

Lampiran I

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING

(Studi pada Konsumen Honda PCX PT. Tunas Dwipa Matra Cabang Antasari)

Perkenalkan nama saya Nyoman Anggi Krisdayanti mahasiswi Institut Informatika Dan Bisnis Darmajaya (IIB Darmajaya), Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Program Studi Magister Manajemen. Saat ini saya sedang menyusun sebuah laporan akhir sebagai salah satu atau syarat untuk memperoleh gelar Magister dengan judul "PENGARUH KUALITAS PRODUK DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DENGAN *BRAND IMAGE* SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (Studi pada Konsumen Honda PCX PT. Tunas Dwipa Matra Cabang Antasari)". Besar harapan saya kiranya Bapak/Ibu/Saudara/i bersedia mengisi kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan tanpa paksaan dari pihak manapun. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i sekalian untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

BAGIAN I

Petunjuk pengisian daftar pernyataan :

1. Bacalah dengan teliti setiap pernyataan dalam kuisisioner ini.
2. Berilah tanda centang (✓) pada kotak jawaban yang menurut anda paling sesuai.
3. Setiap pernyataan hanya membutuhkan satu jawaban saja.

Kriteria penilaian :

SS = Sangat Setuju	5
S = Setuju	4
CS = Cukup Setuju	3
TS = Tidak Setuju	2
STS = Sangat Tidak Setuju	1

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama :

2. Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan

3. Usia

<input type="checkbox"/>	a. 17 – 23 tahun	<input type="checkbox"/>	c. 30 – 35 tahun
<input type="checkbox"/>	b. 24 – 29 tahun	<input type="checkbox"/>	d. > 36 tahun

4. Pekerjaan

<input type="checkbox"/>	a. Pegawai Negeri Sipil	<input type="checkbox"/>	c. Pegawai Swasta
<input type="checkbox"/>	b. Mahasiswa/pelajar	<input type="checkbox"/>	d. Lainnya

5. Pendapatan

<input type="checkbox"/>	a. Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000
<input type="checkbox"/>	b. Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000
<input type="checkbox"/>	c. Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000
<input type="checkbox"/>	d. > Rp. 4.000.000

BAGIAN II

1. Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	Jenis Penelitian				
		STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
Pemilihan Produk						
1	Memutuskan melakukan pembelian Honda PCX sesuai dengan kebutuhan.					
Pemilihan Merek						
2	Memutuskan melakukan pembelian Honda PCX berdasarkan kepopuleran.					
Pilihan Penyalur						
3	Memutuskan melakukan pembelian Honda PCX karena harga yang ditawarkan lebih terjangkau.					
Jumlah Pembelian						
4	Memutuskan melakukan pembelian Honda PCX karena kualitasnya.					
Pemilihan Waktu						
5	Dapat melakukan pembelian Honda PCX setiap saat.					
Pemilihan Metode Pembayaran						
6	Memutuskan melakukan pembelian Honda PCX karena mudah dalam pembayaran baik secara <i>cash</i> ataupun <i>credit</i> .					

BAGIAN II

2. *Brand Image (Z)*

No.	Pernyataan	Jenis Penelitian				
		STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
Kekuatan						
1	Honda PCX memiliki penampilan/ <i>body</i> yang menarik					
Keunikan						
2	Honda PCX memiliki banyak tipe dan model sesuai yang diinginkan					
Keunggulan						
3	Honda PCX adalah produk favorit yang dikenal oleh masyarakat					

BAGIAN IV

3. Kualitas Produk (X1)

No.	Pernyataan	Jenis Penelitian				
		STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
<i>Performance</i> (kinerja)						
1	Honda PCX dapat memberikan kenyamanan berkendara secara maksimal.					
<i>Features</i> (fitur atau ciri-ciri tambahan)						
2	PCX memiliki fitur yang cukup lengkap					
<i>Convormance To Spesifications</i> (Kesesuaian dengan spesifikasi)						
3	Honda PCX sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan					
<i>Durability</i> (daya tahan)						
4	Honda PCX dapat digunakan dengan waktu yang cukup lama					
<i>Esthetics</i> (Estetika)						
5	Bentuk fisik Honda PCX indah dipandang.					
<i>Perceived Quality</i> (kualitas yang dipersepsikan)						
6	Honda PCX sesuai dengan kebutuhan sehari-hari.					

