

LAMPIRAN

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *WORD OF MOUTH* DAN MINAT

BELI

TAHU SUSU JOMBANG

(Studi Kasus pada Tahu Susu Aliya Jombang)

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian yang telah kami lakukan dengan judul skripsi “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Brand Image* dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Tahu Susu di Jombang”. Kami memohon anda dapat meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuisisioner ini. Tujuan dari kuisisioner ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk, persepsi harga, *brand image* dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Tahu Susu di Jombang . Jawaban jujur yang anda berikan sangat berguna bagi penelitian yang sedang dilakukan. Atas perngertian anda yang telah berkenan mengisi kuisisioner ini kami ucapkan terima kasih.

Petunjuk pengisian kuisisioner :

1. Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban dengan tanda checklist (✓) pada kolom yang tersedia dan dianggap paling sesuai.

SS (Skor 5) = Sangat Setuju

S (Skor 4) = Setuju

N (Skor 3) = Netral

TS (Skor 2) = Tidak Setuju

STS (Skor 1) = Sangat Tidak Setuju

2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Mohon memberikan jawaban yang sebenarnya karena tidak akan mempengaruhi pekerjaan anda.
4. Setelah mengisi kuesioner mohon Bapak/Ibuk/Saudara/i berikan kepada yang menyerahkan kuesioner.
5. Terimakasih atas partisipasi anda.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden :

Usia : Tahun

Jenis Kelamin : () Pria / () Wanita

Pendidikan Terakhir :

1. KUALITAS PRODUK (X1)

No	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
1	Tahu susu Aliya jombang mempunyai bentuk yang tidak mudah hancur					
2	Tahu susu Aliya jombang mempunyai rasa yang khas					
3	Tahu susu Aliya jombang tidak mudah basi.					
4	Porsi tahu susu Aliya jombang sesuai dengan harapan saya					
5	Penampilan pengemasan tahu susu Aliya jombang nampak segar dan bersih, sesuai dengan harapan saya					

2. PERSEPSI HARGA (X2)

NO	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
1	Harga tahu susu Aliya Jombang sangat ekonomis dan terjangkau					
2	Saya menilai bahwa harga produk tahu susu Aliya Jombang adalah sesuai dengan kualitasnya					
3	Harga tahu susu Aliya Jombang sesuai dengan manfaatnya					
4	Harga tahu susu Aliya Jombang bersaing/lebih murah dibanding dengan tahu susu merek lain					

3. BRAND IMAGES (X3)

No	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
1	Merek tahu susu Aliya di Jombang memiliki ciri yang mudah dikenali					
2	Merek tahu susu Aliya di Jombang memiliki kualitas yang sesuai harapan saya					
3	Merek tahu susu Aliya di Jombang memiliki ukuran sesuai dengan keinginan saya					
4	Merek tahu susu Aliya di Jombang memiliki daya tahan yang baik/tidak gampang basi					
5	Tahu susu Aliya Jombang memiliki warna yang menarik (segar dan bersih)					
6	Tahu susu Aliya Jombang memiliki kesan harganya lebih murah dibanding merek lain					
7	Merek tahu susu Aliya di Jombang memiliki lokasi penjualan yang strategis					

4. *WORD OF MOUTH (X4)*

No	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
1	Saya akan mengajak teman untuk membeli tahu susu Aliya Jombang					

- 2 Saya menceritakan hal positif tentang tahu susu Aliya Jombang kepada orang lain
- 3 Saya akan berbagi pengalaman yang positif dalam membeli tahu susu Aliya Jombang kepada teman
- 4 Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli tahu susu Aliya Jombang

5. MINAT BELI (Y)

No	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
1	Saya akan sering membeli tahu susu Aliya Jombang					
2	Saya merekomendasikan tahu susu Aliya Jombang kepada kerabat					
3	Saya lebih senang tahu susu Aliya dibanding tahu susu merek lain					
4	Saya selalu mencari informasi tentang penjualan tahu susu Aliya Jombang					

KUESIONER PENELITIAN
**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, PERSEPSI HARGA
DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP *WORD OF MOUTH* DAN MINAT
BELI
TAHU SUSU JOMBANG
(Studi Kasus pada Tahu Susu Aliya Jombang)**

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian yang telah kami lakukan dengan judul skripsi “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, *Brand Image* dan *Word Of Mouth* Terhadap Minat Beli Tahu Susu di Jombang”. Kami memohon anda dapat meluangkan waktu sejenak untuk mengisi kuisisioner ini. Tujuan dari kuisisioner ini adalah untuk mengetahui apakah kualitas produk, persepsi harga, *brand image* dan *word of mouth* berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli Tahu Susu di Jombang . Jawaban jujur yang anda berikan sangat berguna bagi penelitian yang sedang dilakukan. Atas perngertian anda yang telah berkenan mengisi kuisisioner ini kami ucapkan terima kasih.

