

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Penelitian Sebelumnya

Penelitian terdahulu digunakan sebagai acuan bagi peneliti untuk menjadi pedoman dasar, bahan pertimbangan, dan perbandingan dalam upaya untuk mendapatkan arah dan kerangka pemikiran penelitian. Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian tentang keputusan pembelian yang dijadikan bahan acuan bagi penelitian:

1. Putthiwat Singhdong dan Haris Setyawan (2016)  
Melakukan penelitian dengan judul “*Analysis of Effect of Product Quality, Product Design and Distribution Channel toward Purchase Decision of Soy Milk with ABC company*”. Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, menggunakan survei kuesioner terstruktur untuk mengumpulkan data dari 100 pelanggan. Baik deskriptif maupun statistik inferensial digunakan untuk menganalisis hasil ini. Dengan hasil kualitas produk dan desain produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Variabel dengan efek paling dominan adalah kualitas produk. Nilai t hitung adalah yang terbesar dari semuanya dan hal tersebut sesuai dengan hipotesis.
2. Iha Haryani Hatta, Widarto Rachbini, dan Sudarmin Parenrengi (2018)  
Melakukan penelitian dengan judul “*Analysis of Product Innovation, Product Quality, Promotion, and Price on Purchase Decisions*”. Penelitian ini menggunakan 150 konsumen Lapis Bogor Sangkuriang di Kota Bogor secara acak responden terpilih. Instrumen penelitian adalah kuesioner dengan jawaban untuk pernyataan tertutup dan skala 1-5 *Likert*. Data dianalisis dengan SEM, program Lisrel. Hasil penelitian menunjukkan bahwa inovasi dan promosi produk tidak mempengaruhi keputusan pembelian. Sementara kualitas produk dan harga mempengaruhi keputusan pembelian
3. Wahyu Mega Kurnianto, Sylvia Sari Rosalina, dan Nurminingsih (2019)  
Melakukan penelitian dengan judul “*Effect of Marketing Mix and Product Quality on Purchase Decision to the Spesial Sb Packaging Beef Meatball through Brand Image and Purchase Intention*” . Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif yang menggunakan pendekatan deskriptif asosiatif. Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara. Data dianalisis menggunakan SEM-PLS 2 dan SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek bakso daging sapi kemasan SB Spesial, kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap citra merek bakso daging sapi kemasan SB spesial, citra merek memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap niat beli bakso daging sapi kemasan Spesial SB, dan niat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian bakso daging sapi kemasan Spesial SB.

4. Ulva Anastasia dan Yulia Nurendah (2014)  
Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen”. Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa (1) kualitas produk memiliki efek negatif atau tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen pada produk teh botol, (2) citra merek memiliki pengaruh positif atau signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen teh botol.
5. Mohamad Rizan, Kartika Lestari Handayani, dan Agung Kresnamurti RP (2015)  
Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Banding Konsumen Indomie Dan Mie Sedaap)”. Hasil penelitian ini menunjukkan ada pengaruh yang signifikan dari citra merek dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian.
6. Irine Rachmayanti dan Sri Utami Ady (2018)  
Melakukan penelitian dengan judul “Kualitas Produk Sebagai Variabel Pemicu Utama Keputusan Pembelian Susu Formula SGM Explore di Kota Surabaya”. Analisis data menggunakan regresi linier berganda, koefisien determinasi berganda, uji F, dan uji t. Dengan menggunakan sampel sebesar 90 orang konsumen, Hasil penelitian menunjukkan bahwa Quality (X1), Desain Kemasan Produk (X2) dan iklan (X3) berpengaruh secara simultan terhadap Keputusan Pembelian (Y). Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa kualitas produk dan daya Tarik iklan berpengaruh secara parsial terhadap keputusan pembelian, dengan kualitas product sebagai variabel yang berpengaruh dominan.
7. Virgo Simamora dan Elli Kusmiyati (2017)  
Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Desain Produk dan Brand Image terhadap Keputusan Pembelian pada Teh Botol Sosro dengan Kualitas Produk sebagai Variabel Moderating (Studi pada Mahasiswa di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta Utara)”. Populasi penelitian ini dilaksanakan di Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta. Total kuesioner yang dikumpulkan dan diolah sebanyak 100 kuesioner. Metode pengambilan sampel pada penelitian ini adalah metode *convenience sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa, desain produk berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian, brand image berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Desain produk dan brand image secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Kualitas produk sebagai variabel moderating tidak mampu memperkuat (memperlemah) desain produk terhadap keputusan pembelian dan kualitas produk sebagai variabel moderating mampu memperkuat brand image terhadap keputusan pembelian.
8. Josiel Driand Pandensolang dan Hendra N. Tawas (2015)  
Melakukan penelitian dengan judul “*The Influence of Differentiation, Product Quality and Brand Equity toward Purchasing Decision of Coca-Cola at PT. Bangun Wenang Beverges Company in Manado*”. Desain penelitian menggunakan penelitian survey dengan metode analisis regresi linear berganda. Populasi berjumlah 267.227 dan sampel berjumlah 100 responden,

ditentukan dengan menggunakan rumus penarikan sampel dari slovin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan diferensiasi produk, kualitas produk dan ekuitas merek berpengaruh signifikan terhadap Keputusan pembelian, dan secara parsial diferensiasi produk memiliki pengaruh positif signifikan terhadap keputusan pembelian, kualitas produk memiliki pengaruh negatif signifikan terhadap keputusan pembelian dan ekuitas merek memiliki pengaruh tidak signifikan terhadap keputusan pembelian.

