



LAMPIRAN I
Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Kepada Yth :
Bapak/Ibu/Sdr/i
Di tempat.

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i untuk menjawab pertanyaan maupun pernyataan pada lembar kuesioner mengenai “PENGARUH MOTIVASI, KEPERCAYAAN, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN MINAT BELI SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi Kasus pada Produk Sparepart Sepeda Motor Merek Federal Parts (Kampas rem, Gear Set, Oli, dan Laker) di Desa Kedunggalar, Kabupaten Ngawi)”. Atas waktu dan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan banyak terimakasih.

A. Identitas Responden

Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i mengisi dan memberikan tanda *check list* (√) pada pertanyaan berikut :

Nama :(diisi jika bersedia)

Umur : Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

Pekerjan : PNS Pelajar/Mahasiswa

Wiraswasta Lain-lain

Pegawai Swasta

B. Petunjuk Pengisian

Mohon Bapak/Ibu/Sdr/i memberikan tanda *check list* (\surd) pada salah satu jawaban yang sesuai dengan pendapat dari Bapak/Ibu/Saudara/i. Setiap orang dapat mempunyai jawaban yang berbeda dan tidak ada jawaban yang dianggap salah.

Keterangan Jawaban :

SS = Sangat Setuju

TS = Tidak Setuju

S = Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

RR = Ragu-Ragu

1. Motivasi Konsumen

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Harga sparepart Federal Parts terjangkau oleh masyarakat					
2.	Harga sparepart Federal Parts sesuai dengan harapan saya					
3.	Saya terdorong membeli sparepart Federal Parts karena memiliki kualitas yang terjamin					
4.	Kualitas sparepart Federal Parts terbukti sesuai dengan keinginan saya					
5.	Saya membeli sparepart Federal Parts karena keberadaannya mudah dijumpai di setiap toko sparepart sepeda motor					

6.	Saya membeli sparepart Federal Parts karena ketersediaan barang selalu banyak dan lengkap di setiap toko sparepart sepeda motor					
----	---	--	--	--	--	--

2. Kepercayaan Konsumen

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
	Persepsi Integritas (<i>Integrity</i>)					
1.	Saya merasa sparepart Federal Parts mempunyai reputasi yang bagus					
2.	Sparepart Federal Parts memberikan kualitas produk yang sesuai dengan harapan saya					
	Persepsi Kebaikan (<i>Benevolence</i>)					
3.	Saya yakin sparepart Federal Parts selalu memberikan yang terbaik bagi konsumennya					
4.	Saya yakin Sparepart Federal Parts akan memberikan kualitas semaksimal mungkin demi kepuasan konsumen					
	Persepsi Kompetensi (<i>Competence</i>)					
5.	Saya yakin produk Federal Parts adalah produk yang unggul dan kompeten dalam memenuhi kebutuhan konsumen					
6.	Saya merasa kualitas sparepart Federal Parts sangat baik dibanding sparepart merek lain					

3. Sikap Konsumen

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Saya sudah mantap untuk membeli sparepart sepeda motor merek Federal Parts					

2.	Saya memiliki pengetahuan mengenai sparepart Federal Parts merupakan merek yang terkenal					
3.	Saya memiliki pengetahuan mengenai sparepart Federal Parts merupakan produk dari perusahaan yang memiliki reputasi tinggi					
4.	Saya mengetahui manfaat utama dari sparepart Federal Parts					
5.	Saya merasa senang menggunakan sparepart Federal Parts dikarenakan sparepart Federal Parts telah menjawab kebutuhan saya dibidang otomotif					
6.	Saya yakin atas kehandalan produk sparepart Federal Parts					

4. Minat Beli

No	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
	Minat Transaksional					
1.	Saya tertarik untuk membeli sparepart Federal Parts karena tersedia banyak produk sparepart					
	Minat Referensial					
2.	Saya bersedia merekomendasikan sparepart Federal Parts kepada orang lain					
	Minat Preferensial					
3.	Saya memilih sparepart Federal Parts dalam memenuhi kebutuhan saya akan sparepart sepeda motor					
4.	Sparepart Federal Parts lebih menarik perhatian saya					
	Minat Eksploratif					
5.	Saya menanyakan informasi produk sparepart Federal Parts kepada orang yang sudah menggunakannya					

