

LAMPIRAN



Data Observasi Awal Penelitian

Lampiran 01. Data observasi awal

Tabel 1.2
Hasil Observasi Awal Citra Merek Pada Sepeda Motor Honda Beat

Responden	Skor Kuesioner Citra Merek						Total	Kategori
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6		
1	5	4	3	5	2	3	22	Tinggi
2	4	5	2	5	4	3	23	Tinggi
3	5	4	4	4	3	3	23	Tinggi
4	5	4	4	5	2	4	24	Tinggi
5	5	3	4	3	3	2	20	Sedang
6	5	5	3	3	3	3	22	Tinggi
7	4	3	3	2	2	3	17	Sedang
8	4	4	4	2	3	3	20	Sedang
9	4	4	3	5	3	4	23	Tinggi
10	5	4	3	4	2	3	21	Sedang
Total	46	40	33	38	27	31	215	Tinggi

Tabel 1.3
Hasil Observasi Awal Kualitas Produk Pada Sepeda Motor Honda Beat

Responden	Skor Kuesioner Kualitas Produk						Total	Kategori
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6		
1	4	3	4	3	3	4	21	Sedang
2	4	3	5	4	4	4	24	Tinggi
3	5	4	4	4	3	4	24	Tinggi
4	4	3	5	5	3	5	25	Tinggi
5	4	2	4	3	2	3	18	Sedang
6	4	3	4	3	2	4	20	Sedang
7	4	4	4	3	3	4	22	Tinggi
8	4	4	4	3	3	5	23	Tinggi
9	4	2	3	3	3	4	19	Sedang
10	5	4	4	4	2	5	24	Tinggi
Total	42	32	41	35	28	42	220	Tinggi

Tabel 1.4
 Hasil Observasi Awal Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat

Responden	Skor Kuesioner Keputusan Pembelian				Total	Kategori
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4		
1	4	4	3	5	16	Tinggi
2	5	4	3	4	16	Tinggi
3	4	4	2	4	14	Tinggi
4	4	4	4	4	16	Tinggi
5	4	3	3	3	13	Sedang
6	4	4	3	3	14	Tinggi
7	4	5	3	2	14	Tinggi
8	4	3	3	2	12	Sedang
9	4	4	4	2	14	Tinggi
10	3	4	2	3	12	Sedang
Total	40	39	30	32	141	Tinggi



Lampiran 02. Kisi-Kisi Instrumen Sebelum Uji Coba

Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah Soal
Keputusan Pembelian	Kebutuhan yang dirasakan	1 dan 2	4 item
	Kegiatan sebelum membeli		
	Perilaku waktu memakai	3 dan 4	
	Perilaku pasca pembelian		
Citra Merek	Merek dikenal masyarakat	1 dan 2	6 item
	Keaslian komponen atau bentuk		
	Kesan modern	3 dan 4	
	Melayani semua segmen		
	Pemhatian pada konsumen	5 dan 6	
	Produk tidak kasar		
Kualitas Prdoduk	Kinerja produk.	1 dan 2	6 Item
	Hemat bahan bakar		
	Fitur produk	3 dan 4	
	Keandalan produk		
	Estetika	5 dan 6	
	Daya tahan produk		



Lampiran 03. Instrument Pengumpulan Data Sebelum Uji Coba

KUESIONER PENGARUH CITRA MEREK DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA BEAT

Petunjuk pengisian kuesioner :

1. Isilah data diri anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya pada identitas responden.
2. Pilihlah salah satu jawaban yang tersedia sesuai dengan pengalaman yang anda dapatkan sebagai konsumen Sepeda Motor Honda Beat dengan memberikan tanda (X) pada komponen-komponen variabel. Masing-masing jawaban memiliki makna sebagai berikut :

SS	: Sangat Setuju	Nilainya 5
S	: Setuju	Nilainya 4
N	: Netral	Nilainya 3
CS	: Cukup Setuju	Nilainya 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	Nilainya 1