4. Harga (X2)

No.	Pernyataan	Jenis Penelitian				
		STS	TS	CS	S	SS
		1	2	3	4	5
Keterjangkauan Harga						
1	Honda PCX memiliki harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat					
Daya Saing Harga						
2	Harga yang ditetapkan Honda PCX bersaing dengan produk motor lain					
Kesesuaian Harga dengan Kualitas Produk						
3	Harga Honda PCX sesuai dengan produk yang ditawarkan					
Kesesuaian Harga dengan Manfaat						
4	Harga Honda PCX sesuai dengan manfaat yang di dapatkan					

Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	133	70,3%
Perempuan	56	29,7%
Total	189	100%

Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17-23 Tahun	43	22,8%
24-29 Tahun	58	30,7%
30-35 Tahun	69	36,5%
>36 Tahun	19	10%
Total	189	100%

Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Pegawai Negeri Sipil	16	8,5
Mahasiswa/Pelajar	39	20,6
Pegawai Swasta	62	32,8
Lainnya	72	38,1
Total	189	100.0

Resonden Berdasarkan Pendapatan

Pendapatan	Jumlah	Persentase
Rp. 1.000.000 – Rp. 2.000.000	55	29,1%
Rp. 2.000.000 – Rp. 3.000.000	35	18,5%
Rp. 3.000.000 – Rp. 4.000.000	77	40,7%
>Rp. 4.000.000	22	11,7%
Total	189	100%

Hasil Uji Frekuensi Keputusan Pembelian

No.	Daftar Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Memutuskan melakukan pembelian Honda PCX sesuai dengan kebutuhan.	1	0.5	2	1.1	8	4.2	122	64.5	56	29.7
2	Memutuskan melakukan pembelian Honda PCX berdasarkan kepopuleran.	2	1.1	1	0.5	8	4.2	105	55.6	73	38.6
3	Memutuskan melakukan pembelian Honda PCX karena harga yang ditawarkan lebih terjangkau.	1	0.5	2	1.1	18	9.5	103	54.5	65	34.4
4	Memutuskan melakukan pembelian Honda PCX karena kualitasnya.	1	0.5	1	0.5	16	8.5	105	55.6	66	34.9
5	Dapat melakukan pembelian	1	0.5	3	1.7	11	5.8	105	55.6	69	36.5

	Honda PCX setiap saat.										
6	Memutuskan melakukan pembelian Honda PCX karena mudah dalam pembayaran baik secara <i>cash</i> ataupun <i>credit</i> .	2	1.1	1	0.5	8	4.2	96	50.8	82	43.4

