

LAMPIRAN



KUESIONER PENELITIAN

PETUNJUK PENGISIAN

1. Dari daftar pernyataan yang ada akan digunakan sebagai data penelitian dalam rangka penyelesaian studi.
2. Hasil dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.
3. Jawablah pernyataan dibawah ini sesuai dengan pendapat Bapak/Ibu/Saudara(i). Tidak ada jawaban yang salah dalam menjawab kuesioner ini.
4. Responden dapat memberikan jawaban dengan memberikan tanda contreng (✓) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia menurut Bapak/Ibu/Saudara(i).
5. Pada masing-masing pernyataan terdapat lima alternatif jawaban yang terdiri dari:
 - a. SS = Sangat Setuju
 - b. S = Setuju
 - c. N = Netral
 - d. TS = Tidak Setuju
 - e. STS = Sangat Tidak Setuju
6. Atas kerjasama Bapak/Ibu/Saudara(i), saya ucapkan terima kasih.

Kami menjamin rahasia pribadi anda.

A. IDENTITAS RESPONDEN

(Isilah Identitas Anda dengan Benar)

1. Nama Lengkap

(.....)

2. Jenis Kelamin

Laki-laki Wanita

3. Nama Komunitas

(.....)



KUESIONER

A. Brand Image (X1)

No.	Butir Pernyataan	Skor				
		SS	S	N	TS	STS
Recognition (Pengenalan)						
1.	Merek dari sepeda Polygon mudah untuk diingat.					
Reputation (Reputasi)						
2.	Saya membeli sepeda Polygon karena sepeda Polygon memiliki reputasi yang sangat baik di masyarakat.					
Affinity (Daya Tarik)						
3.	Saya membeli sepeda Polygon karena tampilannya sesuai dengan keinginan.					
Loyality (Kesetiaan)						
4.	Saya akan tetap setia untuk menggunakan sepeda Polygon.					
5.	Saya akan tetap memilih sepeda Merk Polygon					

B. Word Of Mouth (X2)

No.	Butir Pernyataan	Skor				
		SS	S	N	TS	STS
Komunikasi positif tentang suatu produk						
1.	Saya mendapat informasi positif sepeda polygon dari teman.					
2.	Review positif dari orang lain mempengaruhi dalam membeli sepeda polygon.					
Rekomendasi produk kepada orang lain						
3.	Saya merekomendasikan kepada temen temen untuk membeli sepeda polygon.					
4.	Saya memberikan informasi tentang keunggulan sepeda polygon kepada temen temen					
Relasi yang terjalin						
5.	Banyaknya pengguna sepeda Polygon membuat saya tertarik untuk membeli.					

C. Perceived Value (X3)

No.	Butir Pernyataan	Skor					
		SS	S	N	TS	STS	
Emotional Value							
1.	Saya menggunakan sepeda Polygon untuk berolahraga.						
2.	Saya lebih percaya diri menggunakan sepeda Polygon saat berolahraga.						
Sosial Value							
3.	Saya tertarik dengan sepeda Polygon karena produknya berkualitas.						
Quality Performance Value							
4.	Saya merasa produk yang ditawarkan sepeda Polygon sangat bervariasi.						
Price / Value Of Money							
5	Harga jual – beli sepeda Polygon tetap stabil.						

D. Keputusan Pembelian (Y)

No.	Butir Pernyataan	Skor					
		SS	S	N	TS	STS	
Kebutuhan dan Keinginan akan suatu produk							
1.	Saya membeli sepeda Polygon untuk kebutuhan berolahraga.						
Kemantapan pada sebuah produk							
2.	Kualitas yang bagus membuat saya memilih sepeda Polygon.						
Kebiasaan dalam membeli produk							
3.	Saya melakukan perbandingan antara sepeda Polygon dengan sepeda merek lainnya.						
Memberikan rekomendasi kepada orang lain							
4.	Saya membeli sepeda Polygon karena informasi yang saya dapatkan sesuai dengan apa yang saya harapkan.						
Melakukan pembelian ulang							
5.	Jika membeli sepeda lagi saya akan memilih sepeda Polygon.						

Lampiran : 2

UJI VALIDITAS

a. Brand Image (X_1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
X1.1	Pearson Correlation	1	.350 **	.255 *	.345 **	.366 **
	Sig. (2-tailed)		.000	.010	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.350 **	1	.311 **	.332 **	.362 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.001	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.255 *	.311 **	1	.416 **	.317 **
	Sig. (2-tailed)	.010	.002	.000	.000	.001
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.345 **	.332 **	.416 **	1	.345 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.366 **	.362 **	.317 **	.345 **	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
Total_X1	Pearson Correlation	.666 **	.684 **	.646 **	.732 **	.703 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

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

*. Correlatonis significant at the 0.05 level (2tailed).

b. Word Of Mouth (X₂)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
X2.1	Pearson Correlation	1	.298 **	.276 **	.484 **	.265 **
	Sig. (2-tailed)		.003	.005	.000	.008
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.298 **	1	.473 **	.315 **	.269 **
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.001	.007
	N	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.276 **	.473 **	1	.288 **	.270 **
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.004	.007
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.484 **	.315 **	.288 **	1	.484 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.004		.000
	N	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.265 **	.269 **	.270 **	.484 **	1
	Sig. (2-tailed)	.008	.007	.007	.000	
	N	100	100	100	100	100
Total_X2	Pearson Correlation	.685 **	.697 **	.676 **	.744 **	.637 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