6.	Saya tertarik untuk membeli sparepart Federal Parts setelah mendapat informasi dari teman atau kerabat					
----	--	--	--	--	--	--

5. Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	SS	S	RR	TS	STS
1.	Menurut saya tidak ada pilihan merek lain untuk membeli sparepart sepeda motor kecuali merek Federal Parts (Sparepart merek Federal Parts adalah pilihan yang terbaik)					
2.	Menurut saya informasi tentang kualitas sparepart merek Federal Parts sudah terkenal di masyarakat					
3.	Saya tidak mendapatkan hambatan dalam memperoleh informasi tentang kualitas sparepart Federal Parts					
4.	Saya tertarik membeli ulang sparepart Federal Parts karena selain harganya yang murah, kualitasnya juga bagus					
5.	Saya menggunakan sparepart Federal Parts karena dapat memenuhi kebutuhan saya					
6.	Sparepart Federal Parts adalah produk sparepart yang berkualitas					



LAMPIRAN II

Data Tabulasi

Kuesioner Penelitian

1) Variabel Motivasi Konsumen

Motivasi Konsumen							
No	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total skor
1	5	5	4	5	4	5	23
2	4	4	5	4	5	5	27
3	4	5	3	4	4	3	23
4	4	4	5	4	4	5	26
5	5	5	5	4	4	5	28
6	5	4	5	5	4	5	28
7	5	5	5	4	5	5	29
8	4	4	5	5	5	4	27
9	4	4	5	4	5	5	27
10	5	5	4	4	4	4	26
11	5	5	4	5	5	5	29
12	5	4	4	3	5	3	24
13	5	5	5	5	4	4	28
14	4	5	5	4	4	4	26
15	5	5	5	4	4	5	28
16	5	5	5	5	5	5	30
17	4	3	4	4	4	5	24
18	4	4	3	4	4	3	22
19	5	5	5	4	5	4	28
20	4	4	4	4	4	4	24
21	5	5	5	4	4	4	27
22	4	4	5	4	4	5	26
23	5	5	4	4	5	5	28
24	5	4	4	5	4	5	27
25	5	5	4	5	5	5	29

26	5	5	4	4	4	4	26
27	4	4	4	4	4	4	24
28	5	4	4	4	5	5	27
29	4	4	5	5	4	5	27
30	5	4	4	5	4	3	25
31	4	4	4	5	5	4	26
32	4	5	3	4	4	5	25
33	4	5	5	5	5	5	29
34	5	4	5	4	5	4	27
35	4	4	3	4	4	4	23
36	4	4	4	5	5	4	26
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	5	4	4	5	26
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	5	5	5	5	5	29
42	5	5	5	4	5	5	29
43	5	5	4	4	4	5	27
44	5	5	5	3	4	5	27
45	4	4	5	4	5	3	25
46	5	4	3	3	4	5	24
47	3	3	4	4	4	4	22
48	5	4	4	3	5	5	26
49	3	3	3	3	4	4	20
50	5	4	4	4	4	5	26
51	4	4	4	4	4	5	25
52	5	4	5	4	5	5	28
53	5	4	5	4	4	3	25
54	4	4	3	4	4	4	23
55	5	5	4	5	4	3	26
56	4	4	4	5	5	5	27
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	4	4	5	5	28
59	5	5	5	5	5	5	30
60	5	5	4	4	4	5	27
61	5	4	5	4	5	5	28
62	5	5	5	4	5	4	28
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	5	5	5	5	30

65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	4	5	4	4	5	26
67	4	4	4	5	5	5	27
68	4	4	4	4	4	3	23
69	5	4	4	4	5	5	27
70	4	4	4	5	5	5	27
71	5	5	5	5	5	5	30
72	4	5	4	5	5	5	28
73	4	4	4	5	4	5	26
74	5	5	5	4	4	4	27
75	5	5	4	5	5	5	29
76	5	5	4	5	4	5	28
77	5	4	4	4	5	5	27
78	4	4	4	5	5	4	26
79	5	5	4	4	5	4	27
80	5	5	4	4	5	5	28
81	5	4	4	5	4	5	27
82	3	4	4	4	4	4	23
83	5	4	4	4	5	5	27
84	5	4	4	5	5	4	27
85	3	4	5	5	4	5	26

