

**Lampiran 01: Top Brand Index Situs Jual Beli Online 2017-2021**

<b>Brand</b>	<b>TBI 2017</b>		<b>BRAND</b>	<b>TBI 2018</b>	
Lazada.co.id	44.1%	TOP	Lazada.co.id	31.8%	TOP
Olx.co.id	20.1%	TOP	Tokopedia.com	18.5%	TOP
Tokopedia.com	12.6%	TOP	Shopee.co.id	14.7%	TOP
Bukalapak.com	6.8%		Bukalapak.com	8.7%	
Blibli.com	5.1%		Blibli.com	8.0%	
Zalora.co.id	2.5%				

<b>Brand</b>	<b>TBI 2019</b>		<b>BRAND</b>	<b>TBI 2020</b>	
Lazada.co.id	44.3%	TOP	Lazada.co.id	31.9%	TOP
Shopee.com	17.2%	TOP	Shopee.co.id	20.0%	TOP
Blibli.com	13.5%	TOP	Tokopedia.com	15.8%	TOP
Tokopedia.com	7.6%		Bukalapak.com	12.9%	
Olx.co.id	5.0%		Blibli.com	8.4%	

<b>BRAND</b>	<b>TBI 2021</b>	
Shopee.co.id	41.8%	TOP
Tokopedia.com	16.7%	TOP
Lazada.co.id	15.2%	TOP
Bukalapak.com	9.5%	
Blibli.com	8.1%	

**Lampiran 02. Top 20 Countries with Highest Number of Internet Users – 2021**

<b>TOP 20 COUNTRIES WITH HIGHEST NUMBER OF INTERNET USERS - 2021 Q1</b>						
#	Country or Region	Internet Users 2021 Q1	Internet Users 2000 Q4	Population, 2021 Est.	Population 2000 Est.	Internet Growth 2000 - 2021
1	<u>China</u>	854,000,000	22,500,000	1,439,062,022	1,283,198,970	3,796 %
2	<u>India</u>	560,000,000	5,000,000	1,368,737,513	1,053,050,912	11,200 %
3	<u>United States</u>	313,322,868	95,354,000	331,002,651	281,982,778	328 %
4	<u>Indonesia</u>	171,260,000	2,000,000	273,523,615	211,540,429	8,560 %
5	<u>Brazil</u>	149,057,635	5,000,000	212,392,717	175,287,587	2,980 %
6	<u>Nigeria</u>	126,078,999	200,000	206,139,589	123,486,615	63,000 %
7	<u>Japan</u>	118,626,672	47,080,000	126,854,745	127,533,934	252 %
8	<u>Russia</u>	116,353,942	3,100,000	145,934,462	146,396,514	3,751 %
9	<u>Bangladesh</u>	94,199,000	100,000	164,689,383	131,581,243	94,199 %
10	<u>Mexico</u>	88,000,000	2,712,400	132,328,035	2,712,400	3,144 %
11	<u>Germany</u>	79,127,551	24,000,000	83,783,942	81,487,757	329 %
12	<u>Philippines</u>	79,000,000	2,000,000	109,581,078	77,991,569	3,950 %
13	<u>Turkey</u>	69,107,183	2,000,000	84,339,067	63,240,121	3,455 %
14	<u>Vietnam</u>	68,541,344	200,000	68,541,344	200,000	34,250 %
15	<u>United Kingdom</u>	63,544,106	15,400,000	67,886,011	58,950,848	413 %
16	<u>Iran</u>	67,602,731	250,000	83,992,949	66,131,854	27,040 %
17	<u>France</u>	60,421,689	8,500,000	65,273,511	59,608,201	710 %
18	<u>Thailand</u>	57,000,000	2,300,000	69,799,978	62,958,021	2,478 %
19	<u>Italy</u>	54,798,299	13,200,000	60,461,826	57,293,721	415 %
20	<u>Egypt</u>	49,231,493	450,000	102,334,404	69,905,988	10,940 %
TOP 20 Countries		3,241,273,512	251,346,400	5,233,377,837	4,312,497,691	1,289 %
Rest of the World		1,332,876,622	109,639,092	2,563,237,873	1,832,509,298	1,216 %
Total World		4,574,150,134	360,985,492	7,796,615,710	6,145,006,989	1,267 %