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

c. Perceived Value (X₃)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
X3.1	Pearson Correlation	1	.315 **	.319 **	.170	.335 **
	Sig. (2-tailed)		.001	.001	.091	.001
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.315 **	1	.349 **	.153	.187
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.130	.062
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.319 **	.349 **	1	.213 *	.268 **
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.033	.007
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.170	.153	.213 *	1	.276 **
	Sig. (2-tailed)	.091	.130	.033		.006
	N	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.335 **	.187	.268 **	.276 **	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.062	.007	.006	
	N	100	100	100	100	100
Total_X3	Pearson Correlation	.716 **	.623 **	.657 **	.523 **	.661 **
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100

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

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

d. Keputusan Pembelian (Y)

		Correlations					
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Total_Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	.193	.200*	.228*	.316**	.628**
	Sig. (2-tailed)		.054	.046	.023	.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	.193	1	.135	.280**	.211*	.580**
	Sig. (2-tailed)	.054		.179	.005	.035	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	.200*	.135	1	.210*	.313**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.046	.179		.036	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	.228*	.280**	.210*	1	.430**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.023	.005	.036		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	.316**	.211*	.313**	.430**	1	.716**
	Sig. (2-tailed)	.001	.035	.002	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Total_Y	Pearson Correlation	.628**	.580**	.585**	.657**	.716**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran : 3

UJI REABILITAS

a. *Brand Image* (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	5

b. *Word of Mouth* (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	5

c. *Perceived Value* (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.636	5

d. Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.623	5

Lampiran : 4

HASIL UJI ASUMSI KLASIK

a. Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean Std. Deviation	.0000000 1.51497611
Most Extreme Differences	Absolute Positive Negative	.077 .055 -.077
Kolmogorov-Smirnov Z		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.144

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.

b. Multikolinearitas

Model		Coefficients ^a		VIF
		Collinearity Statistics	Tolerance	
1	(Constant)			
	X1		.880	1.136
	X2		.758	1.319
	X3		.759	1.317

a. Dependent Variable: Y

a. Heteroskedastisitas

Coefficients^a

	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
	7.645	2.109			3.626	.000
	.063	.078			.815	.417
	.222	.092			2.416	.018
	.364	.098			3.699	.000

a. Dependent Variable: RES2

Lampiran : 5

HASIL UJI ANALISIS REGRESI, UJI T, UJI F DAN KOEFISIEN DETERMINASI

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Y
b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.547 ^a	.299	.277	1.39029

- a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2
b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	79.191	3	26.397	13.657	.000 ^b
	Residual	185.559	96	1.933		
	Total	264.750	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

Model		Coefficients ^a				Sig.
		B	Std. Error	Standardized Coefficients	Beta	
1	(Constant)	7.645	2.109			3.626 .000
	X1	.063	.078			.815 .417
	X2	.222	.092			2.416 .018
	X3	.364	.098			3.699 .000



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

FAKULTAS EKONOMI

Jl. Budi Utomo No. 10 Ponorogo 63471 Jawa Timur Indonesia
Telp (0352) 481124, Fax. (0352) 461796, e-mail : akademik@umpo.ac.id Website :www.umpo.ac.id
Akreditasi Institusi B oleh BAN-PT
(SK Nomor : 77/SK/BAN-PT/Ak-PPJ/PT/IV/2020)

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : **SATRIA SASMITA**
2. NIM : 18414807
3. Jurusan : Manajemen
4. Bidang : Kewirausahaan
5. Alamat : Jl. Kresna Rt/Rw 002/002 Ds. Tatung Kec. Balong Ponorogo
6. Judul Skripsi : Pengaruh *Brand Image, Word Of Mouth* dan *Perceived Value* terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Merek Polygon di Kabupaten Ponorogo
7. Masa Pembimbingan : September 2021 s/d Agustus 2022
8. Tanggal Mengajukan Skripsi : 18 November 2021
9. Konsultasi :

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
4 - 3 - 2022	Pengajuan proposal	
8 - 3 - 2022	Revisi Quiisoner	
11 - 3 - 2022	Revisi proposal	
15 - 3 - 2022	ACC proposal	
21 - 3 - 2022	Revisi BAB I Skripsi	
26 - 3 - 2022	Revisi BAB II Skripsi	
29 - 3 - 2022	ACC BAB I II	
9 - 4 - 2022	Revisi BAB III	
20 - 4 - 2022	ACC BAB III Skripsi	
25 - 6 - 2022	pengajuan BAB IV + V	
5 - 7 - 2022	Revisi BAB IV + V	
7 - 7 - 2022	ACC BAB IV + V	

Tanggal Disetujui	BAB	Paraf Pembimbing
7 - 3 - 2022	Pengajuan Proposal	
23 - 3 - 2020	Revisi proposal	
28 - 3 - 2022	Revisi Quisioner	
1 - 4 - 2022	ACC proposal	
7 - 4 - 2022	Pengajuan Skripsi BAB I II III	
12 - 4 - 2022	Revisi Skripsi I II III	
19 - 4 - 2022	Revisi Skripsi I II III & Accr	
20 - 5 - 2022	Pengajuan BAB IV	
31 - 5 - 2022	Revisi RUMUS	
2 - 6 - 2022	Revisi Data / tabel	
19 - 6 - 2022	ACC Bab IV dan pengajuan Bab V	
29 - 6 - 2022	Revisi kesimpulan dan Saran	
11 - 7 - 2022	ACC Bab V	
12/7/2022	Catatan untuk diperbaiki dari finding Skripsi	

10. Tanggal Selesai Penulisan Skripsi :

11. Keterangan Bimbingan Telah Selesai : 11 Juli 2020

12. Telah Di Evaluasi/Di Uji Dengan Nilai : _____ (angka)

_____ (huruf)

Pembimbing,

Dr. HERI WIJAYANTO, ST., MM., M.Kom
NIDN. 0025057401



Ponorogo, 02 November 2021

Dekan,

Dr. HADI SUMARSONO, M.Si
NIP. 19760508 200501 1 00