

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUISIONER

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Sdr/Sdri Pelanggan CV. Indonusa Makmur Sejati

Di tempat

Dengan Hormat,

Saya mahasiswa Universitas Mercubuana jurusan Manajemen Pemasaran sedang melakukan penelitian untuk penyusunan skripsi yang berjudul “PENGARUH *WORD OF MOUTH*, KUALITAS PRODUK TERHADAP MINAT BELI ULANG”.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu selaku pelanggan untuk mengisi kuesioner ini. Atas kesediaan Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih. Semoga penelitian ini dapat bermanfaat bagi kita semua.

I. Profil Responden

Petunjuk pengisian kuesioner:

1. Berikan tanda checklist (✓) pada setiap jawaban yang paling mendukung Bapak/Ibu/Sdr/Sdri pada kolom yang tersedia.
2. Dimohon untuk hanya memberi satu jawaban pada kolom yang tersedia.
3. Dimohon agar setiap butir pernyataan terjawab semua.

- Bidang Usaha

- ☐ Grosir dan Retail
- ☐ Kontruksi
- ☐ Wirausaha dan lain-lain

II. Pernyataan Sub Variabel *Word of Mouth*, Kualitas Produk dan Minat Beli Ulang

Petunjuk pengisian kuesioner :

1. Berilah tanda checklist (✓) pada setiap jawaban yang paling mendukung Bapak / Ibu / Sdr / Sdri pada kolom yang tersedia.
2. Dimohon untuk hanya memberi satu jawaban pada kolom yang tersedia.
3. Dimohon agar setiap butir pernyataan terjawab semua.

Keterangan	Nilai
STS= Sangat Tidak Setuju	1
TS= Tidak Setuju	2
N= Netral	3
S= Setuju	4
SS = Sangat Setuju	5

I. *Word of Mouth* (WOM) (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya tertarik dengan INDONUSA MAKMUR SEJATI karena mendapat saran dari teman saya yang lebih awal membeli produk paving blok pada INDONUSA MAKMUR SEJATI					
2	Saya yakin dengan rekomendasi teman saya karena memberikan masukan yang baik tentang INDONUSA MAKMUR SEJATI					
3	Karakteristik teman saya dalam menjelaskan Produk paving blok pada INDONUSA MAKMUR SEJATI membuat saya tertarik untuk ke INDONUSA MAKMUR SEJATI					
4	Saya mendapatkan saran yang objektif dari rekan saya mengenai produk paving blok pada INDONUSA MAKMUR SEJATI					

5	Teman saya memiliki niat yang baik untuk memberi tahu saya tentang produk paving blok pada INDONUSA MAKMUR SEJATI					
6	Saya mencari lebih banyak informasi mengenai produk paving blok pada INDONUSA MAKMUR SEJATI setelah melakukan percakapan dengan teman saya					
7	Saya menyampaikan pesan yang saya dapatkan tentang produk paving blok INDONUSA MAKMUR SEJATI kepada orang lain					

II. Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Kualitas produk INDONUSA MAKMUR SEJATI membuat konsumen tertarik untuk menggunakan dan membeli					
2	INDONUSA MAKMUR SEJATI mempunyai Produk paving blok yang karakteristiknya sesuai dengan harapan konsumen dibandingkan produk paving lainnya					
3	INDONUSA MAKMUR SEJATI memiliki ciri khas produk yang membedakan dari produk lain yang merupakan karakteristik pelengkap dan mampu menimbulkan kesan bagi pelanggan					
4	Kualitas produk paving blok INDONUSA MAKMUR SEJATI memiliki ketetapan produk yang dapat dirasakan oleh konsumen dibandingkan produk paving blok lain					

III. Minat Beli Ulang (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan membeli produk paving blok karena kualitasnya					
2	Saya ingin untuk datang dan membeli kembali produk pasir karena kualitasnya					
3	Saya akan datang kembali untuk membeli karena merasa puas dengan produk yang ditawarkan INDONUSA MAKMUR SEJATI					
4	Saya akan tetap membeli produk paving blok kepada INDONUSA MAKMUR SEJATI meskipun memiliki banyak saingan					
5	Saya akan meneruskan hubungan pembelian untuk masa yang akan datang					



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Lampiran 2

Hasil Kuesioner: *Word of Mouth* (WOM)