**Lampiran 03: Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner Secara Total Variabel Kualitas Produk, Kepercayaan Merek, Keputusan Pembelian.**

**Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuisioner Awal Kualitas Produk.**

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban (SS) diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban (S) diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban (N) diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban (TS) diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban (STS) diberikan skor 1

a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden

b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 5

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi =  $5 \times 5 \times 1 = 25$

Skor Terendah =  $1 \times 5 \times 1 = 5$

Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{20-5}{5} = 3$

**Rentang Skor Variabel**

Rentangan Skor	Keterangan Responden
21-25	Sangat Tinggi
16-20	Tinggi
11-15	Sedang
6-10	Rendah
1-5	Sangat Rendah

**Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Kepercayaan Merek.**

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

- 1) Apabila jawaban (SS) diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban (S) diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban (N) diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban (TS) diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban (STS) diberikan skor 1

a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden

b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 3

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi =  $5 \times 3 \times 1 = 15$

Skor Terendah =  $1 \times 3 \times 1 = 3$

Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{15-3}{5} = 2,4 = 3$

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
13-15	Sangat Tinggi
10-12	Tinggi
7-9	Sedang
4-6	Rendah
1-3	Sangat Rendah

**Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Keputusan Pembelian.**

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

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

Nilai Tertinggi = 5  
 Nilai Terendah = 1  
 Jumlah Pertanyaan = 4  
 Jumlah Responden = 1  
 Skor Tertinggi =  $5 \times 4 \times 1 = 20$   
 Skor Terendah =  $1 \times 4 \times 1 = 4$   
 Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{20-4}{5} = 3,2 = 3$   
 Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
17-20	Sangat Tinggi
13-16	Tinggi
9-12	Sedang
5-8	Rendah
1-4	Sangat Rendah

**Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Kualitas Produk Secara Total.**

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban N diberikan skor 3

- 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1
- a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5  
 Nilai Terendah = 1  
 Jumlah Pertanyaan = 5  
 Jumlah Responden = 10  
 Skor Tertinggi =  $5 \times 5 \times 10 = 250$   
 Skor Terendah =  $1 \times 5 \times 10 = 50$   
 Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{250-50}{5} = 40$   
 Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
201-250	Sangat Tinggi
151-200	Tinggi
101-150	Sedang
51-100	Rendah
1-50	Sangat Rendah

**Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Kepercayaan Merek Secara Total.**

1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban N diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1

a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan  
x jumlah responden

b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan  
x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 3

Jumlah Responden = 10

Skor Tertinggi

$$= 5 \times 3 \times 10 = 150$$

Skor Terendah =  $1 \times 3 \times 10 = 30$

Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{\text{Interval}} = \frac{150-30}{5} = 24$

Interval

5

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
121-150	Sangat Tinggi
91-120	Tinggi
61-90	Sedang
31-60	Rendah
1-30	Sangat Rendah

### **Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor Kuesioner Awal Keputusan Pembelian Secara Total**

#### 1. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentangan Skor

Kuesioner Awal:

- 1) Apabila jawaban SS diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban S diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban N diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban TS diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban STS diberikan skor 1

a) Skor Tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan  
x jumlah responden

b) Skor Terendah = nilai terendah x jumlah pertanyaan  
x jumlah responden

Nilai Tertinggi = 5

Nilai Terendah = 1

Jumlah Pertanyaan = 4

Jumlah Responden = 1

Skor Tertinggi =  $5 \times 4 \times 10 = 200$

Skor Terendah =  $1 \times 4 \times 10 = 40$

Interval =  $\frac{\text{Skor Tertinggi} - \text{Skor Terendah}}{5} = \frac{200-40}{5} = 32$

Interval 5

Rentang Skor Variabel

Rentangan Skor	Keterangan Responden
161-200	Sangat Tinggi
121-160	Tinggi
81-120	Sedang
41-80	Rendah
1-40	Sangat Rendah



## Lampiran 04. Kuisisioner Penelitian

Kepada


Yth Saudara/i,

Hal : Pengisian Kuisisioner

Dengan Hormat.