9. Irfan Rizqullah Ariella (2018)

Melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Mazelnid”. Penelitian ini menggunakan teknik kuantitatif dengan cara pengumpulan data melalui kuesioner online dan offline. Objek pada penelitian ini yang digunakan adalah konsumen yang pernah membeli produk Mazelnid yang berdomisili di Surabaya pada tahun 2017. Jumlah seluruh objek penelitian yang sesuai dengan kriteria pada penelitian ini sebanyak 46 orang. Oleh karena itu digunakan teknik sampel jenuh pada penelitian ini. Data menggunakan analisis regresi berganda dengan aplikasi SPSS untuk mengolah data. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Kualitas produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga produk dan desain produk tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian dengan objek penelitian pada konsumen perusahaan Mazelnid.

## Lampiran 2. Matriks Penelitian Sebelumnya

Tabel Matriks Peneliti Sebelumnya terkait dengan Perilaku Keputusan Pembelian

No.	Nama Peneliti dan Tahun Penelitian	Sampel dan Alat Uji	Variabel X	Hasil
1.	Putthiwat Singhdong dan Haris Setyawan (2016)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 responden</li> <li>• <i>Statistical Package for Social Science (SPSS)</i></li> </ul>	<b>Kualitas Produk</b>	<b>Signifikan (+)</b>
			<b>Desain Produk</b>	<b>Signifikan (+)</b>
2.	Iha Haryani Hatta, Widarto Rachbini, dan Sudarmin Parenrengi (2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 150 responden Lapis Bogor Sangkuriang di Kota Bogor</li> <li>• <i>Structural Equation Modelling PLS</i></li> </ul>	Inovasi	Signifikan (-)
			Promosi	Signifikan (-)
			<b>Kualitas Produk</b>	<b>Signifikan (+)</b>
			Harga	Signifikan (+)
3.	Wahyu Mega Kurnianto, Sylvia Sari Rosalina, dan Nurminingsih (2019)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 190 responden</li> <li>• SEM-PLS 2 dan SPSS</li> </ul>	Bauran Pemasaran	Signifikan (+)
			<b>Kualitas Produk</b>	<b>Signifikan (+)</b>
			Citra Merek	Signifikan (+)
			Minat Beli	Signifikan (+)
4.	Ulva Anastasia dan Yulia Nurendah (2014)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 responden</li> <li>• Analisis regresi berganda</li> </ul>	<b>Kualitas Produk</b>	<b>Signifikan (-)</b>
			Citra Merek	Signifikan (+)
5.	Mohamad Rizan, Kartika Lestari Handayani, dan Agung Kresnamurti RP (2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 110 responden</li> <li>• Analisis Regresi Linier Berganda</li> </ul>	Citra Merek	Signifikan (+)
			<b>Kualitas Produk</b>	<b>Signifikan (+)</b>
6.	Irine Rachmayanti dan Sri Utami Ady (2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 90 responden</li> <li>• Analisis Regresi Linier Berganda</li> </ul>	<b>Kualitas</b>	<b>Tidak Signifikan (+)</b>
			<b>Desain Kemasan Produk</b>	<b>Tidak Signifikan (+)</b>
			Iklan	Tidak Signifikan (+)
7.	Virgo Simamora dan Elli Kusmiyati (2017)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 responden</li> <li>• Analisis Regresi Linier Berganda</li> </ul>	<b>Desain Produk</b>	<b>Signifikan (+)</b>

			<i>Brand Image</i>	Signifikan (+)
8.	Josiel Driand Pandensolang dan Hendra N. Tawas (2015)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 100 responden</li> <li>• Analisis Regresi Linear Berganda</li> </ul>	Differensiasi Produk	Tidak Signifikan (+)
			<b>Kualitas Produk</b>	<b>Signifikan (-)</b>
			Ekuitas Merek	Tidak Signifikan (+)
9.	Irfan Rizqullah Ariella (2018)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 46 responden</li> <li>• Analisis Regresi Berganda</li> </ul>	<b>Kualitas Produk</b>	<b>Signifikan (+)</b>
			Harga	Tidak Signifikan (-)
			<b>Desain Produk</b>	<b>Tidak Signifikan (-)</b>

### Lampiran 3. Kuesioner Penelitian

#### KUESIONER PENELITIAN

No. Responden :

Yth. Saudara/i Responden

Dengan Hormat,

Dalam rangka penulisan skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program SI Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya Azhar Abdurahman Fauzi mahasiswi tingkat akhir sedang melakukan penelitian mengenai " Pengaruh Kualitas Produk dan Desain Produk terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Produk Cemilan Mie Lidi". Kuesioner ini terdiri dari dua bagian:

- A. Bagian pertama, berisi sejumlah pertanyaan mengenai data diri Anda
- B. Bagian Kedua, berisi pernyataan mengenai Kualitas Produk, Desain Produk, dan Keputusan Pembelian

Sehubungan dengan akan dilaksanakannya penelitian tersebut, maka saya mohon dengan kerelaan Saudara untuk mengisi kuesioner ini. Partisipasi dan bantuan Saudara akan sangat berguna dalam membantu penyelesaian penelitian ini. Semua informasi yang Saudara berikan atas seluruh jawaban dari kuesioner ini dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis.

Demikian permohonan ini saya buat, atas perhatian dan kesediaannya saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Azhar Abdurahman Fauzi

## A. Bagian Pertama

Petunjuk Pengisian:

1. Isilah data karakteristik diri Anda dengan benar dan jujur.
2. Bacalah terlebih dahulu pertanyaan sebelum Anda menjawabnya.
3. Pilihlah salah satu jawaban yang dianggap benar dan berikan tanda checklist () pada kolom jawaban yang telah disediakan.

Nama :

Jenis Kelamin :  Laki – laki       Perempuan

Usia :  15 – 20 tahun       25 – 30 tahun  
 20 – 25 tahun       > 30 tahun

Pekerjaan :  Pelajar       Pegawai negeri / swasta  
 Wirausaha       Lain – lain...

1. Apakah Anda pernah membeli Lidigeli?

Ya       Tidak

## **B. Bagian Kedua**

Berilah tanda checklist (☐) pada kolom yang tersedia disamping pernyataan-pernyataan untuk menentukan seberapa tingkat kesetujuan Saudara/i mengenai pernyataan tersebut. Jika menurut Saudara/i tidak ada jawaban yang tepat, maka jawaban dapat diberikan pada pilihan yang paling mendekati.

### **Keterangan Jawaban**

<b>Keterangan</b>	<b>Pilihan Jawaban</b>
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral/Ragu-ragu (R)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1



**Kualitas Produk (X1)**

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
<b>Fungsi Produk</b>						
1	Cemilan ini sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					
2	Cemilan ini memiliki rasa yang enak					
<b>Kesesuaian Kualitas dan Standar yang Diterapkan</b>						
3	Cemilan ini sesuai dengan yang dideskripsikan penjual					
4	Cemilan ini memenuhi ekspektasi saya					
<b>Ketahanan Produk</b>						
5	Cemilan ini tidak mudah rusak					
6	Cemilan ini memiliki kedaluarsanya yang lama					
<b>Preferensi Individu</b>						
7	Cemilan ini merupakan cemilan yang menurut saya saya akan suka					
8	Cemilan ini merupakan cemilan dengan penjual yang menurut saya dapat dipercaya					

**Desain Produk (X2)**

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
<b>Ukuran Produk</b>						
9	Cemilan ini memiliki ukuran produk yang mudah dipegang					
10	Cemilan ini memiliki berbagai variasi ukuran					
<b>Fitur Produk</b>						
11	Cemilan ini memiliki kemasan dalam (contoh: <i>aluminium foil</i> )					
12	Cemilan ini memberikan pelengkap pembelian (contoh: <i>totebag</i> )					
<b>Kehandalan Produk</b>						
13	Cemilan ini tidak memiliki kecacatan (contoh: kemasan rusak)					
14	Cemilan ini dapat dimakan dalam jangka waktu lama (tidak mudah melempem)					
<b>Penampilan Produk</b>						
15	Cemilan ini memiliki penampilan produk inti yang menarik					
16	Cemilan ini menampilkan kemasan luar yang menarik					

**Keputusan Pembelian (Y)**

No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
<b>Pemilihan Produk</b>						
17	Saya membeli Lidigeli karena sesuai dengan kebutuhan dan keinginan saya					
18	Saya membeli Lidigeli karena banyaknya pilihan varian rasa yang ditawarkan					
<b>Pemilihan Merek</b>						
19	Saya memutuskan untuk membeli Lidigeli karena mereknya sudah dikenal					
20	Saya tertarik membeli Lidigeli karena mereknya yang unik					
<b>Pemilihan Saluran Pembelian</b>						
21	Saya membeli Lidigeli di toko resminya di Shopee karena proses pemesanan yang mudah					
22	Saya membeli Lidigeli di reseller terdekat karena lebih mudah dijangkau					
<b>Metode Pembayaran</b>						
23	Saya tertarik membeli Lidigeli karena telah disediakan pembayaran melalui Shopee					
24	Saya tertarik membeli Lidigeli karena dapat membayar secara tunai apabila membeli di toko terdekat					

## Lampiran 4 Hasil Deskripsi Data Responden

### a. Karakteristik Responden Menurut Jenis Kelamin

Jenis Kelamin		
Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase
Laki-Laki	29	58%
Perempuan	21	42%
Total	50	100%

Sumber: Data diolah

### b. Karakteristik Responden Menurut Usia

Frekuensi Usia		
Usia	Frekuensi	Presentase
15 Tahun - 20 Tahun	7	14%
20 Tahun - 25 Tahun	33	66%
25 Tahun - 30 Tahun	6	12%
> 30 Tahun	4	8%
Total	50	100%

Sumber: Data diolah

### c. Karakteristik Responden Menurut Pekerjaan/Status\*

Pekerjaan/Status		
Pekerjaan/Status	Frekuensi	Presentase
Pelajar/ Mahasiswa	31	62%
Pegawai negeri/swasta	14	28%
Wiraswasta	2	4%
Lain-Lain	3	6%
Total	50	100%

Sumber: Data diolah

## Lampiran 5. Data Kuesioner 50 Responden

### a. Kualitas Produk

Responden	KPR1	KPR2	KPR3	KPR4	KPR5	KPR6	KPR7	KPR8
1	3	4	4	4	3	4	4	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	4	4	4	4	4	4	5
4	5	5	5	5	5	4	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	4	5	4	5	5	5	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	4	4	4	3	4	4	4
11	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4
14	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	4	4	4	4	5	4	5
16	5	5	5	5	5	5	5	4
17	5	5	5	5	5	4	5	5
18	4	4	4	4	4	4	4	4
19	5	5	5	5	4	4	5	4
20	5	5	5	5	5	5	5	5
21	5	5	4	5	4	5	5	5
22	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	5	4	5	3	5	5	5
24	4	4	3	4	4	4	3	4
25	4	5	5	4	5	4	4	5
26	4	5	5	4	4	4	5	5
27	5	4	3	4	3	4	5	4
28	5	4	5	5	4	4	5	4
29	4	5	4	4	4	5	4	5
30	5	4	4	4	5	5	5	5
31	4	5	5	5	3	4	5	5
32	4	4	4	4	3	4	4	4
33	4	5	4	4	4	4	4	5
34	4	5	5	4	4	4	4	5
35	4	4	5	4	4	4	4	4
36	4	4	4	5	4	4	5	5
37	4	5	5	4	3	4	5	4
38	3	5	5	5	4	4	5	4

39	5	4	5	5	4	5	5	5
40	4	4	4	5	3	4	5	4
41	4	4	3	4	2	2	3	3
42	4	5	5	5	5	4	5	5
43	4	4	4	4	3	4	4	4
44	4	5	4	4	3	3	3	4
45	4	5	5	5	4	5	4	4
46	5	5	5	5	4	4	4	4
47	3	4	4	5	3	4	4	4
48	4	5	5	4	5	5	4	5
49	4	5	3	4	4	5	5	5
50	4	4	4	4	4	4	4	4

**b. Desain Produk**

Responden	DPR1	DPR2	DPR3	DPR4	DPR5	DPR6	DPR7	DPR8
1	3	1	4	1	2	3	4	4
2	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	5	3	4	5	5	5
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
6	5	1	5	5	5	5	5	5
7	5	4	5	3	4	5	4	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	5	5	5
10	4	2	4	2	3	4	4	4
11	5	5	5	4	5	5	5	5
12	5	5	5	5	5	5	5	5
13	5	4	4	4	5	4	4	4
14	5	5	5	4	4	5	5	5
15	5	4	5	4	5	5	4	4
16	5	4	4	3	5	4	4	5
17	5	5	5	5	5	5	5	5
18	3	1	4	2	3	4	4	4
19	5	5	5	5	4	4	5	5
20	5	5	5	1	1	5	5	5
21	5	5	5	5	5	5	4	5
22	5	1	5	1	3	4	4	5
23	5	3	4	5	5	5	5	5
24	3	2	4	2	3	4	4	3
25	5	2	5	5	5	5	4	5
26	5	5	4	5	5	4	5	5
27	4	3	4	3	4	4	4	3

28	5	4	4	4	5	4	5	5
29	4	4	4	4	4	5	4	5
30	1	2	3	4	4	4	5	5
31	5	5	5	5	4	5	5	5
32	3	2	4	2	3	4	4	4
33	4	3	4	3	3	5	4	4
34	5	4	4	4	4	4	4	4
35	4	3	4	4	4	4	5	4
36	5	4	4	3	4	5	4	4
37	4	3	4	4	4	4	5	5
38	4	3	5	4	4	4	4	4
39	5	5	4	5	5	5	4	4
40	4	2	3	3	3	3	4	5
41	2	1	3	1	2	4	4	3
42	5	4	5	3	4	4	5	5
43	3	2	4	2	3	2	4	4
44	4	3	4	3	3	3	4	4
45	4	4	5	4	4	4	4	5
46	5	5	5	5	5	5	5	5
47	3	2	4	2	3	3	5	5
48	3	3	5	2	4	2	4	5
49	4	3	5	4	3	5	4	5
50	4	2	4	2	3	4	4	4

**c. Keputusan Pembelian**

Responden	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	KP8
1	4	3	2	3	3	1	3	2
2	5	5	5	5	5	1	5	1
3	5	5	5	4	5	3	5	3
4	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	4	5	5	5	5	5	5
6	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	4	2	3	5	4	5	4
8	5	5	5	5	5	5	5	5
9	5	5	5	5	5	4	5	4
10	4	4	4	4	3	2	4	3
11	5	5	5	5	5	5	5	5
12	5	5	4	5	5	4	5	5
13	4	4	5	5	5	4	5	5
14	5	5	5	5	2	5	3	5
15	4	4	4	5	4	4	4	5
16	5	5	4	5	5	4	5	4

17	5	5	5	5	5	4	5	5
18	4	3	3	4	3	2	3	3
19	5	5	5	5	5	5	5	5
20	5	5	5	5	5	5	5	5
21	4	5	4	5	5	2	5	4
22	5	4	4	4	5	3	5	5
23	5	5	5	5	5	5	5	5
24	3	4	3	4	3	2	4	2
25	5	5	5	5	4	2	5	5
26	5	5	5	4	5	5	4	5
27	5	4	4	3	4	3	4	3
28	5	4	5	4	4	4	5	4
29	4	5	4	4	4	4	4	5
30	5	4	4	5	4	3	5	4
31	4	5	5	5	3	5	4	5
32	4	4	3	4	3	2	4	2
33	4	5	4	4	4	3	4	4
34	4	5	5	5	4	4	4	4
35	4	5	4	4	4	3	4	4
36	4	4	4	5	5	2	5	5
37	4	5	4	4	5	4	4	4
38	4	4	4	4	4	3	4	4
39	5	4	4	4	5	5	4	5
40	5	4	3	4	4	3	3	3
41	4	4	2	2	2	1	3	1
42	4	5	4	3	5	3	5	3
43	4	4	3	4	3	2	4	3
44	4	4	3	4	3	2	4	3
45	4	4	4	4	4	4	4	5
46	5	4	5	5	5	5	5	5
47	4	4	3	4	3	1	4	3
48	4	4	5	5	5	4	5	5
49	5	4	1	4	4	4	4	4
50	4	4	3	3	3	3	4	3



## Lampiran 6. Hasil Analisa Deskriptif

### Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Kualitas Produk

Kualitas Produk	Jawaban Responden										Nilai Indeks
	STS (1)		TS (2)		R (3)		S (4)		SS (5)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
KPR1	0	0	0	0	3	6	26	52	21	42	83,63
<b>KPR2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>20</b>	<b>40</b>	<b>30</b>	<b>60</b>	<b>92</b>
KPR3	0	0	0	0	4	8	18	36	28	56	89,6
KPR4	0	0	0	0	0	0	24	48	26	52	90,4
<b>KPR5</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>11</b>	<b>22</b>	<b>21</b>	<b>42</b>	<b>17</b>	<b>34</b>	<b>81,6</b>
KPR6	0	0	1	2	1	2	28	56	20	40	86,8
KPR7	0	0	0	0	3	6	19	38	28	56	90
KPR8	0	0	0	0	1	2	20	40	29	58	91,2
<b>Rata-Rata Total Indeks</b>											<b>88,15</b>

Sumber: Data diolah

### Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Desain Produk

Desain Produk	Jawaban Responden										Indeks (%)
	STS (1)		TS (2)		R (3)		S (4)		SS (5)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
DPR1	1	2	1	2	7	14	13	26	28	56	86,4
<b>DPR2</b>	<b>5</b>	<b>10</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>16</b>	<b>32</b>	<b>69,2</b>
DPR3	0	0	0	0	3	6	22	44	25	50	88,8
DPR4	4	8	8	16	9	18	13	26	16	32	71,6
DPR5	1	2	2	4	12	24	16	32	19	38	80
DPR6	0	0	2	4	4	8	20	40	24	48	86,4
DPR7	0	0	0	0	0	0	27	54	23	46	89,2
<b>DPR8</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>6</b>	<b>16</b>	<b>32</b>	<b>31</b>	<b>62</b>	<b>91,2</b>
<b>Rata-Rata Total Indeks</b>											<b>82,85</b>

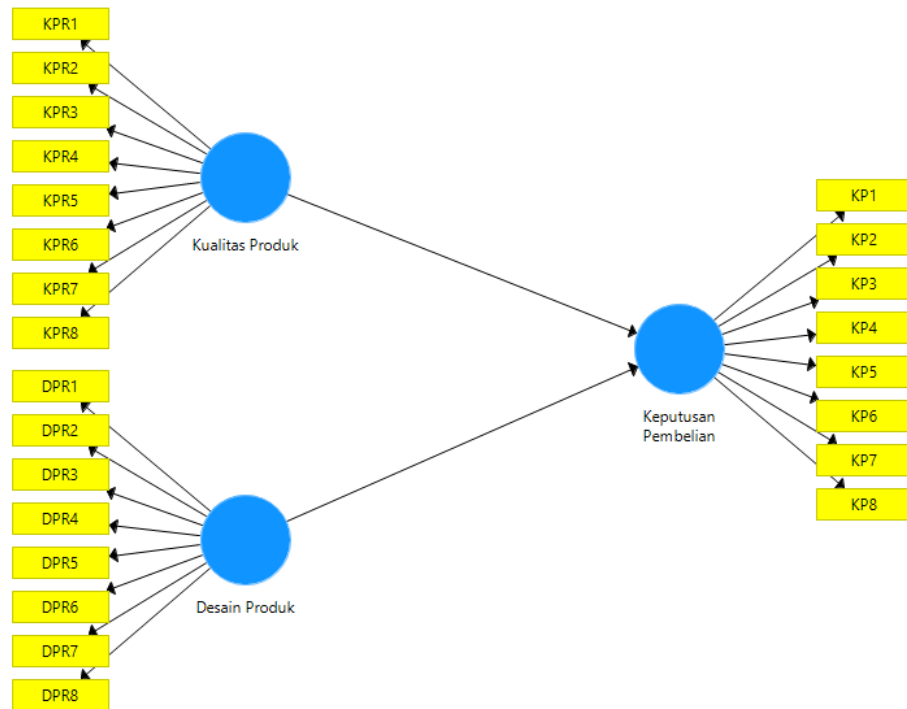
Sumber: Data diolah

### Hasil Tanggapan Responden terhadap Variabel Keputusan Pembelian

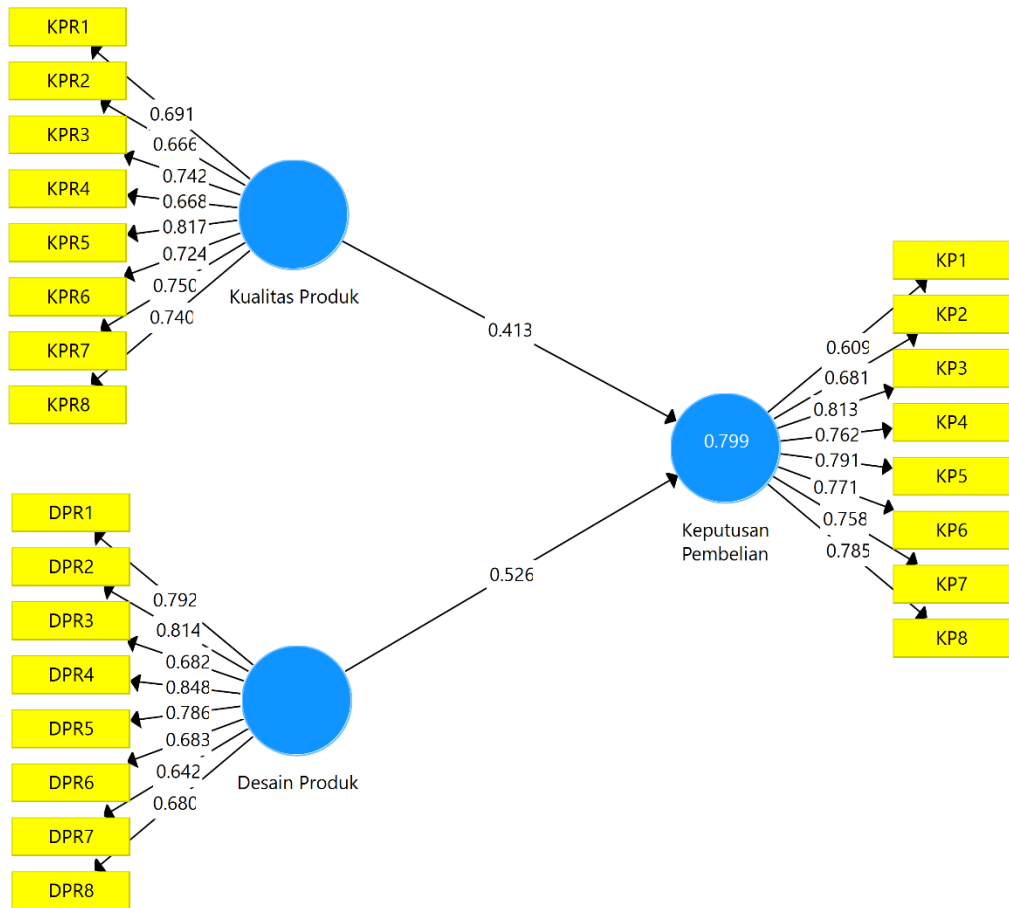
Keputusan Pembelian	Jawaban Responden										Indeks (%)
	STS (1)		TS (2)		R (3)		S (4)		SS (5)		
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	
<b>KP1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>24</b>	<b>48</b>	<b>25</b>	<b>50</b>	<b>89,6</b>
KP2	0	0	0	0	2	4	24	48	24	48	88,8
KP3	1	2	3	6	8	16	17	34	21	42	81,6
KP4	0	0	1	2	5	10	20	40	24	48	86,8
KP5	0	0	2	4	10	20	13	26	25	50	84,4
<b>KP6</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>9</b>	<b>18</b>	<b>10</b>	<b>20</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>13</b>	<b>26</b>	<b>69,2</b>
KP7	0	0	0	0	5	10	20	40	25	50	88
KP8	1	2	3	6	10	20	12	24	23	46	80
<b>Rata-Rata Total Indeks</b>											<b>83,55</b>

Sumber: Data diolah

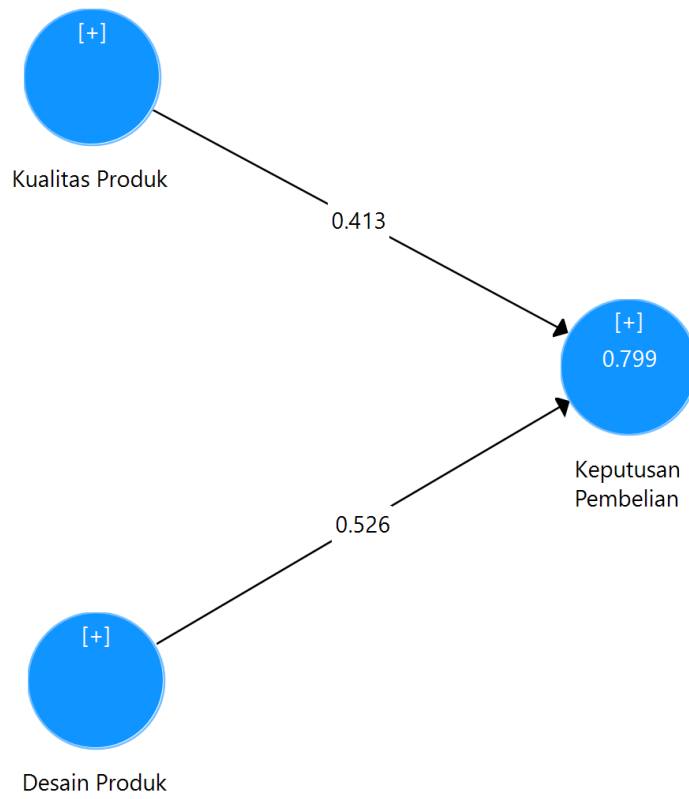
## Lampiran 7. Kerangka Model PLS



### Lampiran 8. Hasil Output Outer Model PLS



### Lampiran 9. Hasil Output Inner Model PLS



## Lampiran 10. Hasil Output Model PLS

### *Outer Loading Factor Hasil Output PLS*

	Kualitas Produk	Desain Produk	Keputusan Pembelian
KPR1	0,691		
KPR2	0,666		
KPR3	0,742		
KPR4	0,668		
KPR5	0,817		
KPR6	0,724		
KPR7	0,750		
KPR8	0,740		
DPR1		0,792	
DPR2		0,814	
DPR3		0,682	
DPR4		0,848	
DPR5		0,786	
DPR6		0,683	
DPR7		0,642	
DPR8		0,680	
KP1			0,609
KP2			0,681
KP3			0,813
KP4			0,762
KP5			0,791
KP6			0,771
KP7			0,758
KP8			0,785

