


Lampiran 1

 <p>UNIVERSITAS MERCU BUANA</p>	<p>KUISIONER PENGUKURAN PENGARUH PERSEPSI PRODUK DAN PENGALAMAN BELANJA ONLINE PRODUK LAIN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SLEEK BABY DI JAKARTA</p>
--	---

Ass. Wr. Wb, Salam sejahtera bagi kita semua,
 Perkenalkan saya adalah **Wilbrodus Smits Hambur (55110120130)** mahasiswa Magister Manajemen konsentrasi Pemasaran dari Universitas Mercubuana – Menteng - Jakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian tentang “*Pengaruh Persepsi Produk dan Pengalaman Belanja Online Produk Lain terhadap Keputusan Pembelian Produk Sleek Baby di Jakarta*”. Untuk keperluan penelitian ini maka saya mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan informasi yang saya perlukan. Informasi yang Bapak/Ibu berikan akan saya jaga kerahasiannya sesuai dengan UU Statistik yang berlaku di Indonesia. Informasi yang Bapak/Ibu berikan akan saya gunakan hanya untuk kepentingan penelitian untuk mengetahui tentang persepsi produk pelanggan, pengalaman belanja online dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian. Atas kesediaan Bapak/Ibu mengisi kuisisioner ini, saya haturkan limpah terima kasih.
 Salam,
 Wilbrodus

PROFIL RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Alamat Responden :
3. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan
4. Status Perkawinan : Menikah/Pernah Menikah Belum Menikah
5. Usia : 18 < 30 tahun
 31 < 40 tahun
 41 < 50 tahun
 > 51 tahun
7. Mengetahui produk Sleek Baby dari:

<input type="checkbox"/> Teman	<input type="checkbox"/> Keluarga	<input type="checkbox"/> Iklan TV/M	<input type="checkbox"/> Brosur
<input type="checkbox"/> Orang lain	<input type="checkbox"/> Lainnya Sebutkan:		

Pertanyaan Screening:

Syarat Responden : Menggunakan produk Sleek Baby dan pernah mengalami pengalaman belanja online produk lain di Internet.

Berilah tanda X atau \surd sesuai dengan penilaian Saudara.

1.	Apakah Saudara pernah menggunakan produk Sleek Baby? Jika Ya, lanjut ke pertanyaan berikut sedangkan jika Tidak, berhenti sampai di sini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2.	Apakah Saudara memiliki pengalaman belanja online produk lain? Jika Ya, lanjut ke bagian berikut sedangkan jika Tidak, berhenti sampai di sini	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Pertanyaan Penilaian:

Penilaian dilakukan menggunakan skala interval 5 titik yang terdiri dari

STS = Sangat Setuju

TS = Tidak Setuju

RR = Ragu-ragu

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Berilah tanda \surd (contreng) sesuai penilaian Saudara.

A. Produk Persepsi

	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
A	Kualitas					
1	Manfaat produk Sleek Baby sesuai dengan fungsinya.					
2	produk Sleek Baby memilih daya tahan yang baik.					
3	Produk Sleek Baby tanpa cacat.					
B	Harga					
4	Harga produk Sleek Baby sesuai dengan manfaat yang didapat.					
5	Harga produk Sleek Baby lebih					

	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
	murah dibanding merek lain.					
C	Variasi					
6	Produk Sleek Baby memiliki banyak jenis atau variasi.					

B. Pengalaman Belanja Online Produk Lain

	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
A	Atmosfir Website					
7	Website belanja online yang saya kunjungi menampilkan informasi yang lengkap tentang produk sehingga memudahkan saya untuk melakukan transaksi belanja.					
8	Website belanja online yang saya kunjungi menampilkan indikator keamanan bertransaksi sehingga saya tidak ragu-ragu untuk melakukan transaksi pembelian online.					
9	Website belanja online yang saya kunjungi dilengkapi fitur-fitur yang mempermudah pemahaman suatu produk seperti video yang menjelaskan tentang kelebihan produk yang dijual.					
B	Kegunaan					
10	Dengan belanja online saya merasakan bahwa biaya yang saya keluarkan seperti biaya langgananan internet, biaya listrik atau pulsa telpon seimbang dengan manfaat yang diperoleh dari belanja secara online.					
C	Kemudahan Penggunaan					
11	Website belanja online yang saya kunjungi mudah digunakan dalam bertransaksi secara online.					
D	Kesenangan					
12	Transaksi belanja online yang saya lakukan meningkatkan pengalaman baru yang menyenangkan.					
13	Transaksi belanja online yang saya lakukan membangkitkan gairah karena memperoleh pengalaman yang baru dalam belanja online.					

