

## LAMPIRAN

### Lampiran 01. Ketentuan Skor Tertinggi, Skor Terendah dan Interval Rentang Skor Kuesioner Awal dan Kuesioner secara Total Variabel Citra Merek, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian.

#### Ketentuan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentang skor kuesioner awal keputusan pembelian.

1. Ketentuan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentang 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 pernyataan x jumlah responden

b. Skor terendah = nilai terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Jumlah pernyataan = 4

Jumlah responden = 1

Skor tertinggi =  $5 \times 4 \times 1 = 20$

Skor terendah =  $1 \times 4 \times 1 = 4$

Interval =  $\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{banyak kelas}}$

$$= \frac{20 - 4}{5} = 3,2 = 3$$

Rentang skor	Keterangan
20-17	Sangat tinggi
16-13	Tinggi
12-9	Sedang
8-5	Rendah
4-1	Sangat rendah

**Ketentuan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentang skor kuesioner awal citra merek.**

1. Ketentuan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentang 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 pernyataan x jumlah responden

b. Skor terendah = nilai terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Jumlah pernyataan = 3

Jumlah responden = 1

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

Skor terendah =  $1 \times 3 \times 1 = 3$

Interval =  $\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{banyak kelas}}$

$$= \frac{15 - 3}{5} = 2,4 = 2$$

<b>Rentang skor</b>	<b>Keterangan</b>
15-13	Sangat tinggi
12-10	Tinggi
9-7	Sedang
6-4	Rendah
3-1	Sangat rendah

**Ketentuan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentang skor kuesioner awal kualitas produk.**

1. Ketentuan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentang 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 pernyataan x jumlah responden

b. Skor terendah = nilai terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Jumlah pernyataan = 6

Jumlah responden = 1

Skor tertinggi =  $5 \times 6 \times 1 = 30$

Skor terendah =  $1 \times 6 \times 1 = 6$

Interval =  $\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{banyak kelas}}$

$$= \frac{30 - 6}{5} = 4,8 = 5$$

<b>Rentang skor</b>	<b>Keterangan</b>
30-25	Sangat tinggi
24-19	Tinggi
18-13	Sedang
12-7	Rendah
6-1	Sangat rendah

**Ketentuan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentang skor kuesioner awal keputusan pembelian secara total.**

1. Ketentuan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentang 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 pernyataan x jumlah responden
  - b. Skor terendah = nilai terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Jumlah pernyataan = 4

Jumlah responden = 10

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

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

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

<b>Rentang skor</b>	<b>Keterangan</b>
200-161	Sangat tinggi
160-121	Tinggi
120-81	Sedang
80-41	Rendah
40-1	Sangat rendah

**Ketentuan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentang skor kuesioner awal citra merek secara total.**

1. Ketentuan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentang 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 pernyataan x jumlah responden

b. Skor terendah = nilai terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Jumlah pernyataan = 3

Jumlah responden = 10

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

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

Interval =  $\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{banyak kelas}}$

$$= \frac{150 - 30}{5} = 24$$

<b>Rentang skor</b>	<b>Keterangan</b>
150-121	Sangat tinggi
120-91	Tinggi
90-61	Sedang
60-31	Rendah
30-1	Sangat rendah

**Ketentuan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentang skor kuesioner awal kualitas produk secara total.**

1. Ketentuan skor tertinggi, skor terendah dan interval rentang 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 pernyataan x jumlah responden

b. Skor terendah = nilai terendah x jumlah pernyataan x jumlah responden

Nilai tertinggi = 5

Nilai terendah = 1

Jumlah pernyataan = 6

Jumlah responden = 10

Skor tertinggi =  $5 \times 6 \times 10 = 300$

Skor terendah =  $1 \times 6 \times 10 = 60$

Interval =  $\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{banyak kelas}}$

$$= \frac{300 - 60}{5} = 48$$

<b>Rentang skor</b>	<b>Keterangan</b>
300-241	Sangat tinggi
240-181	Tinggi
180-121	Sedang
120-61	Rendah
60-1	Sangat rendah



## Lampiran 02. Kuesioner Penelitian



Kepada Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Hal : Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Undiksha pada Jurusan Manajemen, dengan ini saya bermaksud mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian AC Merek Daikin pada CV. Budha Teknik Ubud”.

