

## LAMPIRAN

### KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Peran Influenser dan Kualitas Produk terhadap Keputusan  
Pembelian Produk Elektronik  
(Studi pada Konsumen di Kota Bandar Lampung)

*Assalamualaikum wr.wb.*

Perkenalkan, saya Yusril Izha Mahendra, mahasiswa Institut Informatika dan Bisnis Darmajaya. Pada kesempatan ini saya bermaksud meminta kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner untuk mendukung penelitian yang sedang saya lakukan. Terdapat dua bagian yang disajikan dalam kuesioner ini. Bagian pertama mengenai data responden dan bagian kedua terdiri dari pertanyaan-pertanyaan kuesioner. Data yang diperoleh dari kuesioner ini hanya akan digunakan untuk keperluan penelitian dan saya menjamin kerahasiaan informasi yang Anda berikan dalam kuesioner ini.

Terima kasih atas kesediaan waktu yang Anda berikan dalam mengisi kuesioner ini.

**Hormat saya,  
Yusril Izha Mahendra.**

#### **Bagian I: Data Demografi Responden**

Berikan tanda (X) pada jawaban Anda.

1. Jenis Kelamin :  Pria  
 Wanita
  
2. Usia :  < 18 tahun  
 18 – 24 tahun  
 25 – 34 tahun  
 35 – 44 tahun  
 45 tahun ke atas
  
3. Pekerjaan :  Pelajar/Mahasiswa  
 Pegawai Swasta  
 Pegawai Negeri  
 Wirausaha  
 Tidak bekerja  
 Lainnya (sebutkan).....
  
4. Pendapatan Per Bulan :  < 1 juta  
 1 – 2 juta  
 2 – 3 juta

- 3 – 4 juta  
 4 – 5 juta  
 > 5 juta
5. Frekuensi Belanja  < 1x per tahun – 1x per tahun  
 Barang Elektronik :  2 – 5x per tahun  
 Lebih dari 5x per tahun
6. Aplikasi atau Platform Media Sosial  Shopee  
 yang Digunakan untuk  Tokopedia  
 Belanja Elektronik :  Tiktok Shop  
 Instagram  
 Facebook  
 Lainnya (sebutkan).....
7. Barang Elektronik yang Dibeli  Perangkat Audio (speaker,  
 earphone, microphone)  
 secara Online =  Perangkat Pengisian Daya  
 (powerbank, charger,  
 kabel data)  
 Smartphone  
 Laptop/PC  
 Tablet/Tab  
 Smart Watch  
 Lainnya (sebutkan).....
8. Influenser Barang Elektronik  David Brendi (@gadgetin)  
 yang Difollow di Media Sosial :  Ario Pratomo (@shenggario)  
 Wisnu Kumoro  
 (@wisnukumoro)  Mouldie Satria Eka Putra  
 (@sobat\_hape)  Putu Reza (@papersboy)  
 Lainnya (sebutkan).....
9. Domisili :  Bandar Lampung  
 Lainnya (sebutkan).....

## Bagian II: Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berikan tanda (X) pada salah satu nomor jawaban dari beberapa pernyataan berikut yang menurut Anda paling sesuai dengan kondisi Anda dalam berbelanja produk elektronik.

1 = Sangat tidak setuju

2 = Tidak setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat setuju

No	Pernyataan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
<b>A</b>	<b>Peran Influenser</b>					
1	Akun influenser yang difollow menawarkan produk elektronik yang menarik.					
2	Akun influenser elektronik yang difollow selangkah lebih maju dari akun influenser lain.					
3	Akun influenser yang difollow membujuk orang lain untuk membeli produk elektronik yang ia promosikan.					
4	Akun influenser yang difollow mempengaruhi opini orang lain tentang produk elektronik.					
5	Menggunakan akun influenser yang difollow sebagai sumber informasi mengenai produk elektronik.					
<b>B</b>	<b>Kualitas Produk</b>					
6	Postingan mengenai produk elektronik yang dilihat berkualitas tinggi.					
7	Produk elektronik yang dilihat memberi kesan bahwa kualitasnya baik.					
8	Produk elektronik yang dilihat merupakan produk yang dapat diandalkan.					
9	Meyakini bahwa produk elektronik yang ditawarkan pada aplikasi & platform media sosial yang digunakan dalam kondisi baik.					
10	Produk elektronik yang ditawarkan pada aplikasi & platform media sosial yang digunakan diproduksi dengan baik.					
<b>C</b>	<b>Keputusan Pembelian Produk</b>					
11	Membeli produk elektronik melalui aplikasi & platform media sosial.					
12	Memiliki produk elektronik yang dibeli dari aplikasi & platform					

No	Pernyataan	Penilaian				
		1	2	3	4	5
	media sosial.					
13	Membeli produk elektronik dari aplikasi & platform media sosial pada 3 bulan terakhir.					
14	Memilih untuk membeli produk elektronik melalui aplikasi & platform media sosial dibandingkan secara offline.					
15	Selalu membeli lewat aplikasi & platform media sosial setiap kali dibutuhkan produk elektronik.					

### Tabel karakteristik responden

#### Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Pria	41	43,8%
2	Wanita	32	56,2%
	Jumlah	73	100%

#### Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	<18 tahun	3	4,1%
2	18 – 24 tahun	53	72,6%
3	25 – 34 tahun	14	19,2%
4	35 – 44 tahun	3	4,1%
5	45 tahun ke atas	0	0%
	Jumlah	73	100%

#### Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar/Mahasiswa	36	49,3%
2	Pegawai Swasta	13	17,8%
3	Pegawai Negeri	1	1,4%
4	Wirasaha	10	13,7%
5	Tidak bekerja	2	2,7%
6	Lainnya	11	15,1%
	Jumlah	73	100%

Frekuensi belanja barang elektronik

No	Frekuensi Belanja	Frekuensi	Persentase
1	1x per tahun	35	47,9%
2	2 – 5x per tahun	28	38,4%
3	> 5x per tahun	10	13,7%
	Jumlah	73	100%

Frekuensi jawaban variabel

No	Pernyataan	SS		S		N		TS		STS	
Peran influencer		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Akun influencer yang saya follow menawarkan produk elektronik yang menarik.	21	28,8	25	34,2	17	23,3	3	4,1	7	9,6
2	Akun influencer elektronik yang saya follow selangkah lebih maju dari akun influencer lain.	19	26	4	23,3	26	35,6	6	8,2	5	6,8
3	Akun influencer yang saya follow membujuk orang lain untuk membeli produk elektronik yang ia promosikan.	17	23,3	24	32,9	21	28,8	6	8,2	5	6,8
4	Akun influencer yang saya follow mempengaruhi opini orang lain tentang produk elektronik.	19	26	19	26	21	28,8	6	8,2	8	11
5	Saya menggunakan akun influencer yang saya follow sebagai sumber informasi mengenai produk elektronik.	24	32,9	21	28,8	17	23,3	9	12,3	2	2,7
Kualitas Produk		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Postingan mengenai produk elektronik yang saya lihat berkualitas tinggi.	20	27,4	23	31,5	22	30,1	4	5,5	5	5,5

2	Produk elektronik yang saya lihat memberi kesan bahwa kualitasnya baik.	25	34,2	24	32,9	18	24,7	4	5,5	2	2,7
3	Produk elektronik yang saya lihat merupakan produk yang dapat diandalkan.	24	32,9	27	37	15	20,5	5	6,8	2	2,7
4	Saya yakin bahwa produk elektronik yang ditawarkan pada aplikasi & platform media sosial yang saya gunakan dalam kondisi baik.	23	31,5	27	37	17	23,3	3	4,1	3	4,1
5	Menurut saya, produk elektronik yang ditawarkan pada aplikasi & platform media sosial yang saya gunakan diproduksi dengan baik.	19	26	21	31,5	21	28,8	7	9,6	3	4,1
<b>Keputusan Pembelian</b>		<b>F</b>	<b>%</b>								
1	Saya membeli produk elektronik melalui aplikasi & platform media sosial.	22	30,1	26	35,6	16	21,9	7	9,6	2	2,7
2	Saya memiliki produk elektronik yang dibeli dari aplikasi & platform media sosial.	22	30,1	25	34,2	17	23,3	5	6,8	4	5,5
3	Saya membeli produk elektronik dari aplikasi & platform media sosial pada 3 bulan terakhir.	21	28,8	23	31,5	20	27,4	3	4,1	6	8,2
4	Saya memilih untuk membeli	16	21,9	22	30,1	26	35,6	6	8,2	3	4,1