Dalam rangka penyelesaian skripsi yang sedang lakukan di Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha, dengan ini saya mengadakan penelitian yang berjudul Pengaruh Kualitas Produk dan Kepercayaan Merek Terhadap Keputusan Pembelian di Tokopedia (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi S1 Manajemen)

Maka dengan ini, saya mohon kesediaan saudara/i untuk berkenan mengisi kuisisioner ini. Atas kesediaan dan bantuan Saudara/i yang turut berpartisipasi dalam mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terima kasih.



Singaraja, 05 Agustus 2022

Peneliti

Gaudensia Anastasya Lodia Hindom  
NIM. 1817041145

### A. Identitas Responden

(Beri tanda  $\checkmark$  pada kotak jawaban)

1. Nama :  
.....
2. Usia : ..... tahun
3. Jenis kelamin :  Laki-laki  Perempuan
4. Alamat : .....
5. Semester :  2  4  6  8
6. Apakah anda memiliki atau menggunakan aplikasi Tokopedia  
 IYA  TIDAK
7. Berapa kali anda melakukan pembelian pada Aplikasi Tokopedia  
 Tidak Pernah  < 3 Kali  3-5 Kali  > 5 Kali

Jika anda menjawab IYA silahkan melanjutkan mengisi kuisioner, namun jika anda menjawab TIDAK silahkan berhenti untuk mengisi kuisioner

### B. Petunjuk Pengisian Kuisioner

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan centang pada pilihan jawaban yang tersedia

Keterangan:

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

### C. Draft Pertanyaan

No	Pernyataan	Tanggapan				
		5	4	3	2	1
1	Produk yang ditawarkan Tokopedia memiliki keawetan yang tinggi dan tidak cepat rusak dalam pemakaian jangka panjang.					

2	Melakukan pembelian pada aplikasi Tokopedia karena memiliki produk yang baik.					
3	Melakukan pembelian pada aplikasi Tokopedia karena harga yang wajar dibandingkan dengan pembelian di toko dengan barang yang sejenis.					
4	Melakukan pembelian pada aplikasi Tokopedia karena barang yang diterima sesuai dengan spesifikasi.					
5	Melakukan pembelian pada aplikasi Tokopedia karena barang yang ditawarkan menarik.					

No	Pernyataan	Tanggapan				
		Kepercayaan Merek (X2)	5	4	3	2
1	Saya percaya bahwa Tokopedia merupakan merek yang sudah diakui, dikenal dan memiliki reputasi yang baik.					
2	Saya merasa Tokopedia merupakan merek yang aman dan dilindungi oleh undang-undang.					
3	Saya percaya bahwa Tokopedia menjamin keamanan produk dan kualitas produk					

No	Pernyataan	Tanggapan				
		Keputusan pembelian(Y)	5	4	3	2
1	Saya memutuskan berbelanja di Tokopedia karena kualitas produk yang baik.					
2	Saya selalu berbelanja di Tokopedia dibandingkan dengan aplikasi e-commerce lainnya					

3	Saya akan merekomendasikan Tokopedia kepada teman-teman saya					
4	Saya akan selalu berbelanja di Tokopedia pada pembelian berikutnya					