Responden	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17
1	5	4	4	4	4	4	4
2	5	4	4	4	4	4	4
3	5	5	4	5	4	4	2
4	4	5	4	5	5	4	5
5	4	4	5	2	5	4	4
6	2	5	2	4	4	5	5
7	2	5	5	3	5	4	1
8	5	4	5	5	5	5	5
9	5	1	2	3	4	4	5
10	4	2	4	4	4	3	4
11	3	2	4	4	3	5	3
12	2	4	4	3	4	4	4
13	5	5	5	2	2	1	4
14	1	2	5	2	4	3	2
15	5	4	1	5	3	2	4
16	5	3	2	5	2	4	2
17	4	1	4	4	4	1	4
18	1	4	3	3	5	2	1
19	4	5	3	2	1	3	3
20	3	4	3	3	4	3	2
21	1	4	1	4	4	1	3
22	3	2	2	2	2	4	4
23	4	4	3	3	4	4	4
24	1	3	4	2	4	3	4
25	5	2	2	4	1	4	1
26	4	5	5	5	4	4	4
27	4	1	3	4	4	4	1
28	5	2	4	4	3	5	3
29	3	3	3	4	4	4	4
30	4	4	4	3	4	3	4
31	4	4	2	2	3	5	5
32	5	4	3	5	5	3	3

33	3	3	4	3	4	3	5
34	2	4	4	4	4	4	4
35	4	3	2	5	3	5	5
36	4	4	4	3	4	4	3
37	5	4	3	3	3	4	4
38	3	3	3	2	3	3	3
39	3	2	4	2	3	3	3
40	4	3	3	3	3	5	5
41	4	3	4	4	3	4	4
42	5	4	4	4	3	4	4
43	4	3	4	4	4	4	4
44	4	3	3	3	3	3	3
45	4	5	5	5	5	5	5
46	4	5	5	5	5	5	4
47	5	5	5	5	5	4	5
48	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	5	5	5	4	5
50	5	5	5	5	5	5	5
51	4	5	4	5	4	5	4
52	5	4	5	4	4	5	5
53	5	2	5	4	5	4	5
54	4	5	5	3	5	4	4
55	4	5	3	4	4	5	3
56	4	5	4	5	5	4	5
57	4	5	4	5	4	5	5
58	5	4	4	4	5	5	4
59	5	5	5	5	4	4	4
60	4	3	5	4	5	4	5
61	4	4	3	4	4	5	5
62	5	5	3	4	3	5	5
63	5	5	3	5	3	5	3
64	3	5	4	3	5	4	5
65	4	3	4	4	5	4	3
66	5	3	4	4	4	5	5
67	5	1	5	4	4	4	5
68	3	4	5	2	4	1	5
69	4	4	3	4	3	4	1

70	5	4	2	4	5	4	3
71	5	5	3	4	1	5	1
72	4	5	2	1	4	4	4
73	5	2	4	3	4	3	4
74	4	3	4	1	5	3	4
75	4	1	4	4	1	2	5
76	3	4	2	1	3	5	5
77	3	4	4	2	3	2	3
78	5	2	4	4	3	3	1
79	3	3	3	4	4	4	4
80	2	4	3	3	4	3	4



U N I V E R S I T A S
M E R C U B U A N A

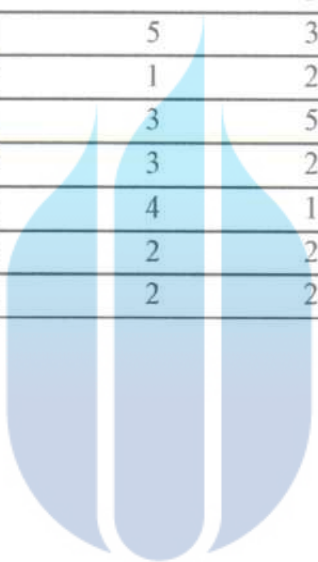
Lampiran 3

Hasil Kuesioner: Kualitas Produk

Responden	X21	X22	X23	X24
1	2	2	2	3
2	4	4	3	3
3	4	5	3	3
4	5	5	4	3
5	5	4	4	4
6	4	4	5	5
7	3	5	4	2
8	5	5	5	5
9	3	4	4	5
10	4	4	3	4
11	4	3	5	3
12	3	4	4	4
13	2	2	1	3
14	2	4	3	2
15	5	3	2	4
16	5	2	4	2
17	4	4	1	4
18	3	5	2	1
19	2	1	3	3
20	3	4	3	2
21	4	4	1	3
22	2	2	4	4
23	1	4	2	2
24	3	4	3	4
25	4	1	4	1
26	1	2	1	1
27	4	4	4	1
28	1	3	1	3
29	4	1	2	4
30	3	2	3	4