C. Keputusan Pembelian

	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
A	Pengenalan Kebutuhan					
14	Memahami kebutuhan dengan baik akan manfaat Produk Sleek Baby sebelum melakukan keputusan pembelian					
15	Website online shop menjelaskan dengan baik tentang manfaat produk sehingga saya yakin produk yang akan saya beli memenuhi kebutuhan yang diinginkan.					
B	Pencarian Informasi					
16	Saya mencari informasi tambahan ke orang yang dikenal tentang manfaat yang diperoleh dari penggunaan produk Sleek Baby.					
17	Saya mencari informasi tambahan di Internet tentang produk yang akan dibeli secara online.					
C	Evaluasi Alternatif					
18	Sebelum membeli produk Sleek Baby, saya membandingkan manfaatnya dengan produk lain.					
D	Keputusan Pembelian					
19	Saya akhirnya memutuskan membeli produk Sleek Baby berdasarkan pengenalan akan kebutuhan setelah mendapatkan informasi serta berbagai pertimbangan dengan produk lain.					
E	Perilaku Pasca Pembelian					

	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
20	Produk Sleek Baby yang telah saya beli sesuai dengan yang saya harapkan sehubungan dengan kualitas, harga dan variasi jika dibandingkan dengan merek lain					
F	Frekwensi Pembelian					
21	Saya melakukan pembelian kembali setelah merasakan manfaat yang diperoleh dari pemakaian produk Sleek Baby					
G	Komitmen Pelanggan					
22	Saya memiliki komitmen yang tinggi bahwa produk Sleek Baby memberikan manfaat yang berarti bagi saya walaupun terdapat merek lain yang lebih baik.					
F	Rekomendasi Positif					
23	Saya pernah menyarankan orang lain untuk menggunakan produk Sleek setelah merasakan manfaat yang digunakan.					

Lampiran 2**Output Perhitungan SPSS****Uji Valliditas Dan Reliabilitas****Correlations**

		Total X1
P1	Pearson Correlation	.787
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P2	Pearson Correlation	.849
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P3	Pearson Correlation	.862
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P4	Pearson Correlation	.860
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P5	Pearson Correlation	.754
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P6	Pearson Correlation	.920
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.912	6

Correlations

		Total X2
P7	Pearson Correlation	.633
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P8	Pearson Correlation	.563
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
P9	Pearson Correlation	.848
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P10	Pearson Correlation	.839
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P11	Pearson Correlation	.681
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P12	Pearson Correlation	.818
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P13	Pearson Correlation	.685
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.843	7

Correlations

		Total Y
P14	Pearson Correlation	.823
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P15	Pearson Correlation	.684
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P16	Pearson Correlation	.826
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P17	Pearson Correlation	.866
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P18	Pearson Correlation	.676
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P19	Pearson Correlation	.802
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P20	Pearson Correlation	.849
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P21	Pearson Correlation	.798
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P22	Pearson Correlation	.673
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
P23	Pearson Correlation	.823
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.924	10

Uji Asumsi Dasar Dan Uji Asumsi Klasik***Uji Normalitas*****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

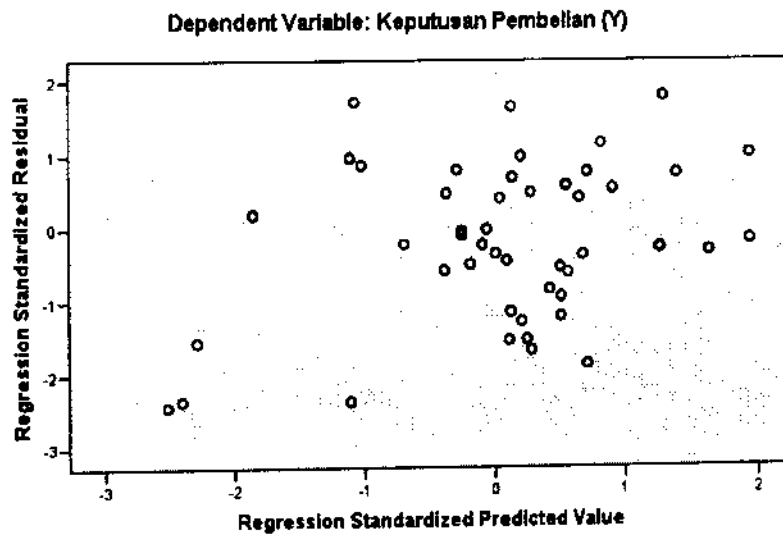
		Unstandardized Residual
N		115
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.85652260
Most Extreme Differences	Absolute	.126
	Positive	.105
	Negative	-.126
Kolmogorov-Smirnov Z		1.355
Asymp. Sig. (2-tailed)		.051

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Heterokedastisitas

Scatterplot

*Uji Multikolinieritas*Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Persepsi Produk (X1)	.608	1.646
	Pengalaman Belanja Online Produk Lain (X2)	.608	1.646

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Analisis Regresi BergandaModel Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 ^a	.585	.578	3.89080

a. Predictors: (Constant), Pengalaman Belanja Online Produk Lain (X2), Persepsi Produk (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2390.581	2	1195.290	78.958	.000 ^a
	Residual	1695.495	112	15.138		
	Total	4086.076	114			

a. Predictors: (Constant), Pengalaman Belanja Online Produk Lain (X2), Persepsi Produk (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^b

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.998	1.665		6.606	.000
	Persepsi Produk (X1)	.702	.108	.509	6.517	.000
	Pengalaman Belanja Online Produk Lain (X2)	.398	.093	.335	4.293	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^b

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	Correlations		
		B	Std. Error	Beta	Zero-order	Partial	Part
1	(Constant)	10.998	1.665				
	Persepsi Produk (X1)	.702	.108	.509	.719	.524	.397
	Pengalaman Belanja Online Produk Lain (X2)	.398	.093	.335	.654	.376	.261

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 4

Tabel t

t Table

cum. prob	$t_{.50}$	$t_{.25}$	$t_{.20}$	$t_{.15}$	$t_{.10}$	$t_{.05}$	$t_{.025}$	$t_{.01}$	$t_{.005}$	$t_{.001}$	$t_{.0005}$	
one-tail	0.50	0.25	0.20	0.15	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001	0.0005	
two-tails	1.00	0.50	0.40	0.30	0.20	0.10	0.05	0.02	0.01	0.002	0.001	
df												
1	0.000	1.000	1.376	1.963	3.078	6.314	12.71	31.82	63.66	318.31	636.62	
2	0.000	0.816	1.061	1.386	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	22.327	31.599	
3	0.000	0.765	0.978	1.250	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	10.215	12.924	
4	0.000	0.741	0.941	1.190	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	7.173	8.610	
5	0.000	0.727	0.920	1.156	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	5.893	6.869	
6	0.000	0.717	0.908	1.134	1.439	1.943	2.447	3.143	3.707	5.208	5.959	
7	0.000	0.711	0.901	1.126	1.423	1.933	2.415	3.098	3.646	5.041	5.808	
8	0.000	0.707	0.896	1.120	1.418	1.928	2.401	3.074	3.633	5.019	5.781	
9	0.000	0.704	0.893	1.116	1.415	1.925	2.396	3.061	3.622	5.008	5.775	
10	0.000	0.701	0.891	1.113	1.413	1.923	2.392	3.055	3.618	5.002	5.771	
11	0.000	0.697	0.876	1.068	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.025	4.437	
12	0.000	0.695	0.873	1.063	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	3.930	4.318	
13	0.000	0.694	0.870	1.079	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	3.852	4.221	
14	0.000	0.692	0.868	1.076	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	3.787	4.140	
15	0.000	0.691	0.866	1.074	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733	4.073	
16	0.000	0.690	0.865	1.074	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733	4.073	
17	0.000	0.689	0.864	1.074	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733	4.073	
18	0.000	0.689	0.864	1.074	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733	4.073	
19	0.000	0.688	0.864	1.074	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733	4.073	
20	0.000	0.688	0.864	1.074	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	3.733	4.073	
21	0.000	0.686	0.859	1.063	1.323	1.721	2.000	2.518	2.831	3.527	3.819	
22	0.000	0.686	0.858	1.061	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.506	3.792	
23	0.000	0.685	0.858	1.060	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.485	3.768	
24	0.000	0.685	0.857	1.059	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.467	3.745	
25	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
26	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
27	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
28	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
29	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
30	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
31	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
32	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
33	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
34	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
35	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
36	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
37	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
38	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
39	0.000	0.684	0.856	1.058	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.450	3.725	
40	0.000	0.681	0.851	1.050	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.307	3.551	
60	0.000	0.679	0.848	1.045	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.232	3.460	
80	0.000	0.678	0.846	1.043	1.292	1.664	1.990	2.374	2.639	3.195	3.416	
100	0.000	0.677	0.845	1.042	1.290	1.660	1.984	2.364	2.626	3.174	3.390	
1000	0.000	0.675	0.842	1.037	1.282	1.646	1.962	2.330	2.581	3.096	3.300	
		0%	50%	60%	70%	80%	90%	95%	98%	99%	99.8%	99.9%
		Confidence Level										

Lampiran 5

Tabel R (Pearson Product Moment)

TABEL 3
NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT

N	Tarat Signifikan		N	Tarat Signifikan		N	Tarat Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			