

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

Kepada

Yth. Bapak/Ibu, Saudara/i

Hal :Pengisian Kuesioner

Dengan Hormat,

Dalam rangka menyelesaikan studi di Undiksha pada Jurusan Manajemen, dengan ini saya mengadakan penelitian yang berjudul ” **Pengaruh Media Sosial, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jasa Rekaman Di Demores Rumah Musik**”.

Maka dengan ini, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu, Saudara/I untuk berkenaan mengisi kuedioner ini. Atas Kesedian dan Bantuan Bapak/Ibu, Saudara/I yang turut berpartisipasi dalam mengisi kuesioner penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Singaraja, 16 Oktober 2020

Peneliti

I Made Wira Bimantara

1717041171

A. Identitas Responden

Beri tanda centang (✓) pada kotak jawaban

1. Nama :
.....
 2. Alamat :
.....
 3. Usia :
.....
 4. Jenis Kelamin : Laki laki
Perempuan
 5. Apakah anda pernah menggunakan jasa dari Demores nah Musik ? Iya Tidak
- Jika anda menjawab IYA, silahkan melanjutkan mengisi kuesioner, jika TIDAK silahkan berhenti untuk mengisi kuesioner.

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

Silahkan anda pilih jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan apa yang ada di lembar pertanyaan kuesioner dengan cara memberikan tanda centang (✓) pada pilihan jawab yang tersedia.

Keterangan :

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

C. Draf Pertanyaan

Keputusan Pembelian

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Kemantapan pada sebuah produk						
1	Saya menggunakan jasa Demores Rumah Musik karena sesuai dengan harga dan kualitas yang saya harapkan.					
Kebiasaan dalam membeli Produk						
1	Saya selalu mencari informasi sebelum memutuskan pembelian produk / jasa.					
2	Setelah melihat konsumen lain banyak menggunakan jasa dari Demores Rumah Musik saya tertarik untuk menggunakan jasanya.					
Memberikan rekomendasi kepada orang lain						
1	Saya menggunakan jasa Demores Rumah Musik karna adanya bujukan orang lain.					
2	Saya puas menggunakan jasa dari Demores Rumah Musik sehingga saya merekomendasikan ke orang lain.					
Melakukan pembelian ulang						
1	Hasil yang sesuai dengan harapan saya sehingga saya akan menggunakan jasa dari Demores Rumah Musik kembali.					

Media Sosial

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Content Creation						
1	Admin akun Demores Rumah Musik memunggah konten dalam bentuk gambar, video, status update pada akunnya.					
Content Sharing						
1	Demores Rumah Musik selalu memposting contoh hasil rekaman ke akun sosial medianya.					
Connecting						
1	Saya memiliki hubungan yang dekat setelah mengikuti akun sosial media Demores Rumah Musik.					
Community Building						
1	Demores Rumah Musik memiliki akun sosial media <i>marketing</i> di banyak <i>platform</i> .					

Harga

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
Penetapan Harga Jual						
1	Harga ditetapkan berdasarkan waktu penggunaan jasa.					
Elastisitas Harga						
1	Harga yang di tawarkan dari jasa rekaman di Demores Rumah Musik dapat berubah sesuai dengan negosiasi.					
Pertumbuhan harga pesaing						
1	Harga dari oleh Demores Rumah Musik dapat bersaing dengan <i>industry</i> pesaingnya.					



Lampiran 02. Hasil Kuesioner

1. Variabel Media Sosial (X1)

Ordinal Media Sosial

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1 total
1	4	4	5	4	17
2	4	4	4	4	16
3	4	4	4	4	16
4	5	5	5	5	20
5	5	5	5	5	20
6	4	4	4	4	16
7	5	5	4	4	18
8	4	4	5	4	17
9	4	4	4	4	16
10	4	4	4	4	16
11	5	4	5	4	18
12	4	5	4	4	17
13	5	5	5	5	20
14	4	4	4	4	16
15	5	5	5	5	20
16	5	5	5	5	20
17	4	4	4	3	15
18	5	5	5	5	20
19	5	4	4	3	16
20	4	4	4	4	16
21	4	4	4	4	16
22	4	4	5	4	17
23	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	16
25	5	5	5	5	20
26	5	5	5	5	20
27	4	4	4	4	16
28	5	5	4	4	18
29	4	4	5	4	17
30	4	4	4	4	16
31	4	4	4	4	16
32	5	4	5	4	18
33	4	5	4	4	17
34	5	5	5	5	20
35	4	4	4	4	16

