

# LAMPIRAN



**Lampiran 01, Kuesioner Penelitian****KUESIONER PENELITIAN  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA  
FAKULTAS EKONOMI  
JURUSAN MANAJEMEN**

Kepada

Yth. Saudara/I Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha

Hal: Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa Program Strata Satu (S1) Universitas Pendidikan Ganesha. Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk menyusun skripsi dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Make Up Wardah (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Manajemen Universitas Pendidikan Ganesha)”**

Untuk itu, saya sangat mengharapkan kesediaan Saudara/I Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha untuk menjadi responden dengan mengisi kuesioner penelitian ini. Data yang diperoleh hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian, sehingga kerahasiaanya dijaga sesuai dengan etika penelitian. Demikian permohonan ini atas kesedian Saudara/I Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha saya sampaikan terimakasih.

Singaraja, 19 Maret 2023

Peneliti,

Made Sri Puspa Dewi

Nim. 1917041159

### Identitas Responden

Nama Responden: .....

#### **Pilih salah satu dengan memberikan tanda *checklist* (√)**

Usia :  20-30  31-40  >41

Jenis Kelamin :  Laki-Laki  Perempuan

Tahun Angkatan :  2019  2020  2021  2022

Apakah Pernah Menggunakan Produk Wardah :  Ya  Tidak

Sudah Berapa Kali Menggunakan Produk Wardah  1-2 Kali  3-4 Kali  >5

#### **Petunjuk Pengisian Kuesioner**

Berikut ini merupakan pernyataan-pernyataan yang mewakili pendapat-pendapat umum mengenai kondisi diri responden. Tidak ada pernyataan yang benar atau salah. Responden mungkin saja akan setuju atau tidak setuju dengan pernyataan-pernyataan tersebut. Peneliti ingin mengetahui seberapa jauh responden setuju atau tidak setuju terhadap pernyataan tersebut, dengan memberikan *checklist* (√) pada pilihan yang tersedia berikut:

#### **Penilaian**

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

**A. Kualitas Produk:**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya memilih gaya tampilan produk yang kreatif dan unik di setiap pembelian produk Wardah					
2	Produk Wardah selalu menampilkan kebersihan disetiap produknya					
3	Produk Wardah selalu menampilkan gaya dengan menggunakan kemasan yang modern					
4	Produk Wardah memiliki standar kualitas produk yang sudah di uji sebelum sampai pada konsumen					
5	Produk Wardah juga selalu bisa menyesuaikan produknya ke konsumen					
6	Produk Wardah sering menciptakan produk baru					
7	Produk Wardah selalu memberikan produk yang bagus dan berkualitas					
8	Pelanggan selalu merasa mendapat produk Wardah yang diinginkan					
9	Produk Wardah mempunyai citra yang baik dan ciri khas yang tidak dimiliki produk lain					
10	Mendapat produk yang sering saya minati membuat anda selalu memesan dan mencari produk Wardah					

**B. Citra Merek:**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa penampilan produk Wardah menarik dibandingkan merek lain					
2	Produk Wardah bervariasi dan unik.					
3	Merek produk Wardah mudah untuk diucapkan sehingga mudah diingat.					

**C. Minat Beli**

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan selalu menggunakan produk wardah dikarenakan produk Wardah mempunyai lokasi di kota singaraja yang mudah di jangkau.					
2	Saya mendapatkan keramahan pelayana dalam pembelian produk Wardah dan sales promotion girl (SPG) Wardah selalu cepat dalam melayani saya.					
3	Saya akan sering mendapatkan harga promosi produk Wardah.					
4	Saya akan selalu menemukan iklan dan mencari produk Wardah di media social.					

## Lampiran 02, Keterangan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentangan skor kuesioner awal

1. Keterangan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentangan skor kuesioner awal kualitas produk

- 1) Apabila jawaban A diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban B diberikan skor 4
- 3) Apabila jawaban C diberikan skor 3
- 4) Apabila jawaban D diberikan skor 2
- 5) Apabila jawaban E diberikan skor 1

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

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

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

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

$$\text{Jumlah responden} = 10$$

$$\text{Jumlah pertanyaan} = 10$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 10 \times 1 = 50$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 10 \times 1 = 10$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{5} = \frac{50 - 10}{5} = 8$$

Kategori 5

Rentang skor variabel kualitas produk

Rentangan Skor	Kategori
50 – 42	Sangat Tinggi
41 - 33	Tinggi
32 – 24	Sedang
23 – 15	Rendah
14 – 6	Sangat Rendah