Petunjuk pengisian kuisisioner :

1. Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk memberikan jawaban dengan tanda checklist (√) pada kolom yang tersedia dan dianggap paling sesuai.

SS (Skor 5) = Sangat Setuju

S (Skor 4) = Setuju

N (Skor 3) = Netral

TS (Skor 2) = Tidak Setuju

STS (Skor 1) = Sangat Tidak Setuju

2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan satu jawaban saja.
3. Mohon memberikan jawaban yang sebenarnya karena tidak akan mempengaruhi pekerjaan anda.
4. Setelah mengisi kuesioner mohon Bapak/Ibuk/Saudara/i berikan kepada yang menyerahkan kuesioner.
5. Terimakasih atas partisipasi anda.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama Responden :

Usia : Tahun

Jenis Kelamin : () Pria / () Wanita

Pendidikan Terakhir :

1. KUALITAS PRODUK (X1)

No	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
1	Tahu susu Aliya jombang mempunyai bentuk yang tidak mudah hancur					

2	Tahu susu Aliya jombang mempunyai rasa yang khas					
3	Tahu susu Aliya jombang tidak mudah basi.					
4	Porsi tahu susu Aliya jombang sesuai dengan harapan saya					
5	Penampilan pengemasan tahu susu Aliya jombang nampak segar dan bersih, sesuai dengan harapan saya					

2. PERSEPSI HARGA (X2)

NO	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
1	Harga tahu susu Aliya Jombang sangat ekonomis dan terjangkau					
2	Saya menilai bahwa harga produk tahu susu Aliya Jombang adalah sesuai dengan kualitasnya					
3	Harga tahu susu Aliya Jombang sesuai dengan manfaatnya					
4	Harga tahu susu Aliya Jombang bersaing/lebih murah dibanding dengan tahu susu merek lain					

3. BRAND IMAGES (X3)

No	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
1	Merek tahu susu Aliya di Jombang memiliki kualitas yang sesuai harapan saya					

2	Merek tahu susu Aliya di Jombang memiliki ukuran sesuai dengan keinginan saya					
3	Merek tahu susu Aliya di Jombang memiliki daya tahan yang baik/tidak gampang basi					
4	Tahu susu Aliya Jombang memiliki warna yang menarik (segar dan bersih)					
5	Tahu susu Aliya Jombang memiliki kesan harganya lebih murah dibanding merek lain					
6	Merek tahu susu Aliya di Jombang memiliki lokasi penjualan yang strategis					

4. WORD OF MOUTH (X4)

No	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
1	Saya akan mengajak teman untuk membeli tahu susu Aliya Jombang					
2	Saya menceritakan hal positif tentang tahu susu Aliya Jombang kepada orang lain					
3	Saya akan berbagi pengalaman yang positif dalam membeli tahu susu Aliya Jombang kepada teman					
4	Saya merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli tahu susu Aliya Jombang					

5. MINAT BELI (Y)

No	PERNYATAAN	STS 1	TS 2	N 3	S 4	SS 5
1	Saya akan sering membeli tahu susu Aliya Jombang					
2	Saya merekomendasikan tahu susu Aliya Jombang kepada kerabat					
3	Saya lebih senang tahu susu Aliya dibanding tahu susu merek lain					
4	Saya selalu mencari informasi tentang penjualan tahu susu Aliya Jombang					

Lampiran 2

2.1 Tabulasi Data Identitas Responden

No	Usia	Jenis Kelamin	Pendidikan
1	17	Perempuan	SMP
2	17	Perempuan	SMP
3	20	Perempuan	Perguruan Tinggi
4	26	Perempuan	SMA
5	45	Perempuan	SD
6	48	Perempuan	Perguruan Tinggi
7	40	Perempuan	SD
8	53	Laki-Laki	Perguruan Tinggi
9	52	Perempuan	SD
10	43	Perempuan	SMA
11	43	Perempuan	SMA
12	46	Laki-Laki	Perguruan Tinggi
13	37	Perempuan	SMA
14	36	Perempuan	SMP
15	38	Perempuan	SD
16	36	Laki-Laki	SMA
17	35	Laki-Laki	Perguruan Tinggi
18	26	Perempuan	Perguruan Tinggi
19	35	Perempuan	Tidak Sekolah
20	27	Perempuan	SMP
21	22	Perempuan	Tidak Sekolah
22	45	Laki-Laki	SD
23	58	Perempuan	SMA
24	45	Perempuan	Tidak Sekolah
25	34	Perempuan	SD
26	54	Laki-Laki	Tidak Sekolah
27	25	Perempuan	Tidak Sekolah
28	36	Perempuan	SD
29	36	Perempuan	SD
30	43	Perempuan	SMP
31	47	Laki-Laki	SMP