31	5	3	4	3
32	3	2	2	2
33	1	2	3	2
34	1	1	2	2
35	1	2	1	1
36	3	2	2	2
37	2	2	2	3
38	2	2	1	1
39	2	1	3	2
40	3	3	3	3
41	2	3	2	4
42	4	3	3	3
43	3	4	4	4
44	4	3	3	2
45	5	5	5	5
46	5	5	5	4
47	5	5	4	5
48	5	5	5	5
49	5	4	4	5
50	5	5	5	5
51	5	4	5	4
52	4	4	5	5
53	4	5	4	5
54	3	5	4	4
55	4	4	5	3
56	5	5	4	5
57	5	4	5	5
58	4	5	5	4
59	5	4	4	3
60	4	5	4	5
61	4	4	5	5
62	4	3	5	5
63	5	3	5	3
64	3	5	4	5
65	4	5	4	3

66	4	4	5	5
67	4	4	4	5
68	3	4	2	5
69	4	3	4	1
70	4	5	4	3
71	4	1	5	1
72	1	3	4	2
73	3	4	3	4
74	1	5	3	4
75	4	1	2	5
76	1	3	5	5
77	2	3	2	3
78	3	4	1	1
79	3	2	2	2
80	2	2	2	3



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

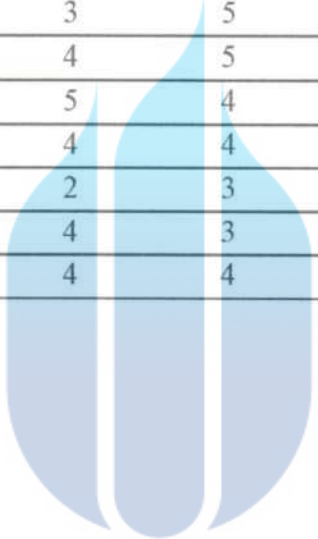
Lampiran 4

Hasil Kuesioner: Minat Beli Ulang

Responden	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15
1	4	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4
3	5	5	4	5	4
4	5	4	3	4	5
5	2	4	4	4	5
6	4	5	4	5	4
7	3	4	5	4	5
8	5	5	5	5	5
9	3	5	4	5	4
10	4	5	2	4	4
11	4	5	2	5	3
12	3	3	4	4	4
13	2	5	4	1	2
14	2	2	3	2	3
15	5	3	4	4	3
16	5	1	5	4	2
17	4	2	4	2	4
18	3	1	4	1	4
19	4	5	5	5	5
20	3	2	3	2	4
21	3	3	3	1	2
22	4	4	1	1	4
23	1	5	2	4	4
24	4	3	4	3	4
25	4	3	1	5	1
26	5	5	5	5	5
27	1	2	4	4	2
28	5	5	4	5	5
29	4	3	5	3	3
30	2	5	1	5	4

31	3	5	4	2	5
32	4	3	3	3	3
33	3	3	4	3	4
34	4	3	3	3	2
35	4	4	3	4	3
36	5	3	3	3	4
37	4	4	3	3	4
38	3	3	4	5	3
39	3	4	3	3	3
40	3	4	3	3	3
41	4	3	3	2	5
42	3	3	4	5	4
43	3	4	3	3	3
44	2	2	4	4	4
45	5	5	5	5	5
46	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5
48	5	5	5	5	5
49	5	5	4	4	5
50	5	5	5	5	5
51	5	5	4	3	4
52	4	5	4	4	4
53	4	5	4	4	5
54	3	4	3	5	5
55	4	4	5	5	4
56	5	4	5	5	5
57	5	4	5	4	4
58	4	5	4	5	5
59	5	4	4	4	4
60	4	4	5	5	5
61	4	5	5	5	4
62	4	5	3	5	3
63	5	5	4	4	3
64	3	4	4	4	5
65	4	4	5	4	5

66	4	4	5	3	4
67	4	4	2	3	4
68	2	5	4	4	4
69	4	5	4	4	3
70	4	5	1	4	5
71	4	2	2	3	1
72	1	1	4	5	4
73	3	2	4	2	4
74	1	3	5	3	5
75	4	4	5	3	1
76	3	5	4	3	3
77	2	4	4	2	3
78	4	2	3	4	3
79	4	4	3	1	4
80	4	4	4	1	4



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Lampiran 5

a. Hasil uji validitas Variabel Word of Mouth (WOM)