2. Keterangan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentangan skor kuesioner awal citra merek

- 1) Apabila jawaban A diberikan skor 5
- 2) Apabila jawaban B diberikan skor 4



- 3) Apabila jawaban C diberikan skor 3
  - 4) Apabila jawaban D diberikan skor 2
  - 5) Apabila jawaban E diberikan skor 1
- a) Skor tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- b) Skor terendah = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden

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

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

$$\text{Jumlah responden} = 10$$

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

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 4 \times 1 = 20$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 4 \times 1 = 4$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{5} = \frac{20 - 4}{5} = 3,2 = 3$$

Kategori 5

Rentan skor variabel citra merek

Rentang Skor	Kategori
20 – 17	Sangat Tinggi
16 – 13	Tinggi
12 – 9	Sedang
8 – 5	Rendah
4 – 1	Sangat Rendah

3. Keterangan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentangan skor kuesioner awal minat beli

- 1) Apabila jawaban A diberikan skor 5
  - 2) Apabila jawaban B diberikan skor 4
  - 3) Apabila jawaban C diberikan skor 3
  - 4) Apabila jawaban D diberikan skor 2
  - 5) Apabila jawaban E diberikan skor 1
- a) Skor tertinggi = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- b) Skor terendah = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x jumlah responden
- $$\text{Nilai tertinggi} = 5$$

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

$$\text{Jumlah responden} = 10$$

$$\text{Jumlah pertanyaan} = 8$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 8 \times 1 = 40$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 8 \times 1 = 8$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Kategori}} = \frac{40 - 8}{5} = 6,4 = 6$$

Rentan skor variabel minat beli

Rentangan Skor	Kategori
40 – 34	Sangat Tinggi
33 – 27	Tinggi
26 – 20	Sedang
19 – 13	Rendah
12 – 6	Sangat Rendah

4. Keterangan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentangan skor kuesioner awal kualitas produk total

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

b) Skor terendah = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x total jumlah responden

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

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

$$\text{Jumlah responden} = 10$$

$$\text{Jumlah pertanyaan} = 10$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 10 \times 10 = 500$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 10 \times 10 = 100$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{Kategori}} = \frac{500 - 100}{5} = 80$$

Rentan total skor variabel Kualitas produk



Rentangan Skor	Kategori
500 – 420	Sangat Tinggi
419 – 339	Tinggi
338 – 258	Sedang
257 – 177	Rendah
176 – 96	Sangat Rendah

5. Keterangan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentangan skor kuesioner awal citra merek total

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

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

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Jumlah responden = 10

Jumlah pertanyaan = 4

**Skor tertinggi** =  $5 \times 4 \times 10 = 200$

**Skor terendah** =  $1 \times 4 \times 10 = 40$

**Interval** =  $\frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{5} = \frac{200 - 40}{5} = 32$

Kategori 5

Rentan total skor variabel citra merek

Rentangan Skor	Kategori
200 – 168	Sangat Tinggi
167 – 135	Tinggi
134 – 102	Sedang
101 – 69	Rendah
68 – 36	Sangat Rendah

6. Keterangan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentangan skor kuesioner awal minat beli total

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

b) Skor terendah = nilai tertinggi x jumlah pertanyaan x total jumlah responden

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Jumlah responden = 10

Jumlah pertanyaan = 8

**Skor tertinggi** =  $5 \times 8 \times 10 = 400$

**Skor terendah** =  $1 \times 8 \times 10 = 80$

**Interval** =  $\frac{\text{Skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{5} = \frac{400 - 80}{5} = 64$

Kategori 5

Rentan total skor variable minat beli

Rentangan Skor	Kategori
400 – 336	Sangat Tinggi
335 – 271	Tinggi
270 – 206	Sedang
205 – 141	Rendah
140 – 76	Sangat Rendah

### Lampiran 03. Deskripsi Data Responden

Statistics		
Volume		
N	Valid	85
	Missing	0

Volume					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 kali	22	25.9	25.9	25.9
	3-4 kali	40	47.1	47.1	72.9
	>5 kali	23	27.1	27.1	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

Tahun					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ak.2019	39	45.9	45.9	45.9
	Ak.2020	41	48.2	48.2	94.1
	diatas Ak.2021	5	5.9	5.9	100.0
	Total	85	100.0	100.0	

