



LAMPIRAN 1
PENGANTAR KUESIONER



**ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA
MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME
FIBER DI KECAMATAN SUMBERSARI**

Kepada Yth.

Pelanggan Indihome Fiber ditempat.

Berdasarkan dengan kegiatan penelitian yang saya lakukan dengan judul **“ANALISIS PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK INDIHOME FIBER DI KECAMATAN SUMBERSARI”**. sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Manajemen pada Universitas Muhammadiyah Jember, maka dengan ini saya mengarapkan bantuan saudara/saudari untuk mengisi daftar pertanyaan yang saya sertakan dibawah ini.

Agar memperoleh masukan yang berarti, saya berharap kuisoner ini diisi dengan keadaan yang sebenarnya. Semua sumber dan data yang diperoleh dijamin kerahasiaannya. Atas perhatian dan bantuannya saya mengucapkan banyak terima kasih.

MISBAHUL MUNIR

NIM.14.104.110.53



LAMPIRAN 2
PETUNJUK KUESIONER

Petunjuk Pengisian Kuesioner Penelitian

Identitas Responden

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan dengan memberikan tanda silang (X)

1. Jenis kelamin anda?
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Berapa usia anda saat ini?
 - a. 20-23 tahun
 - b. 24-27 tahun
 - c. 28-31 tahun
 - d. >31 tahun
3. Apa pekerjaan anda saat ini?
 - a. Pelajar/mahasiswa
 - b. Wiraswasta
 - c. Karyawan
 - d. Lain-lain..... (sebutkan)
4. Sudah berapa lama menggunakan produk Indihome Fiber?
 - a. <1 tahun
 - b. >2 tahun
 - c. 3-4 tahun
 - d. 5-6 tahun/lebih

Petunjuk Pengisian :

Berikan Tanda check list (√) pada jawaban yang dipilih.

1. Bila pendapat anda sangat setuju (SS)
2. Bila pendapat anda setuju (S)
3. Netral (N)
4. Bila tidak setuju (TS)
5. Bila sangat tidak setuju (STS)



LAMPIRAN 3
KUESIONER PENELITIAN

KUESIONER PENELITIAN

Kualitas Produk (X1)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Produk Indihome Fiber memiliki kecepatan tinggi dibanding provider lainnya.					
2.	Paket yang ditawarkan oleh Indihome fiber sangat bervariasi sesuai kebutuhan konsumen.					
3.	Produk Indihome fiber dapat bertahan lebih lama dibanding provider lainnya.					

Harga (X2)

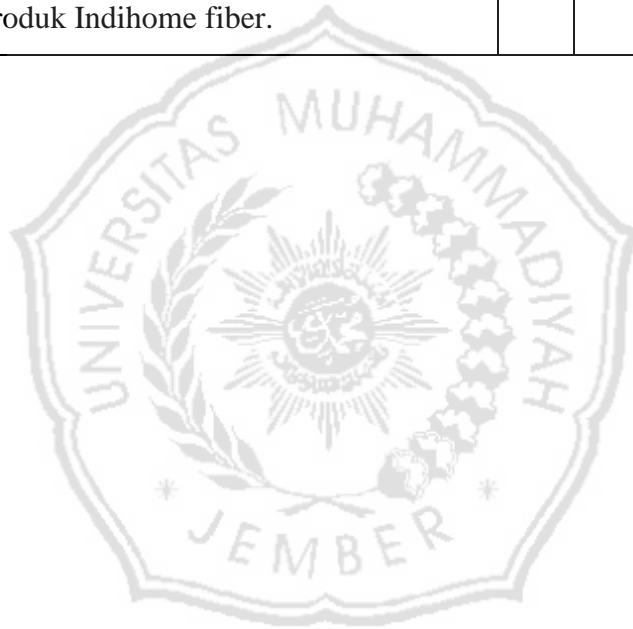
No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Harga produk Indihome fiber terjangkau					
2.	Harga produk Indihome fiber sesuai dengan kualitasnya.					
3.	Harga paket yang ditawarkan Indihome fiber bervariasi sesuai kebutuhan dan terjangkau oleh konsumen.					

