



LAMPIRAN-LAMPIRAN

Lampiran 01. Survey Penerapan *Skin Minimalism* di Kota Singaraja

Keterangan	Presentase
Menerapkan	61%
Tidak	39%
TOTAL	100%

Sumber: (Survey Awal Peneliti, 2023)



Lampiran 02. *Offline Store* yang Paling Banyak Dikunjungi di Kota Singaraja dalam Pembelian *Facial Wash*

No	Nama Toko	Presentase
1.	Yeppa Singaraja	63,9 %
2.	Fortuna Singaraja	6,6 %
3.	Murni Cosmetic	3,3 %
4.	Republik Wanitas	1,6 %
5.	Lainnya	24,6 %
TOTAL		100%

Sumber: (Survey Awal Peneliti, 2023)



Lampiran 03. Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN
UNIVERSITAS PENDIDIKAN GANESHA
PRODI S1 MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI

Kepada Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Hal: Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi S1 Manajemen di Universitas Pendidikan Ganesha, dengan ini saya bermaksud untuk mengadakan penelitian dengan judul **“Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Facial Wash Pond’s* di Kota Singaraja”**.

Untuk itu, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan keadaan yang sebenarnya sebagai data yang akan dipergunakan dalam penelitian ini. Atas kesediaan dan bantuan Bapak/Ibu, Saudara/i dalam pengisian kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Singaraja, 01 Maret 2024

Penulis

Margaretha Mika Puspanendra

NIM. 2017041041

Kuesioner Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk Terhadap Keputusan Pembelian Produk *Facial Wash Pond's* di Kota Singaraja

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Dalam pengisian kuesioner ini, diharapkan Bapak/Ibu, Saudara/i dapat mengisi secara lengkap dan benar pada identitas responden dan daftar pernyataan yang tersusun secara sistematis. Untuk menjawab kuesioner tersebut, Bapak/Ibu, Saudara/i dapat mencantumkan tanda rumput (✓) pada pilihan jawaban yang telah tersedia di kolom sebelah kanan.

Jawablah pernyataan tersebut secara sesuai berdasarkan persepsi Bapak/Ibu, Saudara/i dengan keterangan sebagai berikut:

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

Screening Tes

Apakah anda pernah membeli dan menggunakan produk *facial wash Pond's*?

- Ya Tidak

Jika anda memilih "Ya" silahkan untuk melanjutkan pengisian kuesioner, namun jika anda memilih "Tidak" silahkan untuk berhenti mengisi kuesioner.

Identitas Responden

(* coret yang tidak perlu)

- Nama :
 Usia :
 Jenis Kelamin : (Laki-laki/Perempuan*)
 Alamat :
 Tingkat Pendidikan : (SMP/SMA/Diploma/S1/S2/Lainnya*)
 Pekerjaan :

Pernyataan Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian

	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Keputusan Pembelian	5	4	3	2	1
1.	Saya membeli produk <i>facial wash</i> Pond's setelah mengetahui informasi mengenai produk <i>facial wash</i> Pond's					
2.	Saya membeli produk <i>facial wash</i> Pond's karena Pond's merupakan merek yang saya sukai					
3.	Saya membeli produk <i>facial wash</i> Pond's karena saya memang memerlukan <i>facial wash</i> Pond's untuk membersihkan kulit wajah saya					
4.	Saya membeli produk <i>facial wash</i> Pond's karena saya mendapatkan rekomendasi dari orang lain					

Pernyataan Kuesioner Variabel Kualitas Produk

	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Kualitas Produk	5	4	3	2	1
1.	Saya membeli produk <i>facial wash</i> Pond's karena memiliki <i>performance</i> yang baik untuk mengatasi masalah kulit wajah saya					
2.	Saya membeli produk <i>facial wash</i> Pond's karena dapat digunakan untuk jangka waktu yang lama					
3.	Saya membeli produk <i>facial wash</i> Pond's karena fitur pada produk baik dari kemasan maupun <i>ingredients</i> cocok untuk mengatasi permasalahan kulit wajah saya					

4.	Saya membeli produk <i>facial wash</i> Pond's karena memiliki tampilan yang menarik					
5.	Saya membeli produk <i>facial wash</i> Pond's karena memiliki reputasi yang yang baik					