**Lampiran 05. Data Responden Mahasiswa Prodi S1 Manajemen Pengguna****Tokopedia**

Nama	Usia	Jenis Kelamin	Semester	Apakah anda memiliki atau menggunakan aplikasi Tokopedia?	Berapa kali anda melakukan pembelian pada Aplikasi Tokopedia
Ancelina Tagi	22	P	8	IYA	3-5 Kali
Gina Velina	21	P	8	IYA	> 5 Kali
I Kadek Deny Mahaputra	21	L	8	IYA	< 3 Kali
I Made Adi Surya Candra	21	L	8	IYA	> 5 Kali
Anita Soraya	21	P	8	IYA	< 3 Kali
Dewa Ayu Istri Agung Diah Yunitadewi	21	P	8	IYA	> 5 Kali
Luh Ayu Dewi Candrawati	21	P	8	IYA	< 3 Kali
Kadek Ari Karismayani	22	P	8	IYA	< 3 Kali
I Komang Oka Sucita	22	L	8	IYA	3-5 Kali
Gede Kusuma Rajasa	22	L	8	IYA	3-5 Kali
Putu Astawu Janu Kalyana Putra	21	L	8	IYA	> 5 Kali
Kadek Oktapiani	22	P	8	IYA	< 3 Kali
Ni Putu Sri Nur Pitriana	22	P	8	IYA	< 3 Kali
Leoni Evan Agustini	21	P	8	IYA	< 3 Kali
Ni Putu Amilya Permata Sari	22	P	8	IYA	> 5 Kali
Milleni Chovina Devi	22	P	8	IYA	< 3 Kali
Naomi Rumbrawer	21	P	4	IYA	< 3 Kali
Gusti Ayu Anika Sudiadyani	22	P	8	IYA	< 3 Kali
I Kadek Agus Dana	23	P	8	IYA	> 5 Kali

Komang Sonia Gandhi Maelan	22	P	8	IYA	> 5 Kali
Ida Bagus Hary Arindra	22	L	8	IYA	3-5 Kali
Cornelia Fatubun	18	P	2	IYA	< 3 Kali
Ni Kadek Fernanda Harmawanti	19	P	2	IYA	< 3 Kali
Nyoman Rasma Witriandani	21	P	4	IYA	< 3 Kali
Nico Saputra	20	L	4	IYA	> 5 Kali
Kadek Yuliantari	22	P	8	IYA	3-5 Kali
Gali Widya	22	L	8	IYA	< 3 Kali
Angelina Pradya	19	P	2	IYA	3-5 Kali
I Gede Wiradhana	18	L	2	IYA	< 3 Kali
Bayu Pangestu	22	L	8	IYA	< 3 Kali
Saskia Angelina	20	L	4	IYA	3-5 Kali
Putu Chythia Bella	22	P	8	IYA	> 5 Kali
Ayu Paramitha Dewi	22	P	8	IYA	> 5 Kali
Komang Sekar Natalia	20	P	4	IYA	< 3 Kali
Nina Wiguna Artini	22	P	8	IYA	3-5 Kali
Kenny	22	L	8	IYA	3-5 Kali
Rizki Adi Guna	22	L	8	IYA	< 3 Kali
Putu Sebriana	22	L	8	IYA	< 3 Kali
Yunisa Wona	22	P	6	IYA	< 3 Kali
Elik Damayanti	22	P	8	IYA	3-5 Kali
Emi Suhartini	22	P	8	IYA	3-5 Kali
Nita Prianti Giri	22	P	8	IYA	> 5 Kali