### Lampiran 04. Tabulasi Data Responden

No	Kualitas Produk										T X 1	Citra Merek			T X 2	Minat Beli				T Y
	x 1. 1	x 1. 2	x 1. 3	X 1. 4	X 1. 5	X 1. 6	X 1. 7	X 1. 8	X 1. 9	X1 .10		X 2. 1	X 2. 2	X 2. 3		Y 1	Y 2	y 3	Y 4	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	4	12	4	3	3	3	13
2	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	41	3	3	4	10	4	5	4	5	18
3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43	4	4	4	12	4	4	4	4	16
4	5	4	3	3	4	5	4	4	4	5	41	5	4	4	13	3	4	4	5	16
5	4	5	4	4	5	5	4	3	5	4	43	4	4	5	13	5	4	3	5	17
6	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42	4	4	4	12	4	4	4	5	17
7	3	4	4	5	4	5	5	4	4	3	41	4	4	4	12	3	3	3	5	14
8	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	46	4	4	4	12	4	5	5	5	19
9	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	40	4	4	4	12	5	4	4	4	17
10	4	4	3	4	4	3	4	5	5	5	41	3	4	4	11	5	4	4	4	17
11	4	5	4	5	4	3	4	3	4	5	41	3	4	4	11	3	4	3	5	15
12	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	45	4	4	5	13	4	4	5	4	17
13	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	36	3	4	4	11	3	4	4	4	15
14	5	4	5	3	5	4	4	4	3	4	41	4	4	4	12	4	4	4	4	16
15	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	46	4	5	5	14	5	4	5	5	19
16	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49	5	4	4	13	5	5	5	5	20
17	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	46	3	5	4	12	4	4	5	4	17
18	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	48	5	5	5	15	5	4	5	4	18
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	4	14	5	4	4	4	17
20	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	46	4	3	5	12	5	5	4	5	19
21	5	5	4	3	4	5	4	5	4	5	44	5	5	5	15	5	5	5	5	20
22	4	5	5	3	4	4	3	4	5	5	42	4	4	5	13	4	5	5	4	18
23	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	40	5	4	4	13	5	4	4	5	18
24	3	4	5	5	4	4	4	4	5	5	43	4	4	5	13	3	5	5	4	17
25	5	4	5	5	5	3	5	5	4	4	45	4	4	5	13	4	5	5	4	18
26	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	42	5	4	4	13	5	5	4	4	18
27	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	45	3	4	4	11	4	4	4	4	16
28	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	48	4	4	5	13	4	5	5	5	19
29	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	41	4	5	3	12	5	4	4	4	17
30	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	46	5	5	5	15	4	4	4	4	16
31	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	44	5	5	5	15	5	4	5	5	19
32	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	47	4	4	5	13	3	4	4	4	15
33	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	43	4	5	4	13	4	4	5	4	17
34	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	46	5	4	4	13	5	5	4	4	18
35	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	43	4	4	5	13	3	4	4	4	15
36	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	38	5	5	5	15	3	4	5	5	17
37	5	4	5	3	4	5	3	5	5	3	42	5	4	5	14	4	5	5	4	18
38	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	5	5	5	15	3	5	5	5	18
39	3	4	5	4	4	5	5	5	4	3	42	4	3	5	12	5	4	4	4	17