Pernyataan Kuesioner Variabel Desain Produk

	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Desain Produk	5	4	3	2	1
1.	Saya membeli produk <i>facial wash</i> Pond's karena memiliki banyak variasi yang sesuai dengan permasalahan kulit					
2.	Saya membeli produk <i>facial wash</i> Pond's karena Pond's selalu mengeluarkan model produk yang baru					
3.	Saya membeli produk <i>facial wash</i> Pond's karena produk <i>facial wash</i> Pond's memiliki desain yang modern dan sesuai dengan perkembangan jaman					

38	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5
41	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4
42	3	5	3	5	5	5	3	3	5	3	3
43	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3
44	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
45	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2
48	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	4
49	2	3	2	3	3	3	3	4	3	4	2
50	2	3	4	4	3	4	3	4	4	3	2
51	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3
52	3	4	4	4	2	3	2	3	2	3	2
53	3	2	4	4	4	2	3	4	3	2	3
54	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	3
55	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3
56	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	5
57	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4
58	4	5	5	3	4	4	5	3	3	4	4
59	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
60	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4
61	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3
62	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	3
63	5	5	5	3	3	5	3	5	5	4	3
64	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5
65	2	4	4	5	5	5	5	2	4	2	2
66	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3
67	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2
68	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5
69	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	5
70	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4
73	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4
74	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	2
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
78	4	4	4	3	5	4	3	3	4	4	3
79	3	3	3	3	4	4	3	4	2	2	1
80	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	4

81	3	3	5	4	4	5	5	4	4	4	3
82	4	4	5	3	4	5	5	4	5	5	3
83	5	5	5	3	2	5	5	5	5	5	3
84	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5
85	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2
86	5	3	5	3	5	5	5	4	4	5	4
87	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
88	5	5	5	4	5	4	5	5	5	3	4
89	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
90	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5
91	3	3	3	3	5	4	4	4	5	5	5
92	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2
93	4	2	2	2	4	2	2	2	4	4	4
94	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4
95	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
96	4	4	3	5	5	4	3	5	5	5	5
97	3	2	2	3	3	2	2	3	4	3	3
98	5	5	4	3	4	4	3	3	4	5	4
99	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
100	4	4	5	5	5	4	3	3	3	3	4
101	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5
102	5	5	5	5	4	3	4	3	3	3	4
103	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4
104	3	3	3	4	5	5	5	4	4	4	4
105	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3
106	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	5
107	3	3	4	5	5	5	4	3	3	3	3
108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
109	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5
110	3	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4
111	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4
112	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
113	5	5	2	2	2	2	3	2	3	3	3
114	2	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3
115	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4
116	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3
117	2	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4
118	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	5
119	2	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
120	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4

Lampiran 05. Deskripsi Data Responden

Frequencies

		Statistics	
		Usia	Jenis Kelamin
N	Valid	120	120
	Missing	0	0



Frequency Tabel

		Usia			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	17-25 tahun	88	73.3	73.3	73.3
	26-45 tahun	21	17.5	17.5	90.8
	46-60 tahun	11	9.2	9.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

		Jenis Kelamin			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Laki-laki	27	22.5	22.5	22.5
	Perempuan	93	77.5	77.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Lampiran 06. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Kualitas Produk

Correlations

		Correlations					
		Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Total
Item 1	Pearson Correlation	1	.675**	.644**	.359	.431*	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.051	.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Item 2	Pearson Correlation	.675**	1	.637**	.385*	.307	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.036	.098	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Item 3	Pearson Correlation	.644**	.637**	1	.517**	.355	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.003	.054	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Item 4	Pearson Correlation	.359	.385*	.517**	1	.442*	.729**
	Sig. (2-tailed)	.051	.036	.003		.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Item 5	Pearson Correlation	.431*	.307	.355	.442*	1	.659**
	Sig. (2-tailed)	.017	.098	.054	.014		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.802**	.791**	.825**	.729**	.659**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	65.2
	Excluded ^a	16	34.8
	Total	46	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's		N of Items
Alpha		
	.815	5

Lampiran 07. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Desain Produk

Correlations

		Correlations			
		Item 1	Item 2	Item 3	Total
Item 1	Pearson Correlation	1	.650**	.426*	.827**
	Sig. (2-tailed)		.000	.019	.000
	N	30	30	30	30
Item 2	Pearson Correlation	.650**	1	.580**	.888**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30
Item 3	Pearson Correlation	.426*	.580**	1	.798**
	Sig. (2-tailed)	.019	.001		.000
	N	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.827**	.888**	.798**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	65.2
	Excluded ^a	16	34.8
	Total	46	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.787	3