	produk elektronik melalui aplikasi & platform media sosial dibandingkan secara offline.										
5	Saya selalu membeli lewat aplikasi & platform media sosial setiap kali saya membutuhkan produk elektronik.	17	23,3	19	26	24	32,9	7	9,6	6	8,2

Indikator	Keputusan Pembelian (P)	Kualitas Produk (KP)	Pengaruh Influenser (PI)
P1	0,924		
P2	0,905		
P3	0,790		
P4	0,899		
P5	0,898		
KP1		0,813	
KP2		0,855	
KP3		0,918	
KP4		0,894	
KP5		0,885	
PI1			0,786
PI2			0,793
PI3			0,819
PI4			0,832
PI5			0,881

1. Average Variance Extracted (AVE)

Variabel	AVE
Keputusan Pembelian (P)	0,783
Kualitas Produk (KP)	0,763
Pengaruh Influenser (PI)	0,677

## 2. Discriminant Validity

	Keputusan Pembelian (P)	Kualitas Produk (KP)	Pengaruh Influenser (PI)
Keputusan Pembelian (P)	0,885		
Kualitas Produk (KP)	0,830	0,874	
Pengaruh Influenser (PI)	0,740	0,819	0,823

### Reliability

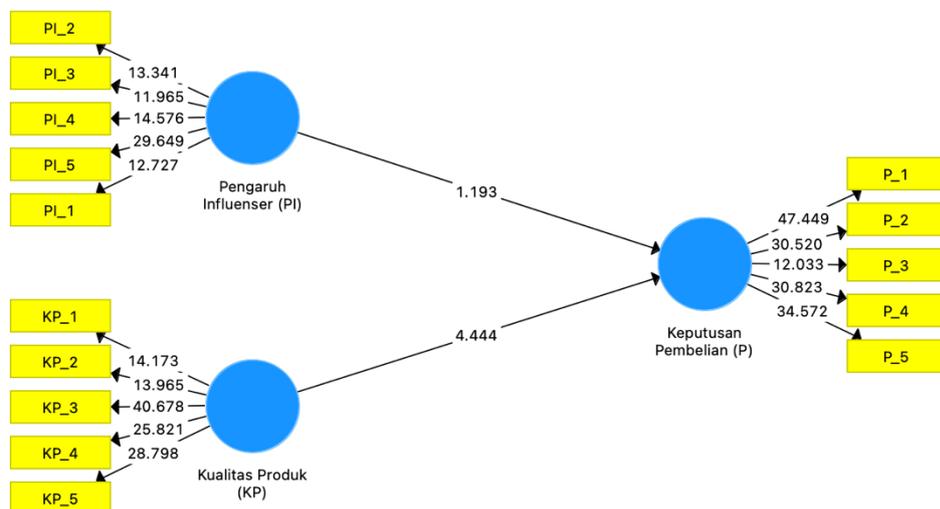
#### 1. Cronbach's Alpha

Variabel	Alpha
Keputusan Pembelian (P)	0,930
Kualitas Produk (KP)	0,922
Pengaruh Influenser (PI)	0,881

#### 2. Composite Reliability

Variabel	Composite Reliability
Keputusan Pembelian (P)	0,947
Kualitas Produk (KP)	0,941
Pengaruh Influenser (PI)	0,913

### Analisis Inner Model



#### 1. Bootstrapping

#### 2. R Square

Variabel Y	R Square	Adjusted R Square
Keputusan Pembelian	0,699	0,691

### Pengujian Hipotesis

Hipotesis	Koefisien	T Statistik	P Value	Hasil
H1: Peran Influenser terhadap Keputusan Pembelian	0,185	1,201	0,230	Ditolak
H1: Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian	0,678	4,554	0,000	Diterima