1) Variabel Kepercayaan Konsumen

Kepercayaan Konsumen							
No	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total skor
1	4	4	5	5	5	5	28
2	4	4	5	4	5	4	26
3	4	3	4	3	4	3	21
4	4	3	5	4	5	2	23
5	4	4	5	5	5	2	25
6	4	4	5	5	4	4	26
7	4	4	5	5	4	5	27
8	5	5	4	4	5	4	27
9	5	4	5	5	5	4	28
10	5	5	5	5	4	4	28
11	4	4	5	5	4	4	26
12	3	4	5	3	4	5	24

13	4	4	5	4	4	4	25
14	4	4	4	4	5	4	25
15	4	5	4	4	4	5	26
16	4	4	5	5	4	5	27
17	4	3	5	5	4	4	25
18	5	3	3	3	4	2	20
19	3	4	5	4	3	4	23
20	4	4	4	4	2	2	20
21	5	5	4	4	5	5	28
22	4	4	3	4	4	4	23
23	5	5	5	5	5	5	30
24	4	4	5	5	5	4	27
25	5	5	5	5	4	4	28
26	4	3	4	4	3	4	22
27	4	5	5	5	5	5	29
28	4	4	4	4	4	4	24
29	4	4	5	5	4	4	26
30	4	4	3	3	4	4	22
31	5	5	4	4	5	5	28
32	3	4	5	4	3	4	23
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	3	5	3	4	5	24
35	4	4	4	4	3	4	23
36	5	4	4	4	4	4	25
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	5	5	4	4	26
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	5	4	4	4	25
41	5	5	4	4	4	4	26
42	5	4	5	4	5	3	26
43	5	4	5	5	4	2	25
44	4	4	5	5	5	3	26
45	3	4	3	2	4	5	21
46	4	4	3	3	3	3	20
47	2	4	4	3	3	1	17
48	5	4	3	4	3	4	23
49	3	4	4	3	3	1	18
50	4	4	5	4	5	3	25
51	5	4	5	5	5	3	27

52	5	4	5	4	5	3	26
53	5	4	3	5	4	3	24
54	4	4	4	4	3	3	22
55	4	3	4	5	5	4	25
56	5	5	4	4	4	4	26
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	4	4	5	5	28
59	5	5	5	5	5	5	30
60	5	5	5	5	5	5	30
61	5	4	5	4	5	5	28
62	5	4	5	4	5	4	27
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	5	5	4	5	4	28
67	5	5	5	4	5	4	28
68	4	4	5	4	4	4	25
69	4	4	5	5	4	4	26
70	4	5	5	5	4	4	27
71	5	4	5	5	5	5	29
72	5	4	5	5	4	4	27
73	4	4	5	5	5	4	27
74	5	5	4	4	5	5	28
75	4	4	5	5	4	4	26
76	5	5	4	4	5	5	28
77	5	5	5	5	4	5	29
78	4	5	4	4	5	4	26
79	5	5	4	5	4	4	27
80	5	4	5	5	4	5	28
81	4	4	5	4	5	4	26
82	1	4	4	4	4	4	21
83	5	5	5	5	4	5	29
84	5	5	5	5	4	4	28
85	5	5	4	4	5	4	27

2) Variabel Sikap Konsumen

Sikap Konsumen							
No	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total skor
1	4	4	4	5	5	5	27
2	4	4	4	4	5	5	26
3	5	4	5	4	3	4	25
4	4	3	5	4	5	4	25
5	4	5	5	5	5	4	28
6	5	5	5	5	5	5	30
7	4	5	5	5	5	5	29
8	4	4	5	5	5	5	28
9	5	4	5	4	5	5	28
10	4	4	4	4	5	5	26
11	5	5	5	4	4	4	27
12	5	3	4	4	4	4	24
13	4	5	3	5	5	4	26
14	5	4	4	4	4	4	25
15	5	5	5	5	5	5	30
16	5	5	5	5	4	4	28
17	3	3	2	3	4	3	18
18	2	4	4	3	4	2	19
19	5	5	5	3	4	4	26
20	2	4	2	2	4	2	16
21	5	5	5	4	5	5	29
22	4	3	3	4	4	4	22
23	5	4	4	5	5	5	28
24	5	4	5	4	5	4	27