Citra Merek (X3)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Merek Indihome fiber sudah dikenal banyak orang					
2.	Merek Indihome fiber sangat cocok untuk digunakan sebagai pemfasilitas internet tecepat					
3.	Merek Indihome fiber mempunyai kualitas yang baik untuk menjadi merek terbaik dalam pemakaian internet.					

Keputusan Pembelian (Y)

No	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya membeli produk Indihome fiber untuk memenuhi kebutuhan saya.					
2.	Saya tertarik melakukan pembelian produk Indihome fiber setelah membandingkan dengan merek lainnya.					
3.	Saya memutuskan melakukan pembelian pada produk Indihome fiber.					



LAMPIRAN 4
REKAPITULASI KUESIONER



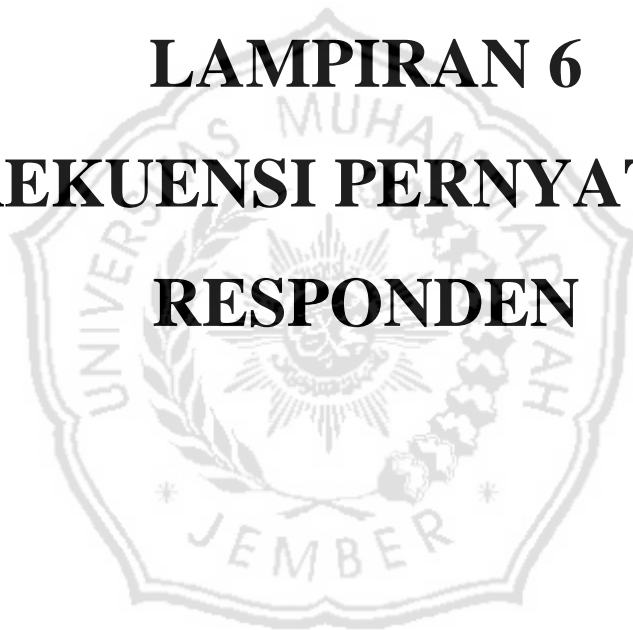
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3	Y1	Y2	Y3	Y
1	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	4	12
2	5	5	4	14	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	5	13
3	4	4	3	11	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
4	3	4	4	11	4	5	4	13	4	4	4	12	4	5	5	14
5	4	4	4	12	3	4	4	11	3	3	3	9	3	4	4	11
6	4	5	5	14	5	5	4	14	5	4	5	14	4	4	4	12
7	3	4	4	11	4	4	4	12	5	5	4	14	5	4	4	13
8	3	4	4	11	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	4	14
9	3	3	3	9	3	3	4	10	3	2	3	8	3	3	3	9
10	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9
11	4	4	4	12	5	4	4	13	4	5	5	13	4	4	5	13
12	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	14	4	5	5	14
13	5	5	4	14	4	5	5	14	4	4	5	13	4	4	5	13
14	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	4	14	4	4	4	12
15	5	3	2	10	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	4	10
16	5	5	5	15	4	4	4	12	4	5	4	13	5	5	4	14
17	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
18	5	4	5	14	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	4	14
19	5	4	3	12	3	3	4	10	3	3	3	9	4	4	4	12
20	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	3	4	4	11
21	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	4	14	5	5	5	15
22	4	4	5	13	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	5	13
23	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	4	13
24	4	4	4	12	4	3	4	11	5	5	4	14	4	5	4	13
25	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12
26	4	4	4	12	3	4	4	11	4	3	4	11	4	4	4	12
27	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13
28	3	4	4	11	4	4	3	11	5	3	3	11	3	4	4	11
29	4	5	5	14	5	5	4	14	4	5	4	13	4	5	5	14
30	4	3	4	11	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12
31	5	5	4	14	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	5	15
32	4	4	4	12	4	5	5	14	5	4	5	14	3	4	4	11
33	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15
34	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	4	13	3	4	4	11
35	5	5	4	14	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	4	13
36	4	4	3	11	3	3	4	10	3	3	4	10	3	3	4	10
37	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	4	14
38	5	5	5	15	4	4	5	13	4	5	4	13	5	5	4	14
39	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12
40	5	4	5	14	4	3	4	11	5	4	4	13	4	5	4	13
41	4	5	5	14	4	4	5	13	4	4	5	13	5	4	4	13
42	5	4	4	13	4	5	4	13	5	5	4	12	5	4	4	13
43	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12
44	5	5	4	14	4	5	5	14	4	4	5	13	5	5	4	14
45	5	5	4	14	5	4	5	14	4	5	5	14	5	4	4	13
46	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	4	14	4	4	5	13
47	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12
48	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
49	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15
50	5	4	5	14	5	4	5	14	4	5	4	13	5	4	4	13
51	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
52	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	10	4	4	4	12
53	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9
54	4	5	5	14	4	5	4	13	4	5	4	13	5	4	4	13
55	5	4	5	14	4	4	4	12	4	5	4	13	5	5	4	14
56	5	4	4	13	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12
57	5	5	5	15	5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	4	12
58	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	4	14
59	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12
60	5	4	5	14	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	5	15
61	5	5	5	15	4	4	5	13	5	4	5	14	5	5	5	15
62	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	10	3	4	4	11
63	5	4	4	13	4	5	4	13	4	5	5	14	5	4	5	14
64	4	4	4	12	3	3	4	10	3	4	4	11	4	4	4	12
65	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12	5	4	4	13
66	5	4	4	13	4	4	4	12	5	5	4	13	4	4	4	12
67	5	5	5	15	4	4	4	12	5	4	5	13	5	4	4	13
68	5	4	4	13	4	5	4	13	4	4	5	13	4	4	5	13