Lampiran 08. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

		Correlations				
		Item 1	Item 2	Item 3	Item4	Total
Item 1	Pearson Correlation	1	.563**	.592**	.545**	.847**
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30
Item 2	Pearson Correlation	.563**	1	.717**	.368*	.813**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.045	.000
	N	30	30	30	30	30
Item 3	Pearson Correlation	.592**	.717**	1	.308	.805**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.098	.000
	N	30	30	30	30	30
Item4	Pearson Correlation	.545**	.368*	.308	1	.724**
	Sig. (2-tailed)	.002	.045	.098		.000
	N	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	.847**	.813**	.805**	.724**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	65.2
	Excluded ^a	16	34.8
	Total	46	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.802	4

Lampiran 09. Hasil Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.79684922
Most Extreme Differences	Absolute	.052
	Positive	.052
	Negative	-.040
Test Statistic		.052
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

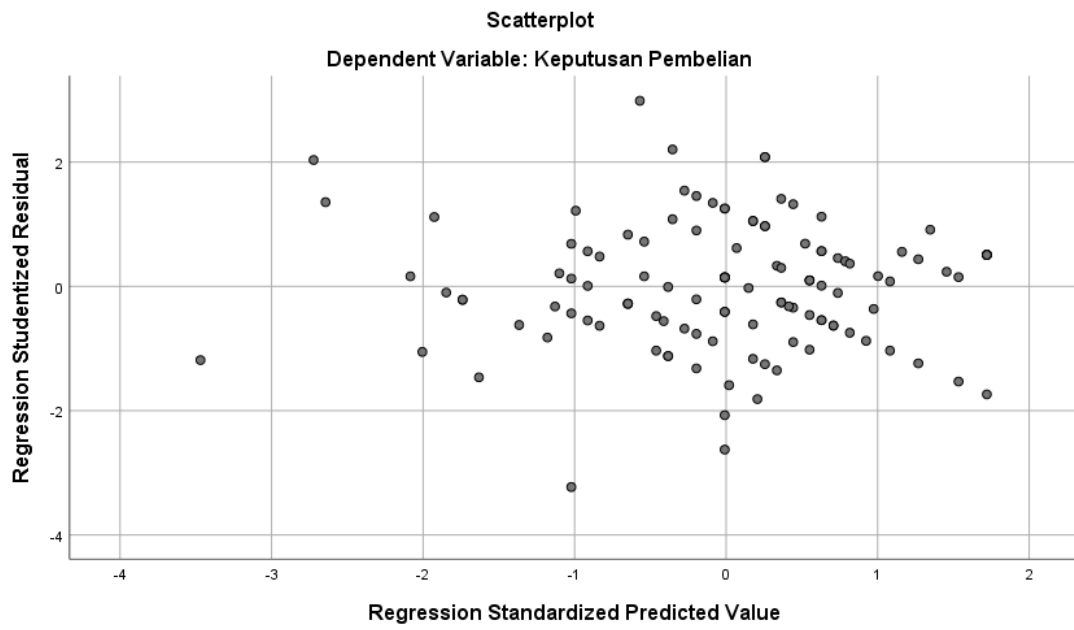


Lampiran 10. Hasil Uji Multikolinieritas**Coefficients^a**

Model		Collinierity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kualitas Produk	.546	1.833
	Desain Produk	.546	1.833

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian



Lampiran 11. Hasil Uji Heteroskedastisitas *Scatterplot*

Lampiran 12. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Berganda

Variabels Entered/Removed^a

Model	Variabels		Method
	Entered	Removed	
1	Desain Produk, Kualitas Produk ^b	.	Enter

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

b. All requested variabels entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.734 ^a	.538	.530	1.81214

a. Predictors: (Constant), Desain Produk, Kualitas Produk

b. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	447.780	2	223.890	68.179	.000 ^b
	Residual	384.211	117	3.284		
	Total	831.992	119			