3. Diharapkan untuk tidak menjawab lebih dari satu pilihan jawaban.

Identitas Responden :

1. Nama Responden :
2. NIM :
3. Lama Penggunaan :
4. Jenis Kelamin :

Variabel Citra Merek (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		Ss	S	N	Ts	Sts
		5	4	3	2	1
1	Saya dan banyak orang sudah mengenal mengenai merek Sepeda Motor Honda Beat					
2	Saya merasa bahwa Honda Beat Memiliki model yang tidak ketinggalan jaman					
3	Saya merasakan manfaat yang luar biasa dari sepeda motor Honda Beat					
4	Honda Beat sangat mudah untuk dikenali					
5	Kualitas bahan Honda Beat saya rasakan sangat baik					
6	Saya sangat mudah untuk menemukan sparepart asli dari Honda Beat					

Variabel Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		Ss	S	N	Ts	Sts
		5	4	3	2	1
1	Saya merasakan sepeda motor Honda beat memiliki kinerja yang sangat baiki					
2.	Saya sangat senang dengan Honda beat karena memiliki fitur yang cukup lengkap					
3	Selama saya menggunakan Honda Beat, produk sangat jarang kebengkel					
4	Honda sangat bisa di handalkan, Saya dapat menggunakan Honda Beat dikondisi apapun					
5	Saya merasakan bahwa Honda Beat memiliki desain yang elegan dan kesan mewah					
6	Saya jarang ke SPBU untuk mengisi bensin Honda Beat					

Variabel Keputusan Pembeliana (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		Ss	S	N	Ts	Sts
		5	4	3	2	1
1	Ketika membutuhkan sepeda motor yang bagus saya memutuskan membeli Sepeda Motor Honda Beat.					
2	Merek beat yang mudah diingat membuat saya memutuskan membeli Sepeda Motor Honda Beat					
3	Tersedianya selalu produk Sepeda Motor Merek Beat dipasaran membuat saya memutuskan membeli Sepeda Motor Honda Beat					
4	Kualitas yang terjamin memutuskan saya untuk membeli kembali Sepeda Motor Honda Beat					



Lampiran 04. Kisi-Kisi Instrument Setelah Uji Coba

Variabel	Indikator	Nomor Butir	Jumlah Soal
Keputusan Pembelian	Kebutuhan yang dirasakan	1	4 item
	Kegiatan sebelum membeli	2	
	Perilaku waktu memakai	3	
	Perilaku pasca pembelian	4	
Citra Merek	Merek dikenal masyarakat	1	6 item
	Keaslian komponen atau bentuk	2	
	Kesan modern	3	
	Melayani semua segmen	4	
	Pemhatian pada konsumen	5	
	Produk tidak kasar	6	
Kualitas Prdoduk	Kinerja produk.	1	6 Item
	Hemat bahan bakar	2	
	Fitur produk	3	
	Keandalan produk	4	
	Estetika	5	
	Daya tahan produk	6	



Lampiran 05. Hasil Instrumen Uji Coba Keputusan Pembelian

X1

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	6

X2

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	6

Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.740	4



Citra merek

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.801**	.037	1.000**	.822**	.156	.879**
	Sig. (2-tailed)		.000	.846	.000	.000	.410	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.801**	1	.004	.801**	.929**	-.049	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000		.982	.000	.000	.796	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.037	.004	1	.037	-.053	.829**	.433*
	Sig. (2-tailed)	.846	.982		.846	.783	.000	.017
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	1.000**	.801**	.037	1	.822**	.156	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.846		.000	.410	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.822**	.929**	-.053	.822**	1	.092	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.783	.000		.630	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.156	-.049	.829**	.156	.092	1	.509**
	Sig. (2-tailed)	.410	.796	.000	.410	.630		.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
X1	Pearson Correlation	.879**	.802**	.433*	.879**	.832**	.509**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.017	.000	.000	.004	
	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).