Maka dengan ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/I untuk berkenan mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan sebenarnya sebagai data yang akan digunakan dalam penelitian. Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu, Saudara/i yang turut berpartisipasi dalam mengisi kuisiioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Singaraja, 24 November 2022

Peneliti

Komang Sanjita Wira Tri Utama  
NIM. 1917041082

### 1. Identitas Responden

(Berikan tanda ✓ pada kotak jawaban)

1. Nama : .....
2. Alamat : .....
3. Usia : tahun
4. Jenis Kelamin :  Perempuan  Laki-laki
5. Apakah anda sedang dan atau pernah menggunakan AC merek Daikin?  
 IYA  TIDAK

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

### 2. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda ✓ pada pilihan jawaban yang tersedia.

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

### 3. Draft Pertanyaan

#### a. Keputusan Pembelian

No.	Pertanyaan Keputusan Pembelian	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya memilih membeli AC merek Daikin kualitas produknya sangat baik					
2.	Saya memilih membeli AC merek Daikin karena sudah terbiasa menggunakannya					
3.	Saya memilih membeli AC merek Daikin karena rekomendasi dari orang lain					
4.	Saya membeli AC merek Daikin merasa puas sehingga melakukan pembelian ulang					

#### b. Citra Merek

No.	Pertanyaan Citra Merek	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	AC merek Daikin sudah dikenal banyak orang					
2.	AC merek Daikin memberikan banyak					



	manfaat lebih					
3.	AC merek Daikin memberikan kenyamanan saat menggunakannya					

**c. Kualitas Produk**

No.	Pertanyaan Kualitas Produk	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1.	Saya menyukai AC merek Daikin karena memiliki kinerja yang baik					
2.	AC merek Daikin memiliki banyak fitur tambahan					
3.	AC merek Daikin memiliki tingkat kerusakan yang rendah					
4.	AC merek daikin memiliki standar spesifikasi					
5.	AC merek Daikin memiliki tingkat keawetan yang tinggi					
6.	AC merek Daikin memiliki estetika dan daya tarik yang tinggi					



**Lampiran 03. Tabulasi Data Sampel Kecil Variabel Citra Merek ( $X_1$ ),  
Kualitas Produk ( $X_2$ ) dan Keputusan Pembelian (Y)**

No	Skor Keputusan Pembelian					Kategori
	Y1	Y2	Y3	Y4	Total	
1.	4	3	4	3	14	Tinggi
2.	4	2	4	2	12	Sedang
3.	4	4	5	3	16	Tinggi
4.	5	2	4	3	14	Tinggi
5.	5	4	3	5	17	Sangat tinggi
6.	4	3	3	2	12	Sedang
7.	3	2	2	2	9	Sedang
8.	4	4	5	5	18	Sangat tinggi
9.	5	4	4	5	18	Sangat tinggi
10.	4	4	4	3	15	Tinggi
Jumlah	42	32	38	33	139	Tinggi

No.	Skor Citra Merek				Kategori
	$X_{11}$	$X_{12}$	$X_{13}$	Total	
1.	4	3	4	11	Tinggi
2.	4	4	4	12	Tinggi
3.	3	4	4	11	Tinggi
4.	4	4	4	12	Tinggi
5.	3	2	3	8	Sedang
6.	2	3	4	9	Sedang
7.	3	2	4	9	Sedang
8.	5	3	4	12	Tinggi
9.	4	3	5	12	Tinggi
10.	5	2	3	10	Tinggi
Jumlah	37	30	39	106	Tinggi

No.	Skor Kualitas Produk							Kategori
	$X_{21}$	$X_{22}$	$X_{23}$	$X_{24}$	$X_{25}$	$X_{26}$	Total	
1.	5	4	2	4	3	5	23	Tinggi
2.	3	4	3	5	3	4	22	Tinggi
3.	4	5	3	4	3	4	23	Tinggi
4.	4	4	2	4	4	5	23	Tinggi
5.	4	4	2	5	5	5	25	Sangat tinggi
6.	3	3	2	4	3	4	19	Tinggi
7.	3	2	4	3	4	4	20	Tinggi
8.	3	4	1	5	5	3	22	Tinggi
9.	5	5	4	4	4	5	27	Sangat tinggi
10.	4	5	3	5	5	5	27	Sangat tinggi
Jumlah	38	40	26	43	39	44	230	Tinggi

## Lampiran 04. Deskripsi Data Responden

### 1. Data responden berdasarkan jenis kelamin

#### Statistics

Gender

N	Valid	65
	Missing	0

		Gender		Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	Laki-laki	41	63,1	63,1	63,1
	Perempuan	24	36,9	36,9	100,0
Total		65	100,0	100,0	

### 2. Data responden berdasarkan usia

#### Statistics

Usia

N	Valid	65
	Missing	0

		Usia		Valid	Cumulative
		Frequency	Percent	Percent	Percent
Valid	18-28	11	16,9	16,9	16,9
	29-38	35	53,8	53,8	70,8
	39-48	18	27,7	27,7	98,5
	>49	1	1,5	1,5	100,0
Total		65	100,0	100,0	

### 3. Data responden berdasarkan volume pembelian

#### Statistics

Volume Pembelian

N	Valid	65
	Missing	0

**Volume Pembelian**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	51	78,5	78,5	78,5
>2	14	21,5	21,5	100,0
Total	65	100,0	100,0	



## Lampiran 05. Tabulasi Data Responden

No	Citra Merek				Kualitas Produk							Keputusan Pembelian				
	X <sub>1</sub> 1	X <sub>1</sub> 2	X <sub>1</sub> 3	T X1	X <sub>2</sub> 1	X <sub>2</sub> 2	X <sub>2</sub> 3	X <sub>2</sub> 4	X <sub>2</sub> 5	X <sub>2</sub> 6	T X2	Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	T Y
1	4	4	4	12	5	4	5	5	4	4	27	5	5	5	5	20
2	5	4	4	13	4	4	4	4	4	5	25	5	5	4	4	18
3	4	4	4	12	5	4	4	4	4	5	26	5	5	5	4	19
4	5	5	4	14	4	5	4	5	5	4	27	5	5	5	5	20
5	4	5	5	14	5	4	5	5	5	4	28	5	5	5	5	20
6	4	4	4	12	5	4	5	4	4	4	26	5	5	4	4	18
7	4	4	5	13	4	4	4	5	4	4	25	4	4	5	5	18
8	5	4	5	14	5	5	4	4	5	5	28	5	4	5	5	19
9	5	5	5	15	4	4	4	5	5	4	26	5	5	5	5	20
10	4	4	4	12	4	5	4	5	5	5	28	4	5	5	5	19
11	4	4	3	11	4	3	3	3	3	3	19	4	4	4	4	16
12	3	4	5	12	4	4	4	3	4	5	24	5	5	4	5	19
13	5	5	4	14	4	4	5	5	4	4	26	5	5	5	5	20
14	5	5	5	15	5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	5	20
15	4	4	4	12	4	4	5	5	4	5	27	5	5	5	5	20
16	4	4	4	12	4	5	4	4	5	5	27	5	5	5	4	19
17	5	5	5	15	5	4	4	4	4	5	26	5	4	5	5	19
18	4	4	4	12	4	4	4	5	5	5	27	5	5	5	5	20
19	4	4	4	12	5	4	5	5	4	5	28	5	5	5	4	19
20	3	3	4	10	3	4	3	3	3	4	20	4	4	4	4	16
21	3	4	5	12	3	4	5	4	3	4	23	5	5	5	4	19
22	5	4	4	13	4	4	4	5	4	4	25	5	5	5	4	19
23	4	4	4	12	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
24	5	5	5	15	5	4	4	5	5	4	27	5	5	5	5	20
25	5	4	5	14	5	4	5	5	5	4	28	4	5	5	5	19
26	5	5	5	15	5	4	5	4	5	5	28	5	5	5	5	20
27	5	4	5	14	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	20

28	4	4	4	12	5	4	4	4	4	5	26	5	5	5	5	20
29	4	4	5	13	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	5	18
30	4	4	4	12	4	4	5	5	5	5	28	5	5	5	5	20
31	5	5	4	14	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	4	19
32	5	5	4	14	5	5	4	4	5	4	27	5	5	5	5	20
33	5	4	4	13	5	5	5	4	4	4	27	5	4	5	5	19
34	5	5	5	15	5	4	4	4	5	4	26	5	5	5	5	20
35	5	4	4	13	5	4	4	4	5	5	27	5	5	5	4	19
36	5	5	5	15	5	5	4	5	4	5	28	5	5	5	5	20
37	4	5	5	14	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
38	4	4	4	12	5	4	5	4	5	4	27	5	4	5	5	19
39	5	4	3	12	5	4	5	4	3	3	24	5	5	4	4	18
40	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24	4	5	5	4	18
41	5	5	5	15	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	20
42	5	4	4	13	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	20
43	4	5	5	14	5	4	5	4	3	4	25	5	5	5	5	20
44	4	4	4	12	4	4	3	4	5	4	24	5	4	4	5	18
45	5	4	5	14	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	20
46	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	20
47	5	5	5	15	5	4	4	5	5	5	28	5	5	5	5	20
48	5	4	5	14	5	4	5	5	4	5	28	5	5	5	5	20
49	5	4	4	13	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	20
50	4	4	4	12	4	5	4	5	4	5	27	5	5	5	5	20
51	5	5	5	15	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	20
52	4	5	5	14	5	4	5	5	4	5	28	5	5	5	5	20
53	4	3	3	10	4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	4	16
54	4	5	5	14	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	20
55	5	5	5	15	5	5	4	4	4	4	26	5	5	5	5	20
56	5	5	5	15	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	20
57	5	5	5	15	5	4	4	4	4	5	26	5	5	5	5	20
58	5	4	5	14	5	4	4	4	4	5	26	4	5	5	5	19
59	4	4	4	12	4	4	4	4	4	5	25	5	5	5	5	20



