

LAMPIRAN

Lampiran 01. Kuesioner Penelitian



**KUESIONER PENELITIAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
FAKULTAS EKONOMI
JURUSAN MANAJEMEN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN**

Kepada

Yth Bapak/Ibu, Saudara/i

Hal : Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang saya lakukan untuk menyelesaikan studi di Universitas Pendidikan Ganesha, saya mohon dengan hormat kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini secara sukarela. Kuesioner ini bertujuan memperoleh data yang digunakan untuk mengetahui **“Pengaruh *Brand image* dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Laptop ASUS Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha”**. Data yang diperoleh hanya akan digunakan untuk tujuan akademik dan akan dipergunakan secara konfidensial. Doharapkan agar Bapak/Ibu, Saudara/I berkenan untuk menjawab seluruh pertanyaan yang ada dengan jujur. Atas kerjasama dan partisipasi yang diberikan saya ucapkan terima kasih.

Singaraja, 21 November 2023

Peneliti

Yemima Siskia Angelina
NIM. 2017041086

Pengaruh *Brand image* dan E-WOM Terhadap Keputusan Pembelian Laptop ASUS Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Pendidikan Ganesha

1) Identitas Responden

Responden diharapkan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut dengan mengisi bagian yang kosong atau memberi tanda (✓) pada jawaban yang tersedia.

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
3. Program Studi :
4. Semester :
5. Apakah pernah membeli produk Laptop ASUS?
 IYA TIDAK

Jika Anda menjawab IYA, silahkan lanjutkan mengisi kuesioner, namun jika menjawab TIDAK, silahkan berhenti untuk mengisi kuesioner.

2) Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silakan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda (✓) ppada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan:

1. SS : Sangat Setuju
2. S : Setuju
3. N : Netral
4. TS : Tidak Setuju
5. STS : Sangat Tidak Setuju

3) Butir Pertanyaan

Variabel *Brand image*

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	<i>Brand image</i>	1	2	3	4	5
1	Saya merasa produk Laptop ASUS sudah dikenal dan mudah diingat oleh banyak orang.					
2	Saya merasa produk laptop Merek ASUS memiliki reputasi merek yang positif dimata konsumen.					
3	Saya merasa produk Merek ASUS memiliki ciri khas atau simbol khusus pada setiap produknya.					

Variabel E-WOM

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	<i>Electronic Word of Mouth (E-WOM)</i>	1	2	3	4	5
1	Saya sering mencari saran serta rekomendasi mengenai produk Laptop ASUS secara <i>online</i> .					
2	Saya sering mendapatkan rekomendasi secara <i>online</i> mengenai produk Laptop ASUS.					
3	Saya sering membaca ulasan positif maupun negatif secara <i>online</i> pada produk Laptop ASUS.					
4	Saya merasa lebih percaya untuk melakukan keputusan pembelian produk Laptop ASUS jikalau adanya rekomendasi dan ulasan <i>online</i> mengenai produk Laptop ASUS.					
5	Saya menjadi yakin ketika melakukan keputusan pembelian produk Laptop ASUS jikalau terdapat banyaknya ulasan secara <i>online</i> mengenai produk Laptop ASUS.					

Variabel Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
	Keputusan Pembelian	1	2	3	4	5
1	Saya memilih produk Laptop ASUS karena memiliki banyak pilihan produk.					
2	Saya memutuskan membeli produk Laptop ASUS karena mereknya sudah banyak dikenal.					
3	Saya membeli produk Laptop ASUS melalui penyalur resmi produk laptop tersebut.					
4	Saya membeli produk Laptop ASUS sesuai dengan jumlah keperluan yang saya ingin gunakan.					
5	Saya membeli produk Laptop ASUS saat saya membutuhkannya.					
6	Saya membeli produk Laptop ASUS karena metode pembayarannya mudah dilakukan.					