32	52	Perempuan	SMA
33	37	Perempuan	SMA
34	37	Perempuan	SMA
35	47	Perempuan	SMA
36	54	Laki-Laki	SMP
37	37	Laki-Laki	SMP
38	56	Perempuan	SMP
39	43	Perempuan	SD
40	35	Perempuan	SD
41	47	Perempuan	SMP
42	33	Perempuan	SMP
43	37	Laki-Laki	SMP
44	32	Laki-Laki	SMP
45	18	Perempuan	SD
46	28	Perempuan	SD
47	24	Perempuan	Tidak Sekolah
48	22	Laki-Laki	Tidak Sekolah
49	26	Perempuan	SMP
50	35	Perempuan	SMA
51	46	Perempuan	SMA
52	53	Perempuan	SMA
53	52	Laki-Laki	SMP
54	34	Perempuan	SMA
55	45	Perempuan	SMA
56	44	Perempuan	SMA
57	23	Laki-Laki	Perguruan Tinggi
58	52	Laki-Laki	Perguruan Tinggi
59	34	Laki-Laki	Perguruan Tinggi
60	54	Perempuan	SMA
61	22	Perempuan	Perguruan Tinggi
62	45	Perempuan	Perguruan Tinggi
63	44	Perempuan	SMA
64	41	Laki-Laki	SMP
65	47	Laki-Laki	SMP
66	38	Laki-Laki	SMP
67	30	Perempuan	SMP

68	45	Perempuan	SMP
69	67	Laki-Laki	SMP
70	44	Perempuan	Perguruan Tinggi
71	26	Laki-Laki	Perguruan Tinggi
72	36	Laki-Laki	Perguruan Tinggi
73	38	Laki-Laki	SMP
74	42	Perempuan	Perguruan Tinggi
75	19	Perempuan	Perguruan Tinggi
76	26	Laki-Laki	SMA
77	17	Laki-Laki	SMA
78	38	Laki-Laki	SMA
79	36	Perempuan	SMA
80	49	Perempuan	Perguruan Tinggi
81	47	Perempuan	Perguruan Tinggi
82	52	Laki-Laki	Perguruan Tinggi
83	44	Perempuan	SMA
84	43	Laki-Laki	SMP
85	40	Perempuan	SMP
86	53	Perempuan	SMP
87	39	Perempuan	SMA
88	44	Laki-Laki	SMA
89	52	Perempuan	SMA
90	51	Laki-Laki	SMP
91	37	Laki-Laki	SMP
92	38	Laki-Laki	SD
93	47	Perempuan	SMP
94	44	Perempuan	SMA
95	42	Perempuan	Perguruan Tinggi
96	43	Laki-Laki	Perguruan Tinggi
97	21	Perempuan	Perguruan Tinggi
98	19	Perempuan	SMA
99	48	Perempuan	SMP