25	4	4	4	5	5	5	27
26	4	3	4	4	4	4	23
27	4	4	4	4	4	4	24
28	4	5	4	4	5	4	26
29	5	5	5	4	5	5	29
30	2	2	3	3	2	3	15
31	4	4	4	4	5	5	26
32	4	3	4	5	5	4	25
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	3	4	5	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24
36	5	4	5	4	5	5	28
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	5	4	25
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	4	4	4	4	24
42	4	4	5	4	5	4	26
43	4	5	5	4	4	4	26
44	4	4	5	4	5	5	27
45	4	5	4	3	4	3	23
46	2	2	4	2	3	4	17
47	3	4	4	4	3	3	21
48	3	4	3	4	5	3	22
49	3	3	4	3	3	3	19
50	4	4	4	4	5	4	25
51	4	4	5	4	5	5	27
52	5	5	4	4	5	5	28
53	3	4	3	5	4	3	22
54	3	4	4	3	4	3	21
55	5	4	4	5	4	5	27
56	5	5	4	4	4	4	26
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	5	5	5	5	30
59	5	5	5	5	5	5	30
60	4	4	4	5	5	5	27
61	5	5	5	5	5	5	30
62	4	5	5	4	5	4	27
63	5	5	5	5	5	5	30

64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	5	4	4	5	5	28
67	2	1	3	4	5	4	19
68	4	4	5	4	4	4	25
69	4	5	5	4	5	4	27
70	5	5	5	5	5	5	30
71	5	5	5	5	5	5	30
72	5	5	3	4	5	5	27
73	4	4	5	4	4	4	25
74	4	4	4	4	5	5	26
75	5	5	5	5	4	4	28
76	4	4	4	4	5	5	26
77	5	4	5	5	5	4	28
78	4	5	4	4	4	5	26
79	5	5	5	5	4	4	28
80	5	5	4	5	5	5	29
81	4	5	4	5	4	4	26
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	5	4	5	5	4	28
84	5	5	3	5	5	5	28
85	5	4	5	4	5	4	27

3) Variabel Minat Beli

Minat Beli							
No	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total skor
1	4	4	5	5	4	4	26
2	4	5	4	4	5	5	27
3	4	3	4	5	4	4	24
4	4	3	4	4	2	3	20
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	5	4	4	5	5	27
7	4	4	5	5	5	5	28
8	4	4	5	5	4	4	26
9	4	5	4	4	5	4	26
10	4	4	4	5	5	5	27
11	5	5	5	4	4	4	27

12	4	4	3	3	4	5	23
13	4	5	4	4	5	5	27
14	4	5	4	4	4	5	26
15	5	4	4	4	5	5	27
16	4	4	5	5	5	4	27
17	5	3	4	4	3	3	22
18	4	4	2	4	4	4	22
19	4	4	5	5	3	4	25
20	5	5	4	4	4	4	26
21	4	5	4	4	5	5	27
22	5	4	5	3	4	3	24
23	5	5	4	4	5	5	28
24	5	4	4	5	5	4	27
25	5	5	4	4	4	5	27
26	4	4	4	4	4	3	23
27	4	4	4	4	5	5	26
28	5	4	5	4	4	5	27
29	4	4	5	4	5	5	27
30	4	3	4	3	4	4	22
31	5	4	4	5	5	4	27
32	5	4	5	3	4	4	25
33	5	4	4	4	4	5	26
34	5	4	5	4	3	3	24
35	3	4	4	5	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	3	4	4	4	4	23
42	5	4	5	5	5	5	29
43	5	5	4	4	4	4	26
44	4	5	5	4	3	3	24
45	4	2	4	3	4	5	22
46	4	2	3	3	4	3	19
47	4	3	3	3	4	3	20
48	5	4	4	3	5	4	25
49	4	3	3	3	4	4	21
50	4	4	4	4	4	4	24