Putu Suriawan	21	L	8	IYA	< 3 Kali
Ayu Parwini	22	P	8	IYA	3-5 Kali
Bagus Hary Arindra	19	L	2	IYA	< 3 Kali
Tri Anggrayani	18	P	2	IYA	3-5 Kali
Kadek Cindy Lorensa Tanaya	22	P	8	IYA	3-5 Kali
Made Charmawati Laksmi Dewi	21	P	6	IYA	3-5 Kali
Dewi Saras	21	P	6	IYA	< 3 Kali
Made Rega Kumala Wirmania	21	L	6	IYA	< 3 Kali
Komang Widarini	22	P	8	IYA	3-5 Kali
I Putu Yogi Arya Laksamana	22	L	8	IYA	3-5 Kali
Gede Satria Adi Sarda	20	L	4	IYA	3-5 Kali
Putu Saputra	20	L	4	IYA	< 3 Kali
Ni Kadek Dwik Lisna Putri	18	P	2	IYA	> 5 Kali
Gusti Ayu Agung Wulan Pramesty Putri	18	P	2	IYA	3-5 Kali
Laras Mulyani	20	P	4	IYA	3-5 Kali
Dian Puryantini	19	P	2	IYA	> 5 Kali
Baskoro Akbar Nugroho	20	L	4	IYA	> 5 Kali
Jotana Kassapa	18	L	2	IYA	3-5 Kali
Taesal Riyadi	19	L	4	IYA	3-5 Kali
Mohamad Ardiansyah Wahyudin	19	L	2	IYA	3-5 Kali
Ni Putu Setia Dewi	22	P	8	IYA	> 5 Kali
Kadek Marsela	22	L	8	IYA	3-5 Kali
Ni Luh Putu Tantri Damayanti	21	P	6	IYA	3-5 Kali

Ni Luh Pani Atmini	21	P	6	IYA	3-5 Kali
Komang Ade Kumala Savitri	21	P	6	IYA	3-5 Kali
Ni Made Ramaswati	21	P	6	IYA	3-5 Kali
Ni Wayan Ariati	21	P	6	IYA	3-5 Kali
I Komang Sudarma	21	L	6	IYA	3-5 Kali





**Lampiran 06. Tabulasi Data Sampel Kecil Variabel Kualitas Produk ( $X_1$ ) dan Kepercayaan ( $X_2$ ) terhadap Keputusan Pembelian ( $Y$ )**

Keputusan Pembelian ( $Y$ )

RES	Y1	Y2	Y3	Y4	Total	Kategori
1	4	4	4	5	17	Tinggi
2	4	4	4	4	16	Tinggi
3	4	4	4	4	16	Tinggi
4	4	4	5	5	18	Tinggi
5	4	2	3	3	12	Sedang
6	5	5	5	5	20	Tinggi
7	5	5	5	5	20	Tinggi
8	4	3	4	4	15	Sedang
9	5	5	5	5	20	Tinggi
10	3	4	4	4	15	Sedang
Jumlah	42	40	43	44	169	Sangat Tinggi

Kualitas Produk ( $X_1$ )

RES	X1	X2	X3	X4	X5	Total	Kategori
1	3	4	4	4	5	20	Tinggi
2	4	5	4	4	4	21	Sangat tinggi
3	4	4	4	4	4	20	Tinggi
4	4	3	5	4	3	19	Tinggi
5	3	3	4	4	3	17	Tinggi
6	5	5	5	5	5	25	Tinggi
7	5	5	5	5	5	25	Sangat tinggi
8	4	4	4	4	4	20	Tinggi
9	5	5	5	5	5	25	Sangat Tinggi
10	3	3	4	4	4	18	Tinggi
Jumlah	40	41	44	43	42	210	Sangat Tinggi

Kepercayaan Merek ( $X_2$ )

RES	X1	X2	X3	Total	Kategori
1	4	5	4	13	Sangat tinggi
2	4	5	5	14	Sangat Tinggi
3	4	4	4	12	Tinggi
4	3	4	4	11	Tinggi
5	4	4	3	11	Tinggi
6	5	5	5	15	Sangat Tinggi
7	5	5	5	15	Sangat Tinggi
8	4	5	5	14	Sangat Tinggi
9	5	5	5	15	Sangat Tinggi

10	4	5	4	13	Sangat Tinggi
Jumlah	4	5	4	13	Sangat Tinggi



**Lampiran 07. Tabulasi Data Sampel Besar Variabel Kualitas Produk (X<sub>1</sub>) dan Kepercayaan Merek (X<sub>2</sub>) terhadap Keputusan Pembelian (Y)**