2.2 Tabulasi Data Jawaban Responden

No	Kualitas Produk						Persepsi Harga					Brand Images						Word of Mouth					Minat Beli					
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3	Z1	Z2	Z3	Z4	Z	Y1	Y2	Y3	Y4	Y
1	4	5	4	5	5	23	4	5	5	5	19	4	3	4	4	4	4	23	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
2	4	4	4	2	4	18	4	4	4	4	16	2	2	3	4	4	4	19	3	4	4	4	15	4	4	5	5	18
3	4	4	4	4	4	20	3	4	2	5	14	2	3	3	4	3	2	17	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18
4	3	4	4	4	1	16	4	3	3	4	14	4	4	4	4	4	3	23	5	4	4	3	16	3	4	4	4	15
5	5	5	4	5	5	24	5	4	3	4	16	4	5	4	4	5	3	25	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
6	4	5	4	4	5	22	4	3	2	3	12	4	3	4	4	4	4	23	4	5	4	3	16	4	4	4	4	16
7	3	4	5	3	4	19	3	2	3	3	11	5	3	4	4	3	4	23	5	4	4	4	17	3	4	4	3	14
8	4	4	4	4	4	20	2	3	2	3	10	4	4	4	2	3	4	21	3	3	5	3	14	3	3	4	1	11
9	3	5	4	3	4	19	4	3	2	4	13	5	4	4	4	3	5	25	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
10	4	5	4	4	5	22	4	4	3	4	15	3	3	4	4	4	5	23	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19
11	5	4	5	4	4	22	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	17	4	5	4	3	16
12	4	5	4	3	4	20	4	3	2	4	13	5	4	4	4	3	5	25	3	3	4	3	13	4	4	4	4	16
13	4	5	4	4	5	22	4	4	3	4	15	4	3	4	4	4	5	24	5	4	5	4	18	5	4	5	5	19
14	5	4	5	4	4	22	4	4	4	5	17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	17	4	5	4	3	16
15	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	19	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
16	4	4	4	2	4	18	4	4	4	4	16	3	2	3	4	4	4	20	3	4	4	4	15	4	4	3	3	14
17	4	4	4	4	4	20	3	4	2	5	14	2	3	3	4	3	2	17	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
18	4	4	5	4	5	22	4	5	3	5	17	4	4	4	3	4	4	23	4	4	5	3	16	5	4	4	5	18
19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	16	5	3	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
20	5	4	5	3	4	21	4	4	4	3	15	5	5	3	4	4	5	26	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16
21	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	15	4	4	5	5	5	4	27	4	4	4	3	15	4	5	4	4	17
22	3	4	5	3	4	19	3	2	3	3	11	5	3	4	4	3	4	23	5	4	4	4	17	3	4	4	3	14
23	4	4	4	4	4	20	2	3	2	3	10	1	4	4	2	3	4	18	3	3	2	3	11	3	3	4	1	11
24	5	5	4	3	4	21	4	3	2	4	13	5	4	4	4	3	5	25	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
25	4	5	4	3	5	21	4	4	3	4	15	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	16	4	4	4	2	14
26	4	5	4	3	5	21	4	3	2	4	13	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	16	4	4	4	2	14
27	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	15	4	3	4	3	3	3	20	5	4	4	4	17	4	4	4	3	15
28	4	5	4	4	5	22	4	3	2	3	12	4	3	4	4	4	4	23	4	5	4	3	16	4	4	4	4	16