Kualitas Produk

Correlations

		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2
x2.1	Pearson Correlation	1	.058	.592**	.372*	.772**	.076	.692**
	Sig. (2-tailed)		.759	.001	.043	.000	.690	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x2.2	Pearson Correlation	.058	1	.117	.031	.238	.987**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.759		.537	.869	.206	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x2.3	Pearson Correlation	.592**	.117	1	.456*	.477**	.149	.690**
	Sig. (2-tailed)	.001	.537		.011	.008	.431	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x2.4	Pearson Correlation	.372*	.031	.456*	1	.477**	.053	.591**
	Sig. (2-tailed)	.043	.869	.011		.008	.781	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
x2.5	Pearson Correlation	.772**	.238	.477**	.477**	1	.251	.777**
	Sig. (2-tailed)	.000	.206	.008	.008		.182	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x2.6	Pearson Correlation	.076	.987**	.149	.053	.251	1	.647**
	Sig. (2-tailed)	.690	.000	.431	.781	.182		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
x2	Pearson Correlation	.692**	.627**	.690**	.591**	.777**	.647**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.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).



Keputusan Pembelian

		Correlations				
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.225	.206	.092	.465**
	Sig. (2-tailed)		.232	.275	.628	.010
	N	30	30	30	30	30
Y1.2	Pearson Correlation	.225	1	.471**	.973**	.922**
	Sig. (2-tailed)	.232		.009	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.3	Pearson Correlation	.206	.471**	1	.394*	.702**
	Sig. (2-tailed)	.275	.009		.031	.000
	N	30	30	30	30	30
Y1.4	Pearson Correlation	.092	.973**	.394*	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.628	.000	.031		.000
	N	30	30	30	30	30
Y	Pearson Correlation	.465**	.922**	.702**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

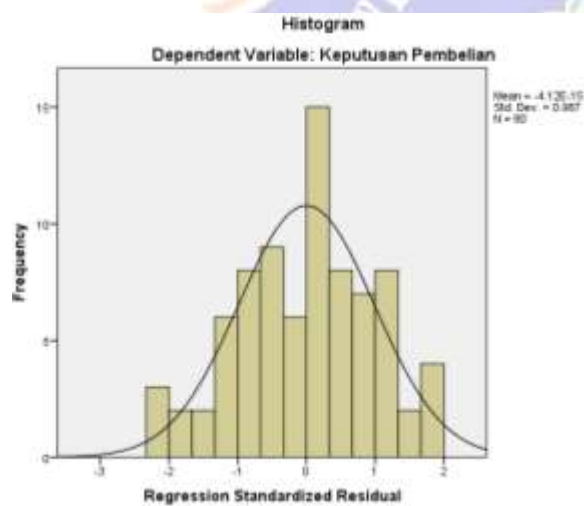
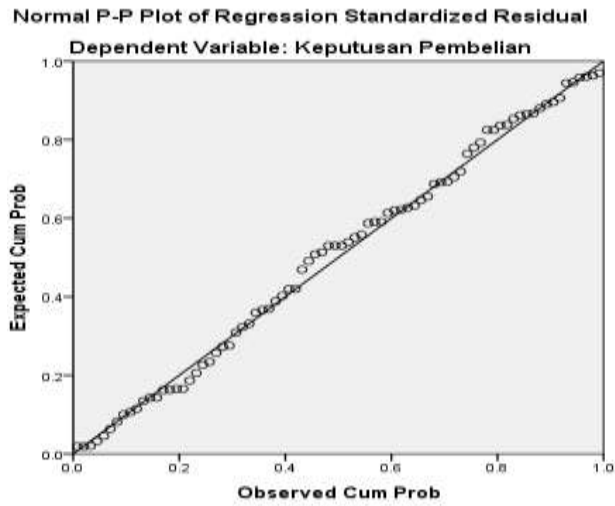
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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