No	Kualitas Produk					Kepercayaan Merek			Keputusan Pembelian			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X2.1	X2.2	X2.3	Y1	Y2	Y3	Y4
1	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5
2	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4	5	5
5	3	3	4	4	3	4	4	3	4	2	3	3
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
10	3	3	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4
11	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	5
12	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4
13	3	3	5	5	4	2	4	4	4	3	4	3
14	4	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	4
15	4	4	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4
16	4	4	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4

17	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5
19	3	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	3
20	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
21	4	5	5	5	4	5	5	4	4	3	5	5
22	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
26	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5
27	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5
29	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4
30	3	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4
31	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
32	3	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4
33	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	3	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4
35	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4

38	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5
39	3	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
40	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5
42	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
43	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4
44	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
48	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	3
49	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
50	4	4	5	5	4	4	2	3	3	3	2	3
51	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4

57	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
59	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
60	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
62	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5



**Lampiran 08. Tabulasi Data Analisis Regresi Linier Berganda Variabel  
Kualitas Produk (X1) Dan Kepercayaan Merek (X2)**

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TX1	X2.1	X2.2	X2.3	TX2
1	3	4	4	4	5	20	4	5	5	14
2	4	5	4	4	4	21	4	5	5	14
3	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
4	4	3	5	4	3	19	3	4	4	11
5	3	3	4	4	3	17	4	4	3	11
6	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
7	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
8	4	4	4	4	4	20	4	5	5	14
9	5	5	5	5	5	25	5	5	5	15
10	3	3	4	4	4	18	4	5	4	13
11	3	3	4	4	3	17	4	4	4	12
12	4	4	5	4	4	21	3	4	4	11
13	3	3	5	5	4	20	2	4	4	10
14	4	5	5	4	3	21	4	4	4	12
15	4	4	4	5	5	22	3	4	4	11
16	4	4	5	5	4	22	3	4	4	11
17	3	3	4	3	4	17	4	4	4	12
18	4	5	5	4	4	22	4	5	4	13
19	3	4	4	4	4	19	5	4	4	13
20	5	4	5	5	5	24	5	5	5	15

21	4	5	5	5	4	23	5	5	4	14
22	3	3	4	4	3	17	3	3	3	9
23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
25	4	4	4	3	4	19	4	4	4	12
26	4	5	5	5	4	23	4	4	5	13
27	4	5	5	4	4	22	4	4	4	12
28	3	4	4	4	5	20	4	4	4	12
29	4	5	4	4	4	21	4	5	5	14
30	3	4	5	4	5	21	4	4	4	12
31	3	4	4	4	5	20	4	4	4	12
32	3	4	5	4	4	20	4	5	5	14
33	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12
34	3	5	5	5	4	22	4	5	5	14
35	4	4	5	5	4	22	5	4	5	14
36	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
37	4	5	5	4	4	22	5	4	5	14
38	3	4	4	5	5	21	4	4	5	13
39	3	4	4	5	5	21	4	4	5	13
40	4	5	5	4	4	22	4	4	4	12
41	3	4	4	5	5	21	4	5	4	13
42	4	4	5	5	5	23	4	4	5	13
43	3	4	4	3	4	18	4	4	4	12
44	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12



45	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12
46	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
47	3	4	4	4	4	19	4	4	4	12
48	3	4	4	4	5	20	4	4	4	12
49	4	5	4	4	4	21	4	4	4	12
50	4	4	5	5	4	22	4	2	3	9
51	3	4	4	4	3	18	4	4	4	12
52	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
53	4	4	5	5	4	22	4	4	4	12
53	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
54	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
55	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
56	4	5	3	4	4	20	4	4	4	12
57	4	4	3	4	4	19	4	4	4	12
58	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
59	4	4	3	4	4	19	4	4	4	12
60	4	4	5	5	5	23	4	4	4	12
61	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
62	4	4	4	4	4	20	4	4	5	13
63	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
64	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
65	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
66	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12