29	3	4	5	3	4	19	3	2	3	3	$\frac{1}{1}$	5	4	4	4	3	4	24	5	4	4	4	$\frac{1}{7}$	3	4	4	3	$\frac{1}{4}$
30	1	2	1	2	1	7	5	5	5	5	$\frac{2}{0}$	3	2	2	3	3	2	15	3	3	3	3	$\frac{1}{2}$	4	3	4	1	$\frac{1}{2}$
31	5	5	4	3	4	21	4	3	2	4	$\frac{1}{3}$	5	3	5	4	3	5	25	4	3	4	4	$\frac{1}{5}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$
32	4	5	3	4	5	21	4	4	3	4	$\frac{1}{5}$	4	2	3	4	4	5	22	4	4	5	4	$\frac{1}{7}$	5	4	5	3	$\frac{1}{7}$
33	4	4	4	3	4	19	4	4	4	5	$\frac{1}{7}$	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	3	$\frac{1}{5}$	4	5	4	3	$\frac{1}{6}$
34	5	5	4	2	4	20	4	4	4	5	$\frac{1}{7}$	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	4	5	$\frac{1}{7}$
35	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	3	4	4	4	4	4	23	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	3	3	$\frac{1}{4}$
36	4	4	4	4	4	20	3	4	2	5	$\frac{1}{4}$	4	3	5	4	3	2	21	4	4	3	3	$\frac{1}{4}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$
37	3	4	4	4	4	19	4	3	3	4	$\frac{1}{4}$	4	2	4	5	4	3	22	5	4	4	3	$\frac{1}{6}$	3	5	4	4	$\frac{1}{6}$
38	4	4	4	2	5	19	5	3	3	4	$\frac{1}{5}$	4	4	4	4	5	3	24	4	4	4	2	$\frac{1}{4}$	4	5	4	4	$\frac{1}{7}$
39	4	3	3	3	4	17	2	2	2	2	8	3	4	4	4	4	3	22	4	4	4	3	$\frac{1}{5}$	4	5	3	4	$\frac{1}{6}$
40	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	5	4	3	4	24	4	5	4	3	$\frac{1}{6}$	4	5	3	3	$\frac{1}{5}$
41	4	4	4	4	5	21	4	3	3	5	$\frac{1}{5}$	4	4	4	3	4	4	23	4	4	3	3	$\frac{1}{4}$	5	4	4	4	$\frac{1}{7}$
42	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	$\frac{1}{5}$	5	3	4	4	4	4	24	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	2	3	$\frac{1}{3}$
43	4	4	5	4	4	21	4	4	4	3	$\frac{1}{5}$	4	2	4	4	4	5	23	4	2	2	2	$\frac{1}{0}$	4	4	4	2	$\frac{1}{4}$
44	4	3	4	3	4	18	4	3	4	4	$\frac{1}{5}$	4	3	4	5	5	4	25	4	4	4	3	$\frac{1}{5}$	4	3	4	4	$\frac{1}{5}$
45	3	3	2	3	3	14	3	4	2	5	$\frac{1}{4}$	2	3	3	4	3	2	17	3	3	3	3	$\frac{1}{2}$	4	2	4	3	$\frac{1}{3}$
46	3	4	4	4	4	19	4	3	3	4	$\frac{1}{4}$	4	4	4	4	4	3	23	5	4	2	3	$\frac{1}{4}$	3	4	4	4	$\frac{1}{5}$
47	5	5	4	5	5	24	5	4	3	4	$\frac{1}{6}$	4	5	4	4	5	3	25	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	5	5	4	4	$\frac{1}{8}$
48	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	3	2	2	3	3	3	16	5	4	4	3	$\frac{1}{6}$	4	3	3	4	$\frac{1}{4}$
49	5	5	4	4	5	23	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	3	4	3	4	22	4	5	4	4	$\frac{1}{7}$	4	5	3	3	$\frac{1}{5}$
50	4	4	5	4	5	22	3	2	2	2	9	4	4	4	3	4	4	23	4	4	5	3	$\frac{1}{6}$	5	4	4	5	$\frac{1}{8}$
51	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	5	3	4	4	4	4	24	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$
52	4	4	5	4	4	21	4	4	4	3	$\frac{1}{5}$	5	5	3	4	4	5	26	5	5	5	4	$\frac{1}{9}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$
53	4	5	4	4	5	22	4	3	2	3	$\frac{1}{2}$	4	3	4	4	4	4	23	4	5	4	3	$\frac{1}{6}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$
54	3	4	5	3	4	19	3	2	3	3	$\frac{1}{1}$	5	3	4	4	3	4	23	5	4	4	4	$\frac{1}{7}$	3	4	4	3	$\frac{1}{4}$
55	4	4	4	4	4	20	2	3	2	3	$\frac{1}{0}$	4	4	4	2	3	4	21	3	3	5	3	$\frac{1}{4}$	3	3	4	1	$\frac{1}{1}$
56	5	5	4	3	4	21	4	3	2	4	$\frac{1}{3}$	5	4	4	4	3	5	25	4	5	4	4	$\frac{1}{7}$	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$
57	4	5	4	4	5	22	4	4	3	4	$\frac{1}{5}$	4	3	4	4	4	5	24	5	4	5	4	$\frac{1}{8}$	5	4	5	5	$\frac{1}{9}$
58	5	4	5	4	4	22	4	4	4	5	$\frac{1}{7}$	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	$\frac{1}{7}$	4	5	4	3	$\frac{1}{6}$
59	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	$\frac{1}{9}$	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	4	4	4	5	$\frac{1}{7}$
60	4	4	4	2	4	18	4	4	4	4	$\frac{1}{6}$	2	2	3	4	4	4	19	3	4	4	4	$\frac{1}{5}$	4	4	3	3	$\frac{1}{4}$