Lampiran 02. Gambaran Umum Responden

No. Responden	Jenis Kelamin	Program Studi	Semester
1	P	S1 Manajemen	7
2	L	S1 Manajemen	7
3	P	S1 Manajemen	7
4	P	S1 Manajemen	7
5	P	S1 Manajemen	7
6	L	S1 Manajemen	7
7	P	S1 Manajemen	7
8	L	S1 Manajemen	7
9	P	S1 Manajemen	7
10	L	S1 Manajemen	7
11	P	S1 Akuntansi	7
12	P	D4 Akuntansi Sektor Publik	5
13	P	D4 Akuntansi Sektor Publik	5
14	P	S1 Akuntansi	7
15	L	S1 Akuntansi	7
16	P	S1 Manajemen	7
17	P	S1 Manajemen	7
18	P	S1 Manajemen	7

No. Responden	Jenis Kelamin	Program Studi	Semester
19	P	S1 Manajemen	7
20	L	S1 Manajemen	7
21	P	S1 Manajemen	7
22	P	S1 Manajemen	7
23	P	S1 Manajemen	7
24	L	S1 Manajemen	7
25	P	S1 Pendidikan Ekonomi	7
26	L	S1 Manajemen	7
27	L	S1 Manajemen	7
28	L	S1 Manajemen	5
29	P	S1 Pendidikan Ekonomi	7
30	L	S1 Akuntansi	3
31	P	S1 Akuntansi	5
32	L	D4 Pengelolaan Perhotelan	7
33	P	S1 Manajemen	7
34	P	S1 Manajemen	5
35	P	S1 Akuntansi	7
36	P	D4 Akuntansi Sektor Publik	5
37	L	S1 Manajemen	7
38	P	S1 Akuntansi	7
39	L	S1 Manajemen	7
40	P	S1 Akuntansi	3
41	P	S1 Manajemen	7
42	P	S1 Pendidikan Ekonomi	5
43	P	S1 Pendidikan Ekonomi	5
44	L	S1 Manajemen	7
45	P	S1 akuntansi	3
46	P	D4 Akuntansi Sektor Publik	7
47	P	D4 ASP	7
48	L	S1 Manajemen	7
49	P	S1 Manajemen	7
50	L	S1 Manajemen	7
51	P	S1 manajemen	7
52	P	S1 Manajemen	7
53	P	S1 Manajemen	7
54	P	S1 Akuntansi	7

No. Responden	Jenis Kelamin	Program Studi	Semester
55	L	S1 Pendidikan Ekonomi	1
56	L	S1 Manajamen	7
57	P	S1 Manajemen	3
58	P	S1 Manajemen	3
59	P	S1 Manajemen	5
60	L	S1 manajemen	7
61	P	S1 Manajemen	5
62	P	S1 Pendidikan Ekonomi	5
63	P	S1 Pendidikan Ekonomi	5
64	P	S1 Manajemen	7
65	P	S1 Pendidikan Ekonomi	5
66	P	S1 Pendidikan Ekonomi	5
67	P	S1 Pendidikan Ekonomi	5
68	P	S1 Pendidikan Ekonomi	5
69	P	S1 Manajemen	5
70	P	S1 Pendidikan Ekonomi	5
71	P	S1 Pendidikan Ekonomi	5
72	P	S1 Pendidikan Ekonomi	1
73	L	S1 Manajemen	3
74	P	S1 Pendidikan Ekonomi	5
75	P	S1 Manajemen	7
76	L	S1 Akuntansi	5
77	P	S1 Manajemen	3
78	P	S1 Akuntansi	7
79	L	S1 Akuntansi	3
80	P	S1 Manajemen	3
81	L	S1 Akuntansi	3
82	P	S1 Akuntansi	7
83	L	S1 Manajemen	7
84	P	D4 Pengelolaan Perhotelan	7
85	P	S1 Manajemen	7
86	P	S1 Manajemen	7

No. Responden	Jenis Kelamin	Program Studi	Semester
87	P	S1 Manajemen	7
88	P	S1 Manajemen	7
89	P	S1 Manajemen	7
90	L	S1 Pendidikan Ekonomi	1
91	P	S1 Manajemen	3
92	L	D4 Pengelolaan Perhotelan	3
93	P	S1 Manajemen	7
94	P	S1 Manajemen	7
95	L	S1 Manajemen	7
96	L	S1 Manajemen	7
97	L	S1 Manajemen	7
98	P	S1 Manajemen	7
99	P	S1 Manajemen	7
100	P	S1 Manajemen	7
101	P	S1 Pendidikan Ekonomi	7
102	L	S1 Manajemen	7
103	P	S1 Pendidikan Ekonomi	7
104	P	S1 Pendidikan Ekonomi	1
105	P	S1 Akuntansi	7
106	P	S1 Akuntansi	5
107	P	S1 Akuntansi	5
108	P	S1 Manajemen	7
109	P	S1 Manajemen	7
110	L	S1 Manajemen	1
111	P	S1 Manajemen	1
112	P	S1 Akuntansi	5
113	P	S1 Akuntansi	3
114	P	S1 Akuntansi	5
115	P	D4 Pengelolaan Perhotelan	1
116	L	D4 Pengelolaan Perhotelan	1
117	P	S1 Akuntansi	3
118	L	D4 Pengelolaan Perhotelan	1
119	P	S1 Akuntansi	3
120	P	S1 Akuntansi	5
121	P	S1 Manajemen	7

No. Responden	Jenis Kelamin	Program Studi	Semester
122	P	S1 Akuntansi	3
123	P	S1 Akuntansi	3
124	P	D4 Pengelolaan Perhotelan	1
125	L	S1 Manajemen	7
126	L	S1 Manajemen	7
127	L	S1 Manajemen	7
128	P	S1 Manajemen	7
129	P	S1 Manajemen	7
130	P	S1 Akuntansi	7
131	P	S1 Akuntansi	7
132	P	S1 Akuntansi	7
133	L	S1 Manajemen	7
134	P	S1 Manajemen	3
135	P	S1 Akuntansi	5
136	L	S1 Manajemen	3
137	P	S1 Akuntansi	5
138	L	S1 Manajemen	3
139	P	S1 Manajemen	7
140	L	S1 Manajemen	3



Lampiran 03. Hasil *Output* SPSS

1. *Output* SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas *Brand image*

a. *Output* SPSS Uji Validitas Kuesioner *Brand image*

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,640**	,550**	,840**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	140	140	140	140
X1.2	Pearson Correlation	,640**	1	,633**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	140	140	140	140
X1.3	Pearson Correlation	,550**	,633**	1	,857**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	140	140	140	140
Total_X1	Pearson Correlation	,840**	,881**	,857**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	140	140	140	140

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

b. *Output* SPSS Uji Reliabilitas Kuesioner *Brand image*

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,822	3

2. *Output* SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas E-WOM

a. *Output* SPSS Uji Validitas Kuesioner E-WOM

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,682**	,521**	,499**	,582**	,808**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
X2.2	Pearson Correlation	,682**	1	,567**	,547**	,551**	,826**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140

X2.3	Pearson Correlation	,521**	,567**	1	,537**	,554**	,782**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
X2.4	Pearson Correlation	,499**	,547**	,537**	1	,727**	,812**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140
X2.5	Pearson Correlation	,582**	,551**	,554**	,727**	1	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	140	140	140	140	140	140
Total_X2	Pearson Correlation	,808**	,826**	,782**	,812**	,839**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	140	140	140	140	140	140

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

b. Output SPSS Uji Reliabilitas Kuesioner E-WOM

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,872	5

3. Output SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

a. Output SPSS Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian

		Correlations						Total_
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	,708**	,406**	,528**	,495**	,605**	,812**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140
Y.2	Pearson Correlation	,708**	1	,543**	,594**	,620**	,420**	,829**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140
Y.3	Pearson Correlation	,406**	,543**	1	,618**	,532**	,431**	,741**
	Sig. (2-tailed)							

	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140
Y.4	Pearson Correlation	,528**	,594**	,618**	1	,642**	,419**	,798**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140
Y.5	Pearson Correlation	,495**	,620**	,532**	,642**	1	,401**	,784**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	140	140	140	140	140	140	140
Y.6	Pearson Correlation	,605**	,420**	,431**	,419**	,401**	1	,716**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	140	140	140	140	140	140	140
Total_Y	Pearson Correlation	,812**	,829**	,741**	,798**	,784**	,716**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	140	140	140	140	140	140	140

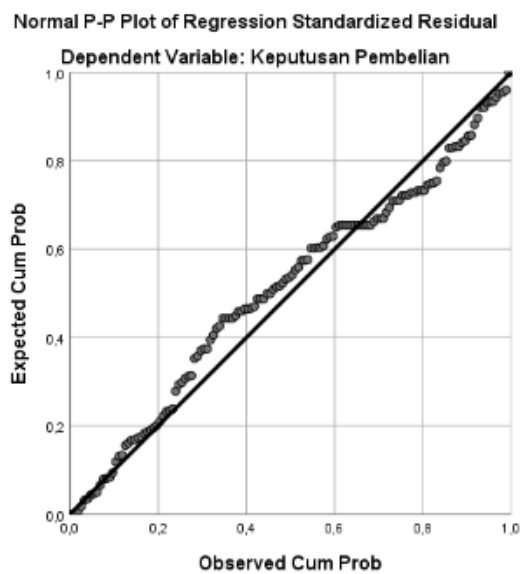
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

b. Output SPSS Uji Reliabilitas Kuesioner Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
,869	6

4. Output SPSS Uji Asumsi Klasik

a. Hasil Uji Normalitas (grafik *p*-plot)



b. Hasil Uji Normalitas (Kolmogorov-Smirnov)

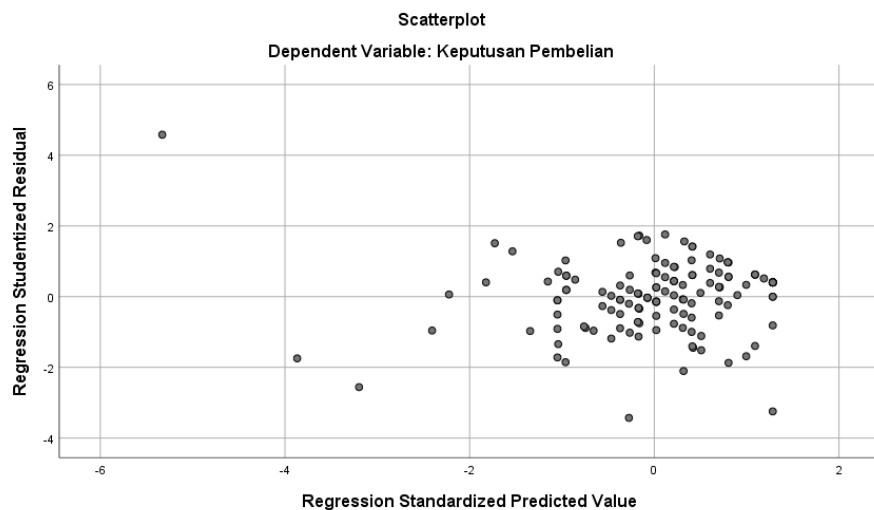
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		140
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,59499898
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,064
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,057 ^c
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		

c. Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,075	1,492		3,402	,001		
	Brand image	1,133	,139	,572	8,142	,000	,624	1,603
	E-WOM	,277	,075	,260	3,703	,000	,624	1,603

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

d. Hasil Uji Heteroskedastisitas (grafik *Scatterplot*)



e. Hasil Uji Heteroskedastisitas (Glejser)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,446	,952		5,720	,000
	Brand Image	-,154	,089	-,178	-1,733	,085
	E-WOM	-,081	,048	-,174	-1,698	,092

a. Dependent Variable: Abs_Res

5. Output SPSS Analisis Regresi Linier Berganda

Descriptive Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Pembelian	25,29	3,809	140
<i>Brand image</i>	12,92	1,923	140
E-WOM	20,10	3,575	140

Correlations				
		Keputusan Pembelian	<i>Brand image</i>	E-WOM
Pearson Correlation	Keputusan Pembelian	1,000	,732	,611
	<i>Brand image</i>	,732	1,000	,613
	E-WOM	,611	,613	1,000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Pembelian	.	,000	,000
	<i>Brand image</i>	,000	.	,000
	E-WOM	,000	,000	.
N	Keputusan Pembelian	140	140	140
	<i>Brand image</i>	140	140	140
	E-WOM	140	140	140

Correlations				
		<i>Brand image</i>	E-WOM	Keputusan Pembelian
<i>Brand image</i>	Pearson Correlation	1	,613**	,732**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	140	140	140
E-WOM	Pearson Correlation	,613**	1	,611**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	140	140	140
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	,732**	,611**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	140	140	140

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

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method

1	E-WOM, <i>Brand image</i> ^b	.	Enter
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian			
b. All requested variables entered.			

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,760 ^a	,578	,572	2,493	1,966
a. Predictors: (Constant), E-WOM, <i>Brand image</i>					
b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian					

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1165,403	2	582,702	93,742	,000 ^b
	Residual	851,590	137	6,216		
	Total	2016,993	139			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), E-WOM, <i>Brand image</i>						

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,075	1,492		3,402	,001		
	<i>Brand image</i>	1,133	,139	,572	8,142	,000	,624	1,603
	E-WOM	,277	,075	,260	3,703	,000	,624	1,603
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian								