

Bandar Lampung, Juli 2021

Hal : **Permohonan Bantuan Pengisian Kuisisioner**

Kepada Yth :

Bapak/ Ibu

Di

Tempat

Dengan Hormat,

Bersama ini saya sampaikan bahwa saya bermaksud mengadakan penelitian pada konsumen Xiaomi di Bandar Lampung. Penelitian ini dilaksanakan dalam rangka penulisan skripsi sebagai salah satu syarat dalam penyelesaian studi pada program Sarjana IBI Darmajaya. Konsentrasi Manajemen Pemasaran. Tentang **“PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN PERSEPSI KESESUAIAN TERHADAP PERLUASAN MEREK XIAOMI”**.

Sehubungan dengan maksud di atas, saya mengharapkan bantuan saudara untuk bersedia mengisi instrument penelitian ini sesuai dengan pendapat dan pengalaman yang dimiliki. Instrumen ini dirancang sedemikian rupa sehingga tidak seorang pun dapat menelusuri sumber informasinya. Oleh karena itu saudara diharapkan dapat memberikan jawaban sesuai dengan keadaan sesungguhnya, dan jawaban tersebut tidak berpengaruh terhadap kondisi saudara.

Bantuan dan partisipasi saudara merupakan sumbangan yang sangat berharga bagi terselenggaranya penelitian ilmiah ini. Untuk itu semuanya saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya

Ria Septilia
NPM.1712110010

KUESIONER

Pertanyaan di bawah ini dalam rangka penelitian skripsi dengan judul :

PENGARUH PERSEPSI KUALITAS DAN PERSEPSI KESESUAIAN TERHADAP PERLUASAN MEREK XIAOMI

Petunjuk pengisian :

1. Jawablah pertanyaan yang diajukan dibawah ini dengan benar dan jujur.
2. Berilah tanda (√) pada salah satu jawaban yang paling benar.
3. Pertanyaan / pernyataan harus dijawab semua

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

No. Res :

IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama Responden :
2. Tanggal :
3. Jenis Produk Xiaomi Yang Digunakan :
4. Usia : 17 - 22 Tahun 28 - 33 Tahun
 22 - 27 Tahun > 33 Tahun
5. Jenis Kelamin : Laki - Laki Perempuan
6. Pekerjaan : PNS/BUMN
 Karyawan Swasta
 Wiraswasta
 Pelajar
 DLL

DAFTAR PERNYATAAN

Persepsi Kualitas (X₁)

Pernyataan	Jawaban				
	SS	S	CS	TS	STS
	5	4	3	2	1
a. Mutu Kinerja (<i>Performance</i>)					
1. Produk-produk perluasan xiaomi memiliki kinerja yang baik.					
2. Produk-produk perluasan xiaomi memiliki fitur yang mudah digunakan.					
b. Keandalan (<i>Reability</i>)					
3. Produk-produk perluasan xiaomi memiliki kualitas yang baik.					
4. Produk-produk perluasan xiaomi tidak mudah rusak.					
c. Keistimewaan (<i>future</i>)					
5. Produk perluasan xiaomi memiliki design yang yang modern.					
6. Produk perluasan xiaomi memiliki dapat digunakan oleh siapa saja.					
d. Daya Tahan (<i>Durability</i>)					
7. Produk-produk perluasan xiaomi dapat digunakan dalam kurun waktu lama.					
8. Produk perluasan xiaomi tidak mudah tertinggal oleh perkembangan zaman.					
e. Mutu Kesesuaian (<i>Comfermance Quality</i>)					
9. Produk-produk perluasan xiaomi memiliki fitur yang dapat bersaing.					
10. Produk perluasan xiaomi sesuai dengan spesifikasi yang telah tertera.					
f. Gaya (<i>Style</i>)					
11. Produk perluasan xiaomi memiliki design yang menawan					
12. Design dan fitur produk-produk perluasan xiaomi telah sesuai dengan keinginan konsumen.					