67	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
68	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
69	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12
70	4	4	4	4	4	20	4	4	4	12

### Veriabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Y1	Y2	Y3	Y4	TY
1	4	4	4	5	17
2	4	4	4	4	16
3	4	4	4	4	16
4	4	4	5	5	18
5	4	2	3	3	12
6	5	5	5	5	20
7	5	5	5	5	20
8	4	3	4	4	15
9	5	5	5	5	20
10	3	4	4	4	15
11	4	4	3	5	16
12	4	3	3	4	14
13	4	3	4	3	14
14	5	4	5	4	18
15	4	3	4	4	15
16	4	3	4	4	15
17	4	4	4	4	16
18	5	5	5	5	20
19	3	3	3	3	12
20	5	5	4	4	18
21	4	3	5	5	17
22	3	3	3	3	12

23	4	4	4	4	16
25	4	5	4	4	17
26	4	5	4	5	18
27	4	4	4	4	16
28	4	5	4	5	18
29	5	4	5	4	18
30	4	3	4	4	15
31	4	4	4	4	16
32	5	4	5	4	18
33	4	4	4	4	16
34	4	5	5	4	18
35	4	4	5	5	18
36	4	4	4	4	16
37	4	4	5	4	17
38	5	5	5	5	20
39	5	5	4	4	18
40	4	4	4	4	16
41	4	4	5	5	18
42	4	4	4	4	16
43	4	4	4	4	16
44	4	4	4	4	16
45	4	5	5	4	18
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	4	3	4	3	14
49	4	3	4	4	15
50	3	3	2	3	11
51	4	3	3	4	14
52	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16
53	4	4	4	4	16
54	4	4	4	4	16

55	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16
57	4	3	4	4	15
58	4	4	4	4	16
59	4	3	4	4	15
60	4	4	4	4	16
61	4	4	4	4	16
62	4	4	4	4	16
63	4	4	4	4	16
64	4	4	4	4	16
65	4	4	4	4	16
66	4	4	4	4	16
67	4	4	4	4	16
68	4	4	5	5	18
69	4	4	4	4	16
70	4	4	5	5	18



## Lampiran 09. Hasil Output SPSS

### 1. OUTPUT HASIL UJI VALIDITAS

#### – Variabel Kualitas Produk (X1)

		Correlations					KualitasProdu k
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
X1.1	Pearson Correlation	1	.474**	.258*	.257*	.117	.652**
	Sig. (2-tailed)		.000	.031	.032	.333	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X1.2	Pearson Correlation	.474**	1	.276*	.221	.243*	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000		.021	.066	.043	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X1.3	Pearson Correlation	.258*	.276*	1	.511**	.121	.656**
	Sig. (2-tailed)	.031	.021		.000	.318	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X1.4	Pearson Correlation	.257*	.221	.511**	1	.430**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.032	.066	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70	70	70
X1.5	Pearson Correlation	.117	.243*	.121	.430**	1	.575**
	Sig. (2-tailed)	.333	.043	.318	.000		.000
	N	70	70	70	70	70	70
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.652**	.683**	.656**	.722**	.575**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70	70

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

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

– Variabel Kepercayaan Merek

		Correlations			Kepercayaan Merek
		X2.1	X2.2	X2.3	
X2.1	Pearson Correlation	1	.341**	.398**	.725**
	Sig. (2-tailed)		.004	.001	.000
	N	70	70	70	70
X2.2	Pearson Correlation	.341**	1	.627**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.000
	N	70	70	70	70
X2.3	Pearson Correlation	.398**	.627**	1	.846**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	70	70	70	70
Kepercayaan Merek	Pearson Correlation	.725**	.823**	.846**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70