### Average Variance Extracted (AVE) Output Hasil PLS

No	Variabel	Average Variance Extracted (AVE)
1	Kualitas Produk	0,527
2	Desain Produk	0,554
3	Keputusan Pembelian	0,561

### Composite Reliability Hasil Output PLS

	Composite Reliability
Kualitas Produk	0,899
Desain Produk	0,908
Keputusan Pembelian	0,910

### Cronbach's Alpha Hasil Output PLS

No	Variabel	Cronbach's Alpha
1.	Kualitas Produk	0,871
2.	Desain Produk	0,883
4.	Keputusan Pembelian	0,886

### Nilai R Square Hasil Output PLS

	R Square	R Square Adjusted
Keputusan Pembelian	0,799	0,791

Sumber: Hasil *Output Smart PLS 3.0*

### Hasil Nilai Koefisien Analisis Jalur

	Original Sample (O)	Sample Mean (M)	Standard Deviation (STDEV)	T Statistics ( O/STDEV )	P Values
Kualitas Produk -> Keputusan Pembelian	0,413	0,383	0,137	3,004	0,003
Desain Produk -> Keputusan Pembelian	0,526	0,566	0,130	4,037	0,000

### Hasil Uji t-Statistik

	T Statistics ( O/STDEV )	P value
Kualitas Produk -> Keputusan Pembelian	3,004	0,003
Desain Produk -> Keputusan Pembelian	4,037	0,000

Sumber: Hasil Output SmartPLS 3.0

### Lampiran 11. R Tabel dan T Tabel

Sugnifikan Alpha 5%				
DF	t tabel satu sisi	t tabel dua sisi	r tabel satu sisi	r tabel dua sisi
1	6.314	12.706	0.988	0.997
2	2.920	4.303	0.900	0.950
3	2.353	3.182	0.805	0.878
4	2.132	2.776	0.729	0.811
5	2.015	2.571	0.669	0.755
6	1.943	2.447	0.622	0.707
7	1.895	2.365	0.582	0.666
8	1.860	2.306	0.549	0.632
9	1.833	2.262	0.521	0.602
10	1.813	2.228	0.497	0.576
11	1.796	2.201	0.476	0.553
12	1.782	2.179	0.458	0.532
13	1.771	2.160	0.441	0.514
14	1.761	2.145	0.426	0.497
15	1.573	2.131	0.412	0.482
16	1.746	2.120	0.400	0.468
17	1.740	2.110	0.389	0.456
18	1.734	2.101	0.378	0.444
19	1.729	2.093	0.369	0.433
20	1.725	2.086	0.360	0.423
21	1.721	2.080	0.352	0.413
22	1.717	2.074	0.344	0.404
23	1.714	2.069	0.337	0.396
24	1.711	2.064	0.330	0.388
25	1.708	2.060	0.323	0.381
26	1.706	2.056	0.317	0.374
27	1.703	2.052	0.312	0.367
28	1.701	2.048	0.306	0.361
29	1.699	2.045	0.301	0.355
30	1.697	2.042	0.296	0.349
31	1.696	2.040	0.291	0.344
32	1.694	2.037	0.287	0.339
33	1.692	2.035	0.283	0.334
34	1.691	2.032	0.279	0.329
35	1.690	2.030	0.275	0.325
36	1.688	2.028	0.271	0.320
37	1.687	2.026	0.267	0.316
38	1.686	2.024	0.264	0.312
39	1.685	2.023	0.261	0.308
40	1.684	2.021	0.257	0.304
41	1.683	2.020	0.254	0.301
42	1.682	2.018	0.251	0.297
43	1.681	2.017	0.248	0.294
44	1.680	2.015	0.246	0.291
45	1.679	2.014	0.243	0.288

DF	t tabel satu sisi	t tabel dua sisi	r tabel satu sisi	r tabel dua sisi
46	1.679	2.013	0.240	0.285
47	1.678	2.012	0.238	0.282
48	1.677	2.011	0.235	0.179
49	1.677	2.010	0.233	0.276
50	1.676	2.009	0.231	0.273
51	1.675	2.008	0.228	0.271
52	1.675	2.007	0.226	0.268
53	1.674	2.006	0.224	0.266
54	1.674	2.005	0.222	0.263
55	1.673	2.004	0.220	0.261
56	1.673	2.003	0.218	0.257
57	1.672	2.003	0.216	0.256
58	1.672	2.002	0.214	0.254
59	1.671	2.001	0.213	0.252
60	1.671	2.000	0.211	0.250
61	1.670	2.000	0.209	0.248
62	1.670	1.999	0.208	0.246
63	1.669	1.998	0.206	0.244
64	1.669	1.998	0.204	0.242
65	1.669	1.997	0.203	0.240
66	1.668	1.997	0.201	0.239
67	1.668	1.996	0.200	0.237
68	1.668	1.996	0.198	0.235
69	1.667	1.995	0.197	0.234
70	1.667	1.994	0.195	0.232
71	1.667	1.994	0.194	0.230
72	1.666	1.994	0.193	0.229
73	1.666	1.993	0.191	0.227
74	1.666	1.993	0.190	0.226
75	1.665	1.992	0.189	0.224