Persepsi Kesesuaian (X₂)

Pernyataan	Jawaban				
	SS	S	CS	TS	STS
	5	4	3	2	1
a. Kesesuaian <i>parent brnd</i> dengan <i>brand extantion</i>					
1. Produk-produk perluasan xiaomi memiliki fungsi yang hampir sama dengan produk induknya					
2. Produk-produk perluasan xiaomi dapat digunakan untuk melengkapi produk induknya.					
b. Kesesuaian pada situasi pemakaian					
3. Produk perluasan Xiaomi dapat digunakan secara bersama – sama dengan produk induknya.					
4. Produk perluasan Xiaomi dapat disesuaikan dengan dengan produk induknya kapanpun.					
c. Kesesuaian Kemampuan					
5. Produk perluasan Xiaomi memiliki mutu yang sama dengan produk induknya					
6. Produk perluasan Xiaomi dilengkapi dengan system keamanan yang sama dengan produk induknya					
d. Keseuaian Tekhnologi					
7. Produk perluasan Xiaomi selalu mengikuti perkembangan teknologi.					
8. Produk perluasan xiaomi menggunakan teknologi yang dapat bersaing dengan produk sejenisnya.					
e. Kesesuain <i>Soft Skill</i>					
9. Perusahaan mampu menciptakan perluasan merek yang baik pada benak konsumen.					
10. Perusahaan mampu mengembangkan inovasi produk perluasan xiaomi .					

Perluasan Merek (Y)

Pernyataan	Jawaban				
	SS	S	CS	TS	STS
	5	4	3	2	1
a. Kesamaan					
1. Semua produk perluasan xiaomi memiliki kesamaan kualitasnya.					
2. Semua produk perluasan xiaomi memiliki kesamaan harga jual yang terjangkau.					
b. Reputasi					
3. Konsumen menganggap produk perluasan xiaomi memiliki kualitas yang baik					
4. Konsumen menganggap produk perluasan xiaomi memiliki harga yang terjangkau					
c. Pengambilan Resiko					
5. Konsumen yang membeli produk perluasan xiaomi sudah mengetahui keunggulan dan kekurangan produknya.					
6. Konsumen yang membeli produk perluasan xiaomi telah menggunakan produk lain sebelumnya.					
d. Inovasi					
7. Perluasan produk xiaomi selalu berusaha memberikan fitur-fitur terbaru pada setiap produknya.					
8. Perluasan produk xiaomi selalu berusaha menciptakan produk baru untuk konsumen.					

Lampiran 2 LAMPIRAN

1) Karakteristik Responden

JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
LAKI-LAKI	44	44.0	44.0	44.0
PEREMPUAN	56	56.0	56.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
17-22 TAHUN		38.0	38.0	38.0
22-27 TAHUN	38	25.0	25.0	63.0
28-33 TAHUN	25	19.0	19.0	82.0
>33 TAHUN	19	18.0	18.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

PEKERJAAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PNS/BUMN	35	35.0	35.0	35.0
KARYAWAN SWASTA	24	24.0	24.0	59.0
WIRASWASTA	22	22.0	22.0	81.0
PELAJAR	19	19.0	19.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

2) Jawaban Responden - Persepsi Kualitas

pk1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	4	4.0	4.0	4.0
3	19	19.0	19.0	23.0
4	42	42.0	42.0	65.0
5	35	35.0	35.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pk2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
2	7	7.0	7.0	8.0
3	34	34.0	34.0	42.0
4	41	41.0	41.0	83.0
5	17	17.0	17.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pk3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2.0	2.0	2.0
2	8	8.0	8.0	10.0
3	33	33.0	33.0	43.0
4	39	39.0	39.0	82.0
5	18	18.0	18.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pk4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2	2.0		2.0
2	38	38.0	2.0	40.0
3	48	48.0	38.0	88.0
4	12	12.0	48.0	100.0
5			12.0	
Valid Total	100	100.0	100.0	

pk5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3.0	3.0	3.0
2	9	9.0	9.0	12.0
3	25	25.0	25.0	37.0
4	41	41.0	41.0	78.0
5	22	22.0	22.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pk6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	3	3.0	3.0	3.0
3	18	18.0	18.0	21.0
4	45	45.0	45.0	66.0
5	34	34.0	34.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pk7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2.0	2.0	2.0
3	33	33.0	33.0	35.0
4	47	47.0	47.0	82.0
5	18	18.0	18.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pk8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2	2.0		2.0
2	29	29.0	2.0	31.0
3	56	56.0	29.0	87.0
4	13	13.0	56.0	100.0
5			13.0	
Valid Total	100	100.0	100.0	

pk9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
2	21	21.0	21.0	22.0
3	45	45.0	45.0	67.0
4	33	33.0	33.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pk10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	5	5.0	5.0	5.0
2	20	20.0	20.0	25.0
3	46	46.0	46.0	71.0
4	29	29.0	29.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pk11