		Correlations							Word of Mouth
		X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	
X11	Pearson Correlation	1	.071	.138	.452**	-.047	.300**	.140	.508**
	Sig. (2-tailed)		.531	.222	.000	.678	.007	.217	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X12	Pearson Correlation	.071	1	.150	.248*	.272*	.302**	.122	.549**
	Sig. (2-tailed)	.531		.184	.027	.015	.006	.283	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X13	Pearson Correlation	.138	.150	1	.165	.465**	.037	.245*	.536**
	Sig. (2-tailed)	.222	.184		.143	.000	.748	.029	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X14	Pearson Correlation	.452**	.248*	.165	1	.226*	.374**	.139	.643**
	Sig. (2-tailed)	.000	.027	.143		.044	.001	.220	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X15	Pearson Correlation	-.047	.272*	.465**	.226*	1	.106	.281*	.574**
	Sig. (2-tailed)	.678	.015	.000	.044		.351	.012	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X16	Pearson Correlation	.300**	.302**	.037	.374**	.106	1	.297**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.007	.006	.748	.001	.351		.007	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
X17	Pearson Correlation	.140	.122	.245*	.139	.281*	.297**	1	.576**
	Sig. (2-tailed)	.217	.283	.029	.220	.012	.007		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80
Word of Mouth	Pearson Correlation	.508**	.549**	.536**	.643**	.574**	.608**	.576**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80

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

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

Hasil Uji Validitas Variabel Kualitas Produk

		Correlations				
		X21	X22	X23	X24	Kualitas Produk
X21	Pearson Correlation	1	.402**	.543**	.393**	.774**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X22	Pearson Correlation	.402**	1	.380**	.425**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X23	Pearson Correlation	.543**	.380**	1	.481**	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X24	Pearson Correlation	.393**	.425**	.481**	1	.758**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.774**	.718**	.791**	.758**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80

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

Hasil Uji validitas Minat Beli Ulang

		Correlations					
		Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Minat Beli Ulang
Y11	Pearson Correlation	1	.313**	.258*	.279*	.215	.629**
	Sig. (2-tailed)		.005	.021	.012	.055	.000
	N	80	80	80	80	80	80
Y12	Pearson Correlation	.313**	1	.109	.400**	.372**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.005		.337	.000	.001	.000
	N	80	80	80	80	80	80
Y13	Pearson Correlation	.258*	.109	1	.291**	.352**	.612**
	Sig. (2-tailed)	.021	.337		.009	.001	.000
	N	80	80	80	80	80	80

Y14	Pearson Correlation	.279*	.400**	.291**	1	.323**	.712**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.009		.003	.000
	N	80	80	80	80	80	80
Y15	Pearson Correlation	.215	.372**	.352**	.323**	1	.678**
	Sig. (2-tailed)	.055	.001	.001	.003		.000
	N	80	80	80	80	80	80
Minat Beli Ulang	Pearson Correlation	.629**	.659**	.612**	.712**	.678**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80

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

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

Lampiran 6

a. Hasil Uji Reabilitas Word of Mouth (WOM)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.653	.655	7

b. Hasil Uji Reabilitas: Kualitas Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.757	.757	4

c. Hasil Uji Reabilitas Minat Beli Ulang

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.672	.673	5

Lampiran 7

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.80698036
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.070
	Negative	-.046
Test Statistic		.070
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.

Lampiran 8

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients ^a								
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.812	1.230		1.473	.145		
	Word of Mouth	.557	.083	.678	6.697	.000	.491	2.036
	Kualitas Produk	.128	.093	.139	1.374	.174	.491	2.036

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Lampiran 9

Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients ^a					
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Sig.
		B	Std. Error	Beta	
1	(Constant)	1.428	.797		.077
	Word of Mouth	.078	.054	.227	.150
	Kualitas Produk	-.151	.060	-.390	.015

a. Dependent Variable: Residu_2

Lampiran 10

Hasil Uji Hipotesis

a. Pengaruh Word of Mouth (X1) Terhadap Minat Beli Ulang (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.777 ^a	.603	.598	1.84067

a. Predictors: (Constant), Word of Mouth

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

b. Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Minat Beli Ulang (Y)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.622 ^a	.387	.380	2.28763

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

c. Pengaruh Word of Mouth dan Kualitas Produk terhadap Minat Beli Ulang

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.783 ^a	.613	.603	1.83030

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Word of Mouth

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Lampiran 11

Hasil Uji t

a. Pengaruh Word of Mouth (X1) Terhadap Minat Beli Ulang (Y)

Coefficients ^a							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.590	1.226		1.297	.198		
Word of Mouth	.638	.059	.777	10.893	.000	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

b. Pengaruh Kualitas Produk (X2) Terhadap Minat Beli Ulang (Y)

Coefficients ^a						
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	8.222	.965		8.521	.000	
Kualitas Produk	.573	.082	.622	7.023	.000	

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang