

LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN

I. IDENTITAS RESPONDEN

Jenis kelamin: Laki-laki Perempuan

Usia: 18-24 Thn 25-39 Thn 40-50 Thn > 50 Thn

Pekerjaan: Pelajar/Mahasiswa Karyawan/Pegawai

Pengusaha Ibu rumah tangga

Pengeluaran Per Bulan : 500rb -2jt 2.1 – 5jt 5.1 – 10jt > 10jt

PETUNJUK PENGISIAN

Silahkan memberi tanda checkmark (\surd) pada kolom yang sesuai penilaian Anda. Tidak ada jawaban benar atau salah. Pemilihan kolom mencerminkan penilaian Anda dengan kriteria sebagai berikut.

II. KETERANGAN

SS : Sangat setuju

S : Setuju

KS : Kurang setuju

TS : Tidak setuju

STS : Sangat tidak setuju

III. Promosi (X3)

a. Iklan

No.	Indikator	X	S	TS	E	SS
1	Iklan produk susu Produgen pada televisi menarik minat konsumen untuk melihat					
2	Iklan produk susu Produgen dimuat di media cetak menarik minat konsumen untuk membaca					
3	Iklan produk susu Produgen di televisi cukup sering dilihat					
4	Informasi yang disampaikan pada iklan produk susu Produgen jelas					
5	Slogan PENTING (Penyerapan Tinggi) pada iklan produk susu Produgen mudah diingat					

b. Promosi

No.	Indikator	X	S	TS	E	SS
1	Promosi produk susu produgen dilakukan dengan variasi yang menarik minat konsumen					
2	Promosi produk susu produgen dilakukan dengan waktu yang tepat					
3	Promosi produk susu produgen dilakukan ditempat yang strategis					

c. Penjualan Personal

No.	Indikator	X	S	TS	E	SS
1	Pramuniaga produk susu produgen dapat menjelaskan dengan baik manfaat produk susu Produgen					
2	Pramuniaga produk susu produgen melayani pelanggan dengan baik					
3	Penawaran Pramuniaga produk susu produgen mampu menarik minat untuk membeli					
4	Penampilan pramuniaga produk susu produgen berpakaian sopan dan rapi					

IV. Keputusan Pembelian (Y)

a. Pengenalan Masalah/Kebutuhan

No.	Keperluan	1	2	3	4	5
1	Konsumen mengerti produk susu Produgen dapat memenuhi kebutuhan kalsium dan kesehatan tulang					
2	Konsumen mengerti produk susu Produgen mempunyai manfaat untuk membantu mencegah osteoporosis					
3	Konsumen mengerti produk susu Produgen mempunyai manfaat membantu menyehatkan persendian dengan kandungan glucosamin didalamnya					
4	Konsumen mengerti produk susu Produgen mempunyai manfaat membantu menyehatkan pencernaan dengan kandungan inulin didalamnya					

b. Pencarian Informasi

No.	Keperluan	1	2	3	4	5
1	Konsumen dapat dengan mudah untuk mendapatkan informasi mengenai spesifikasi dan manfaat produk susu Produgen					
2	Informasi yang didapatkan memberikan kejelasan tentang manfaat produk susu Produgen					

c. Evaluasi Alternatif

No.	Keperluan	1	2	3	4	5
1	Merek produk susu Produgen merupakan pilihan terbaik untuk produk susu berkalsium tinggi					
2	Keunggulan yang ditawarkan oleh produk susu Produgen sesuai dengan kebutuhan konsumen					

d. Keputusan Pembelian

No	Deskripsi	1	2	3	4	5
1	keputusan pembelian produk susu Produgen karena manfaat atau kualitas yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen					
2	keputusan pembelian produk susu Produgen karena harga yang ditawarkan sesuai dengan daya beli konsumen					
3	keputusan pembelian produk susu Produgen karena promosi yang ditawarkan menarik minat konsumen					
4	keputusan pembelian produk susu Produgen banyak dipengaruhi oleh orang lain					

e. Prilaku Pasca Pembelian

No	Deskripsi	1	2	3	4	5
1	Setelah mengkonsumsi produk susu Produgen, manfaat yang ditawarkan sesuai dengan yang konsumen rasakan					
2	Setelah membeli produk susu Produgen konsumen merasa puas					
3	Konsumen bersedia untuk melakukan pembelian ulang produk susu Produgen					

LAMPIRAN DATA TABULASI

Variable	Kualitas Produk (X1)																	
	Kinerja (<i>Performance</i>)					Fitur (<i>Features</i>)			Daya Tahan				Estetika					
	Dimensi	P1	P2	P3	P4	P5	P1	P2	P3	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	P4	P5
Responden																		
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4
2	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4
6	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
7	4	4	4	4	2	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4
8	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3
9	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
11	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
12	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4
18	4	4	4	3	2	2	3	4	4	2	4	2	4	3	4	3	4	3
19	4	4	3	4	2	3	3	4	4	3	4	2	4	3	3	4	3	3
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3
23	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
25	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	1	3	4	4	4	2	3	2	4	3	3	3	4	3
27	4	4	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	3	2	4	4	3	4	4	4
29	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4
30	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4
32	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5
33	5	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4
34	5	5	5	5	5	4	4	5	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3
35	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3
36	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	2	4	3	3	2	3	4
37	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4
38	4	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
47	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	4	4	3	4	4	3
48	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	4	4	3	4	4	3
49	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	4	3	3	4	4	3
50	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	2	4	3	3	4	4	3

Variable	Keputusan Pembelian (Y)															
	Pengenalan Kebutuhan				Pencarian Informasi		Evaluasi Alternatif		Keputusan Pembelian				Prilaku Pasca Pembelian			
Responden	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P1	P2	P1	P2	P3	P4	P1	P2	P3	
1	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4
2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
8	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
11	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4
19	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
22	5	4	5	4	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	4
25	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
26	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4
30	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
34	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
38	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
43	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
46	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
47	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
48	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
49	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
50	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4

5. Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Keterangan
Kualitas Produk	0,84	Reliabel
Harga	0,62	Reliabel
Promosi	0,76	Reliabel
Keputusan Pembelian	0,80	Reliabel

6. Hasil Uji Multikolinieritas

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
Model	B	Std. Error	Beta					
1	(Constant)	28,870	4,820		5,989	0,000		
	Kualitas_Produk	0,166	0,055	0,278	3,025	0,003	0,816	1,225
	Harga	0,002	0,227	0,001	0,007	0,995	0,902	1,108
	Promosi	0,396	0,093	0,406	4,276	0,000	0,767	1,305

7. Hasil Uji Heteroskedastitas

		Coefficients ^a			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,092	2,801		1,104	0,272
	Kualitas_Produk	-0,024	0,032	-0,084	-0,756	0,451
	Harga	0,194	0,132	0,155	1,473	0,144
	Promosi	-0,059	0,054	-0,124	-1,089	0,279

8. Matrik Korelasi Dimensi

DIMENSI	VARIABEL TERIKAT				
	Pengenalan Masalah	Pencarian Informasi	Evaluasi Alternatif	Keputusan Pembelian	Prilaku Pasca Pembelian
	D1Y1	D2Y1	D3Y1	D4Y1	D5Y1
Kinerja (D1X1)	,285**	,294**	,089	,305**	,114
Fitur (D2X1)	,037	,115	,131	,153	,152
Daya Tahan (D3X1)	,302**	,340**	,161	,352**	,121
Estetika (D4X1)	,312**	,186	,234*	,514**	,181
Kualitas Produk (X1)	,331**	,322**	,200*	,450**	,180
Harga berdasarkan nilai yang dipersepsikan (D1X2)	,160	,035	,242*	,578**	,289**
Penetapan Harga sesuai harga berlaku (D2X2)	,280**	,237*	,269**	,707**	,239*
Harga (X2)	,282**	,143	,320**	,803**	,326**
Iklan (D1X3)	,335**	,104	,234*	,297**	,198*
Promosi Penjualan (D2X3)	,230*	,120	,040	,425**	,334**
Penjualan Personal D3X3)	,282**	,293**	,471**	,284**	,136
Promosi (X3)	,428**	,235*	,381**	,458**	,297**

9. Hasil Regresi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,450 ^a	,203	,195	2,464

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	151,398	1	151,398	24,934	,000 ^b
	Residual	595,042	98	6,072		
	Total	746,440	99			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40,145	3,716		10,803	,000
	Kualitas_Produk	,268	,054	,450	4,993	,000

10. Hasil Regresi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,256 ^a	,065	,056	2,668

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	48,750	1	48,750	6,848	,010 ^b
	Residual	697,690	98	7,119		
	Total	746,440	99			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	47,121	4,418		10,666	,000
	Harga	,720	,275	,256	2,617	,010

11. Hasil Regresi Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,524 ^a	,274	,267	2,351

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	204,805	1	204,805	37,056	,000 ^b
	Residual	541,635	98	5,527		
	Total	746,440	99			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	34,981	3,897		8,977	,000
	Promosi	,511	,084	,524	6,087	,000

12. Hasil Regresi Berganda Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,606 ^a	,367	,347	2,218

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	274,034	3	91,345	18,563	,000 ^b
	Residual	472,406	96	4,921		
	Total	746,440	99			

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	23,438	4,904		4,779	,000
	Kualitas_Produk	,161	,053	,270	3,010	,003
	Harga	,555	,263	,188	2,109	,038
	Promosi	,324	,094	,333	3,458	,001