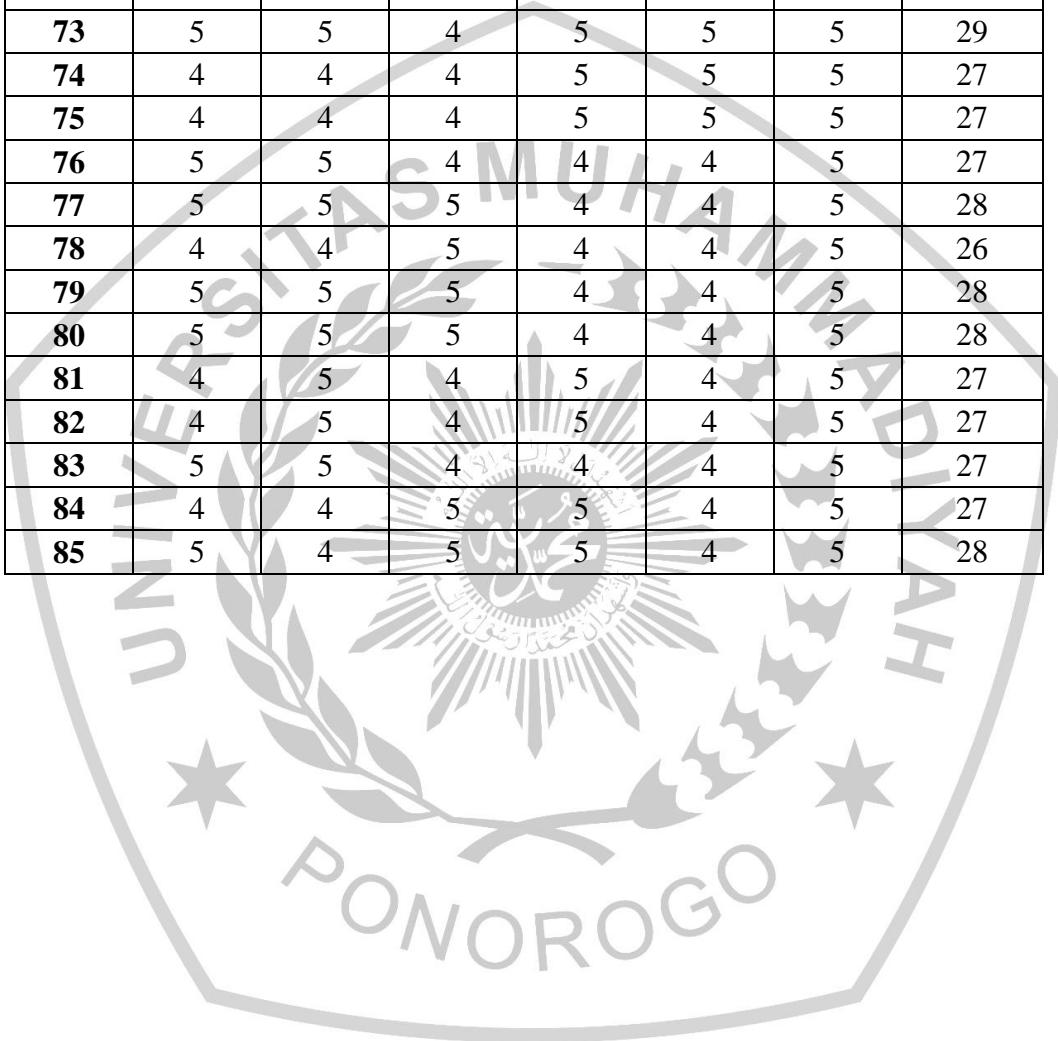
51	5	5	5	5	4	4	28
52	4	5	5	5	4	4	27
53	4	5	3	4	5	4	25
54	4	4	4	3	4	3	22
55	4	5	5	4	4	5	27
56	5	4	4	4	5	5	27
57	5	5	5	5	5	5	30
58	5	5	4	4	4	4	26
59	5	5	5	5	5	5	30
60	4	5	5	3	3	4	24
61	5	5	5	5	5	4	29
62	5	5	4	5	5	4	28
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	5	5	5	5	30
65	5	5	5	5	5	5	30
66	4	4	5	5	3	3	24
67	5	5	4	5	4	5	28
68	4	2	4	3	4	5	22
69	4	5	5	4	4	4	26
70	4	4	5	5	4	4	26
71	4	5	5	4	5	5	28
72	4	5	5	5	4	4	27
73	5	5	4	4	5	5	28
74	4	4	5	5	5	5	28
75	5	5	4	4	5	5	28
76	4	5	5	5	4	4	27
77	5	4	5	5	5	4	28
78	4	4	5	5	4	5	27
79	5	5	4	4	4	5	27
80	5	4	5	5	4	4	27
81	4	5	4	5	5	4	27
82	5	5	5	5	5	5	30
83	5	4	5	4	5	4	27
84	4	4	5	5	4	4	26
85	5	4	4	5	4	5	27

