

LAMPIRAN 1

Lampiran 1. Kuesioner Responden

SURAT PERMOHONAN PENGISIAN KUESIONER

Perihal : Permohonan Pengisian Kuesioner
Kepada : Bapak/Ibu/Saudara Responden
Di tempat.

Dengan hormat,

Untuk memenuhi sebagian persyaratan dalam penyelesaian pendidikan Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis IIB Darmajaya, saya memerlukan beberapa informasi sebagai bahan penulisan skripsi yang berjudul “**Analisis Pengaruh *Country of Origin, Brand Image, dan Perceived Quality* terhadap *Purchase Intention Smartphone Oppo* di Bandar Lampung**”.

Sehubungan dengan itu, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi kuesioner ini sesuai dengan petunjuk yang tertera. Kuesioner ini didesain untuk mengukur minat beli (*purchase intention*) *smartphone* Oppo melalui variabel negara asal (*country of origin*), citra merek (*brand image*), dan persepsi kualitas (*perceived quality*).

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Bandar Lampung, Juni 2017

Setiawan Wijaya
(1312110277)

Petunjuk: Berilah tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang anda anggap paling tepat.

1. Jenis Kelamin :
 - a. Pria
 - b. Wanita
2. Usia :
 - a. < 20 tahun
 - b. 20 – 30 tahun
 - c. 30 – 40 tahun
 - d. > 40 tahun
3. Pendidikan terakhir :
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. SMK
 - e. Diploma
 - f. S1
 - g. S2
 - h. S3
4. Pekerjaan :
 - a. Pegawai Negeri
 - b. Karyawan Swasta
 - c. Karyawan BUMN
 - d. Wiraswasta
 - e. Pelajar
 - f. Mahasiswa
 - g. Lain-lain (.....)
5. Pengeluaran perbulan
 - a. < Rp. 2.000.000
 - b. Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000
 - c. Rp. 4.000.000 – Rp. 6.000.000

- d. Rp. 6.000.000 – Rp. 8.000.000
- e. > Rp. 8.000.000
- 6. Apakah saudara/saudari memiliki *smartphone*?
 - a. Ya (Lanjutkan)
 - b. Tidak (Berhenti)
- 7. Apakah saudara/saudari sudah menggunakan *smartphone* merek Oppo?
 - a. Ya (Lanjutkan)
 - b. Tidak (Berhenti)

Petunjuk : Berilah tanda check (√) pada pilihan jawaban Anda

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Negara Asal Produk (<i>Country Of Origin</i>)						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya tertarik membeli <i>smartphone</i> Oppo karena inovasi China sebagai negara asal <i>smartphone</i> berkembang pesat					
2	Saya tertarik membeli <i>smartphone</i> Oppo karena teknologi di China sangat maju					
3	Saya tertarik membeli <i>smartphone</i> Oppo karena prestise (gengsi) yang melekat pada negara China.					
4	Saya tertarik membeli <i>smartphone</i> Oppo karena China merupakan negara yang maju					

5	Saya tertarik membeli <i>smartphone</i> Oppo karena China memiliki desain produksi yang baik dalam menciptakan <i>smartphone</i>					
---	--	--	--	--	--	--

Citra Merek (<i>Brand Image</i>)					
Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Saya tertarik membeli <i>smartphone</i> Oppo karena merek Oppo sudah terkenal					
Saya tertarik membeli <i>smartphone</i> Oppo karena mempunyai reputasi yang bagus					
Saya tertarik membeli <i>smartphone</i> Oppo karena perusahaannya memiliki citra yang baik					
Saya tertarik membeli <i>smartphone</i> Oppo karena mudah digunakan					
Saya tertarik membeli <i>smartphone</i> Oppo karena berkualitas					

Kualitas yang Dipersepsikan (<i>Perceived Quality</i>)						
No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Menurut saya <i>smartphone</i> Oppo mempunyai performa yang baik					
2	Saya tertarik membeli <i>smartphone</i> Oppo karena tahan lama dalam segi umur produk					
3	Saya tertarik membeli <i>smartphone</i> Oppo karena fitur-fiturnya lengkap					

