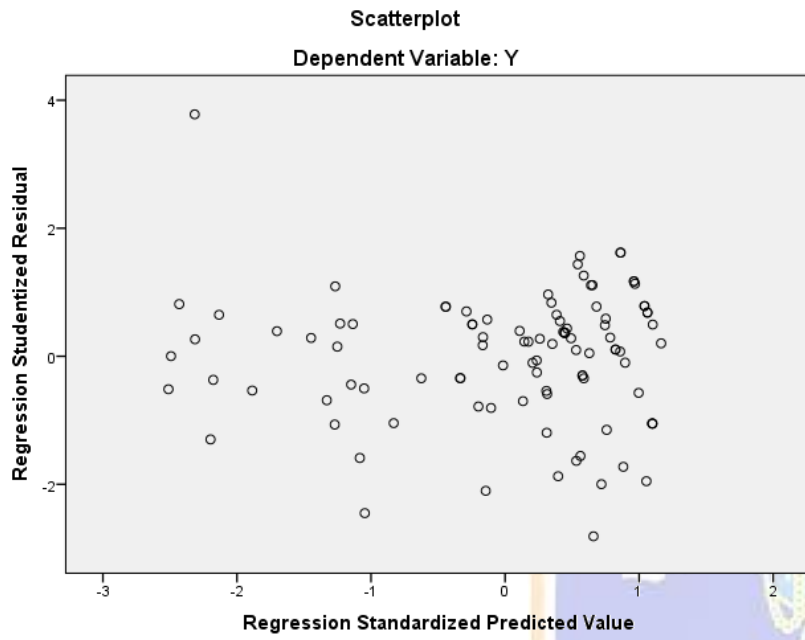
Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	,561	,364		1,540	,127		
X1	,298	,028	,373	10,677	,000	,369	2,713
X2	,517	,028	,580	18,273	,000	,446	2,242
X3	,194	,053	,120	3,672	,000	,421	2,376

a. Dependent Variable: Y
Heteroskedastisitas





Lampiran: 07

Hasil Analisis Regresi

Uji T

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)	,561	,364		1,540	,127			
X1	,298	,028	,373	10,677	,000	,876	543,737	,226
X2	,517	,028	,580	18,273	,000	,926	776,881	,387
X3	,194	,053	,120	3,672	,000	,779	122,351	,078

a. Dependent Variable: Y

Uji F**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	,978 ^a	,957	,956	,76297	,957	710,206	3	96	,000

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.

1	Regression	1240,279	3	413,426	710,206	,000 ^b
	Residual	55,884	96	,582		
	Total	1296,163	99			



Lampiran 08

Hasil observasi awal terhadap 10 responden keputusan pembelian sepeda motor *matic* Honda Scoopy

(1) Kualitas Produk

Responden	Kualitas Produk			Total	Kategori Responden
	Kualitas Produk 1	Kualitas Produk 2	Kualitas Produk 3		
1	2	3	2	7	Rendah
2	1	3	2	6	Rendah
3	3	2	1	6	Rendah
4	1	2	1	4	Sangat Rendah
5	1	1	1	3	Sangat Rendah
6	1	2	1	4	Sangat Rendah
7	2	2	2	6	Rendah
8	1	3	3	7	Rendah
9	2	2	3	7	Rendah
10	1	3	2	6	Rendah
Jumlah	15	23	18	56	Rendah

Sumber: Data diolah Tahun 2019

(2) Harga

Responden	Harga			Total	Kategori Responden
	Harga 1	Harga 2	Harga 3		
1	3	4	3	10	Cukup Tinggi
2	3	4	4	11	Tinggi
3	1	2	3	6	Rendah
4	2	1	3	6	Rendah
5	2	2	4	8	Cukup Tinggi
6	2	2	4	8	Cukup Tinggi
7	2	3	2	7	Rendah
8	2	3	2	7	Rendah
9	2	2	2	6	Rendah
10	2	1	2	5	Sangat Rendah
Jumlah	21	24	29	74	Rendah

Sumber: Data diolah Tahun 2019

(3) Citra Merek

Responden	Citra Merek			Total	Kategori Responden
	Citra Merek 1	Citra Merek 2	Citra Merek 3		
1	4	2	3	9	Cukup Tinggi
2	4	2	3	9	Cukup Tinggi
3	5	3	1	9	Cukup Tinggi
4	4	1	3	8	Rendah
5	5	4	2	11	Tinggi
6	2	2	2	6	Rendah
7	4	2	3	9	Cukup Tinggi
8	3	1	2	6	Rendah
9	5	3	3	11	Tinggi
10	3	2	2	7	Rendah
Jumlah	39	22	24	85	Cukup Tinggi

Sumber: Data diolah Tahun 2019

(4) Keputusan Pembelian

Responden	Keputusan Pembelian			Total	Kategori Responden
	Keputusan Pembelian 1	Keputusan Pembelian 2	Keputusan Pembelian 3		
1	2	1	2	5	Rendah
2	3	1	2	6	Rendah
3	1	3	2	6	Rendah
4	3	2	3	8	Cukup Tinggi
5	1	3	3	7	Rendah
6	2	1	1	4	Sangat Rendah
7	4	2	1	7	Rendah
8	4	1	1	6	Rendah
9	4	1	1	6	Rendah
10	3	2	2	7	Rendah
Jumlah	27	17	18	62	Rendah

Sumber: Data diolah Tahun 2019