4) Variabel Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian							
No	Item 1	Item 2	Item 3	Item 4	Item 5	Item 6	Total skor
1	5	5	4	4	5	4	27
2	5	5	5	4	5	4	28
3	3	4	3	4	5	4	23
4	1	5	5	5	5	4	25
5	3	5	5	5	5	4	27
6	5	5	4	5	5	4	28
7	5	5	4	5	5	4	28
8	5	5	4	5	5	4	28
9	4	4	4	5	5	4	26
10	5	5	5	5	5	4	29
11	4	4	5	5	5	4	27
12	4	3	4	3	5	4	23
13	4	4	5	5	4	4	26
14	4	4	4	5	4	4	25
15	5	5	5	5	4	4	28
16	4	4	5	5	4	4	26
17	3	4	4	3	3	4	21
18	2	4	2	3	3	4	18
19	4	4	5	4	3	4	24
20	5	4	4	4	2	4	23
21	4	4	4	5	5	4	26
22	4	5	4	4	5	4	26
23	5	5	5	4	4	4	27
24	5	5	5	4	4	4	27
25	5	5	5	4	4	4	27

26	3	4	4	5	4	4	24
27	4	4	4	4	4	4	24
28	5	5	4	4	4	4	26
29	5	5	4	4	4	4	26
30	4	4	3	4	4	4	23
31	5	5	4	5	4	4	27
32	5	4	3	5	4	4	25
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24
35	4	4	4	4	4	4	24
36	4	4	4	4	4	4	24
37	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24
39	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	3	4	4	4	23
42	4	5	5	4	4	4	26
43	2	4	5	4	4	2	21
44	4	5	5	4	4	2	24
45	2	4	4	3	4	2	19
46	3	4	4	3	3	2	19
47	4	4	3	3	3	2	19
48	4	4	3	4	3	2	20
49	1	3	3	3	2	2	14
50	2	5	4	4	4	3	22
51	2	3	4	4	4	3	20
52	2	5	5	5	4	3	24
53	5	4	3	5	4	3	24
54	3	4	4	3	3	3	20
55	4	4	3	4	5	3	23
56	4	4	4	5	5	5	27
57	4	5	5	5	5	5	29
58	5	5	5	5	5	5	30
59	4	5	5	5	5	5	29
60	3	5	5	5	5	5	28
61	4	4	5	5	5	5	28
62	5	5	5	5	5	5	30
63	5	5	5	5	5	5	30
64	5	5	5	5	5	5	30

65	5	5	5	5	5	5	30
66	5	4	5	5	4	5	28
67	5	4	4	5	4	5	27
68	4	4	3	4	3	5	23
69	5	4	4	4	5	5	27
70	5	5	4	4	5	5	28
71	4	5	5	4	5	5	28
72	5	5	5	4	5	5	29
73	5	5	4	5	5	5	29
74	4	4	4	5	5	5	27
75	4	4	4	5	5	5	27
76	5	5	4	4	4	5	27
77	5	5	5	4	4	5	28
78	4	4	5	4	4	5	26
79	5	5	5	4	4	5	28
80	5	5	5	4	4	5	28
81	4	5	4	5	4	5	27
82	4	5	4	5	4	5	27
83	5	5	4	4	4	5	27
84	4	4	5	5	4	5	27
85	5	4	5	5	4	5	28





LAMPIRAN III
DATA SPSS

UJI VALIDITAS

1. Motivasi Konsumen

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	Motivasi konsumen
item1	Pearson Correlation	1	.554**	.210	.036	.272*	.189	.591**
	Sig. (2-tailed)		.000	.053	.747	.012	.084	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item2	Pearson Correlation	.554**	1	.265*	.226*	.194	.172	.623**
	Sig. (2-tailed)	.000		.014	.037	.075	.115	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item3	Pearson Correlation	.210	.265*	1	.200	.246*	.244*	.621**
	Sig. (2-tailed)	.053	.014		.066	.023	.025	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item4	Pearson Correlation	.036	.226*	.200	1	.243*	.185	.481**
	Sig. (2-tailed)	.747	.037	.066		.025	.090	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item5	Pearson Correlation	.272*	.194	.246*	.243*	1	.241	.600**
	Sig. (2-tailed)	.012	.075	.023	.025		.026	.000

	N	85	85	85	85	85	85	85
	Pearson Correlation	.189	.172	.244	.185	.241	1	.566**
item6	Sig. (2-tailed)	.084	.115	.025	.090	.026		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
	Pearson Correlation	.591**	.623**	.621**	.481**	.600**	.566**	1
motivasi konsumen	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85

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

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

2. Kepercayaan Konsumen

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	Kepercayaan konsumen
item1	Pearson Correlation	1	.431**	.111	.370**	.425**	.276*	.665**
	Sig. (2-tailed)		.000	.312	.000	.000	.011	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item2	Pearson Correlation	.431**	1	.097	.269*	.307**	.432**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000		.379	.013	.004	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item3	Pearson Correlation	.111	.097	1	.584**	.341**	.199	.570**
	Sig. (2-tailed)	.312	.379		.000	.001	.068	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item4	Pearson Correlation	.370**	.269*	.584**	1	.294**	.260*	.689**
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.000		.006	.016	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item5	Pearson Correlation	.425**	.307**	.341**	.294**	1	.347**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.001	.006		.001	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85

item6	Pearson Correlation	.276*	.432**	.199	.260*	.347**	1	.685**
	Sig. (2-tailed)	.011	.000	.068	.016	.001		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Kepercayaan konsumen	Pearson Correlation	.665**	.628**	.570**	.689**	.688**	.685**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85

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

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

3. Sikap Konsumen

Correlations

	item1	item2	item3	item4	item5	item6	Sikap konsumen	
item1	Pearson Correlation	1	.642**	.564**	.602**	.432**	.655**	.871**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item2	Pearson Correlation	.642**	1	.430**	.461**	.374**	.359**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.001	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item3	Pearson Correlation	.564**	.430**	1	.370**	.253*	.438**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.020	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item4	Pearson Correlation	.602**	.461**	.370**	1	.509**	.587**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item5	Pearson Correlation	.432**	.374**	.253*	.509**	1	.609**	.679**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.020	.000		.000	.000

	N	85	85	85	85	85	85	85
item6	Pearson Correlation	.655**	.359**	.438**	.587**	.609**	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Sikap konsumen	Pearson Correlation	.871**	.734**	.681**	.770**	.679**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85

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

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

4. Minat Beli

Correlations

	item1	item2	item3	item4	item5	item6	Minat beli	
item1	Pearson Correlation	1	.280**	.193	.121	.248*	.187	.499**
	Sig. (2-tailed)		.010	.077	.272	.022	.087	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item2	Pearson Correlation	.280**	1	.303**	.355**	.326**	.302**	.717**
	Sig. (2-tailed)	.010		.005	.001	.002	.005	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item3	Pearson Correlation	.193	.303**	1	.477**	.013	.078	.557**
	Sig. (2-tailed)	.077	.005		.000	.904	.479	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item4	Pearson Correlation	.121	.355**	.477**	1	.234*	.184	.654**
	Sig. (2-tailed)	.272	.001	.000		.031	.092	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item5	Pearson Correlation	.248*	.326**	.013	.234*	1	.575**	.644**
	Sig. (2-tailed)	.022	.002	.904	.031		.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item6	Pearson Correlation	.187	.302**	.078	.184	.575**	1	.629**
	Sig. (2-tailed)		.005	.479	.092	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85

	Sig. (2-tailed)	.087	.005	.479	.092	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Minat beli	Pearson Correlation	.499**	.717**	.557**	.654**	.644**	.629**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85

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

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

2.