36	5	5	5	5	20
37	5	5	5	5	20
38	4	4	4	5	15
39	5	5	5	5	20
40	5	4	4	5	16
41	4	4	4	4	16
42	4	4	4	4	16
43	5	5	4	4	18
44	4	2	4	5	13
45	4	4	4	4	16
46	4	4	4	4	16
47	5	5	5	4	19
48	5	5	5	5	20
49	4	4	4	4	16
50	4	4	4	5	15
51	4	4	4	4	16
52	4	4	4	4	16
53	5	4	4	5	18
54	5	4	5	4	18

2. Variabel Harga (X2)

Ordinal Harga

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2 total
1	4	4	4	12
2	4	4	4	12
3	5	5	5	15
4	4	5	5	14
5	5	5	5	15
6	5	5	5	15
7	5	4	4	13
8	5	5	5	15
9	4	4	4	12
10	5	5	5	15
11	5	4	5	14
12	3	4	4	11
13	5	5	5	15
14	4	4	5	13
15	4	4	4	12
16	5	4	4	13
17	4	4	4	12

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

3. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Ordinal Keputusan Pembelian

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y total
1	4	4	5	5	5	5	28
2	5	5	5	5	5	5	30
3	5	5	4	4	4	4	26
4	5	5	4	4	5	4	27
5	5	5	5	5	5	5	30
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	4	4	4	4	4	24
8	5	5	5	5	5	5	30
9	5	5	5	5	5	4	29
10	5	5	5	5	5	5	30
11	5	5	5	5	5	5	30
12	4	4	4	4	4	4	24
13	5	5	5	5	5	5	30
14	4	5	4	4	5	4	26
15	5	5	5	5	5	5	30
16	4	4	5	5	5	5	28
17	4	4	4	4	4	4	24
18	4	4	5	5	4	4	26
19	4	4	4	4	4	4	24
20	4	4	5	5	5	5	28
21	4	4	4	5	4	4	25
22	4	4	5	5	5	5	28
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	4	4	4	4	26
25	5	5	4	4	5	4	27
26	5	5	5	5	5	5	30
27	5	5	5	5	5	5	30
28	4	4	4	4	4	4	24
29	5	5	5	5	5	5	30
30	5	5	5	5	5	4	29
31	5	5	5	5	5	5	30
32	5	5	5	5	5	5	30
33	4	4	4	4	4	4	24
34	5	5	5	5	5	5	30
35	4	5	4	4	5	4	26
36	5	5	5	5	5	5	30

37	4	4	5	5	5	5	28
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	5	5	4	4	26
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	5	5	5	5	28
42	4	4	4	5	4	4	25
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	5	4	25
45	4	4	5	4	4	4	25
46	4	4	4	4	4	4	24
47	5	5	5	5	5	5	30
48	4	4	4	4	4	4	24
49	5	5	5	4	5	5	29
50	5	5	5	5	5	4	29
51	4	4	5	5	4	5	27
52	4	4	4	4	5	4	25
53	4	4	4	4	5	4	25
54	5	5	5	5	5	5	30



Lampiran 03. Output SPSS Uji Validitas dan Reabilitas Kuesioner Media Sosial

Output SPSS Uji Validitas Kuesioner Media Sosial

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Media Sosial
X1.1	Pearson Correlation	1	.639**	.619* *	.506* *	.824**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	54	54	54	54	54
X1.2	Pearson Correlation	.639**	1	.491* *	.363* *	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.007	.000
	N	54	54	54	54	54
X1.3	Pearson Correlation	.619**	.491**	1	.484* *	.806**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	54	54	54	54	54
X1.4	Pearson Correlation	.506**	.363**	.484* *	1	.572**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000		.000
	N	54	54	54	54	54
Media Sosial	Pearson Correlation	.824**	.851**	.806* *	.572* *	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	