Hasil Uji Frekuensi *Brand Image*

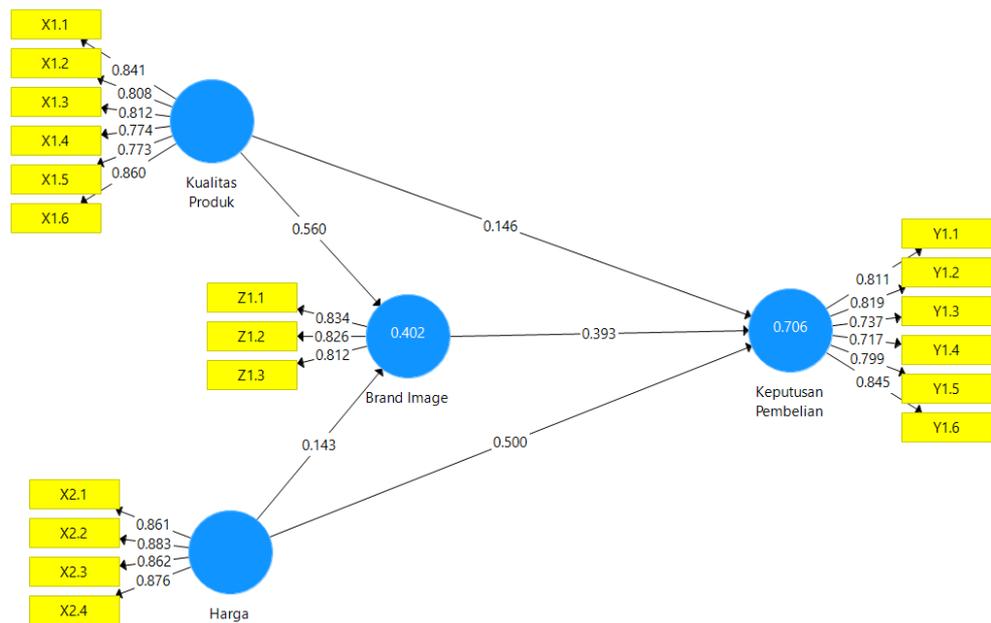
No.	Daftar Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Honda PCX memiliki penampilan/ <i>body</i> yang menarik	2	1.1	2	1.1	17	9	116	61.4	52	27.5
2	Honda PCX memiliki banyak tipe dan model sesuai yang diinginkan	1	0.5	5	2.6	11	5.8	101	53.4	71	37.6
3	Honda PCX adalah produk favorit yang dikenal oleh masyarakat	1	0.5	2	1.1	18	9.5	107	56.6	61	32.3

Hasil Uji Frekuensi Kualitas Produk

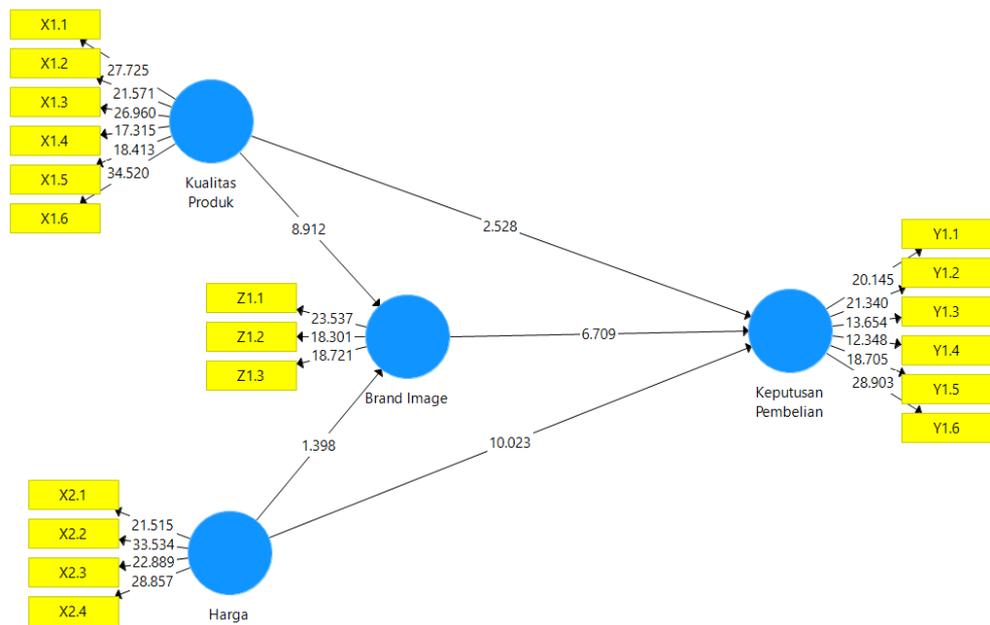
No.	Daftar Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Honda PCX dapat memberikan kenyamanan berkendara secara maksimal.	2	1.1	5	2.6	31	16.4	97	51.3	54	28.6
2	PCX memiliki fitur yang cukup lengkap	2	1.1	21	11.1	23	12.2	91	48.1	52	27.5
3	Honda PCX sesuai dengan standart dan kualitas yang ditawarkan	1	0.5	8	4.2	35	18.5	89	47.1	56	29.6
4	Honda PCX dapat digunakan dengan waktu yang cukup lama	2	1.1	5	2.6	26	13.8	88	46.6	68	36
5	Bentuk fisik Honda PCX indah dipandang.	1	0.5	5	2.6	26	13.8	87	46.0	70	37.0
6	Honda PCX sesuai dengan kebutuhan sehari-hari.	2	1.1	12	6.3	29	15.3	85	45.0	61	32.3