40	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	45	4	5	5	14	5	4	5	4	18
41	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	46	3	3	5	11	4	5	5	5	19
42	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48	5	5	5	15	4	4	4	4	16
43	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	44	4	4	5	13	4	4	4	4	16
44	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	47	4	5	5	14	4	3	4	4	15
45	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44	5	5	5	15	5	5	5	5	20
46	3	4	4	3	4	5	5	4	5	5	42	5	5	5	15	4	4	4	5	17
47	4	3	4	5	4	3	4	5	4	4	40	5	5	5	15	5	5	5	5	20
48	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	45	4	4	5	13	5	5	5	5	20
49	3	4	4	3	4	4	3	4	5	5	39	4	3	4	11	4	3	4	3	14
50	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48	5	4	5	14	4	4	4	4	16
51	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	40	5	5	5	15	5	5	5	5	20
52	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	46	5	4	5	14	4	4	3	5	16
53	3	4	4	3	3	4	5	4	3	4	37	5	5	5	15	5	5	5	5	20
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49	4	4	4	12	4	4	4	4	16
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	15	5	5	5	5	20
56	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	45	5	4	5	14	4	5	4	4	17
57	5	4	5	4	5	4	3	4	5	5	44	5	5	5	15	5	5	5	5	20
58	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48	5	4	5	14	3	5	5	5	18
59	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	46	5	5	5	15	5	5	5	5	20
60	3	3	3	4	5	4	5	4	4	5	40	5	5	5	15	4	5	5	5	19
61	4	4	3	4	5	5	4	5	5	5	44	4	4	4	12	5	5	5	5	20
62	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	38	4	4	4	12	4	4	4	4	16
63	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	41	4	4	5	13	5	4	5	4	18
64	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	37	3	3	4	10	4	3	3	4	14
65	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47	4	4	4	12	5	5	5	5	20
66	4	3	3	3	4	4	5	5	4	4	39	5	4	5	14	4	4	4	4	16
67	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	44	4	4	4	12	5	4	4	4	17
68	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49	5	5	5	15	5	5	5	5	20
69	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	44	4	4	4	12	5	5	5	4	19
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	3	3	9	4	4	4	4	16
71	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	46	4	5	5	14	5	5	5	4	19
72	5	4	4	5	4	3	4	3	4	5	41	5	5	5	15	5	5	5	5	20
73	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47	5	4	4	13	5	4	5	5	19
74	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	37	4	3	4	11	4	3	4	3	14
75	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	46	5	5	4	14	5	4	4	4	17
76	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	45	5	5	5	15	5	5	4	4	18
77	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	44	4	3	4	11	5	5	5	4	19
78	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	38	4	5	4	13	4	4	4	4	16
79	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	45	5	4	5	14	4	5	4	4	17
80	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	44	4	5	5	14	4	4	5	5	18
81	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	44	4	5	4	13	3	4	4	4	15
82	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	46	4	5	4	13	4	4	5	4	17





	Sig. (2-tailed)	.517	.017	.082	.148	.014		.014	.002	.003	.786	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.7	Pearson Correlation	.063	.245*	.094	.409**	.160	.265*	1	.353**	.217*	.048	.553**
	Sig. (2-tailed)	.564	.024	.393	.000	.144	.014		.001	.046	.665	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.8	Pearson Correlation	.233*	.048	.069	.186	.211	.335**	.353**	1	.354**	.122	.566**
	Sig. (2-tailed)	.032	.660	.532	.088	.053	.002	.001		.001	.265	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.9	Pearson Correlation	.246*	.271*	.174	.280**	.253*	.319**	.217*	.354**	1	.343**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.023	.012	.111	.009	.020	.003	.046	.001		.001	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
X1.10	Pearson Correlation	.272*	.052	-.177	.064	.020	-.030	.048	.122	.343**	1	.327**
	Sig. (2-tailed)	.012	.634	.105	.560	.857	.786	.665	.265	.001		.002
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
TX1	Pearson Correlation	.485**	.547**	.421**	.589**	.495**	.541**	.553**	.566**	.662**	.327**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	
	N	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85	85
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).												
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).												

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.698	10

## 2. Uji Validitas dan Reliabilitas Citra Merek (X2)

### a. Uji Validitas dan Reliabilitas dengan N : 85

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	TX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.475**	.433**	.833**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85
X2.2	Pearson Correlation	.475**	1	.312**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000
	N	85	85	85	85
X2.3	Pearson Correlation	.433**	.312**	1	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.000
	N	85	85	85	85
TX2	Pearson Correlation	.833**	.782**	.715**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.673	3

## 3. Uji Validitas dan Reliabilitas Minat Beli (Y)

### a. Uji Validitas dan Reliabilitas N : 85

Correlations						
		Y1	Y2	Y3	Y4	TY
Y1	Pearson Correlation	1	.312**	.272*	.129	.632**
	Sig. (2-tailed)		.004	.012	.241	.000
	N	85	85	85	85	85
Y2	Pearson Correlation	.312**	1	.599**	.470**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85
Y3	Pearson Correlation	.272*	.599**	1	.341**	.768**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000		.001	.000
	N	85	85	85	85	85
Y4	Pearson Correlation	.129	.470**	.341**	1	.645**
	Sig. (2-tailed)	.241	.000	.001		.000

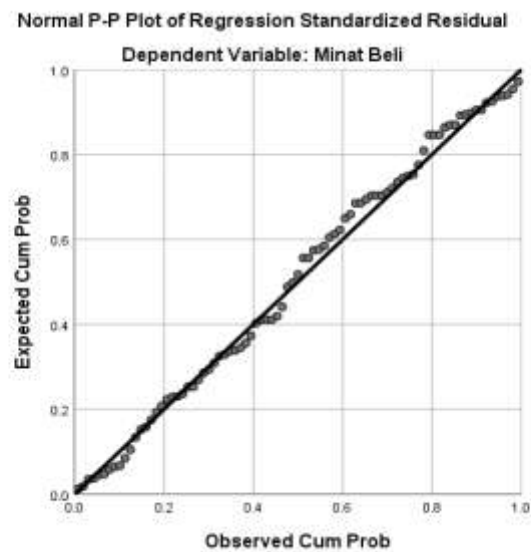
	N	85	85	85	85	85
TY	Pearson Correlation	.632**	.822**	.768**	.645**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).						
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).						

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
.679	4



## Lampiran 06. Hasil Output SPSS Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas dan *Kolmogorov-smirnov*



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		85
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.55452242
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.041
	Negative	-.064
Test Statistic		.064
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

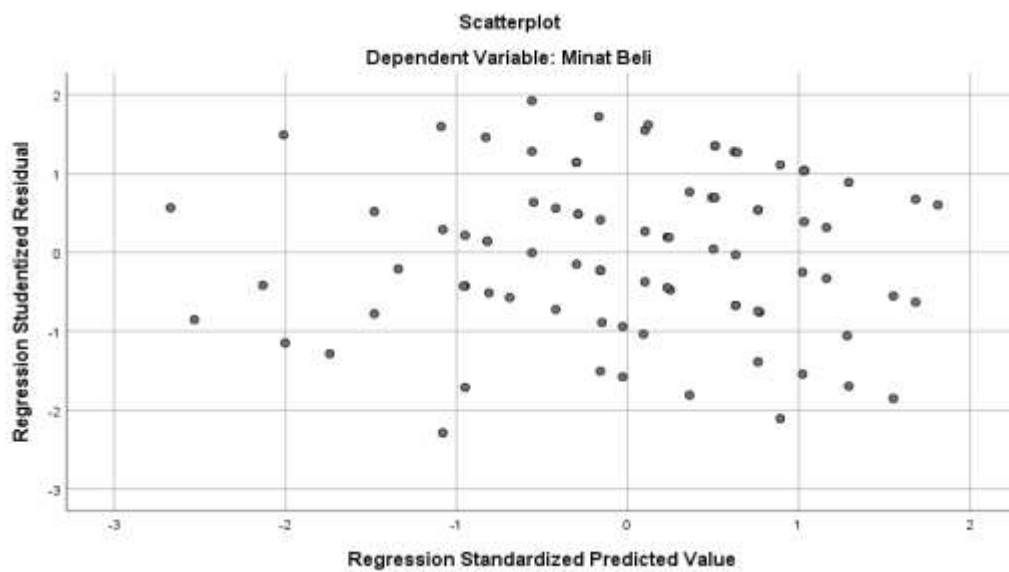
### 2. Uji Multikolinieritas

Coefficients <sup>a</sup>					
Model	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics

		B	Std. Error	Beta			Toleranc e	VIF
1	(Constant)	6.426	2.412		2.665	.009		
	Kualitas Produk	.114	.055	.213	2.090	.040	.891	1.123
	Citra Merek	.464	.126	.377	3.694	.000	.891	1.123

a. Dependent Variable: Minat Beli

### 3. Uji Heteroskedastitas dan Uji Gletjer



Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.326	1.315		.248	.805
	Kualitas Produk	.029	.030	.113	.971	.335
	Citra Merek	-.022	.068	-.038	-.325	.746

a. Dependent Variable: Abs\_RES

## Lampiran 07. Hasil Output SPSS Analisis Regresi Linear Berganda

### 1. Determinasi R

Model Summary <sup>b</sup>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.490 <sup>a</sup>	.240	.222	1.57337
a. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Produk				
b. Dependent Variable: Minat Beli				

### 2. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	64.258	2	32.129	12.979	.000 <sup>b</sup>
	Residual	202.989	82	2.475		
	Total	267.247	84			
a. Dependent Variable: Minat Beli						
b. Predictors: (Constant), Citra Merek, Kualitas Produk						

### 3. Uji T

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.426	2.412		2.665	.009
	Kualitas Produk	.114	.055	.213	2.090	.040
	Citra Merek	.464	.126	.377	3.694	.000
a. Dependent Variable: Minat Beli						