N	54	54	54	54	54
---	----	----	----	----	----

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

Output SPSS Uji Reabilitas Kuesioner Media Sosial

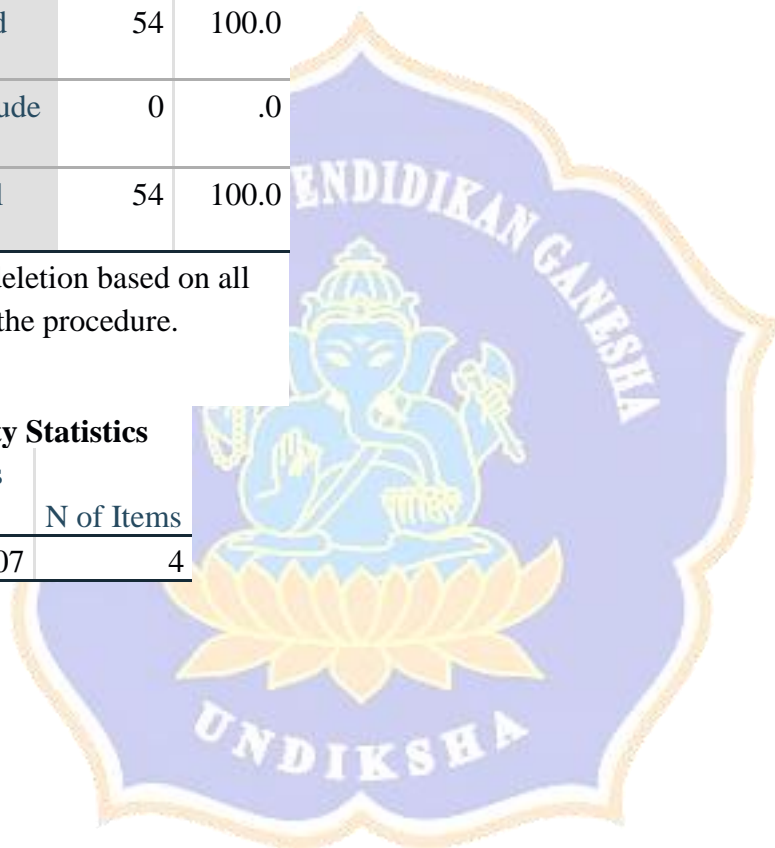
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	54	100.0
	Exclude d ^a	0	.0
	Total	54	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	4



Lampiran 04. Output SPSS Uji Validitas dan Reabilitas Kuesioner Harga

Output SPSS Uji Validitas Kuesioner Harga

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	Harga
X2.1	Pearson Correlation	1	.536**	.471**	.843**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	54	54	54	54
X2.2	Pearson Correlation	.536**	1	.736**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	54	54	54	54
X2.3	Pearson Correlation	.471**	.736**	1	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	54	54	54	54
Harga	Pearson Correlation	.843**	.860**	.833**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	54	54	54	54

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

Output SPSS Uji Reabilitas Kuesioner Harga

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	54	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	54	100.0

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

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.775	3

Lampiran 05. Output SPSS Uji Validitas dan Reabilitas Kuesioner Keputusan Pembelian

Output SPSS Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian

		Correlations						Keputusan Pembelian
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
Y1	Pearson Correlation	1	.929*	.497*	.422*	.555*	.481*	.805**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
Y2	Pearson Correlation	.929*	1	.408*	.332*	.609*	.409*	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.014	.000	.002	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
Y3	Pearson Correlation	.497*	.408*	1	.847*	.573*	.799*	.851**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.000	.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
Y4	Pearson Correlation	.422*	.332*	.847*	1	.494*	.724*	.788**
	Sig. (2-tailed)	.001	.014	.000		.000	.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
Y5	Pearson Correlation	.555*	.609*	.573*	.494*	1	.632*	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
Y6	Pearson Correlation	.481*	.409*	.799*	.724*	.632*	1	.836**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000	.000		.000
	N	54	54	54	54	54	54	54
Keputusan	Pearson Correlation	.805*	.764*	.851*	.788*	.796*	.836*	1
Pembelian	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54	54

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

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

Output SPSS Uji Validitas Kuesioner Keputusan Pembelian

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	54	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	54	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.893	6

Lampiran 06. HASIL OUTPUT SPSS UJI ASUMSI KLASIK

1. Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardize d Residual
N		54
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.02610522
Most Extreme Differences	Absolute	.101
	Positive	.101
	Negative	-.088
Test Statistic		.101
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

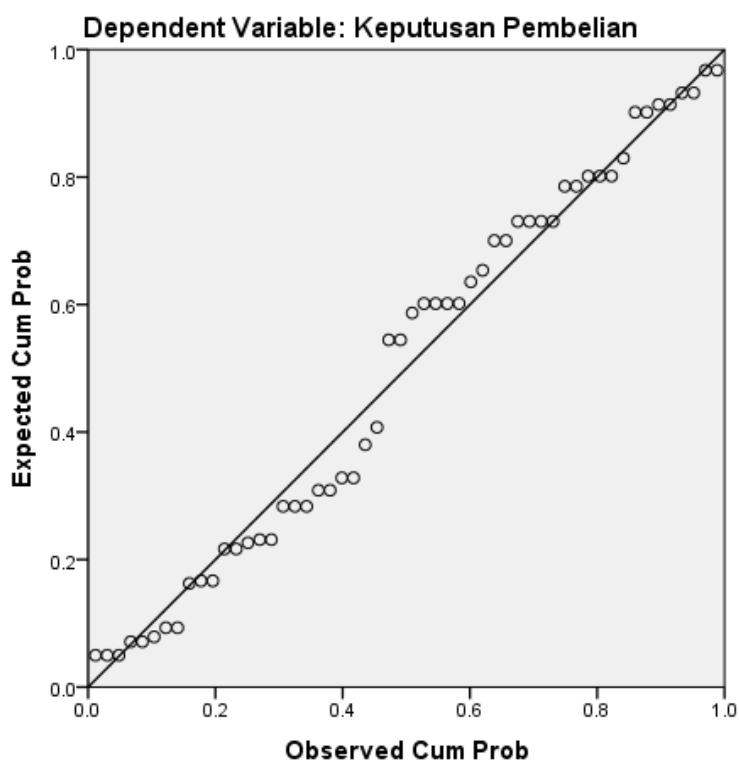
b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