Sumber: Sugiyono (2017)



Lampiran 12. Hasil Turnitin

# SKRIPSI AZHAR ABDURAHMAN FAUZI

*by* Azhar Abdurahman Fauzi

---

**Submission date:** 27-Jul-2020 08:40PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1362825144

**File name:** FAUZI\_1610111130\_TURNITIN\_-  
\_Azhar\_Azhar\_Abdurahman\_Fauzi\_1.docx (675.24K)

**Word count:** 8427

**Character count:** 74586

## SKRIPSI AZHAR ABDURAHMAN FAUZI

### ORIGINALITY REPORT

<b>16%</b>	<b>13%</b>	<b>2%</b>	<b>15%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>www.coursehero.com</b> Internet Source	<b>3%</b>
<b>2</b>	<b>repository.upnvj.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Myongji University Graduate School</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universitas Putera Batam</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>Submitted to Universitas Mercu Buana</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>id.scribd.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>Submitted to Universitas Muria Kudus</b> Student Paper	<b>&lt;1%</b>
<b>8</b>	<b>murazu.blogspot.co.id</b> Internet Source	<b>&lt;1%</b>
<b>9</b>	<b>www.scribd.com</b>	

Internet Source

<1%

---

10 [ocs.upnvj.ac.id](https://ocs.upnvj.ac.id)  
Internet Source

<1%

---

11 Submitted to Universitas Diponegoro  
Student Paper

<1%

---

12 Submitted to Universitas Negeri Surabaya The  
State University of Surabaya  
Student Paper

<1%

---

13 Submitted to Universitas Negeri Jakarta  
Student Paper

<1%

---

14 Submitted to iGroup  
Student Paper

<1%

---

15 [id.123dok.com](https://id.123dok.com)  
Internet Source

<1%

---

16 [repository.unej.ac.id](https://repository.unej.ac.id)  
Internet Source

<1%

---

17 Submitted to Ciputra University  
Student Paper

<1%

---

18 [jurnal.iseibandung.or.id](https://jurnal.iseibandung.or.id)  
Internet Source

<1%

---

19 [ejournal.upnvj.ac.id](https://ejournal.upnvj.ac.id)  
Internet Source

<1%

---

Submitted to Universitas Trilogi

20	Student Paper	<1%
21	<a href="#">docplayer.info</a> Internet Source	<1%
22	<a href="#">eprints.unm.ac.id</a> Internet Source	<1%
23	<a href="#">journal.unj.ac.id</a> Internet Source	<1%
24	<a href="#">repository.uinsu.ac.id</a> Internet Source	<1%
25	<a href="#">digilib.unila.ac.id</a> Internet Source	<1%
26	Submitted to Udayana University Student Paper	<1%
27	Submitted to Sultan Agung Islamic University Student Paper	<1%
28	<a href="#">repository.unpas.ac.id</a> Internet Source	<1%
29	Submitted to Academic Library Consortium Student Paper	<1%
30	<a href="#">text-id.123dok.com</a> Internet Source	<1%
31	<a href="#">simki.unpkediri.ac.id</a> Internet Source	<1%

---

32	<b>Submitted to President University</b> Student Paper	<1%
33	<b>Submitted to Higher Education Commission Pakistan</b> Student Paper	<1%
34	<b>repository.upi.edu</b> Internet Source	<1%
35	<b>Yudi Helfi, Fatihatul Akbar, Dinda Mutiara Pratiwi, Fakhri Mujahid Maolani. "How Product Attributes Affect Consumer Decision To Purchase A Premium Scooter Matic?", JEMA: Jurnal Ilmiah Bidang Akuntansi dan Manajemen, 2019</b> Publication	<1%
36	<b>Submitted to Universitas Jenderal Soedirman</b> Student Paper	<1%
37	<b>repository.uinjkt.ac.id</b> Internet Source	<1%
38	<b>eprints.uny.ac.id</b> Internet Source	<1%
39	<b>muhammadhirzi.blogspot.com</b> Internet Source	<1%
40	<b>indonesia-inggris.terjemahanbahasa.com</b> Internet Source	<1%

---

41	<a href="https://pt.scribd.com">pt.scribd.com</a> Internet Source	<1%
42	Jimmy Rezky Torey, Oktavianus ., Porajouw, Tommy F. Lolowang. "ANALISIS TINGKAT KEPUASAN KONSUMEN TERHADAP PRODUK KOPI DAN PELAYANAN DI RUMAH KOPI BILLY CABANG MEGAMAS MANADO", AGRI-SOSIOEKONOMI, 2016 Publication	<1%
43	Submitted to Surabaya University Student Paper	<1%
44	Submitted to Binus University International Student Paper	<1%
45	<a href="https://thesis.binus.ac.id">thesis.binus.ac.id</a> Internet Source	<1%
46	<a href="https://repo.darmajaya.ac.id">repo.darmajaya.ac.id</a> Internet Source	<1%
47	<a href="https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id">jurnalmahasiswa.unesa.ac.id</a> Internet Source	<1%
48	<a href="https://etheses.uin-malang.ac.id">etheses.uin-malang.ac.id</a> Internet Source	<1%
49	Submitted to STIE Perbanas Surabaya Student Paper	<1%

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On