Lampiran 06. Hasil Pengujian Asumsi

Uji Normalitas

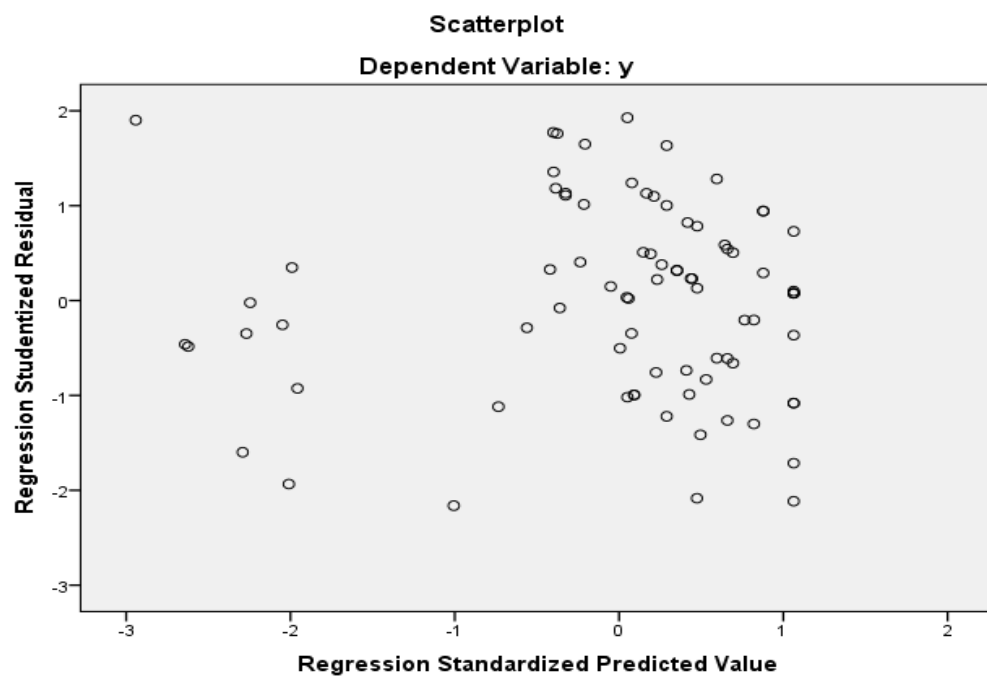


Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a				
		Correlations			Collinearity Statistics	
Model		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Citra Merek	.712	.508	.384	.596	1.679
	Kualitas Produk	.653	.370	.260	.596	1.679

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Heteroskedastisitas



Hasil Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian

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	.758 ^a	.575	.563	1.93219	.575	51.986	2	77	.000

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil Uji Regresi Berganda dan Uji t

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations		
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
(Constant)	2.255	.984		2.293	.025			
Citra Merek	.332	.064	.498	5.169	.000	.712	.508	.384
Kualitas Produk	.210	.060	.337	3.497	.001	.653	.370	.260

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

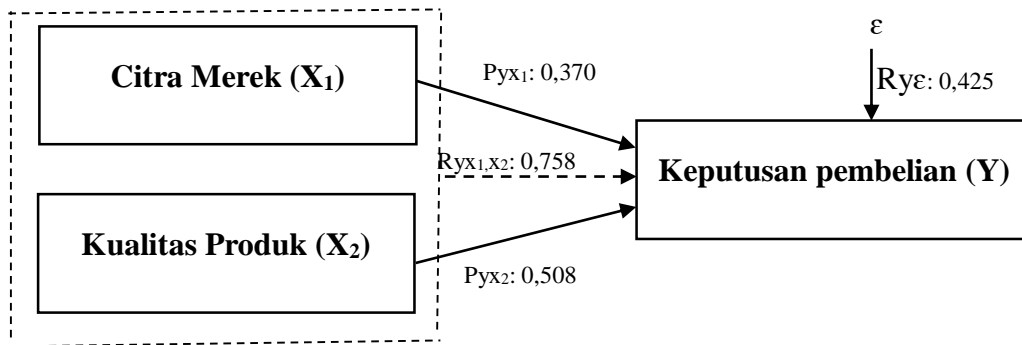
Hasil Uji F**ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	388.165	2	194.083	51.986	.000 ^b
	Residual	287.468	77	3.733		
	Total	675.633	79			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Citra Merek