5. Keputusan Pembelian

Correlations

		item1	item2	item3	item4	item5	item6	Keputusan pembelian
item1	Pearson Correlation	1	.399**	.203	.305**	.272*	.519**	.700**
	Sig. (2-tailed)		.000	.062	.005	.012	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item2	Pearson Correlation	.399**	1	.466**	.317**	.398**	.336**	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.000	.002	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item3	Pearson Correlation	.203	.466**	1	.376**	.346**	.338**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.062	.000		.000	.001	.002	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item4	Pearson Correlation	.305**	.317**	.376**	1	.543**	.481**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.005	.003	.000		.000	.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item5	Pearson Correlation	.272*	.398**	.346**	.543**	1	.453**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.001	.000		.000	.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
item6	Pearson Correlation	.519**	.336**	.338**	.481**	.453**	1	.779**

	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.002	.000	.000		.000
	N	85	85	85	85	85	85	85
Keputusan pembeli	Pearson Correlation	.700**	.660**	.624**	.701**	.701**	.779**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	85	85	85	85	85	85	85

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

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

UJI RELIABILITAS

1. Motivasi Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.639	6

2. Kepercayaan Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	6

3. Sikap Konsumen

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	6

4. Minat Beli

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.680	6

5. Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.776	6

ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

1. Pengaruh Motivasi, Kepercayaan, dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sikap Konsumen, Motivasi Konsumen, Kepercayaan Konsumen ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 ^a	.680	.668	1.807

a. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Motivasi Konsumen, Kepercayaan Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	560.735	3	186.912	57.252	.000 ^b
	Residual	264.441	81	3.265		
	Total	825.176	84			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Motivasi Konsumen, Kepercayaan Konsumen

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-1.821	2.456		-.741	.461
	Motivasi Konsumen	.318	.133	.217	2.388	.019
	Kepercayaan Konsumen	.478	.108	.433	4.439	.000
	Sikap Konsumen	.254	.085	.275	3.010	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Pengaruh Motivasi, Kepercayaan, dan Sikap Konsumen Terhadap Minat Beli

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sikap Konsumen, Motivasi Konsumen, Kepercayaan Konsumen ^b		Enter

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.594	.579	1.591

a. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Motivasi Konsumen, Kepercayaan Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	299.432	3	99.811	39.452	.000 ^b
	Residual	204.921	81	2.530		
	Total	504.353	84			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Motivasi Konsumen, Kepercayaan Konsumen

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	5.547	2.162		2.566	.012
	Motivasi Konsumen	.280	.117	.245	2.388	.019
	Kepercayaan Konsumen	.286	.095	.332	3.021	.003
	Sikap Konsumen	.213	.074	.294	2.859	.005

a. Dependent Variable: Minat Beli

ANALISIS JALUR (PATH ANALYSIS)

1. SUB STRUKTUR 1

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Sikap Konsumen, Motivasi Konsumen, Kepercayaan Konsumen ^b		Enter

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 ^a	.594	.579	1.591

a. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Motivasi Konsumen, Kepercayaan Konsumen

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	299.432	3	99.811	39.452	.000 ^b
	Residual	204.921	81	2.530		
	Total	504.353	84			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Motivasi Konsumen, Kepercayaan Konsumen

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.547	2.162		2.566	.012
	Motivasi Konsumen	.280	.117	.245	2.388	.019
	Kepercayaan Konsumen	.286	.095	.332	3.021	.003
	Sikap Konsumen	.213	.074	.294	2.859	.005

a. Dependent Variable: Minat Beli

2. SUB STRUKTUR 2

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Minat Beli, Motivasi Konsumen, Sikap Konsumen, Kepercayaan Konsumen ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.839 ^a	.704	.689	1.748

a. Predictors: (Constant), Minat Beli, Motivasi Konsumen, Sikap Konsumen, Kepercayaan Konsumen



ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	580.815	4	145.204	47.537	.000 ^b
	Residual	244.362	80	3.055		
	Total	825.176	84			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Minat Beli, Motivasi Konsumen, Sikap Konsumen, Kepercayaan Konsumen



Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.557	2.470		-1.440	.154
	Motivasi Konsumen	.230	.133	.157	1.729	.088
	Kepercayaan Konsumen	.389	.110	.352	3.535	.001
	Sikap Konsumen	.188	.086	.203	2.190	.031
	Minat Beli	.313	.122	.245	2.564	.012

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



LAMPIRAN IV

**Daftar r tabel, t tabel
dan f tabel**

Tabel r (Koefisien Korelasi Sederhana)

df = 1-200

Diproduksi oleh : Junaidi
<http://junaidichaniago.wordpress.com>