Hasil Uji Frekuensi Harga

No.	Daftar Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Honda PCX memiliki harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat	5	2.6	1	0.5	7	3.7	117	61.9	59	31.2
2	Harga yang ditetapkan Honda PCX bersaing dengan produk motor lain	4	2.1	1	0.5	15	7.9	86	45.5	83	43.9
3	Harga Honda PCX sesuai dengan produk yang ditawarkan	4	2.1	1	0.5	8	4.2	113	59.8	63	33.3
4	Harga Honda PCX sesuai dengan manfaat yang di dapatkan	5	2.6	1	0.5	11	5.8	90	47.6	82	43.4



Outer Model



Inner Model

Convergent Validity (uji validitas konvergen)

Variabel	Indikator	Outer Loading	Keterangan
Kualitas Produk	X1.1	0.841	Valid
	X1.2	0.808	Valid
	X1.3	0.812	Valid
	X1.4	0.774	Valid
	X1.5	0.773	Valid
	X1.6	0.860	Valid
Harga	X2.1	0.861	Valid
	X2.2	0.88	Valid
	X2.3	0.862	Valid
	X2.4	0.876	Valid
Brand Image	Z1.1	0.834	Valid
	Z1.2	0.826	Valid
	Z1.3	0.812	Valid
Keputusan Pembelian	Y1.1	0.811	Valid
	Y1.2	0.819	Valid

	Y1.3	0.737	Valid
	Y1.4	0.717	Valid
	Y1.5	0.799	Valid
	Y1.6	0.845	Valid

Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	<i>Average Variance Extracted (AVE)</i>	Keterangan
Kualitas Produk	0.832	Valid
Harga	0.847	Valid
<i>Brand Image</i>	0.831	Valid
Keputusan Pembelian	0.750	Valid

Composite Reliability

Variabel	<i>Composite Reliability</i>	Keterangan
Kualitas Produk	0.660	Reliabel
Harga	0.758	Reliabel
<i>Brand Image</i>	0.679	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.623	Reliabel

Cronbach Alpha

Variabel	<i>Cronbach Alpha</i>	Keterangan
Kualitas Produk	0.897	Reliabel
Harga	0.894	Reliabel
<i>Brand Image</i>	0.763	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.878	Reliabel

Analisis R²

Variabel	R-Square	R-Square Adjusted
<i>Brand Image</i>	0.402	0.395
Keputusan Pembelian	0.706	0.702

Path Coefficient (Direct Effect)

	Hipotesis	Original Sampel	t-Statistic	P-Value	Keterangan
<i>Brand Image</i> -> Keputusan Pembelian	H3	0.393	6.709	0.000	Positif Signifikan
Kualitas Produk -> <i>Brand Image</i>	H6	0.560	8.912	0.000	Positif Signifikan
Kualitas Produk -> Keputusan Pembelian	H4	0.146	2.528	0.012	Positif Signifikan
Harga -> <i>Brand Image</i>	H7	0.143	1.398	0.162	Tidak Signifikan
Harga -> Keputusan Pembelian	H5	0.500	10.023	0.000	Positif Signifikan

Uji Tidak Langsung (Indirect Effect)

	Hipotesis	Original Sampel	t-Statistic	P-Value	Keterangan
Kualitas Produk -> <i>Brand Image</i> -> Keputusan Pembelian	H6	0.220	4.775	0.000	Positif Tidak Signifikan
Harga -> <i>Brand Image</i> -> Keputusan Pembelian	H7	0.056	1.458	0.145	Positif Signifikan