

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/Saudara Responden Penelitian

Di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir sebagai mahasiswa Program Strata Satu (S1) Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, saya:

Nama : Husai Septian Adibroto

NBI : 1211700315

Fakultas : Ekonomi & Bisnis

Jurusan : Manajemen Pemasaran

Bermaksud melakukan penelitian ilmiah untuk penyusunan skripsi dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga, dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di Kota Surabaya”. Maka untuk mendukung keberhasilan pelaksanaan penelitian ini, saya memohon ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi daftar pernyataan yang saya ajukan.

Kesediaan Bapak/Ibu/Saudara merupakan bantuan yang sangat bernilai bagi saya. Semua keterangan dan jawaban yang Bapak/Ibu/Saudara berikan bersifat rahasia dan tidak akan diketahui oleh siapapun kecuali peneliti sendiri.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara meluangkan waktu untuk mengisi dan menjawab semua pernyataan dalam kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Husai Septian Adibroto

IDENTITAS RESPONDEN

Untuk keperluan keabsahan data penelitian ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara untuk mengisi dan menceklis (√) pernyataan berikut ini:

Nama :

Jenis Kelamin : () Pria () Wanita

Usia berkisar antara : () <18 th () >25 th
() > 18 s/d 25 th

CARA PENGISIAN KUESIONER

Setiap pernyataan terdiri dari 5 alternatif jawaban, pilihlah salah satu jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Saudara paling tepat, dengan memberikan tanda ceklis (√) pada kolom yang telah disediakan dengan pilihan jawaban sebagai berikut:

- | | | |
|----------|-----------------------|-----|
| 1. (STS) | : Sangat Tidak Setuju | = 1 |
| 2. (TS) | : Tidak Setuju | = 2 |
| 3. (CS) | : Cukup Setuju | = 3 |
| 4. (S) | : Setuju | = 4 |
| 5. (SS) | : Sangat Setuju | = 5 |

Lampiran 2 Daftar Pernyataan Responden

Kualitas Produk (X1)						
<i>STS: Sangat Tidak Setuju, TS: Tidak Setuju, CS: Cukup Setuju, S: Setuju, SS: Sangat Setuju</i>						
No	Penyataan	STS	TS	CS	S	SS
	<i>Performance</i>					
1	Saya merasa nyaman saat mengenakan sepatu Ventela					
2	Alas telapak kaki (<i>insole</i>) sepatu Ventela empuk saat dikenakan					
	<i>Esthetica</i>					
3	Sepatu Ventela menyediakan berbagai macam pilihan warna yang menarik					
	<i>Features</i>					
4	Saya membeli sepatu Ventela karena desain produk yang menarik					
	<i>Durability</i>					
5	Saya tetap merasa nyaman saat mengenakan sepatu Ventela dalam waktu yang lama					
6	Sepatu Ventela mempunyai daya tahan yang baik (awet)					
	<i>Perceived quality</i>					
7	Kualitas sepatu Ventela sesuai dengan apa yang saya harapkan					
	<i>Reliability</i>					
8	Sepatu Ventela mampu memberikan kesan kualitas yang baik bagi saya					

Persepsi Harga (X2)						
<i>STS: Sangat Tidak Setuju, TS: Tidak Setuju, CS: Cukup Setuju, S: Setuju, SS: Sangat Setuju</i>						
No	Penyataan	STS	TS	CS	S	SS
	<i>Price confidence</i>					
1	Saya membeli sepatu Ventela karena harga yang ditawarkan cukup terjangkau					
	<i>Price quality ratio</i>					
2	Saya merasa harga produk sesuai dengan kualitas produk					
	<i>Price relative</i>					
3	Harga sepatu Ventela lebih rendah dibandingkan dengan merek sepatu lain dengan kualitas yang sama					
	<i>Price transparency</i>					
4	Informasi harga yang saya terima sesuai dengan harga sepatu yang saya beli					
	<i>Price reliability</i>					
5	Harga sepatu Ventela sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan					
6	Saya mempertimbangkan harga yang ditawarkan pada saat membeli sepatu Ventela					

Periklanan (X3)						
<i>STS: Sangat Tidak Setuju, TS: Tidak Setuju, CS: Cukup Setuju, S: Setuju, SS: Sangat Setuju</i>						
No	Penyataan	STS	TS	CS	S	SS
1	Pesan yang disampaikan dalam iklansepatu Ventela melalui internet mudah diingat dalam jangka panjang					
2	Pesan yang disampaikan dalam iklan sepatu Ventela dapat menggambarkan produk					
3	Pesan yang disampaikan dalam iklan sepatu Ventela melalui internet jelas dan mudah dimengerti					
4	Saya tertarik untuk membeli saat melihat iklan sepatu Ventela					
5	Tampilan iklan adalah gambaran asli produk sepatu Ventela					
6	Tampilan iklan sepatu Ventela lebih menarik dibandingkan dengan tampilan iklan sepatu merek lainnya					
7	Saya merasa lebih yakin untuk membeli setelah melihat iklan sepatu Ventela					

Keputusan Pembelian (Y)						
<i>STS: Sangat Tidak Setuju, TS: Tidak Setuju, CS: Cukup Setuju, S: Setuju, SS: Sangat Setuju</i>						
No	Penyataan	STS	TS	CS	S	SS
	Pilihan produk					
1	Saya membeli sepatu Ventela karena memiliki beragam varian yang menarik					
	Pilihan merek					
2	Saya membeli sepatu Ventela memiliki keunikan tersendiri					
3	Saya tidak membeli merek sepatu lokal lainnya selain Ventela					
	Pilihan penyalur					
4	Lokasi toko yang menjual sepatu Ventela dekat dengan tempat tinggal saya					
	Waktu					
5	Saya membeli sepatu Ventela dalam kurun waktu dua tahun belakangan sejumlah satu kali					
	Jumlah pembelian					
6	Saya telah membeli sepatu Ventela sejumlah satu kali					

Lampiran 3 Hasil Uji Validitas

		Correlations X1								
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	KP
X1.1	Pearson Correlation	1	.555**	.418**	.448**	.501**	.298**	.555**	.448**	.697**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.555**	1	.435**	.628**	.454**	.380**	1.000**	.628**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.418**	.435**	1	.632**	.829**	.377**	.435**	.632**	.771**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.448**	.628**	.632**	1	.660**	.568**	.628**	1.000**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.501**	.454**	.829**	.660**	1	.445**	.454**	.660**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.298**	.380**	.377**	.568**	.445**	1	.380**	.568**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	.555**	1.000**	.435**	.628**	.454**	.380**	1	.628**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	.448**	.628**	.632**	1.000**	.660**	.568**	.628**	1	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100
KP	Pearson Correlation	.697**	.816**	.771**	.862**	.809**	.625**	.816**	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations X2

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	PH
X2.1	Pearson Correlation	1	.674**	.728**	.656**	.670**	.566**	.835**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.674**	1	.663**	.821**	.591**	.599**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.728**	.663**	1	.693**	.736**	.646**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.656**	.821**	.693**	1	.702**	.698**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.670**	.591**	.736**	.702**	1	.692**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.566**	.599**	.646**	.698**	.692**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
PH	Pearson Correlation	.835**	.850**	.868**	.897**	.853**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations X3

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	P
X3.1	Pearson Correlation	1	.675**	.658**	.638**	.443**	.537**	.499**	.799**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.675**	1	.547**	.611**	.479**	.545**	.535**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.658**	.547**	1	.736**	.555**	.602**	.571**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.638**	.611**	.736**	1	.611**	.677**	.666**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.5	Pearson Correlation	.443**	.479**	.555**	.611**	1	.491**	.552**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.6	Pearson Correlation	.537**	.545**	.602**	.677**	.491**	1	.656**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
X3.7	Pearson Correlation	.499**	.535**	.571**	.666**	.552**	.656**	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
P	Pearson Correlation	.799**	.782**	.832**	.881**	.720**	.807**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	KP
Y.1	Pearson Correlation	1	.662**	.733**	.694**	1.000**	.694**	.928**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.662**	1	.652**	.598**	.662**	.598**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.733**	.652**	1	.565**	.733**	.565**	.822**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.694**	.598**	.565**	1	.694**	1.000**	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	1.000**	.662**	.733**	.694**	1	.694**	.928**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.694**	.598**	.565**	1.000**	.694**	1	.862**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
KP	Pearson Correlation	.928**	.802**	.822**	.862**	.928**	.862**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas

Reliability Statistics X1

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	28.27	11.007	.580	.900
X1.2	28.27	10.664	.746	.883
X1.3	28.39	10.624	.676	.890
X1.4	28.17	11.435	.825	.881
X1.5	28.39	10.564	.731	.884
X1.6	28.31	11.812	.518	.903
X1.7	28.27	10.664	.746	.883
X1.8	28.17	11.435	.825	.881

Reliability Statistics X2

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	21.10	10.495	.760	.915
X2.2	21.03	10.494	.782	.912
X2.3	21.13	10.377	.807	.909
X2.4	21.15	9.644	.838	.905
X2.5	21.06	10.602	.789	.911
X2.6	21.03	10.454	.737	.918

Reliability Statistics X3

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	24.63	9.508	.711	.896
X3.2	24.67	9.839	.698	.897
X3.3	24.67	9.536	.763	.890
X3.4	24.62	9.147	.826	.883
X3.5	24.51	10.475	.635	.904
X3.6	24.65	9.523	.725	.894
X3.7	24.57	9.702	.715	.895

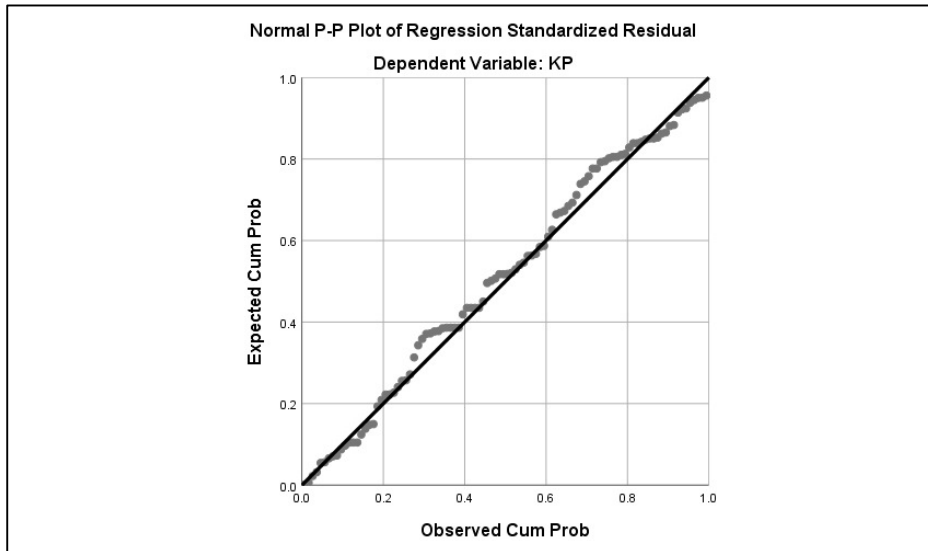
Reliability Statistics Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.934	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y.1	20.87	7.629	.888	.910
Y.2	20.97	8.494	.716	.932
Y.3	20.95	8.290	.740	.930
Y.4	20.92	8.478	.805	.922
Y.5	20.87	7.629	.888	.910
Y.6	20.92	8.478	.805	.922

Lampiran 5 Hasil Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.28786644
Most Extreme Differences	Absolute	.070
	Positive	.042
	Negative	-.070
Test Statistic		.070
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.
- This is a lower bound of the true significance.

Lampiran 6 Hasil Uji Multikolinieritas

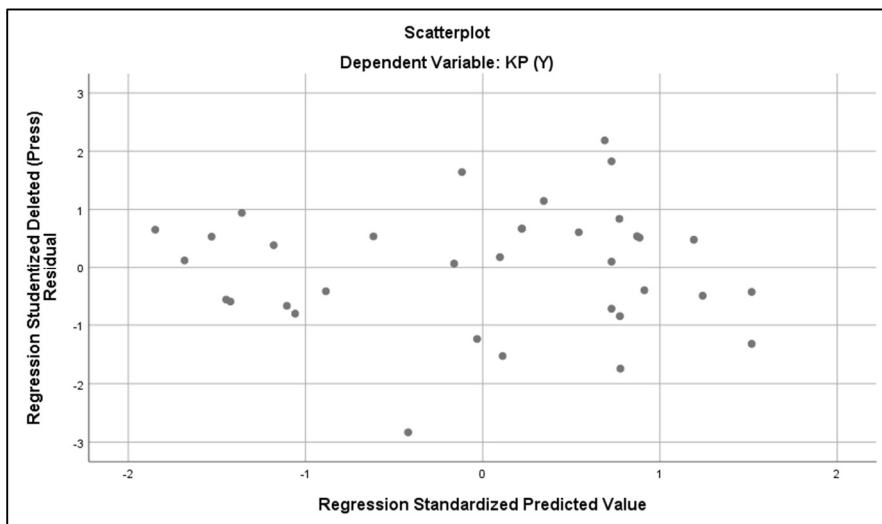
Model		Coefficients ^a					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-.441	1.354		-.326	.745		
	KP	.073	.037	.081	1.989	.048	.905	1.105
	PH	.422	.065	.475	6.460	.000	.276	3.629
	P	.435	.071	.460	6.147	.000	.266	3.764

a. Dependent Variable: KP (Y)

Model	Dimension	Eigenvalue	Collinearity Diagnostics ^a				
			Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	KP (X1)	PH (X2)	P (X3)
1	1	3.974	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.017	15.287	.08	.25	.13	.03
	3	.006	24.878	.86	.74	.02	.00
	4	.003	39.096	.06	.01	.85	.97

a. Dependent Variable: KP (Y)

Lampiran 7 Hasil Uji Heterokedastisitas



Lampiran 8 Hasil Uji Regresi Linier Berganda

		Coefficients ^a				Collinearity Statistics		
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.441	1.354		-.326	.745		
	KP	.073	.037	.081	1.989	.048	.905	1.105
	PH	.422	.065	.475	6.460	.000	.276	3.629
	P	.435	.071	.460	6.147	.000	.266	3.764

a. Dependent Variable: KP (Y)

Lampiran 9 Hasil Uji Korelasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.926 ^a	.857	.853	1.308

a. Predictors: (Constant), P (X3), KP (X1), PH (X2)

b. Dependent Variable: KP (Y)

Lampiran 10 Hasil Uji Determinasi

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.926 ^a	.857	.853	1.308

a. Predictors: (Constant), P (X3), KP (X1), PH (X2)

b. Dependent Variable: KP

Lampiran 11 Hasil Uji t (Parsial)

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta	t		Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.441	1.354		-.326	.745		
	KP	.073	.037	.081	1.989	.048	.905	1.105
	PH	.422	.065	.475	6.460	.000	.276	3.629
	P	.435	.071	.460	6.147	.000	.266	3.764

a. Dependent Variable: KP (Y)

Lampiran 12 Hasil Uji F (Simultan)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	984.799	3	328.266	191.920	.000 ^b
	Residual	164.201	96	1.710		
	Total	1149.000	99			

a. Dependent Variable: KP (Y)

b. Predictors: (Constant), P (X3), KP (X1), PH (X2)


Lampiran 13 Lembar Bimbingan

16 MAR 2021

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
 Kampus: Jl. Semolowaru 45 Surabaya 60118, Telp. (031) 5925289, 081216781170 E-mail: feb@untag-sby.ac.id

SEMESTER
Gasal/ Genap
2020 / 2021

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

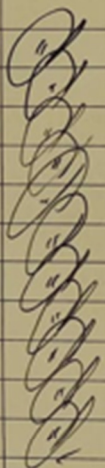


Nama Mahasiswa / NBI: HUSAI SEPTIAN ADIBROTO

Nama Pembimbing : Drs. Ee. Mataji, MM

Judul Skripsi : Pengaruh Kualitas Produk, Persepsi Harga dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Ventela di Kota Surabaya

Mulai Program Skripsi : Semester 8 Thn. Ak. 2017 Selesai Bimbingan Tanggal 02-07-2021

No.	HARI / TANGGAL	KONSENTRASI		PARAF
		BAB / HAL	KETERANGAN REVISI	
1.	12-03-2021	proposol	Ruksi	
2.	25-03-2021	proposol	Ace	
3.	15-04-2021	I, II	Ruksi	
4.	26-04-2021	I, II	Ace	
5.	10-05-2021	III	Ruksi	
6.	17-05-2021	III	Ace	
7.	05-06-2021	IV	Ruksi	
8.	22-06-2021	V	Ace	
9.	27-06-2021	V	Ruksi	
10.	30-06-2021	V	Ace	
11.	02-07-2021	Abstraksi	Ace	

Perpanjangan I _____

Semester _____

Th. Ak _____

Paraf Kajur _____

Surabaya, 02-07-2021

Drs. Ee. Mataji, MM
 (Nama dan tanda tangan Pembimbing)