60	4	4	4	12	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	20
61	5	5	5	15	4	4	4	4	4	4	24	5	5	5	5	20
62	4	5	5	14	4	5	4	5	4	5	27	5	5	5	5	20
63	5	5	5	15	5	4	4	4	4	5	26	5	5	5	5	20
64	5	5	5	15	5	4	4	5	5	5	28	5	5	5	5	20
65	5	5	5	15	5	5	4	4	5	5	28	5	5	5	5	20



## Lampiran 06. Hasil *Output* SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas

### 1. Hasil *output* SPSS uji validitas

#### a. Uji validitas keputusan pembelian (Y)

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	14,4923	,691	,394	,578
Y2	14,5231	,660	,383	,585
Y3	14,5077	,598	,556	,462
Y4	14,5846	,622	,344	,624

#### b. Uji validitas citra merek (X<sub>1</sub>)

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	8,8462	1,038	,410	,750
X1.2	8,9385	,871	,686	,408
X1.3	8,8615	,965	,491	,653

#### c. Uji validitas kualitas produk (X<sub>2</sub>)

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	21,5077	3,566	,438	,689
X2.2	21,7538	3,876	,388	,703
X2.3	21,7692	3,712	,374	,707
X2.4	21,6769	3,285	,553	,653
X2.5	21,7385	3,259	,523	,662
X2.6	21,5538	3,470	,456	,684

### 2. Hasil *output* uji reliabilitas

#### a. Uji reliabilitas keputusan pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,633	4

**b. Uji reliabilitas citra merek ( $X_1$ )****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,705	3

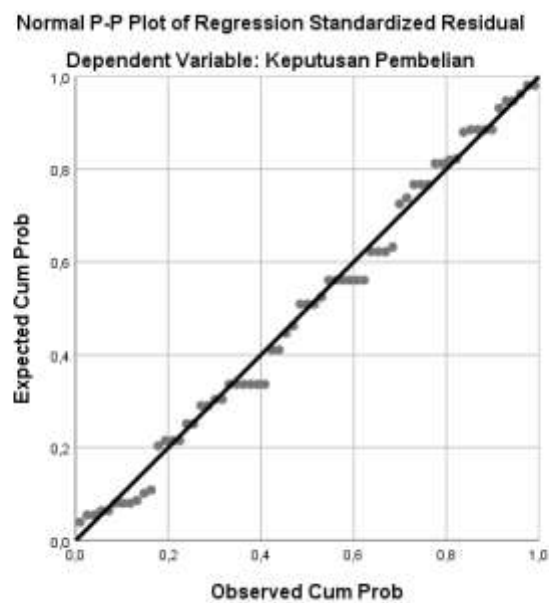
**c. Uji reliabilitas kualitas produk ( $X_2$ )****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,722	6



## Lampiran 07. Hasil *Output* SPSS Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji normalitas



### 2. Uji multikolinieritas

Model		Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	9,970	1,134		8,790	,000	
	Citra Merek	,312	,071	,424	4,403	,000	,814 1,229
	Kualitas Produk	,202	,044	,438	4,554	,000	,814 1,229

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### 3. Uji heteroskedastisitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>		Standardized Coefficients	t	Sig.
		Unstandardized Coefficients	Std. Error			
	B			Beta		
1	(Constant)	,154	,155		,988	,327
	Citra Merek	-,004	,010	-,054	-,387	,700
	Kualitas Produk	,002	,006	,041	,290	,772

a. Dependent Variable: abs3



## Lampiran 08. Hasil *Output* SPSS Uji Analisis Linier Berganda

### 1. Determinasi R

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,730 <sup>a</sup>	,532	,517	,70102

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

### 2. Uji t

Coefficients <sup>a</sup>									
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	9,970	1,134		8,790	,000			
	Citra Merek	,312	,071	,424	4,403	,000	,613	,488	,382
	Kualitas Produk	,202	,044	,438	4,554	,000	,621	,501	,396

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### 3. Uji F

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34,670	2	17,335	35,274	,000 <sup>b</sup>
	Residual	30,469	62	,491		
	Total	65,138	64			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

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