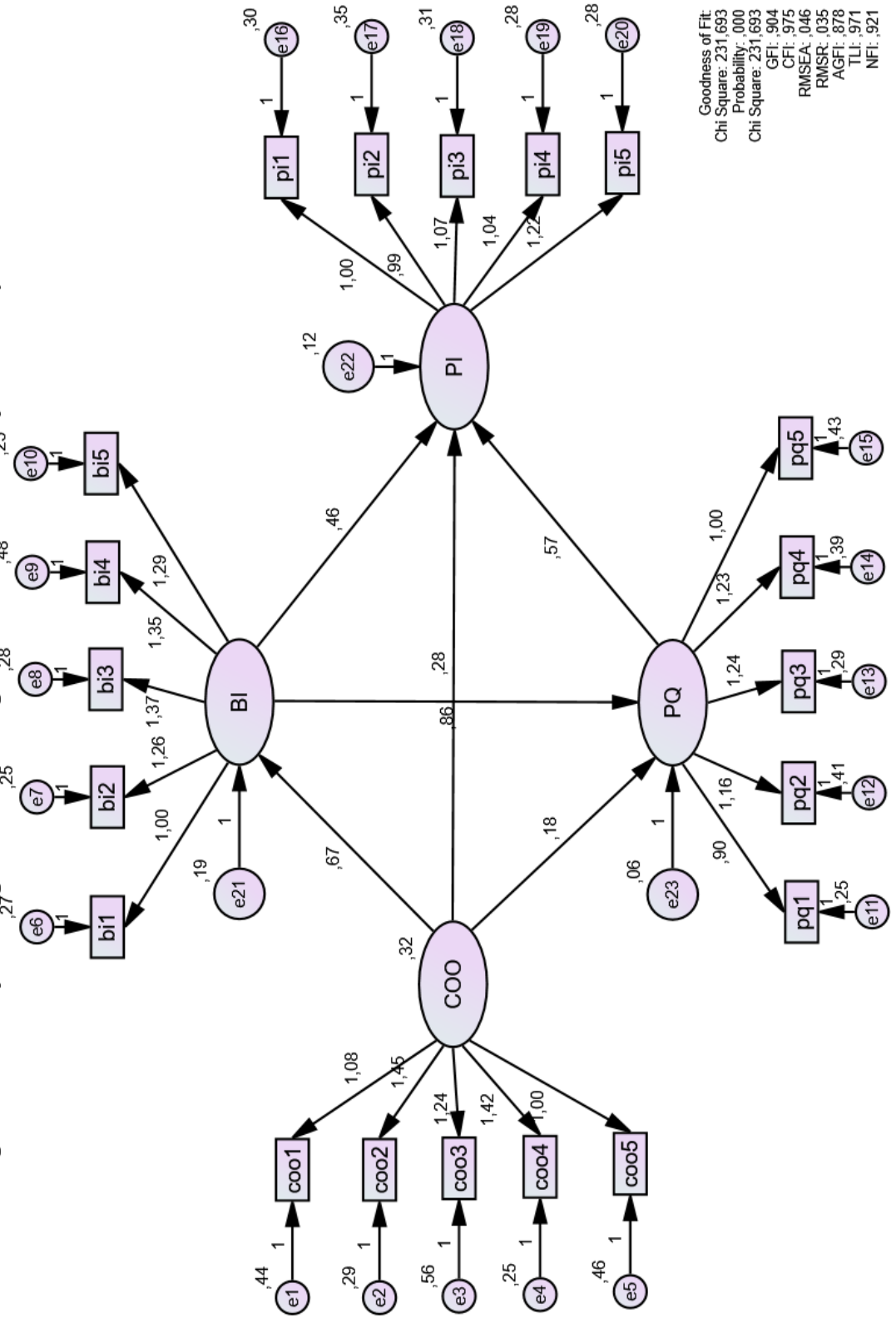
4	Menurut saya, <i>smartphone</i> Oppo memiliki akses layanan purna jual yang mudah ditentukan					
5	Menurut saya, <i>smartphone</i> Oppo sudah sesuai dengan spesifikasi yang ditawarkan pada brosur					

Minat Beli (<i>Purchase Intention</i>)					
Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Saya mempunyai rencana untuk membeli <i>smartphone</i> merek Oppo					
Saya berharap dapat membeli <i>smartphone</i> merek Oppo					
Saya ingin membeli <i>smartphone</i> merek Oppo					
Saya akan membeli <i>smartphone</i> merek Oppo jika saya mempunyai sejumlah uang					
Jika <i>smartphone</i> yang saya gunakan saat ini rusak, maka saya akan menggantinya dengan <i>smartphone</i> Oppo					

LAMPIRAN 2

Lampiran 2. Output AMOS 21.0

Analisis Pengaruh Country of Origin, Brand Image, & Perceived Quality Terhadap Purchase Intention



1. Hasil Uji Normalitas

Assessment of normality (Group number 1)

Variable	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
pi5	1,000	5,000	-,145	-,839	-,762	-2,200
pi4	1,000	5,000	-,346	-2,000	-,423	-1,222
pi3	1,000	5,000	-,290	-1,676	-,535	-1,545
pi2	1,000	5,000	-,421	-2,431	-,568	-1,641
pi1	1,000	5,000	,122	,705	-,562	-1,622
pq1	1,000	5,000	-,312	-1,799	,444	1,282
pq2	1,000	5,000	-,044	-,252	-,636	-1,837
pq3	1,000	5,000	-,171	-,987	-,583	-1,683
pq4	1,000	5,000	-,207	-1,197	-,268	-,774
pq5	2,000	5,000	-,115	-,665	-,815	-2,352
coo1	1,000	5,000	,008	,045	-,394	-1,139
coo2	1,000	5,000	,065	,377	-,358	-1,035
coo3	1,000	5,000	,014	,080	-,547	-1,579
coo4	1,000	5,000	,075	,433	-,476	-1,373
coo5	1,000	5,000	-,421	-2,430	,288	,833
bi5	1,000	5,000	-,254	-1,466	-,507	-1,464
bi4	1,000	5,000	,064	,367	-,727	-2,100
bi3	2,000	5,000	,225	1,297	-,868	-2,505
bi2	1,000	5,000	-,001	-,006	-,526	-1,518
bi1	2,000	5,000	-,363	-2,096	-,151	-,437
Multivariate					8,359	1,992

2. Hasil Uji Hipotesis

Estimates (Group number 1 - Default model)

Scalar Estimates (Group number 1 - Default model)

Maximum Likelihood Estimates

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
Brand_Image	<--- Country_Of_Origin	,671	,098	6,856	***	par_1
Perceived_Quality	<--- Country_Of_Origin	,176	,076	2,314	,021	par_3
Perceived_Quality	<--- Brand_Image	,856	,110	7,803	***	par_5
Purchase_Intention	<--- Brand_Image	,465	,200	2,327	,020	par_2
Purchase_Intention	<--- Perceived_Quality	,568	,202	2,819	,005	par_4
Purchase_Intention	<--- Country_Of_Origin	,282	,096	2,943	,003	par_6
bi1	<--- Brand_Image	1,000				
bi2	<--- Brand_Image	1,259	,107	11,762	***	par_7
bi3	<--- Brand_Image	1,366	,115	11,916	***	par_8
bi4	<--- Brand_Image	1,350	,127	10,666	***	par_9
bi5	<--- Brand_Image	1,293	,108	12,006	***	par_10

			Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
coo5	<---	Country_Of_Origin	1,000				
coo4	<---	Country_Of_Origin	1,419	,149	9,506	***	par_11
coo3	<---	Country_Of_Origin	1,243	,150	8,311	***	par_12
coo2	<---	Country_Of_Origin	1,446	,153	9,468	***	par_13
coo1	<---	Country_Of_Origin	1,076	,131	8,242	***	par_14
pq5	<---	Perceived_Quality	1,000				
pq4	<---	Perceived_Quality	1,227	,122	10,027	***	par_15
pq3	<---	Perceived_Quality	1,241	,118	10,552	***	par_16
pq2	<---	Perceived_Quality	1,160	,119	9,749	***	par_17
pq1	<---	Perceived_Quality	,904	,093	9,744	***	par_18
pi1	<---	Purchase_Intention	1,000				
pi2	<---	Purchase_Intention	,989	,074	13,376	***	par_19
pi3	<---	Purchase_Intention	1,070	,074	14,375	***	par_20
pi4	<---	Purchase_Intention	1,037	,071	14,513	***	par_21
pi5	<---	Purchase_Intention	1,221	,079	15,478	***	par_22

Standardized Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

			Estimate
BRAND_IMG	<---	COUNTRY_ORIG	,657
PERCEIVED_QLTY	<---	COUNTRY_ORIG	,161
PERCEIVED_QLTY	<---	BRAND_IMG	,800
PURCHASE_INT	<---	BRAND_IMG	,335
PURCHASE_INT	<---	PERCEIVED_QLTY	,438
PURCHASE_INT	<---	COUNTRY_ORIG	,199
bi1	<---	BRAND_IMG	,742
bi2	<---	BRAND_IMG	,827
bi3	<---	BRAND_IMG	,831
bi4	<---	BRAND_IMG	,748
coo5	<---	COUNTRY_ORIG	,644
coo4	<---	COUNTRY_ORIG	,848
coo3	<---	COUNTRY_ORIG	,685
coo2	<---	COUNTRY_ORIG	,836
coo1	<---	COUNTRY_ORIG	,676
bi5	<---	BRAND_IMG	,833
pi1	<---	PURCHASE_INT	,826
pi2	<---	PURCHASE_INT	,801
pi3	<---	PURCHASE_INT	,841
pi4	<---	PURCHASE_INT	,846
pi5	<---	PURCHASE_INT	,881
pq5	<---	PERCEIVED_QLTY	,689
pq4	<---	PERCEIVED_QLTY	,775
pq3	<---	PERCEIVED_QLTY	,820
pq2	<---	PERCEIVED_QLTY	,748
pq1	<---	PERCEIVED_QLTY	,743

3. Hasil Uji Kecocokan Model

Notes for Model (Default model)

Computation of degrees of freedom (Default model)

Number of distinct sample moments: 210

Number of distinct parameters to be estimated: 46

Degrees of freedom (210 - 46): 164

Result (Default model)

Minimum was achieved

Chi-square = 231,693

Degrees of freedom = 164

Probability level = ,000

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	,035	,904	,878	,706
Saturated model	,000	1,000		
Independence model	,453	,162	,073	,146

Baseline Comparisons

Model	NFI Delta1	RFI rho1	IFI Delta2	TLI rho2	CFI
Default model	,921	,908	,975	,971	,975
Saturated model	1,000		1,000		1,000
Independence model	,000	,000	,000	,000	,000

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	,046	,031	,059	,699
Independence model	,269	,260	,278	,000