LAMPIRAN 5
REKAPITULASI IDENTITAS
RESPONDEN



No	Usia	Jenis Kelamin	No	Usia	Jenis Kelamin
1	40	Laki-laki	39	55	Perempuan
2	43	Laki-laki	40	56	Perempuan
3	40	Laki-laki	41	53	Perempuan
4	40	Perempuan	42	54	Perempuan
5	44	Perempuan	43	28	Laki-laki
6	40	Perempuan	44	25	Laki-laki
7	45	Laki-laki	45	30	Laki-laki
8	47	Laki-laki	46	26	Laki-laki
9	40	Laki-laki	47	49	Perempuan
10	35	Perempuan	48	50	Perempuan
11	38	Perempuan	49	51	Perempuan
12	40	Perempuan	50	26	Perempuan
13	44	Perempuan	51	30	Laki-laki
14	50	Laki-laki	52	28	Laki-laki
15	55	Laki-laki	53	28	Laki-laki
16	54	Laki-laki	54	31	Laki-laki
17	50	Laki-laki	55	29	Laki-laki
18	22	Perempuan	56	29	Laki-laki
19	21	Perempuan	57	25	Laki-laki
20	21	Perempuan	58	26	Laki-laki
21	53	Laki-laki	59	28	Perempuan
22	49	Laki-laki	60	30	Perempuan
23	53	Laki-laki	61	29	Laki-laki
24	58	Laki-laki	62	29	Perempuan
25	57	Laki-laki	63	27	Perempuan
26	23	Perempuan	64	23	Laki-laki
27	23	Perempuan	65	24	Laki-laki
28	22	Perempuan	66	27	Laki-laki
29	58	Laki-laki	67	42	Laki-laki
30	59	Laki-laki	68	42	Laki-laki
31	21	Perempuan			
32	24	Perempuan			
33	21	Perempuan			
34	23	Perempuan			
35	48	Laki-laki			
36	47	Laki-laki			
37	49	Laki-laki			
38	43	Laki-laki			

LAMPIRAN 6
FREKUENSI PERNYATAAN
RESPONDEN



1. KUALITAS PRODUK

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,0	1	1,5	1,5	1,5
3,0	7	10,3	10,3	11,8
4,0	26	38,2	38,2	50,0
5,0	34	50,0	50,0	100,0
Total	68	100,0	100,0	

X12

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,0	5	7,4	7,4	7,4
4,0	40	58,8	58,8	66,2
5,0	23	33,8	33,8	100,0
Total	68	100,0	100,0	

X13

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,0	1	1,5	1,5	1,5
3,0	7	10,3	10,3	11,8
4,0	34	50,0	50,0	61,8
5,0	26	38,2	38,2	100,0
Total	68	100,0	100,0	

2. HARGA (X2)

X21

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,0	12	17,6	17,6	17,6
Valid 4,0	38	55,9	55,9	73,5
Valid 5,0	18	26,5	26,5	100,0
Total	68	100,0	100,0	

X22

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,0	10	14,7	14,7	14,7
Valid 4,0	36	52,9	52,9	67,6
Valid 5,0	22	32,4	32,4	100,0
Total	68	100,0	100,0	

X23

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,0	1	1,5	1,5	1,5
Valid 3,0	4	5,9	5,9	7,4
Valid 4,0	49	72,1	72,1	79,4
Valid 5,0	14	20,6	20,6	100,0
Total	68	100,0	100,0	

3. CITRA MEREK (X3)

X31

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,0	11	16,2	16,2	16,2
Valid 4,0	33	48,5	48,5	64,7
Valid 5,0	24	35,3	35,3	100,0
Total	68	100,0	100,0	

X32

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,0	1	1,5	1,5	1,5
Valid 3,0	9	13,2	13,2	14,7
Valid 4,0	32	47,1	47,1	61,8
Valid 5,0	26	38,2	38,2	100,0
Total	68	100,0	100,0	

X33

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,0	7	10,3	10,3	10,3
Valid 4,0	48	70,6	70,6	80,9
Valid 5,0	13	19,1	19,1	100,0
Total	68	100,0	100,0	

4. Keputusan Pembelian

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,0	11	16,2	16,2	16,2
4,0	33	48,5	48,5	64,7
5,0	24	35,3	35,3	100,0
Total	68	100,0	100,0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,0	5	7,4	7,4	7,4
4,0	43	63,2	63,2	70,6
5,0	20	29,4	29,4	100,0
Total	68	100,0	100,0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,0	3	4,4	4,4	4,4
4,0	48	70,6	70,6	75,0
5,0	17	25,0	25,0	100,0
Total	68	100,0	100,0	



LAMPIRAN 7
HASIL INSTRUMEN

UJI VALIDITAS

1. KUALITAS PRODUK (X1)

Correlations

		X11	X12	X13	X1
X11	Pearson Correlation	1	,533**	,372**	,799**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000
	N	68	68	68	68
X12	Pearson Correlation	,533**	1	,562**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	68	68	68	68
X13	Pearson Correlation	,372**	,562**	1	,797**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000
	N	68	68	68	68
X1	Pearson Correlation	,799**	,839**	,797**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	68	68	68	68

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

2. HARGA (X2)

Correlations

		X21	X22	X23	X2
X21	Pearson Correlation	1	,605**	,373**	,796**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,000
	N	68	68	68	68
X22	Pearson Correlation	,605**	1	,422**	,836**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	68	68	68	68
X23	Pearson Correlation	,373**	,422**	1	,735**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,000
	N	68	68	68	68
X2	Pearson Correlation	,796**	,836**	,735**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	68	68	68	68

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

3. CITRA MEREK (X3)

Correlations

		X31	X32	X33	X3
X31	Pearson Correlation	1	,591**	,352**	,808**
	Sig. (2-tailed)		,000	,003	,000
	N	68	68	68	68
X32	Pearson Correlation	,591**	1	,405**	,837**
	Sig. (2-tailed)	,000		,001	,000
	N	68	68	68	68
X33	Pearson Correlation	,352**	,405**	1	,597**
	Sig. (2-tailed)	,003	,001		,000
	N	68	68	68	68
X3	Pearson Correlation	,808**	,837**	,597**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	68	68	68	68

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

4. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y
Y1	Pearson Correlation	1	,607**	,310**	,842**
	Sig. (2-tailed)		,000	,010	,000
	N	68	68	68	68
Y2	Pearson Correlation	,607**	1	,462**	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	68	68	68	68
Y3	Pearson Correlation	,310**	,462**	1	,691**
	Sig. (2-tailed)	,010	,000		,000
	N	68	68	68	68
Y	Pearson Correlation	,842**	,860**	,691**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	68	68	68	68

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

UJI RELIABILITAS

1. KUALITAS PRODUK (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	68	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	68	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,829	,881	4

2. HARGA (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	68	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	68	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,826	,871	4

3. CITRA MEREK (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	68	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	68	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,833	,856	4

4. KEPUTUSAN PEMBELIAN

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	68	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	68	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,825	,871	4





LAMPIRAN 8
HASIL UJI REGRESI LINIER
BERGANDA, UJI ASUMSI
KLASIK, UJI HIPOTESIS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X2, X1 ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,790 ^a	,625	,607	,8935	2,233

a. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	84,971	3	28,324	35,482	,000 ^b
	Residual	51,088	64	,798		
	Total	136,059	67			

a. Dependent Variable: Y

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

Coefficients^a

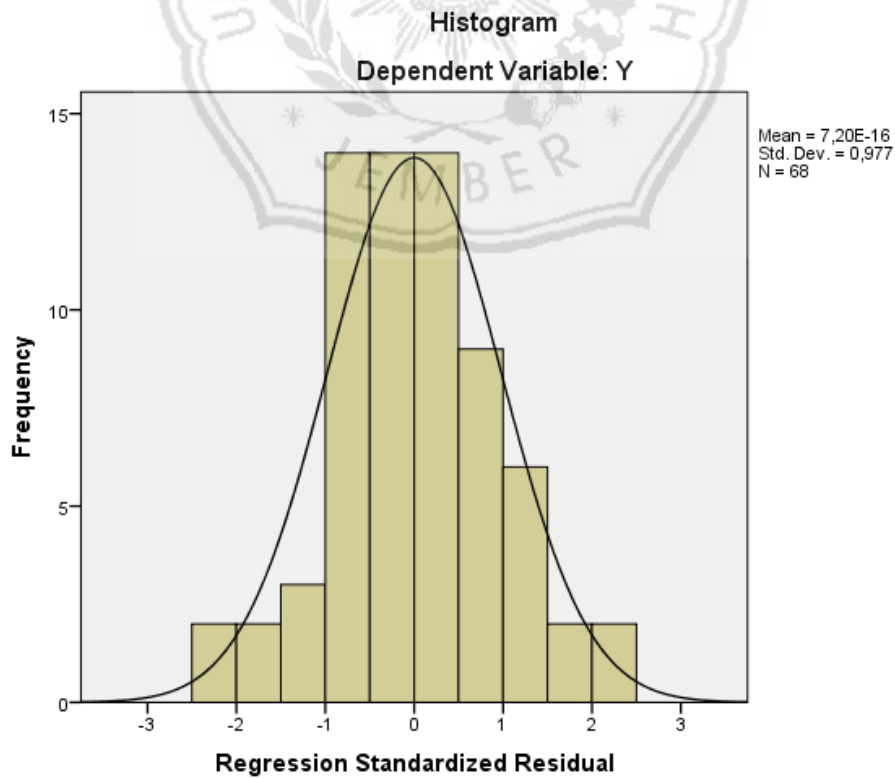
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,985	1,076		1,845	,070		
	X1	,364	,100	,417	3,640	,001	,447	2,239
	X2	,220	,100	,232	2,203	,031	,530	1,885
	X3	,263	,113	,249	2,324	,023	,509	1,963

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

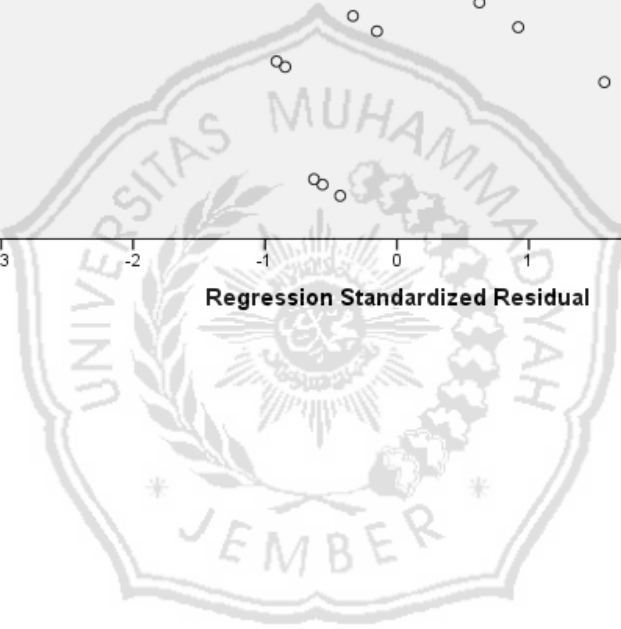
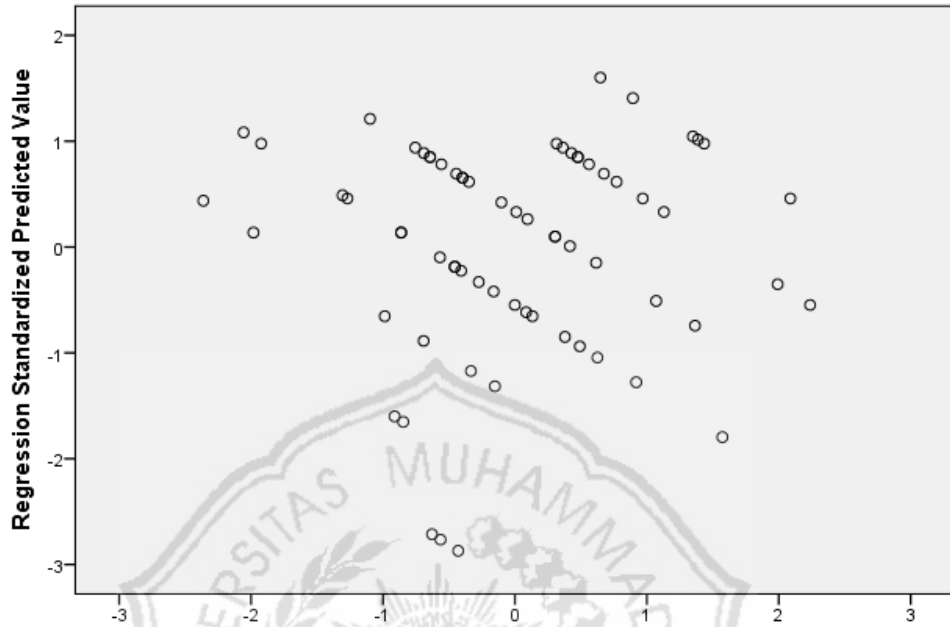
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	9,385	14,421	12,618	1,1262	68
Std. Predicted Value	-2,871	1,602	,000	1,000	68
Standard Error of Predicted Value	,119	,372	,208	,062	68
Adjusted Predicted Value	9,454	14,382	12,618	1,1224	68
Residual	-2,1102	1,9992	,0000	,8732	68
Std. Residual	-2,362	2,238	,000	,977	68
Stud. Residual	-2,517	2,325	,000	1,012	68
Deleted Residual	-2,3968	2,1588	,0001	,9374	68
Stud. Deleted Residual	-2,631	2,411	,000	1,029	68
Mahal. Distance	,211	10,622	2,956	2,445	68
Cook's Distance	,000	,215	,019	,036	68
Centered Leverage Value	,003	,159	,044	,036	68

a. Dependent Variable: Y



Scatterplot

Dependent Variable: Y





LAMPIRAN 9
RINGKASAN PENELITIAN
TERDAHULU

**PENGARUH KUALITAS PRODUK, HARGA DAN CITRA MEREK
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA
VARIO DI SEMARANG**

Abraham Mahendra Bagaskara

C2A00916

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya sepeda motor jenis matic yang diproduksi oleh industri sepeda motor dengan berbagai fitur dan teknologi untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang memiliki mobilitas tinggi dan membutuhkan kendaraan yang praktis dalam aktivitas sehari-hari. Honda Vario adalah salah satu merek sepeda motor matic keluaran Honda yang berusaha memenuhi kebutuhan tersebut dengan menciptakan sepeda motor matic yang mengedepankan kehandalan dan teknologi. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh kualitas produk (X1), harga (X2), dan citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian (Y) sepeda motor Honda Vario di Semarang. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli dan menggunakan sepeda motor Honda Vario di Kota Semarang. Sampel dalam penelitian ini adalah 100 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik Purposive Sampling. Jenis datanya adalah primer. Metode pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi berganda. Dari hasil analisis, indikator-indikator dan variabel dalam penelitian ini bersifat valid. Faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap keputusan pembelian adalah variabel kualitas produk, kemudian diikuti variabel citra merek dan terakhir adalah variabel harga. Koefisien determinasi yang terlihat pada Adjusted R Square sebesar 0,850 yang berarti bahwa keputusan pembelian pengaruhnya dapat dijelaskan oleh ketiga variabel independen dalam penelitian ini yaitu kualitas produk, harga, dan citra merek sebesar 85,0% dan sisanya yaitu 15,0% dapat dijelaskan oleh variabel lain diluar model penelitian ini.

Kata Kunci : Kualitas Produk, Harga, Citra Merek, Keputusan Pembelian.

**ANALISIS PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK, KUALITAS
PELAYANAN, DAN CITRA MEREK TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPATU BATA
(Studi pada Konsumen Sepatu Bata Semarang)**

CIKO ANDRIATI

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga, kualitas produk, kualitas layanan dan citra merek terhadap keputusan pembelian Sepatu Bata di Semarang. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat yang membeli Sepatu Bata di Semarang, menggunakan 100 responden. Regresi linear berganda digunakan untuk menganalisis data. Hasil analisis ini adalah: 1) variabel harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Bata. 2) variabel kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Bata. 3) variabel kualitas layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Bata. 4) variabel citra merek berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian Sepatu Bata.

Kata Kunci : Harga, Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan, Citra Merek dan Keputusan Pembelian

**ANALISIS FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK HELM INK**

**(Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Manajemen angkatan 2013
Universitas Muhammadiyah Jember)**

FIJAY BAHRUDIN

NIM.13.10.411.112

ABSTRAK

Tingginya perkembangan dunia modernisasi dan Globalisasi saat ini adalah suatu kebutuhan akan keamanan berkendara sangatlah penting bagi masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari tiga variable yang meliputi kualitas produk (X1), harga (X2), citra merek (X3) terhadap keputusan pembelian helm INK. Dalam penelitian data dikumpulkan dengan alat bantu berupa observasi, wawancara, dan kuesioner terhadap 77 responden yaitu mahasiswa Fakultas Ekonomi Prodi Manajemen angkatan 2013 Universitas Muhammadiyah Jember dengan teknik *purposive sampling* yang bertujuan pengambilan sampel berdasarkan pada pertimbangan kriteria dan syarat tertentu. Pada penelitian ini analisis yang digunakan meliputi uji instrument data (uji validitas, dan uji reliabilitas), analisis regresi linier berganda, uji asumsi klasik (uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastitas) dan uji hipotesis (uji t, dan koefisien determinasi). Dari hasil menggunakan regresi dapat diketahui bahwa variable kualitas produk (X1), harga (X2), citra merek (X3), semua berpengaruh positif terhadap keputusan pembelian helm INK.

Kata kunci: Kualitas Produk, Harga, Citra Merek dan Keputusan Pembelian



LAMPIRAN 10
SURAT IJIN PENELITIAN



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
FAKULTAS EKONOMI

Jl. Karimata 49 Telp. (0331) 336728 Kotak Pos 104 Jember



Nomor : 1.643/II.3.AU/FE/F/2018 Jember, 20 Dzulhijjah 1439 H
Lampiran : 01 September 2018 M
Perihal : **Ijin Penelitian**
Kepada : Yth. Bpk/Ibu Pimpinan PT. Telekomunikasi Indonesia. Tbk
Di
Tempat

Assalammu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, dalam rangka penyusunan penelitian, mahasiswa diperlukan ijin penelitian. Untuk kepentingan tersebut kami mohon agar mahasiswa kami dapat diberikan ijin penelitian dengan obyek tersebut di bawah ini.

Instansi Tujuan : PT. Telekomunikasi Indonesia. Tbk
Nama Mahasiswa : Misbahul Munir
Nim : 1410411053
Jurusan / Prodi : Manajemen
Alamat : Jl. Gajah Mada No 182
Judul Penelitian : Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Indihome Filber di Kecamatan Summersari.

Demikian atas bantuan dan kerjasama yang baik kami sampaikan terima kasih.

Wassalammu'alaikum Wr. Wb.

Dekan,


Dr. Arik Susbiyani, M. Si
NPK. 01 09 289



LAMPIRAN 11
DOKUMENTASI