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2.0	2.0	2.0
3	38	38.0	38.0	40.0
4	48	48.0	48.0	88.0
5	12	12.0	12.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pk12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1	1.0		1.0
1	21	21.0	1.0	22.0
2	45	45.0	21.0	67.0
3	33	33.0	45.0	100.0
4			33.0	
Valid Total	100	100.0	100.0	

- **Persepsi Kesesuaian**

ks1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	8	8.0	8.0	8.0
3	27	27.0	27.0	35.0
4	41	41.0	41.0	76.0
5	24	24.0	24.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

ks2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3.0	3.0	3.0
2	7	7.0	7.0	10.0
3	23	23.0	23.0	33.0
4	32	32.0	32.0	65.0
5	35	35.0	35.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

ks3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2.0	2.0	2.0
2	5	5.0	5.0	7.0
3	19	19.0	19.0	26.0
4	45	45.0	45.0	71.0
5	29	29.0	29.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

ks4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	1	1.0		1.0
1	1	1.0	1.0	2.0
2	30	30.0	1.0	32.0
3	43	43.0	30.0	75.0
4	25	25.0	43.0	100.0
5			25.0	
Valid Total	100	100.0	100.0	

ks5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2.0	2.0	2.0
2	8	8.0	8.0	10.0
3	34	34.0	34.0	44.0
4	36	36.0	36.0	80.0
5	20	20.0	20.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

ks6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	3	3.0	3.0	3.0
2	5	5.0	5.0	8.0
3	30	30.0	30.0	38.0
4	42	42.0	42.0	80.0
5	20	20.0	20.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

ks7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	3	3.0		3.0
1	7	7.0	3.0	10.0
2	39	39.0	7.0	49.0
3	34	34.0	39.0	83.0
4	17	17.0	34.0	100.0
5			17.0	
Valid Total	100	100.0	100.0	

ks8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	8	8.0	8.0	8.0
3	35	35.0	35.0	43.0
4	36	36.0	36.0	79.0
5	21	21.0	21.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

ks9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
2	8	8.0	8.0	9.0
3	31	31.0	31.0	40.0
4	37	37.0	37.0	77.0
5	23	23.0	23.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

ks10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	5	5.0	5.0	5.0
2	22	22.0	22.0	27.0
3	38	38.0	38.0	65.0
Valid 4	35	35.0	35.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

- Perluasan Merek

pm1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	4	4.0	4.0	4.0
3	30	30.0	30.0	34.0
4	45	45.0	45.0	79.0
5	21	21.0	21.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pm2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	34	34.0	34.0	35.0
4	41	41.0	41.0	76.0
5	24	24.0	24.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pm3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	2	2.0	2.0	2.0
2	3	3.0	3.0	5.0
3	32	32.0	32.0	37.0
4	52	52.0	52.0	89.0
5	11	11.0	11.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pm4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	26	26.0	26.0	26.0
4	55	55.0	55.0	81.0
5	19	19.0	19.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pm5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	4	4.0	4.0	4.0
3	32	32.0	32.0	36.0
4	53	53.0	53.0	89.0
5	11	11.0	11.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pm6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2.0	2.0	2.0
3	22	22.0	22.0	24.0
4	54	54.0	54.0	78.0
5	22	22.0	22.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pm7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	1.0	1.0	1.0
2	2	2.0	2.0	3.0
3	48	48.0	48.0	51.0
4	41	41.0	41.0	92.0
5	8	8.0	8.0	100.0
Valid Total	100	100.0	100.0	

pm8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.0	1.0	1.0
3	29	29.0	29.0	30.0
4	56	56.0	56.0	86.0
Valid 5	14	14.0	14.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

k10	Pearson Correlation	.175	.083	.374 [†] .021	1.000 ^{**}	.067	-.126	.175	.083	.374 [†]	1	.175	.083	.473 ^{**} .004
	Sig. (1-tailed)	.177	.332		.000	.362	.253	.177	.332	.021		.177	.332	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
k11	Pearson Correlation	1.000 ^{**}	.027	.306 .050	.175	.354 [†]	.347 [†]	1.000 ^{**}	.027	.306	.175	1	.027	.597 ^{**} .000
	Sig. (1-tailed)	.000	.443		.177	.027	.030	.000	.443	.050	.177		.443	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
k12	Pearson Correlation	.027	1.000 ^{**} .000	.083	.083	.378 [†] .020	.472 ^{**} .004	.027	1.000 ^{**} .000	.083	.083	.027	1	.654 ^{**} .000
	Sig. (1-tailed)	.443		.331	.332			.443		.331	.332	.443		
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
kualitas	Pearson Correlation	.597 ^{**}	.654 ^{**}	.591 ^{**}	.473 ^{**}	.643 ^{**}	.619 ^{**}	.597 ^{**}	.654 ^{**}	.591 ^{**}	.473 ^{**}	.597 ^{**}	.654 ^{**}	1
	Sig. (1-tailed)	.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

- PERSEPSI KESESUAIAN

Correlations

		pk1	pk2	pk3	pk4	pk5	pk6	pk7	pk8	pk9	pk10	kesesuaian
pk1	Pearson Correlation	1	.183	.512 ^{**}	.401 [†]	.304	.857 ^{**}	.370 [†]	.313 [†]	.650 ^{**}	.512 ^{**}	.780 ^{**}
	Sig. (1-tailed)		.166	.002	.014	.051	.000	.022	.046	.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
pk2	Pearson Correlation	.183	1	.452 ^{**} .006	.104	.248	.131	.134	.329 [†] .038	.281	.452 ^{**} .006	.499 ^{**}
	Sig. (1-tailed)	.166			.291	.094	.245	.240		.067		.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
pk3	Pearson Correlation	.512 ^{**}	.452 ^{**}	1	.257	.404 [†]	.386 [†]	.292	.317 [†]	.333 [†]	1.000 ^{**}	.813 ^{**}
	Sig. (1-tailed)	.002	.006		.085	.013	.018	.059	.044	.036	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
pk4	Pearson	.401 [†]	.104		1	.178	.187	.187		.363 [†]		.428 ^{**}

4) Uji Reliabilitas

- Persepsi Kualitas

Case Processing Summary

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	12

- Persepsi Kesesuaian

Case Processing Summary

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	10

- Perluasan Merek

Case Processing Summary

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.707	8

5) Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		total_pk	total_ks	total_pm
N		100	100	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	43.37	36.90	30.34
	Std. Deviation	3.466	4.622	3.582
Most Extreme Differences	Absolute	.102	.105	.083
	Positive	.051	.062	.083
	Negative	-.102	-.105	-.073
Kolmogorov-Smirnov Z		1.021	1.052	.832
Asymp. Sig. (2-tailed)		.248	.218	.493

6) Uji Homogenitas

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
total_pk	1.366	14	84	.188
total_ks	1.461	14	84	.144

7) Uji Linearitas

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
	609.803	15	40.654	5.169	.000
(Combined)					
Between Linearity	490.041	1	490.041	62.309	.000
total_pm					
Groups Deviation	119.762	14	8.554	1.088	.381
* from Linearity					
total_pk					
Within Groups	660.637	84	7.865		
Total	1270.440	99			

ANOVA Table

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between (Combined)	170.644	19	8.981	.653	.852
Groups Linearity	37.760	1	37.760	2.747	.101
Deviation from	132.884	18	7.382	.537	.932
Linearity					
total_pm					
Within Groups	1099.796	80	13.747		
*					
total_ks					
Total	1270.440	99			

**Perbandingan Penjualan Produk induk dan Produk perluasan
merek Xiaomi 2020**

Bulan	Produk Yang Lain	Produk Smartphone All Type
Januari	437	1672
Februari	384	1098
Maret	563	1102
April	746	1342
Mei	322	1273
Juni	234	1337
Juli	374	1652
Agustus	536	1622
September	443	1539
Oktober	218	1652
November	432	1627
Desember	213	1798
Total	4902	17714