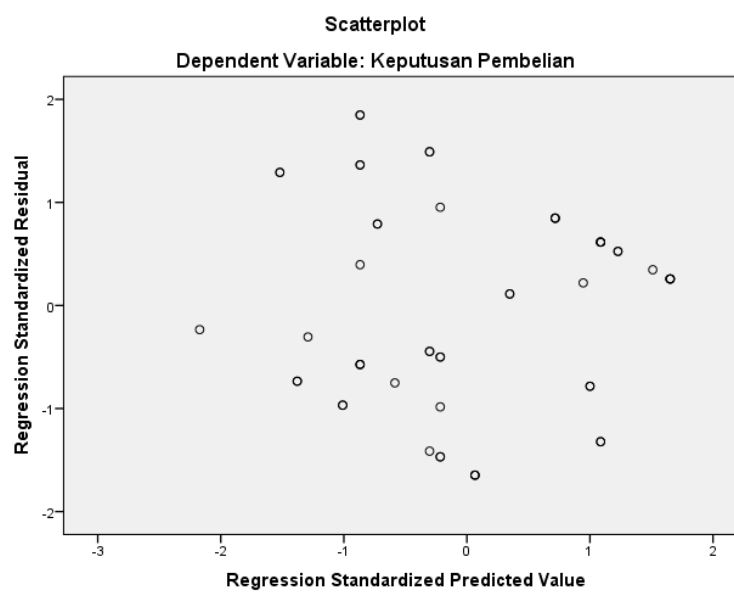


2. Hasil Uji Multikolinieritas

Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
1 (Constant)		
Media Sosial	.960	1.042
Harga	.960	1.042

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Hasil Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 07. HASIL OUTPUT SPSS ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 ^a	.293	.265	2.065

a. Predictors: (Constant), Harga, Media Sosial

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	90.078	2	45.039	10.557	.000 ^b
	Residual	217.570	51	4.266		
	Total	307.648	53			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Harga, Media Sosial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Correlations		
		B	Std. Error				Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	13.042	3.453		3.777	.000			
	Media Sosial	.184	.159	.139	1.155	.253	.238	.160	.136
	Harga	.849	.206	.496	4.125	.000	.524	.500	.486

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Lampiran 08. RINGKASAN HASIL OUTPUT SPSS ANALISIS REGRESI
LINIER BERGANDA**

Paramater	Nilai	P-Value	Alpha (α)	Keputusan	Simpulan
$R_{y_{x_1x_2}}$	0,541	0,000	0,05	Menolak H_0	Ada pengaruh simultan dari media sosial dan harga terhadap keputusan pembelian
$R^2_{x_1x_2}$	0,293	-	-	-	Menunjukkan besarnya sumbangan pengaruh secara Bersama-sama dari media sosial dan harga terhadap keputusan pembelian sebesar 29,3%.
ϵ	0,707	-	-	-	Menunjukkan besar pengaruh variabel lain sebesar 70,7%.
$P_{y_{x_1}}$	0,160	0,000	0,05	Menolak H_0	Ada pengaruh parsial dari media sosial terhadap keputusan pembelian.
$P^2_{y_{x_1}}$	0,025	-	-	-	Menunjukkan besarnya sumbangan pengaruh parsial dari media sosial terhadap keputusan pembelian sebesar 0,25%.
$P_{y_{x_2}}$	0,500	0,000	0,05	Menolak H_0	Ada pengaruh parsial dari harga terhadap keputusan pembelian.
$P^2_{y_{x_2}}$	0,25	-	-	-	Menunjukkan besarnya sumbangan pengaruh harga terhadap keputusan pembelian sebesar 25%.
α	13,042	0,000	0,05	Signifikan	Bisa memprediksi
b_1	0,184	0,253	0,05	Tidak Signifikan	Tidak bisa memprediksi
b_2	0,849	0,000	0,05	Signifikan	Bisa memprediksi