Lampiran 07: Hasil Pengujian Hipotesis

Lampiran 08. Data Penjualan Sepeda Motor Matic Di Indonesia

Data Tahun 2016

SEPEDA MOTOR MATIC

MERЕК	TBI	TOP
Yamaha Mio	31.2%	TOP
Honda Beat	30.6%	TOP
Honda Vario	20.2%	TOP
Honda Scoopy	3.8%	

Data Tahun 2017

SEPEDA MOTOR MATIC

MERЕК	TBI	TOP
Yamaha Mio	32.1%	TOP
Honda Beat	29.9%	TOP
Honda Vario	21.8%	TOP
Honda Scoopy	4.3%	

Data Tahun 2018

SEPEDA MOTOR MATIC

MERЕК	TBI	TOP
Honda Beat	28.6%	TOP
Honda Vario	27.2%	TOP
Yamaha Mio	22.2%	TOP
Honda Scoopy	7.6%	
Yamaha N Max	1.9%	



Lampiran 09. Tabulasi Data Observasi Awal

Tabulasi Keputusan Pembelian

$$\begin{aligned} \text{Skor tertinggi} &= \text{jumlah responden} \times \text{nilai tertinggi} \times \text{jumlah soal} \\ &= 1 \times 5 \times 4 \\ &= 20 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Skor terendah} &= \text{jumlah responden} \times \text{nilai terendah} \times \text{jumlah soal} \\ &= 1 \times 1 \times 4 \\ &= 4 \\ &20 - 4 \end{aligned}$$

$$\text{Rentang interval} = \frac{\quad}{5} = 3$$

No	Rentang interval	Keterangan
1	5 – 7	Sangat rendah
2	8 – 10	Rendah
3	11 – 13	Sedang
4	14 – 16	Tinggi
5	17 – 19	Sangat tinggi

$$\begin{aligned} \text{Skor tertinggi} &= \text{jumlah responden} \times \text{nilai tertinggi} \times \text{jumlah soal} \\ &= 10 \times 5 \times 4 \\ &= 200 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Skor terendah} &= \text{jumlah responden} \times \text{nilai tertinggi} \times \text{jumlah soal} \\ &= 10 \times 1 \times 4 \\ &= 40 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} \text{Rentang interval} &= \text{skor tertinggi} - \text{skor terendah} \\ &200 - 40 \\ &= \frac{\quad}{5} = 32 \end{aligned}$$

No	Rentang interval	Keterangan
1	36 – 68	Sangat rendah
2	69 – 101	Rendah
3	102 – 134	Sedang
4	135 – 167	Tinggi
5	168 – 200	Sangat tinggi

Tabulasi variabel citra merek dan kualitas produk

Skor tertinggi = jumlah responden X nilai tertinggi X jumlah soal
 $= 1 \times 5 \times 6$
 $= 30$

Skor terendah = jumlah responden X nilai terendah X jumlah soal
 $= 1 \times 1 \times 6$
 $= 6$

Rentang Interval = skor tertinggi – skor terendah
 $30-6$
 $= \frac{\quad}{5} = 5$

No	Rentang interval	Keterangan
1	5 - 9	Sangat rendah
2	10 – 14	Rendah
3	15 – 19	Sedang
4	20 – 24	Tinggi
5	25 – 29	Sangat tinggi

Skor tertinggi = jumlah responden x nilai tertinggi x jumlah soal
 $= 10 \times 5 \times 6$
 $= 300$

Skor terendah = jumlah responden x nilai tertinggi x jumlah soal
 $= 10 \times 1 \times 6$
 $= 60$

Rentang interval = skor tertinggi – skor terendah
 $300 - 60$
 $= \frac{\quad}{5} = 48$

No	Rentang interval	Keterangan
1	56 – 104	Sangat rendah
2	105 – 153	Rendah
3	154 – 202	Sedang
4	203 – 251	Tinggi
5	252 – 300	Sangat tinggi