6	1	3	3	3	3	4	16	4	3	2	2	1	1	3	2	2	3	3	3	16	3	4	2	3	1	2	4	3	3	4	1	4
6	2	5	5	4	4	5	23	4	4	4	4	1	6	4	4	3	4	3	4	22	4	5	4	4	1	7	4	5	3	3	1	5
6	3	4	4	5	4	5	22	4	5	3	5	1	7	4	4	4	3	4	4	23	4	4	5	3	1	6	5	4	4	5	1	8
6	4	3	3	3	3	4	16	4	4	4	4	1	6	5	3	4	4	4	24	4	4	4	4	1	6	4	4	4	4	1	6	
6	5	4	4	5	4	4	21	4	4	4	3	1	5	5	5	3	4	4	5	26	3	4	3	3	1	3	4	4	4	4	1	6
6	6	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	1	5	4	4	5	5	5	4	27	4	4	4	3	1	5	4	5	4	4	1	7
6	7	4	5	4	4	5	22	4	4	3	4	1	5	4	3	4	4	4	5	24	5	4	5	4	1	8	5	4	5	5	1	9
6	8	5	4	5	4	4	22	4	4	4	5	1	7	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	1	7	4	5	4	3	1	6	
6	9	5	5	4	5	5	24	1	2	1	1	5	4	3	4	4	4	4	23	3	3	3	4	1	3	4	4	4	5	1	7	
7	0	4	4	4	2	4	18	4	4	4	4	1	6	2	2	3	4	4	4	19	3	4	4	4	1	5	4	4	3	3	1	4
7	1	4	4	4	4	4	20	3	4	2	5	1	4	2	3	3	4	3	2	17	3	3	3	3	1	2	3	3	2	2	1	0
7	2	3	4	4	4	4	19	4	3	3	4	1	4	4	4	4	4	4	3	23	5	4	4	3	1	6	3	4	4	4	1	5
7	3	5	5	4	5	5	24	5	4	3	4	1	6	4	5	4	4	5	3	25	4	4	4	4	1	6	5	5	4	4	1	8
7	4	4	5	4	4	5	22	4	3	2	3	1	2	4	3	4	4	4	23	4	5	4	3	1	6	4	4	4	4	1	6	
7	5	3	4	5	3	4	19	3	2	3	3	1	1	5	3	4	4	3	4	23	5	4	4	4	1	7	3	4	4	3	1	4
7	6	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	1	5	4	2	4	2	3	4	19	3	3	5	3	1	4	3	3	3	1	0	
7	7	5	5	4	3	4	21	4	3	2	4	1	3	5	4	4	4	3	5	25	4	5	4	4	1	7	4	4	4	4	1	6
7	8	4	5	4	4	5	22	4	4	3	4	1	5	4	3	4	4	4	5	24	5	4	5	4	1	8	5	4	5	5	1	9
7	9	3	3	3	3	3	15	4	5	4	3	1	6	2	4	4	4	4	22	4	4	4	5	1	7	4	5	4	3	1	6	
8	0	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	1	9	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	1	6	4	4	4	5	1	7	
8	1	4	4	4	2	4	18	4	4	4	4	1	6	2	2	3	4	4	4	19	3	4	4	4	1	5	4	4	3	3	1	4
8	2	4	5	4	3	5	21	4	3	2	4	1	3	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	1	6	4	4	4	2	1	4	
8	3	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	1	5	4	2	4	3	3	3	19	5	4	4	4	1	7	4	4	4	3	1	5
8	4	3	2	3	3	3	14	3	3	3	2	1	1	3	4	3	3	3	4	20	2	2	2	2	8	4	4	4	4	1	6	
8	5	3	4	5	3	4	19	3	2	3	3	1	1	5	3	4	4	3	4	23	5	4	4	4	1	7	3	4	4	3	1	4
8	6	4	4	4	4	4	20	2	3	2	3	1	0	4	4	4	2	3	4	21	3	3	5	3	1	4	3	3	4	1	1	
8	7	3	3	3	3	4	16	4	3	2	2	1	1	3	2	2	3	3	3	16	3	4	2	3	1	2	4	3	3	4	1	4
8	8	3	3	3	3	3	15	3	4	4	4	1	5	4	4	3	4	3	4	22	4	5	4	4	1	7	4	5	3	3	1	5
8	9	4	4	5	4	5	22	4	5	3	5	1	7	4	4	4	3	4	23	4	4	5	3	1	6	5	4	4	5	1	8	
9	0	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	1	6	5	3	4	4	4	24	4	4	4	4	1	6	4	4	4	4	1	6	
9	1	4	4	5	4	4	21	4	4	4	3	1	5	5	5	3	4	4	5	26	5	5	5	4	1	9	4	4	4	4	1	6
9	2	4	3	4	4	4	19	4	3	4	4	1	5	4	4	5	5	5	4	27	4	4	4	3	1	5	4	5	4	4	1	7

9	4	5	4	4	5	22	4	4	3	4	1	4	3	4	4	4	5	24	5	4	5	4	1	5	4	5	5	1
3											5	4	4	4	4	4	5	24	5	4	5	4	8	5	4	5	5	9
9	5	4	5	4	4	22	4	4	4	5	7	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	5	7	4	5	4	3	1
4																												6
9	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	1	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	1	4	4	4	5	1
5																							6	4	4	4	4	7
9	6	4	4	4	4	20	4	4	3	3	1	2	2	3	4	2	4	17	3	3	3	3	1	5	4	4	3	1
6																							2	4	4	4	3	6
9	7	4	4	5	4	5	22	3	5	4	5	1	4	3	4	4	5	4	24	4	5	4	1	4	4	4	4	1
7																							7	4	4	4	4	6
9	8	5	5	5	4	5	24	4	5	5	5	1	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	1	4	5	4	4	1
8																							6	4	5	4	4	7
9	9	3	3	3	3	2	14	3	3	5	3	1	4	4	3	4	4	2	3	20	4	4	4	1	3	4	3	1
9																							6	3	3	4	3	3

Lampiran 3

Statistic Deskriptif

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	33	33.3	33.3	33.3
	Perempuan	66	66.7	66.7	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16-20	7	7.1	7.1	7.1
	21-25	7	7.1	7.1	14.1
	26-30	8	8.1	8.1	22.2
	31-35	9	9.1	9.1	31.3
	36-40	20	20.2	20.2	51.5
	41-45	21	21.2	21.2	72.7
	46-50	10	10.1	10.1	82.8
	51-55	13	13.1	13.1	96.0
	56-60	2	2.0	2.0	98.0
	61-65	2	2.0	2.0	100.0
	Total	99	100.0	100.0	

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Sekolah	7	7.1	7.1	7.1
SD	13	13.1	13.1	20.2
SMP	29	29.3	29.3	49.5
SMA	28	28.3	28.3	77.8
Perguruan Tinggi	22	22.2	22.2	100.0
Total	99	100.0	100.0	

Variabel Penelitian**Kualitas Produk (X1)****Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Variance
X11	99	1	5	4.00	.531
X12	99	2	5	4.16	.525
X13	99	1	5	4.07	.454
X14	99	2	5	3.64	.581
X15	99	1	5	4.22	.562
Valid N (listwise)	99				

Persepsi Harga (X2)**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Variance
X21	99	1	5	3.75	.456
X22	99	2	5	3.63	.665
X23	99	1	5	3.24	.920
X24	99	1	5	3.89	.753
Valid N (listwise)	99				

Brand Images (X3)**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Variance
X31	99	1	5	3.89	.794
X32	99	2	5	3.38	.688
X33	99	2	5	3.79	.373
X34	99	2	5	3.83	.348
X35	99	2	5	3.72	.429
X36	99	2	5	3.90	.582
Valid N (listwise)	99				

Word of Mouth (X4)**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Variance
X41	99	2	5	4.04	.488
X42	99	2	5	4.03	.397
X43	99	2	5	4.00	.531
X44	99	2	5	3.68	.466
Valid N (listwise)	99				

Minat Beli (Y)**Descriptive Statistics**

	N	Minimum	Maximum	Mean	Variance
Y1	99	3	5	4.01	.357
Y2	99	2	5	4.08	.381
Y3	99	2	5	3.91	.308
Y4	99	1	5	3.61	1.078
Valid N (listwise)	99				

Lampiran 4

Uji instrument

1. Uji Validitas

Kualitas Produk (X1)

Correlations

		VAR0000	VAR0000	VAR0000	VAR0000	VAR0000	X1
		1	2	3	4	5	
VAR0000	Pearson						
1	Correlation	1	.665**	.239	.577**	.537*	.826*
	Sig. (2-tailed)		.001	.311	.008	.015	.000
	N	20	20	20	20	20	20
VAR0000	Pearson						
2	Correlation	.665**	1	.199	.420	.782**	.826*
	Sig. (2-tailed)	.001		.399	.066	.000	.000
	N	20	20	20	20	20	20
VAR0000	Pearson						
3	Correlation	.239	.199	1	.266	.211	.473*
	Sig. (2-tailed)	.311	.399		.257	.372	.035
	N	20	20	20	20	20	20
VAR0000	Pearson						
4	Correlation	.577**	.420	.266	1	.535*	.774*
	Sig. (2-tailed)	.008	.066	.257		.015	.000
	N	20	20	20	20	20	20

VAR00005	Pearson						
	Correlation	.537*	.782**	.211	.535*	1	.816*
	Sig. (2-tailed)	.015	.000	.372	.015		.000
	N	20	20	20	20	20	20
X1	Pearson						
	Correlation	.826**	.826**	.473*	.774**	.816**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.035	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Persepsi Harga (X2)

Correlations

	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	X2
VAR00006 Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	1	.875**	.876**	.900**	.963**
N	20	20	20	20	20
VAR00007 Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.875**	1	.868**	.839**	.943**
N	20	20	20	20	20
VAR00008 Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.876**	.868**	1	.847**	.948**
N	20	20	20	20	20
VAR00009 Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.900**	.839**	.847**	1	.942**
N	20	20	20	20	20
X2 Pearson Correlation Sig. (2-tailed)	.963**	.943**	.948**	.942**	1
	.000	.000	.000	.000	

N	20	20	20	20	20
---	----	----	----	----	----

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Brand Images (X3)**Correlations**

	VAR00 010	VAR00 011	VAR00 012	VAR00 013	VAR00 014	VAR00 015	VAR00 016	X3
VAR00 010	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	1 -.170 .474 20	.143 .547 20	.366 .113 20	.282 .228 20	.261 .266 20	-.117 .625 20	.40 9 .07 3 20
VAR00 011	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	-.170 .474 20	1 .464* .040 20	.464* .474* .035 20	.083 .728 20	.075 .754 20	.586** .007 20	.62 9** .00 3 20
VAR00 012	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.143 .547 20	.464* .040 20	1 .302 .196 20	.302 .173 .464 20	.395 .085 20	.267 .256 20	.69 1** .00 1 20
VAR00 013	Pearson Correlation Sig. (2- tailed) N	.366 .113 20	.474* .035 20	.302 .196 20	1 .268 .254 20	.484* .031 20	.249 .290 20	.72 8** .00 0 20

VAR00014	Pearson Correlation	.282	.083	.173	.268	1	.535*	.161	.549*
	Sig. (2-tailed)	.228	.728	.464	.254		.015	.499	.012
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
VAR00015	Pearson Correlation	.261	.075	.395	.484*	.535*	1	.138	.648**
	Sig. (2-tailed)	.266	.754	.085	.031	.015		.561	.002
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
VAR00016	Pearson Correlation	-.117	.586**	.267	.249	.161	.138	1	.557*
	Sig. (2-tailed)	.625	.007	.256	.290	.499	.561		.011
	N	20	20	20	20	20	20	20	20
X3	Pearson Correlation	.409	.629**	.691**	.728**	.549*	.648**	.557*	1
	Sig. (2-tailed)	.073	.003	.001	.000	.012	.002	.011	
	N	20	20	20	20	20	20	20	20

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Word of Mouth (X₄)**Correlations**

		VAR00017	VAR00018	VAR00019	VAR00020	X ₄
VAR00017	Pearson Correlation	1	.389	.409	.328	.817**
	Sig. (2-tailed)		.090	.073	.158	.000
	N	20	20	20	20	20
VAR00018	Pearson Correlation	.389	1	.125	.267	.615**
	Sig. (2-tailed)	.090		.600	.255	.004
	N	20	20	20	20	20
VAR00019	Pearson Correlation	.409	.125	1	.175	.660**
	Sig. (2-tailed)	.073	.600		.462	.002
	N	20	20	20	20	20
VAR00020	Pearson Correlation	.328	.267	.175	1	.616**
	Sig. (2-tailed)	.158	.255	.462		.004
	N	20	20	20	20	20
X ₄	Pearson Correlation	.817**	.615**	.660**	.616**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.002	.004	
	N	20	20	20	20	20

Minat Beli (Y)

Correlations

		VAR00021	VAR00022	VAR00023	VAR00024	Y
VAR00021	Pearson Correlation	1	.128	.318	.298	.614**
	Sig. (2-tailed)		.590	.171	.202	.004
	N	20	20	20	20	20
VAR00022	Pearson Correlation	.128	1	.464*	.651**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.590		.040	.002	.000
	N	20	20	20	20	20
VAR00023	Pearson Correlation	.318	.464*	1	.562**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.171	.040		.010	.000
	N	20	20	20	20	20
VAR00024	Pearson Correlation	.298	.651**	.562**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.202	.002	.010		.000
	N	20	20	20	20	20
Y	Pearson Correlation	.614**	.740**	.799**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	
	N	20	20	20	20	20

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Reliabilitas

Kualitas Produk (X1)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.803	5

Persepsi Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.963	4

Brand Images (X3)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.696	7

Word of Mouth (X4)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.615	4

Minat Beli (Y)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	4

Lampiran 5

Analisis Determinasi Koefisien (R^2)

R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
.615 ^a	.378	.351	1.614	1.928

Analisis Uji F (Simultan)

ANOVA^a

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	148.693	4	37.173	14.266	.000 ^b
Residual	244.944	94	2.606		
Total	393.636	98			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), Z, X2, X1, X3

Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	2.473	1.753		1.410	.162		
X1	.167	.071	.226	2.332	.022	.704	1.420
X2	.162	.065	.210	2.495	.014	.932	1.073
X3	.194	.073	.257	2.649	.009	.702	1.424
X4	.195	.092	.197	2.114	.037	.761	1.314

a. Dependent Variable: Y