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



– Variabel Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations				Keputusan Pembelian
		Y1	Y2	Y3	Y4	
Y1	Pearson Correlation	1	.513**	.601**	.442**	.758**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70
Y2	Pearson Correlation	.513**	1	.520**	.553**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	70	70	70	70	70
Y3	Pearson Correlation	.601**	.520**	1	.611**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	70	70	70	70	70
Y4	Pearson Correlation	.442**	.553**	.611**	1	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	70	70	70	70	70
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.758**	.823**	.847**	.804**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	70	70	70	70	70

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

2. Output Uji Reliabilitas

Variabel Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.670	5

## Variabel Kepercayaan Merek (X2)

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.715	3

## Variabel Keputusan Pembelian

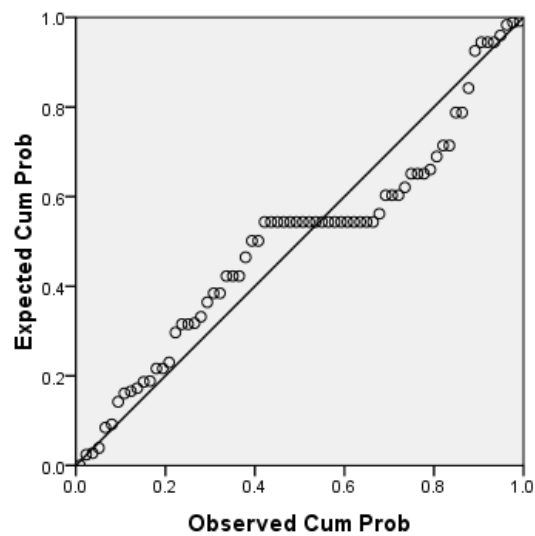
### 3. Output Uji Sasumsi Kalsik

#### – Uji Normalitas



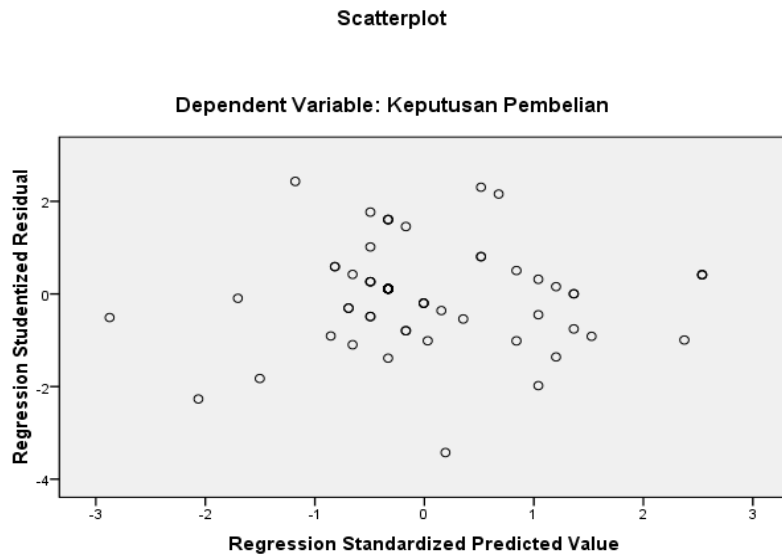
#### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Pembelian





– Uji Heteroskedastitas



– Uji Kolmogorov-Smirnov

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		70
Normal Parameters <sup>a</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.32764039
Most Extreme Differences	Absolute	.138
	Positive	.138
	Negative	-.130
Kolmogorov-Smirnov Z		1.150
Asymp. Sig. (2-tailed)		.142

a. Test distribution is Normal.

#### 4. Output Analisis Regresi Linier Berganda

##### – Uji F (Simultan)

ANOVA<sup>b</sup>

Model		k	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	110.221	2	55.111	143.478	.000 <sup>a</sup>
	Residual	25.735	67	.384		
	Total	135.957	69			

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

##### – Uji t (Parsial)

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	1.357	2.049		1.440	.510
Kualitas Produk	.205	.107	.259	4.148	.000
Kepercayaan Merek	.867	.160	.737	11.803	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

##### – Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.900 <sup>a</sup>	.811	.805	.61976	2.100

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

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian