

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuisioner Penelitian

KUISIONER PENELITIAN
PENGARUH BRAND IMAGE DAN PROMOSI ONLINE TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN HANDPHONE MEREK VIVO DI KOTA
PALOPO
MANAJEMEN
PEMASARAN

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penyusunan tugas akhir di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Palopo, bersama dengan ini saya :

Nama : Munasira Rahman

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Memerlukan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i memberikan informasi untuk mendukung penelitian yang akan saya lakukan demi kelenacaran skripsi dari jurusan Manajemen. Dengan fokus mata kuliah yang menjadi sandaran, yakni mengenai Pemasaran.

Untuk itu saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam penelitian ini dengan mengisi kuisioner ini sangat menentukan penelitian yang akan saya lakukan. Perlu saya sampaikan juga bahwa penelitian ini bersifat dan bertujuan akademis dan keilmuan semata dan hasil penelitian atau laporan ini tidak disebarluaskan.

Besar harapan saya kepada Bapak/Ibu/Saudara/i agar berkenan mengisi kuisioner ini dengan lengkap. Atas perhatian kerjasamanya saya mengucapkan terima kasih.

Palopo, Feb 2021

Hormat Saya

Munasira Rahman PM

NIM: 201720031

I. IDENTITAS RESPONDEN

Untuk keabsahan penelitian ini, saya mengharapkan kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan berikut dengan memberi tanda *tick mark* (*✓*) pada jawaban yang telah tersedia.

Nama Responden :

Jenis Kelamin : () Laki-laki () Perempuan

Umur Responden : () 20 – 25 tahun () 26 – 35 tahun
() 36 – 45 tahun () >46 tahun

II. DAFTAR PERTANYAAN

Mohon dengan hormat, bantuan, dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk menjawab seluruh pernyataan-pernyataan yang ada dalam kuesioner ini. Berikan tanda (*✓*) pernyataan berikut yang sesuai dengan keadaan yang sesungguhnya pada kolom yang tersedia

Pilihan jawaban:

- | | |
|------------------------------|-----------------------|
| 1. Sangat Tidak Setuju = STS | 4. Setuju = S |
| 2. Tidak Setuju = TS | 5. Sangat Setuju = SS |
| 3. Netral =N | |

* Pengisian jawaban hanya dilakukan pada **satu kotak dari lima kotak** yang tersedia.

1. *Brand Image* (X1)

No.	Pernyataan <i>Brand Image</i>	STS	TS	N	S	SS
1.	Banyaknya pengguna <i>handphone</i> merek VIVO					
2.	Keunggulan yang dimiliki oleh produk <i>handphone</i> VIVO					
3.	Kesesuaian informasi yang diberikan dengan kenyataan yang dilihat					
4.	Banyaknya pengguna akan suatu produk					

2. *Promosi Online* (X2)

No.	Pernyataan Promosi <i>Online</i>	STS	TS	N	S	SS
1.	Iklan penjualan <i>online</i> yang dilakukan perusahaan <i>handphone</i> merek VIVO (seperti instagram, facebook, twitter, blog, dll) menarik perhatian saya.					
2.	Perusahaan <i>handphone</i> merek VIVO memberikan pelayanan aduan konsumen via <i>online</i> .					
3.	Produk <i>handphone</i> merek VIVO menawarkan potongan harga melalui promosi <i>online</i> .					
4.	Produk <i>handphone</i> merek VIVO memberikan hadiah secara undian melalui promosi <i>online</i> .					

3. Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan Keputusan Pembelian	STS	TS	N	S	SS
1.	Konsumen melakukan keputusan pembelian <i>handphone</i> merek VIVO setelah memilih model produk.					
2.	<i>Handphone</i> VIVO memiliki desain dan warna yang menarik di setiap typenya					
3.	Sebelum berbelanja melalui situs/media online saya mencari informasi tentang situs/media online tersebut					
4.	<i>Handphone</i> VIVO memberikan harga yang bervariasi sesuai dengan spesifikasi dan kemampuan konsumen.					
5.	<i>Handphone</i> merek VIVO memiliki keunggulan fitur-fitur yang canggih dan inovatif.					

142	4	4	4	4	16	5	5	5	20	4	4	4	4	5	21
143	4	4	4	4	16	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
144	4	4	4	4	16	5	3	5	18	4	4	4	4	4	20
145	4	4	3	5	16	4	4	3	16	4	4	4	4	4	21
146	4	4	3	4	15	4	4	3	15	5	5	5	5	4	23
147	4	4	3	4	15	5	5	5	20	4	4	4	4	4	20
148	4	4	4	4	16	5	5	5	20	4	4	4	4	4	19
149	4	4	5	4	17	4	4	4	16	5	4	5	4	5	23
150	4	4	4	4	16	4	4	4	17	4	4	5	4	3	20

Lampiran 3 : Hasil uji statistik deskriptif

Analisis statistik deskriptif responden pada variabel *Brand Image*.

X1	SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
X1.1	64 (42,7)	85 (56,7)	1 (0,6)	0	0
X1.2	64 (42,7)	86 (57,3)	0	0	0
X1.3	51 (34)	90 (60)	9 (6)	0	0
X1.4	39 (26)	106 (70,7)	5 (3,3)	0	0
Rata-rata	36,35%	61,175%	2,475%	0	0

Analisis statistik deskriptif responden pada variabel Promosi *Online*.

X2	SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
X2.1	54 (36)	86 (57,3)	10 (6,7)	0	0
X2.2	45 (30)	101 (67,3)	4 (2,7)	0	0
X2.3	44 (29,3)	89 (59,3)	17 (11,4)	0	0
X2.4	67 (44,7)	81 (54)	2 (1,3)	0	0
Rata-rata	35%	59,475%	5,525%	0	0

Analisis statistik deskriptif responden pada variabel Keputusan Pembelian.

Y	SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
Y.1	54 (36)	96 (64)	0	0	0
Y.2	44 (29,3)	99 (66)	7 (4,7)	0	0
Y.3	42 (28)	101 (67,3)	7 (4,7)	0	0
Y.4	94 (62,7)	56 (37,3)	0	0	0
Y.5	43 (28,7)	100 (66,6)	7 (4,7)	0	0
Rata-rata	36,94%	60,24%	2,82%	0	0

Hasil Uji Reabilitas Variabel Promosi Online

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.583	4

Hasil Uji Reabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.591	5

Lampiran 6 : Uji Analisis Regrsi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.287	1.778		6.909	.000
1	.371	.081	.353	4.601	.000
Promosi Online (X2)	.161	.081	.152	1.981	.049

a. Dependent Variable: Keputusan Pembalian (Y)

Lampiran 7 : Uji Koefisien Determinasi

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.410 ^a	.168	.156	1.44598

a. Predictors: (Constant), Promosi Online (X2)

Brand Image (X1)

Lampiran 8 : Uji t

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12.287	1.778		6.909	.000
1 Brand Image (X1)	.371	.081	.353	4.601	.000
Promosi Online (X2)	.161	.081	.152	1.981	.049

a. Dependent Variable: Keputusan Pembalian (Y)

Lampiran 9 : Uji F

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	61.977	2	30.989	14.821	.000 ^b
1 Residual	307.356	147	2.091		
Total	369.333	149			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembalian (Y)

b. Predictors: (Constant), Promosi Online (X2) , Brand Image (X1)