



Lampiran 01. Daftar Pertanyaan Kuesioner

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

Kepada

Yth. Saudara/i Mahasiswa Universitas Pendidikan Ganesha

Hal: Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi yang sedang saya lakukan di Program Studi S1 Manajemen, Fakultas Ekonomi, Universitas Pendidikan Ganesha. Dengan ini, saya mengadakan kuesioner penelitian yang berjudul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Undiksha”**

Maka dengan ini, saya mohon kesediaan saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner ini. Atas kesediaan dan bantuan saudara/i yang turut berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Singaraja, 29 Januari 2023

Peneliti

Koming Della Aprilia Tri Sagita
NIM. 2017041114

A. Identitas Responden

(Beri Tanda \surd pada kotak jawaban)

1. Nama :
2. NIM :
3. Usia :
4. Jenis Kelamin :
 Laki-laki Perempuan
5. Prodi :
 S1 Manajemen D4 Pengelolaan Perhotelan
6. E-mail :
7. Apakah Anda memiliki atau menggunakan *Smartphone* Xiaomi saat ini?
 Ya Tidak
8. Apakah Anda telah menggunakan *Smartphone* Xiaomi selama 1 tahun atau lebih?
 Ya Tidak

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



B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan Anda pilih jawaban yang menurut Anda paling sesuai dengan kondisi yang ada dengan memberikan tanda 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 Kualitas Produk (X_1)	Tanggapan				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	<i>Smartphone</i> merek Xiaomi memiliki fitur yang canggih					
2	<i>Smartphone</i> merek Xiaomi tidak cepat rusak					
3	<i>Smartphone</i> merek Xiaomi mudah diperbaiki					
4	<i>Smartphone</i> merek Xiaomi mendapatkan review yang positif dari pengguna					

No	Pernyataan Citra Merek (X_2)	Tanggapan				
		SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Xiaomi merupakan merek <i>smartphone</i> yang terkenal					
2	Penggunaan <i>smartphone</i> Xiaomi telah mempermudah aktivitas sehari-hari saya, seperti akses internet, komunikasi, dan aplikasi lainnya					

3	Saya mengidentifikasi merek Xiaomi sebagai merek yang inovatif, dinamis, dan sesuai dengan gaya hidup modern					
---	--	--	--	--	--	--

No	Pernyataan	Tanggapan				
	Keputusan Pembelian (Y)	SS	S	N	TS	STS
		5	4	3	2	1
1	Saya cenderung memilih produk <i>smartphone</i> Xiaomi karena fitur yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan saya.					
2	Saya lebih memilih membeli <i>smartphone</i> Xiaomi dibandingkan merek lain.					
3	Saya memilih toko atau platform penjualan yang menyediakan <i>smartphone</i> merek Xiaomi.					
4	Saya memilih membeli <i>smartphone</i> Xiaomi pada waktu tertentu (misalnya saat ada promosi atau diskon).					
5	Saya membeli 1 produk <i>smartphone</i> Xiaomi dalam satu pembelian, sesuai dengan kebutuhan dan keinginan pribadi.					
6	Saya melakukan keputusan pembelian <i>smartphone</i> Xiaomi dengan memilih metode pembayaran yang mudah					

Lampiran 02 Daftar Pertanyaan Wawancara

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. Umur :
3. Jenis Kelamin :

B. Pertanyaan Wawancara

1. Apakah anda memiliki *smartphone* saat ini?
2. Apa merek *smartphone* yang anda miliki saat ini?
3. Berapa tahun anda menggunakan merek *smartphone* tersebut?
4. Apa alasan anda memilih merek tersebut?



Lampiran 03. Hasil Wawancara

NO	MEREK <i>SMARTPHONE</i>	TAHUN	ALASAN
1	Samsung	Lebih dari 1 tahun	Awet tahan lama
2	Samsung	Lebih dari 1 tahun	Kualitasnya bagus
3	Iphone	Lebih dari 1 tahun	Kameranya bagus
4	Oppo	Lebih dari 1 tahun	Memiliki kapasitas RAM yang besar
5	Xiaomi	Lebih dari 1 tahun	Mudah digunakan
6	Oppo	Lebih dari 1 tahun	Kapasitas penyimpanan banyak
7	Samsung	Lebih dari 1 tahun	Fitur yang beragam
8	Vivo	Lebih dari 1 tahun	Memenuhi kebutuhan komunikasi
9	Iphone	Lebih dari 1 tahun	Kameranya bagus
10	Samsung	Lebih dari 1 tahun	Kualitas terjamin



Lampiran 04. Tabulasi Data Kuesioner Awal

Responden	Keputusan Pembelian (Y)						Total	Keterangan Responden
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6		
1	3	3	4	3	5	4	22	Tinggi
2	3	2	3	2	4	4	18	Sedang
3	4	4	3	4	5	4	24	Tinggi
4	3	3	3	2	4	3	18	Sedang
5	1	2	2	2	2	3	12	Rendah
6	2	3	3	3	4	4	19	Sedang
7	3	2	3	3	5	4	20	Sedang
8	3	2	3	1	3	4	16	Sedang
9	2	1	2	2	2	2	11	Rendah
10	3	2	3	2	4	4	18	Sedang
Jumlah	27	24	29	24	38	36	178	Sedang

Responden	Kualitas Produk (X_1)				Total	Keterangan Responden
	$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	$X_{1.4}$		
1	3	2	2	3	10	Rendah
2	3	1	2	3	9	Rendah
3	4	3	3	3	13	Sedang
4	5	3	4	4	16	Tinggi
5	3	3	3	3	12	Sedang
6	4	3	3	4	14	Tinggi
7	3	2	3	2	10	Rendah
8	3	3	3	3	12	Sedang
9	3	2	3	3	11	Sedang
10	3	2	3	3	11	Sedang
Jumlah	34	24	29	31	118	Sedang

Responden	Citra Merek (X_2)			Total	Keterangan Responden
	$X_{2.1}$	$X_{2.2}$	$X_{2.3}$		
1	2	3	2	7	Rendah
2	2	3	4	9	Sedang
3	3	3	3	9	Sedang
4	4	3	3	10	Sedang
5	1	3	3	7	Rendah
6	4	4	3	11	Tinggi
7	2	3	4	9	Sedang
8	2	3	2	7	Rendah
9	1	2	3	6	Rendah
10	3	2	3	8	Sedang
Jumlah	24	29	30	83	Sedang

Lampiran 05 Interval Kuesioner

- a. Skor tertinggi = Nilai tertinggi \times jumlah pertanyaan \times jumlah responden
 b. Skor terendah = Nilai terendah \times jumlah pertanyaan \times jumlah responden

A. Keputusan Pembelian

Nilai Tertinggi = 5
 Nilai Terendah = 1
 Jumlah responden = 10
 Jumlah pertanyaan = 6
 Skor tertinggi = $5 \times 6 \times 1 = 30$
 Skor terendah = $1 \times 6 \times 1 = 6$
 Interval = $\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} = \frac{30 - 6}{5} = 4,8$

Rentang Skor Keputusan Pembelian

Rentang Skor	Katagori Kinerja
25,2 – 30	Sangat Tinggi
20,3 – 25,1	Tinggi
15,4 – 20,2	Sedang
10,9 – 15,3	Rendah
6 – 10,8	Sangat Rendah

Nilai Tertinggi = 5
 Nilai Terendah = 1
 Jumlah responden = 10
 Jumlah pertanyaan = 6
 Skor tertinggi = $5 \times 6 \times 10 = 300$
 Skor terendah = $1 \times 6 \times 10 = 60$
 Interval = $\frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} = \frac{300 - 60}{5} = 48$

Rentang skor keputusan pembelian secara total

Rentang Skor	Katagori Kinerja
252 – 300	Sangat Tinggi
203 – 251	Tinggi
154 – 202	Sedang
109 – 153	Rendah
60 – 108	Sangat Rendah

B. Kualitas Produk

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

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

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

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

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

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

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

Rentang skor kualitas produk

Rentang Skor	Kategori Kinerja
16,8 – 20	Sangat Tinggi
13,5 – 16,7	Tinggi
10,2 – 13,4	Sedang
7,3 – 10,1	Rendah
4 – 7,2	Sangat Rendah

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

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

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

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

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 4 \times 10 = 200$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 4 \times 10 = 40$$

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

Rentang skor kualitas produk secara total

Rentang Skor	Kategori Kinerja
168 – 200	Sangat Tinggi
135 – 167	Tinggi
102 – 134	Sedang
73 – 101	Rendah
40 – 72	Sangat Rendah

C. Citra Merek

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

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

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

$$\text{Jumlah pertanyaan} = 3$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 3 \times 1 = 15$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 3 \times 1 = 3$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} = \frac{15 - 3}{5} = 2,4$$

Rentang skor citra merek

Rentang Skor	Kategori Kinerja
12,6 – 15	Sangat Tinggi
10,1 – 12,5	Tinggi
7,6 – 10	Sedang
5,5 – 7,5	Rendah
3 – 5,4	Sangat Rendah

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

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

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

$$\text{Jumlah pertanyaan} = 3$$

$$\text{Skor tertinggi} = 5 \times 3 \times 10 = 150$$

$$\text{Skor terendah} = 1 \times 3 \times 10 = 30$$

$$\text{Interval} = \frac{\text{skor tertinggi} - \text{skor terendah}}{\text{kategori}} = \frac{150 - 30}{5} = 24$$

Rentang skor citra merek secara total

Rentang Skor	Kategori Kinerja
126 – 150	Sangat Tinggi
101 – 125	Tinggi
76 – 100	Sedang
55 – 75	Rendah
30 – 54	Sangat Rendah

Lampiran 06 Data Penelitian Sampel Kecil

Hasil Kuesioner sampel kecil untuk uji validitas dan uji reliabilitas variabel Kualitas Produk (X_1)

Responden	Kualitas Produk (X_1)				Total X_1
	$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	$X_{1.4}$	
1	4	3	3	3	13
2	5	5	5	4	19
3	5	5	3	4	17
4	3	2	3	2	10
5	3	2	2	3	10
6	4	5	4	5	18
7	3	3	3	3	12
8	5	4	4	4	17
9	4	4	4	4	16
10	5	4	3	4	16
11	4	4	4	4	16
12	5	4	4	5	18
13	5	5	5	5	20
14	3	2	3	3	11
15	5	5	5	5	20
16	5	3	3	4	15
17	5	3	3	5	16
18	5	5	5	5	20
19	4	4	4	4	16
20	5	4	3	3	15
21	5	5	4	5	19
22	3	3	2	4	12
23	4	4	3	5	16
24	3	3	2	2	10
25	5	5	5	4	19
26	4	4	3	4	15
27	4	4	5	5	18
28	5	4	5	4	18
29	5	4	4	5	18
30	4	4	4	4	16
Jumlah	129	116	110	121	476

Hasil Kuesioner sampel kecil untuk uji validitas dan uji reliabilitas variabel Citra Merek (X_2)

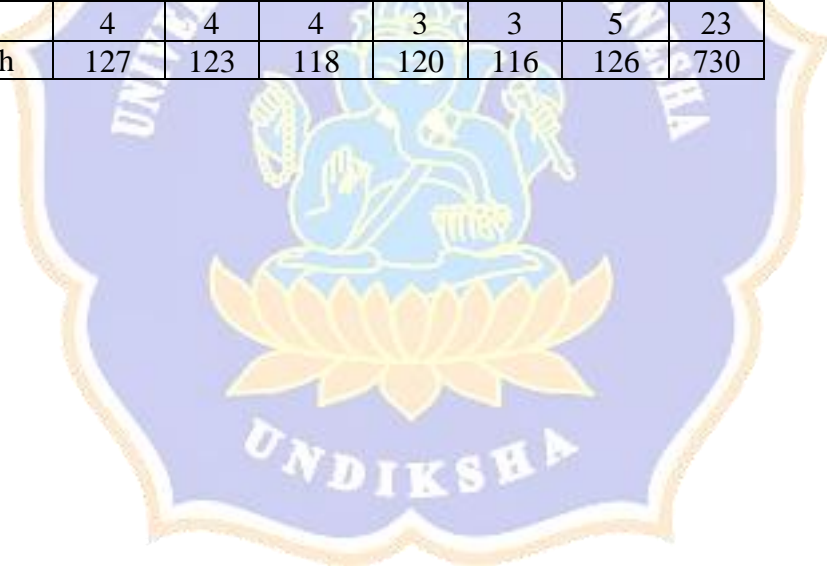
Responden	Citra Merek (X_2)			Total
	$X_{2.1}$	$X_{2.2}$	$X_{2.3}$	
1	5	4	5	14
2	5	5	5	15

3	4	4	3	11
4	2	3	4	9
5	4	5	4	13
6	4	4	4	12
7	4	4	4	12
8	3	3	4	10
9	5	4	3	12
10	4	5	4	13
11	5	5	5	15
12	5	5	5	15
13	5	5	5	15
14	3	2	3	8
15	4	4	5	13
16	4	3	3	10
17	4	4	5	13
18	3	4	4	11
19	5	5	5	15
20	4	5	4	13
21	5	4	5	14
22	5	4	4	13
23	4	5	5	14
24	3	3	4	10
25	4	4	4	12
26	3	4	3	10
27	3	5	4	12
28	4	4	3	11
29	5	5	5	15
30	3	4	4	11
Jumlah	121	125	125	371

Hasil Kuesioner sampel kecil untuk uji validitas dan uji reliabilitas variabel Keputusan Pembelian (Y)

Responden	Keputusan Pembelian (Y)						Total
	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	
1	3	4	4	3	4	4	22
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	4	5	4	4	4	26
4	4	3	4	3	3	3	20
5	4	2	3	3	4	3	19
6	4	5	4	5	4	4	26
7	4	5	3	3	3	3	21
8	5	2	4	4	4	5	24
9	4	5	3	5	4	4	25
10	5	5	5	5	5	5	30

11	5	4	4	4	3	5	25
12	4	5	4	5	4	4	26
13	5	5	5	5	4	5	29
14	5	3	2	1	3	4	18
15	5	5	5	4	5	4	28
16	3	4	3	4	3	4	21
17	4	4	3	4	5	4	24
18	5	4	5	4	5	5	28
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	5	3	4	3	5	24
21	5	5	4	5	4	4	27
22	3	2	3	4	4	4	20
23	4	4	4	5	3	4	24
24	4	3	4	4	4	4	23
25	4	4	4	4	4	5	25
26	3	5	4	4	3	4	23
27	4	4	4	4	5	4	25
28	4	4	5	4	3	3	23
29	5	5	4	4	4	5	27
30	4	4	4	3	3	5	23
Jumlah	127	123	118	120	116	126	730



Lampiran 07 Validitas dan Reliabilitas Sampel Kecil

Hasil validitas dan reliabilitas kualitas produk (X_1) untuk sampel kecil

1) Validitas

		Correlations				
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	tot
x1.1	Pearson Correlation	1	.704**	.588**	.619**	.837**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
x1.2	Pearson Correlation	.704**	1	.716**	.667**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
x1.3	Pearson Correlation	.588**	.716**	1	.579**	.851**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30	30
x1.4	Pearson Correlation	.619**	.667**	.579**	1	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000
	N	30	30	30	30	30
tot	Pearson Correlation	.837**	.904**	.851**	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

2) Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.878	4

Hasil validitas dan reliabilitas citra merek (X_2) untuk sampel kecil

1) Validitas

		Correlations			
		x2.1	x2.2	x2.3	tot
x2.1	Pearson Correlation	1	.555**	.480**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.001	.007	.000
	N	30	30	30	30
x2.2	Pearson Correlation	.555**	1	.535**	.843**
	Sig. (2-tailed)	.001		.002	.000
	N	30	30	30	30
x2.3	Pearson Correlation	.480**	.535**	1	.799**
	Sig. (2-tailed)	.007	.002		.000
	N	30	30	30	30
tot	Pearson Correlation	.835**	.843**	.799**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

2) Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.766	3

Hasil validitas dan reliabilitas keputusan pembelian (Y) untuk sampel kecil

1) Validitas

		Correlations						
		y1	y2	y3	y4	y5	y6	tot
y1	Pearson Correlation	1	.175	.418*	.117	.343	.428*	.584**
	Sig. (2-tailed)		.356	.021	.539	.063	.018	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
y2	Pearson Correlation	.175	1	.330	.495**	.118	.238	.649**
	Sig. (2-tailed)	.356		.075	.005	.534	.205	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y3	Pearson Correlation	.418*	.330	1	.504**	.405*	.291	.746**
	Sig. (2-tailed)	.021	.075		.004	.026	.119	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y4	Pearson Correlation	.117	.495**	.504**	1	.379*	.298	.741**
	Sig. (2-tailed)	.539	.005	.004		.039	.110	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y5	Pearson Correlation	.343	.118	.405*	.379*	1	.270	.614**
	Sig. (2-tailed)	.063	.534	.026	.039		.149	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
y6	Pearson Correlation	.428*	.238	.291	.298	.270	1	.603**
	Sig. (2-tailed)	.018	.205	.119	.110	.149		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
tot	Pearson Correlation	.584**	.649**	.746**	.741**	.614**	.603**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

2) Reliabilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.734	6



Lampiran 08 Data Penelitian Sampel Besar

Hasil Kuesioner Kualitas Produk (X_1)

Responden	Kualitas Produk (X_1)				Total X_1
	$X_{1.1}$	$X_{1.2}$	$X_{1.3}$	$X_{1.4}$	
1	4	3	3	3	13
2	5	5	5	4	19
3	5	5	3	4	17
4	3	2	3	2	10
5	3	2	2	3	10
6	4	5	4	5	18
7	3	3	3	3	12
8	5	4	4	4	17
9	4	4	4	4	16
10	5	4	3	4	16
11	4	4	4	4	16
12	5	4	4	5	18
13	5	5	5	5	20
14	3	2	3	3	11
15	5	5	5	5	20
16	5	3	3	4	15
17	5	3	3	5	16
18	5	5	5	5	20
19	4	4	4	4	16
20	5	4	3	3	15
21	5	5	4	5	19
22	3	3	2	4	12
23	4	4	3	5	16
24	3	3	2	2	10
25	5	5	5	4	19
26	4	4	3	4	15
27	4	4	5	5	18
28	5	4	5	4	18
29	5	4	4	5	18
30	4	4	4	4	16
31	4	3	3	3	13
32	4	4	3	4	15
33	3	3	3	4	13
34	4	4	4	4	16
35	3	3	3	3	12
36	4	4	4	4	16
37	4	4	3	4	15
38	5	3	4	4	16
39	5	3	3	4	15
40	4	3	4	4	15
41	5	4	4	4	17

42	4	4	4	4	16
43	5	3	4	4	16
44	5	5	5	5	20
45	4	3	3	3	13
46	5	4	4	5	18
47	4	4	3	4	15
48	4	4	4	4	16
49	5	4	3	5	17
50	5	4	5	4	18
51	4	2	3	4	13
52	5	5	5	5	20
53	5	5	4	5	19
54	5	5	5	5	20
55	4	4	3	5	16
56	5	5	4	4	18
57	5	5	5	4	19
58	3	3	3	3	12
59	4	4	4	4	16
60	5	3	4	4	16
61	3	3	3	3	12
62	4	5	4	5	18
63	4	4	4	5	17
64	5	5	4	5	19
65	4	2	3	3	12
Jumlah	280	249	241	265	1035

Hasil Kuesioner Citra Merek (X_2)

Responden	Citra Merek (X_2)			Total
	$X_{2.1}$	$X_{2.2}$	$X_{2.3}$	
1	5	4	5	14
2	5	5	5	15
3	4	4	3	11
4	2	3	4	9
5	4	5	4	13
6	4	4	4	12
7	4	4	4	12
8	3	3	4	10
9	5	4	3	12
10	4	5	4	13
11	5	5	5	15
12	5	5	5	15
13	5	5	5	15
14	3	2	3	8
15	4	4	5	13
16	4	3	3	10

17	4	4	5	13
18	3	4	4	11
19	5	5	5	15
20	4	5	4	13
21	5	4	5	14
22	5	4	4	13
23	4	5	5	14
24	3	3	4	10
25	4	4	4	12
26	3	4	3	10
27	3	5	4	12
28	4	4	3	11
29	5	5	5	15
30	3	4	4	11
31	3	4	5	12
32	5	4	5	14
33	4	4	4	12
34	4	3	3	10
35	4	4	4	12
36	4	4	5	13
37	3	4	5	12
38	3	4	4	11
39	5	3	4	12
40	3	3	3	9
41	5	5	4	14
42	3	3	3	9
43	5	4	3	13
44	3	4	3	10
45	4	4	3	11
46	4	4	4	12
47	4	3	3	10
48	3	5	5	13
49	3	4	4	11
50	5	5	3	13
51	5	4	4	13
52	5	5	5	15
53	4	3	5	12
54	4	4	4	12
55	5	4	5	14
56	4	4	5	13
57	4	4	4	12
58	5	4	4	13
59	3	3	4	10
60	4	2	4	10
61	4	4	4	12
62	5	4	5	14

63	5	4	3	11
64	5	5	4	14
65	4	4	5	13
Jumlah	264	261	267	792

Hasil Kuesioner Keputusan Pembelian (Y)

Responden	Keputusan Pembelian (Y)						Total
	Y ₁	Y ₂	Y ₃	Y ₄	Y ₅	Y ₆	
1	3	4	4	3	4	4	22
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	4	5	4	4	4	26
4	4	3	4	3	3	3	20
5	4	2	3	3	4	3	19
6	4	5	4	5	4	4	26
7	4	5	3	3	3	3	21
8	5	2	4	4	4	5	24
9	4	5	3	5	4	4	25
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	4	4	4	3	5	25
12	4	5	4	5	4	4	26
13	5	5	5	5	4	5	29
14	5	3	2	1	3	4	18
15	5	5	5	4	5	4	28
16	3	4	3	4	3	4	21
17	4	4	3	4	5	4	24
18	5	4	5	4	5	5	28
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	5	3	4	3	5	24
21	5	5	4	5	4	4	27
22	3	2	3	4	4	4	20
23	4	4	4	5	3	4	24
24	4	3	4	4	4	4	23
25	4	4	4	4	4	5	25
26	3	5	4	4	3	4	23
27	4	4	4	4	5	4	25
28	4	4	5	4	3	3	23
29	5	5	4	4	4	5	27
30	4	4	4	3	3	5	23
31	5	3	4	3	3	4	22
32	5	3	3	4	5	5	25
33	3	4	4	5	3	4	23
34	4	3	3	4	4	5	23
35	3	3	3	3	3	4	19
36	4	4	5	3	3	4	23

37	5	4	3	3	4	3	22
38	4	4	2	4	3	5	22
39	4	3	3	3	4	5	22
40	5	4	3	3	3	3	21
41	4	3	5	4	5	3	24
42	5	4	3	4	3	4	23
43	4	4	4	4	3	4	23
44	3	2	4	3	4	5	21
45	4	3	4	3	4	5	23
46	4	3	5	4	5	5	26
47	4	3	2	2	5	5	21
48	2	3	4	5	5	5	24
49	4	4	4	5	4	5	26
50	5	4	3	5	5	4	26
51	4	2	3	3	4	5	21
52	5	4	5	5	5	5	29
53	5	4	5	3	5	5	27
54	5	5	3	5	5	5	28
55	5	3	4	4	4	4	24
56	4	5	4	5	5	4	27
57	4	4	4	4	4	4	24
58	3	3	3	3	4	4	20
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	4	3	4	3	3	21
62	4	4	4	5	4	4	25
63	4	4	4	4	5	5	26
64	4	5	4	5	5	4	27
65	4	3	3	4	3	3	20
Jumlah	271	249	246	256	258	276	1556

Lampiran 09. Karakteristik Responden

usia

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid 21	33	50.8	50.8	50.8
22	32	49.2	49.2	100.0
Total	65	100.0	100.0	

jeniskelamin

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid Perempuan	46	70.8	70.8	70.8
Laki-laki	19	29.2	29.2	100.0
Total	65	100.0	100.0	

prodi

	<i>Frequency</i>	<i>Percent</i>	<i>Valid Percent</i>	<i>Cumulative Percent</i>
Valid S1 Manajemen	54	83.1	83.1	83.1
D4 Pengelolaan Perhotelan	11	16.9	16.9	100.0
Total	65	100.0	100.0	

Lampiran 10. Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

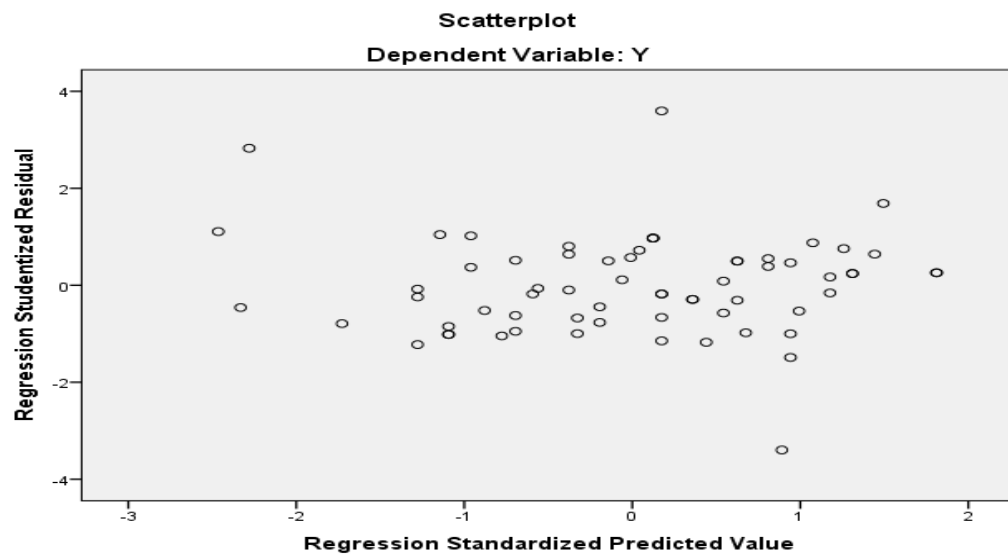
<i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i>		
		<i>Unstandardized Residual</i>
N		65
<i>Normal Parameters^{a,b}</i>	<i>Mean</i>	.0000000
	<i>Std. Deviation</i>	1.54289420
<i>Most Extreme Differences</i>	<i>Absolute</i>	.099
	<i>Positive</i>	.099
	<i>Negative</i>	-.082
<i>Test Statistic</i>		.099
<i>Asymp. Sig. (2-tailed)</i>		.188 ^{c,d}
a. Test distribution is Normal.		

Uji Multikolinearitas

Coefficients^a				
<i>Model</i>		<i>Sig.</i>	<i>Collinearity Statistics</i>	
			<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>
1	(Constant)	.000		
	Total_X1	.000	.921	1.085
	Total_X2	.000	.921	1.085
a. Dependent Variable: Total_Y				

Variabel	<i>Collinearity Statistics</i>		Keterangan
	<i>Tolerance</i>	<i>VIF</i>	
Kualitas Produk (X ₁)	0,921	1,085	Tidak terjadi multikolinearitas
Citra Merek (X ₂)	0,921	1,085	Tidak terjadi multikolinearitas

Uji Heteroskedastiditas



Lampiran 11. Hasil Output Uji Analisis Regresi Linear Berganda

<i>Coefficients^a</i>						
Model		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	t	Sig.
		B	<i>Std. Error</i>	Beta		
1	(Constant)	7.302	1.598		4.570	.000
	Total_X1	.727	.075	.715	9.674	.000
	Total_X2	.422	.117	.266	3.597	.001
a. Dependent Variable: Total_Y						



Lampiran 12. Hasil Uji Koefisien Determinasi

<i>Model Summary^b</i>				
<i>Model</i>	<i>R</i>	<i>R Square</i>	<i>Adjusted R Square</i>	<i>Std. Error of the Estimate</i>
1	.830 ^a	.688	.678	1.568
a. Predictors: (Constant), Total_X2, Total_X1				
b. Dependent Variable: Total_Y				



Lampiran 13. Hasil Uji Hipotesis

Hasil Uji t

Coefficients^a

<i>Model</i>		<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardized Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
		<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
1	(Constant)	7.302	1.598		4.570	.000
	X1	.727	.075	.715	9.674	.000
	X2	.422	.117	.266	3.597	.001

a. Dependent Variable: Y

Hasil Uji F

ANOVA^a

<i>Model</i>		<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1	Regression	336.236	2	168.118	68.415	.000 ^b
	Residual	152.353	62	2.457		
	Total	488.589	64			

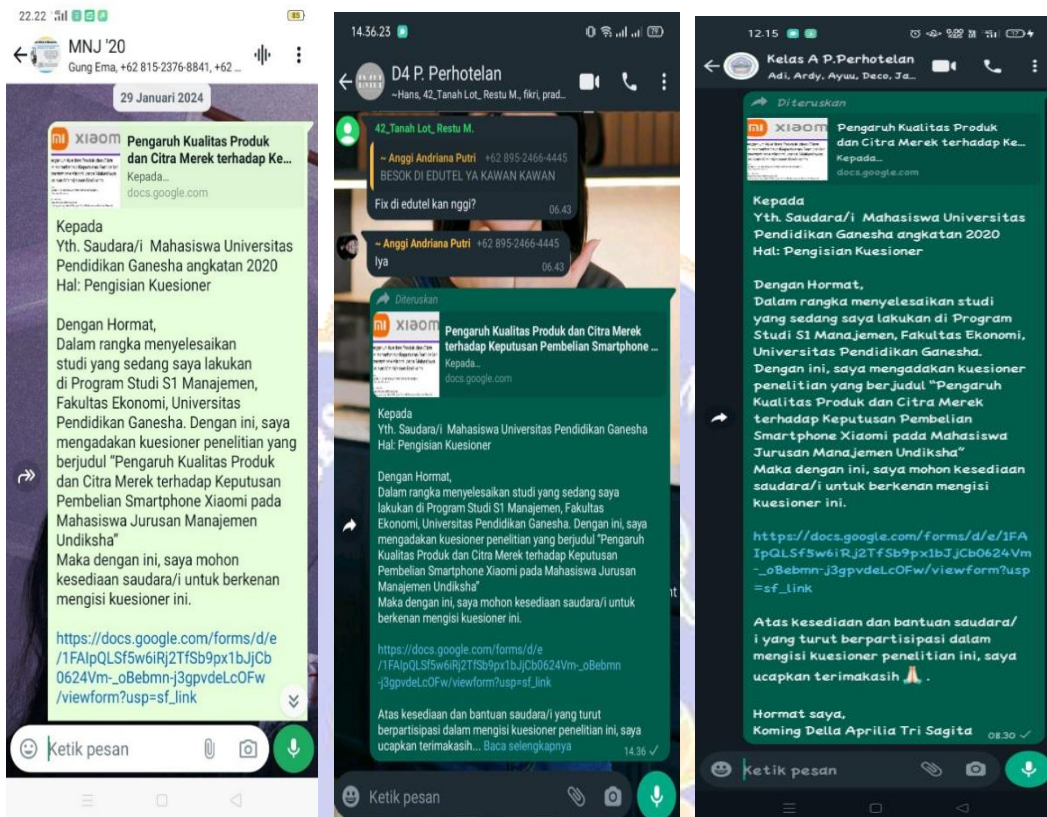
a. Dependent Variable: Y

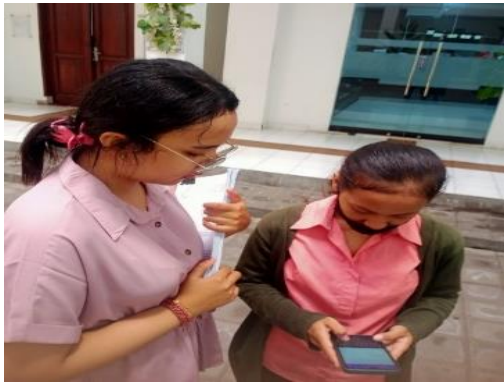
b. Predictors: (Constant), X2, X1

Lampiran 14. Dokumentasi

Link google form kuesioner penelitian:

https://docs.google.com/forms/d/e/1FAIpQLSf5w6iRj2TfSb9px1bJjCb0624Vm-_oBebmn-j3gpvdeLcOFw/viewform?usp=sf_link





RIWAYAT HIDUP



Koming Della Aprilia Tri Sagita lahir di Karangasem pada tanggal 28 April 2002. Penulis lahir dari pasangan suami istri Bapak I Ketut Sugita dan Ibu Ni Nyoman Serni. Penulis berkebangsaan Indonesia dan beragama Hindu. Kini penulis beralamat di Jl. Pesagi, Gang Jempiring, Blok A No. 03, Kecamatan Karangasem, Kabupaten Karangasem, Provinsi Bali. Penulis menyelesaikan pendidikan dasar di SD Negeri 6 Karangasem dan lulus pada tahun 2014. Kemudian penulis melanjutkan di SMP Negeri 2 Amlapura dan lulus pada tahun 2017. Pada tahun 2020, penulis lulus dari SMA Negeri 2 Amlapura dan melanjutkan di Universitas Pendidikan Ganesha dengan Jurusan Manajemen. Pada semester akhir tahun 2024 penulis telah menyelesaikan Tugas Akhir yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek terhadap Keputusan Pembelian *Smartphone* Xiaomi pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Undiksha”. Selanjutnya, mulai tahun 2024 sampai dengan penulisan skripsi ini, penulis masih terdaftar sebagai mahasiswa Program S1 Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha.