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Desain Produk, Kualitas Produk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Correlations			
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	2.316	1.165		1.987	.049			
	Kualitas Produk	.362	.074	.419	4.924	.000	.677	.414	.309
	Desain Produk	.515	.114	.383	4.502	.000	.665	.384	.283

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	9.0279	19.0957	15.7583	1.93981	120
Std. Predicted Value	-3.470	1.720	.000	1.000	120
Standard Error of Predicted Value	.166	.601	.271	.094	120
Adjusted Predicted Value	9.2785	19.2021	15.7610	1.94272	120
Residual	-5.77603	5.34677	.00000	1.79685	120
Std. Residual	-3.187	2.951	.000	.992	120
Stud. Residual	-3.229	2.987	-.001	1.005	120
Deleted Residual	-5.92842	5.47876	-.00271	1.84652	120
Stud. Deleted Residual	-3.369	3.094	-.001	1.017	120
Mahal. Distance	.002	12.098	1.983	2.284	120
Cook's Distance	.000	.130	.009	.020	120
Centered Leverage Value	.000	.102	.017	.019	120

a. Dependent Variabel: Keputusan Pembelian



Lampiran 13. Hasil *Output* Frekuensi Pernyataan Kuesioner Masing-masing

Indikator Variabel

➤ Frekuensi Variabel Kualitas Produk

Performance (kinerja)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	5.8	5.8	5.8
	Netral	25	20.8	20.8	26.7
	Setuju	56	46.7	46.7	73.3
	Sangat Setuju	32	26.7	26.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Durability (daya tahan)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	4.2	4.2	4.2
	Netral	31	25.8	25.8	30.0
	Setuju	50	41.7	41.7	71.7
	Sangat Setuju	34	28.3	28.3	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Features (fitur)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.0	5.0	5.0
	Netral	21	17.5	17.5	22.5
	Setuju	51	42.5	42.5	65.0
	Sangat Setuju	42	35.0	35.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Aesthetics (estetika)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Netral	29	24.2	24.2	27.5
	Setuju	51	42.5	42.5	70.0
	Sangat Setuju	36	30.0	30.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Perceived Quality (kualitas yang dipersepsikan)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Netral	16	13.3	13.3	16.7
	Setuju	61	50.8	50.8	67.5
	Sangat Setuju	39	32.5	32.5	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

➤ Frekuensi Variabel Desain Produk

Variasi desain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.0	5.0	5.0
	Netral	19	15.8	15.8	20.8
	Setuju	59	49.2	49.2	70.0
	Sangat Setuju	36	30.0	30.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Model terbaru

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Netral	29	24.2	24.2	27.5
	Setuju	57	47.5	47.5	75.0
	Sangat Setuju	30	25.0	25.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Desain mengikuti trend

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Netral	21	17.5	17.5	20.8
	Setuju	66	55.0	55.0	75.8
	Sangat Setuju	29	24.2	24.2	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

➤ **Frekuensi Variabel Keputusan Pembelian**

Pembelian karena merek yang disukai

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.5	2.5	2.5
	Netral	35	29.2	29.2	31.7
	Setuju	56	46.7	46.7	78.3
	Sangat Setuju	26	21.7	21.7	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

Kemantapan pada suatu barang atau jasa setelah mengetahui informasi terhadap barang maupun jasa yang hendak dibeli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Tidak Setuju	3	2.5	2.5	3.3
	Netral	18	15.0	15.0	18.3
	Setuju	57	47.5	47.5	65.8
	Sangat Setuju	41	34.2	34.2	100.0
Total	120	100.0	100.0		

Pembelian berdasarkan keperluan dan keinginan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.3	3.3	3.3
	Netral	34	28.3	28.3	31.7
	Setuju	46	38.3	38.3	70.0
	Sangat Setuju	36	30.0	30.0	100.0
	Total	120	100.0	100.0	

**Membeli karena mendapatkan informasi melalui rekomendasi
barang/jasa dari orang lain**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	.8	.8	.8
	Netral	12	10.0	10.0	10.8
	Setuju	27	22.5	22.5	33.3
	Sangat Setuju	48	40.0	40.0	73.3
	Total	32	26.7	26.7	100.0
	Tidak Setuju	120	100.0	100.0	



Lampiran 14. Dokumentasi

➤ Dokumentasi Wawancara Dengan Kepala Toko Yeppa Singaraja



➤ Dokumentasi Pengisian Kuesioner

