



LAMPIRAN



LAMPIRAN 1
KUESIONER PENELITIAN

KUISIONER PENELITIAN

Assalamu'alaikum, Wr.Wb

Dalam rangka akhir masa studi saya di **Universitas Muhammadiyah Ponorogo (Fakultas Ekonomi)**, setiap mahasiswa diwajibkan untuk menyusun skripsi. Sehubungan dengan hal tersebut, maka saya memohon bantuan saudara/i meluangkan waktu mengisi kuisisioner ini untuk bahan masukan skripsi saya yang berjudul "PENGARUH KUALITAS PRODUK, PROMOSI, DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA KONSUMEN LAMPU PHILIP DI DESA SUREN KECAMATAN MLARAK KABUPATEN PONOROGO".

Keberhasilan saya dalam melakukan penelitian ini tidak lepas dari partisipasi anda semua. Jawaban dari bapak/ibu akan saya jamin kerahasiaanya, karena semata-mata hanya untuk kepentingan akademik.

Demikian atas kesediaan dan bantuannya, saya ucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pemohon,

DENY RIA SETYAWAN
NIM 13413256

**DAFTAR PERNYATAAN PENELITIAN
(KUISIONER)**

I. Data Identitas

Berilah tanda silang (x) pada jawaban anda dengan benar pada daftar isi identitas responden.

Nama responden :

Daerah Asal :

Jenis Kelamin : Pria Wanita

Umur : 12 – 19 tahun 30 – 39 tahun

: 20 – 29 tahun 40 – 49 tahun

: ≥ 50 tahun

Pendidikan Terakhir : SMP Diploma

: SMA Sarjana

: Lain-lain

Pekerjaan : PNS Mahasiswa

: Swasta Pelajar

: Lain-lain

Berapa kali melakukan pembelian Lampu Philip ?

: 2 kali

: Lebih dari 2 kali

II. PETUNJUK PENGISIAN

Berikan tanda centang (✓) pada alternative jawaban yang anda anggap paling sesuai.

Keterangan :

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

A. VARIABEL INDEPENDEN

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
	KUALITAS PRODUK (X1)					
1.	Kualitas produk lampu Philip memiliki daya tahan lama,awet, serta cahaya yang sangat baik dan nyaman untuk mata.					
2	Produk lampu Philip memiliki bentuk produk yang bervariasi.					
3	Produk lampu Philip memiliki desain yang bagus dan unik sehingga disukai masyarakat.					

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
	PROMOSI (X2)					
1.	Lampu Philip mengenalkan produknya melalui iklan di televisi.					
2	Lampu Philip mengenalkan produknya melalui iklan di media cetak.					
3	Lampu Philip memberikan informasi mengenai produk secara detail.					

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
	BRAND IMAGE (X3)					
1.	Lampu Philip adalah merek yang mudah diingat oleh masyarakat.					
2	Merek lampu Philip mudah diucapkan.					
3	Merek Lampu Philip yang terpercaya oleh konsumen.					

B. VARIABEL DEPENDEN

No	Pernyataan	Penilaian				
		STS	TS	N	S	SS
	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)					
1.	Saya sudah mantap membeli produk lampu Philip.					
2	Saya sudah biasa membeli produk lampu Philip karena berlangganan dengan produk tersebut.					
3	Saya melakukan pembelian produk lampu Philip berulang – ulang atau lebih dari satu.					



LAMPIRAN 2
TABULASI HASIL PENELITIAN

TABULASI KUISIONER

No	Kualitas Produk			Promosi				Brand Image				Keputusan Pembelian				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3	Y1	Y2	Y3	Y
1	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15
2	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
3	5	4	5	14	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15
4	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
5	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
6	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
7	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
8	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
9	5	4	5	14	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15
10	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
11	5	4	5	14	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
12	5	4	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15
13	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
14	5	4	5	14	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15
15	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
16	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
17	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
18	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
19	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
20	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
21	4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15
22	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
23	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	4	14	4	5	4	13
24	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	5	14
25	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	4	5	14
26	4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	4	13	4	5	5	14
27	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	14	4	5	4	13
28	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	5	14	4	5	4	13
29	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13
30	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	14
31	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	4	5	4	13
32	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	4	13	4	5	5	14
33	5	5	5	15	4	5	5	14	5	4	5	14	5	4	4	13
34	5	5	5	15	4	5	4	13	5	4	4	13	5	4	5	14
35	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	4	14
36	5	5	5	15	4	5	5	14	4	5	5	14	4	5	5	14
37	5	5	4	14	5	4	5	14	4	5	4	13	4	5	4	13
38	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15
39	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
40	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
41	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15

42	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
43	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	15
44	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
45	4	5	5	14	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15
46	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
47	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
48	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
49	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
50	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
51	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
52	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15
53	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15
54	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15
55	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12	4	5	5	14
56	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
57	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
58	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	5	14	5	5	5	15
59	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
60	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
61	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
62	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
2	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
3	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
4	15	23	12	0	20	18	17	0	22	20	24	0	22	16	18	0
5	47	39	50	0	42	44	45	0	40	42	38	0	40	46	44	0
JML	62	62	62	0	62	62	62	0	62	62	62	0	62	62	62	0





LAMPIRAN 3
UJI VALIDITAS

HASIL UJI VALIDITAS

a. Kualitas Produk (X1)

		Correlations			
		x1.1	x1.2	x1.3	kualitasproduk
x1.1	Pearson Correlation	1	.424**	.772**	.849**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000
	N	62	62	62	62
x1.2	Pearson Correlation	.424**	1	.553**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000
	N	62	62	62	62
x1.3	Pearson Correlation	.772**	.553**	1	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	62	62	62	62
kualitasproduk	Pearson Correlation	.849**	.799**	.899**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62

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

b. Promosi (X2)

		Correlations			
		x2.1	x2.2	x2.3	Promosi
x2.1	Pearson Correlation	1	.699**	.891**	.930**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	62	62	62	62
x2.2	Pearson Correlation	.699**	1	.802**	.895**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	62	62	62	62
x2.3	Pearson Correlation	.891**	.802**	1	.965**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	62	62	62	62
Promosi	Pearson Correlation	.930**	.895**	.965**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62

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

c. Brand Image (X3)

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	Brand Image
X3.1	Pearson Correlation	1	.570**	.656**	.866**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	62	62	62	62
X3.2	Pearson Correlation	.570**	1	.585**	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	62	62	62	62
X3.3	Pearson Correlation	.656**	.585**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	62	62	62	62
Brand Image	Pearson Correlation	.866**	.834**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62

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

d. Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations			
		Y1	Y2	Y3	KeputusanPembelian
Y1	Pearson Correlation	1	.487**	.714**	.865**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	62	62	62	62
Y2	Pearson Correlation	.487**	1	.597**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	62	62	62	62
Y3	Pearson Correlation	.714**	.597**	1	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	62	62	62	62
KeputusanPembelian	Pearson Correlation	.865**	.802**	.900**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	62	62	62	62

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



LAMPIRAN 4
UJI RELIABILITAS

HASIL UJI RELIABILITAS

a. Kualitas Produk (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	62	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	62	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	4

b. Promosi (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	62	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	62	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.871	4

c. Brand Image (X3)

		N	%
Cases	Valid	62	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	62	100.0

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

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	4

d. Keputusan Pembelian (Y)

		N	%
Cases	Valid	62	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	62	100.0

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

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	4



LAMPIRAN 5

**UJI REGRESI LINEAR
BERGANDA, UJI F, UJI T, DAN
KOEFSISIEN DETERMINASI**

HASIL REGRESI LINEAR BERGANDA

a. Hasil Uji Regresi Linear Berganda dan Hasil Uji t

Coefficients^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.221	1.277		.956	.343
	kualitasproduk	.248	.122	.233	2.036	.046
	Promosi	.201	.102	.218	1.966	.054
	Brand Image	.468	.091	.490	5.122	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Hasil Uji f

ANOVA^a						
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.	
1	Regression	55.414	3	18.471	35.705	.000 ^b
	Residual	30.005	58	.517		
	Total	85.419	61			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand Image, Promosi, kualitas produk

c. Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 ^a	.649	.631	.71926

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Promosi, kualitas produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian