

# LAMPIRAN

## 1.1 Karakteristik Responden

Kami dari Mahasiswa/i Universitas Muhammadiyah Kalimantan Timur melakukan penelitian “TUGAS AKHIR SKRIPSI”. Sebagai bahan untuk menyusun Tugas Akhir Skripsi ini. Maka dengan ini, kami meminta kesediaan saudara/i untuk meluangkan waktunya untuk mengisi pernyataan yang tersedia. Jika saudara/i berkenan untuk menjadi salah satu partisipan, silahkan saudara/i menjawab pernyataan ini sesuai dengan keadaan diri saudara/i.

Adapun karakteristik partisipan penelitian ini adalah:

- Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan
- Lokasi : Berdomisili di Indonesia
- Responden merupakan konsumen yang pernah membeli produk *fast fashion* merek Zara, H&M, dan Uniqlo.

Segala bentuk informasi yang saudara/i sampaikan dalam form ini akan dijaga kerahasiaannya, sehingga informasi yang diberikan oleh saudara/i dapat terjamin kerahasiaannya dan tidak akan pernah disebarluaskan agar kedepannya tidak terjadi penyalahgunaan data. Saya menghargai segala bentuk keputusan saudara/i sebagai partisipan dalam penelitian ini. Atas perhatian dan kesediaannya, saya ucapkan terima kasih.

Email

Domisili Pulau

- Kalimantan
- Jawa
- Sulawesi
- Sumatera
- Madura
- Papua
- Bali dan Nusa Tenggara

Apakah anda pernah membeli produk ZARA, H&M atau Uniqlo?

- Ya
- Tidak (jika menjawab tidak mohon tidak dilanjutkan pengisian Kuesioner)

Jenis Kelamin

Laki-Laki

Perempuan

Usia

15-20 tahun

21-25 tahun

26-30 tahun

31-35 tahun

36 > tahun

Pendidikan Terakhir

SD

SMP

SMA/SMK

D3/D4

S1/S2

## 1.2 Kuesioner Penelitian

Berikut ini merupakan pernyataan dari variabel *Product Quality* dan *Purchase Decision*. Berikan tanda (√) pada kolom yang telah disediakan dengan skala nilai :

1 = Sangat Tidak Setuju

4 = Cukup Setuju

2 = Tidak Setuju

5 = Setuju

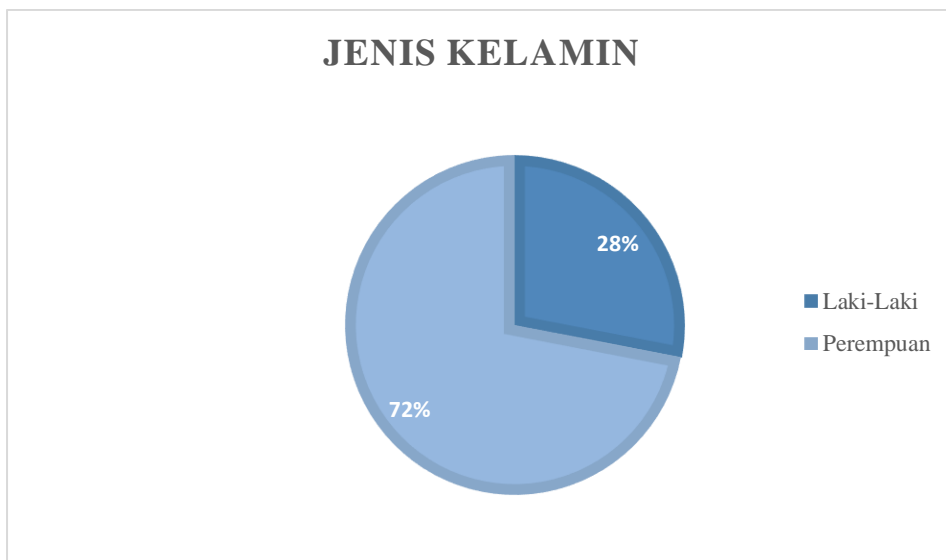
3 = kurang Setuju

6 = Sangat Setuju

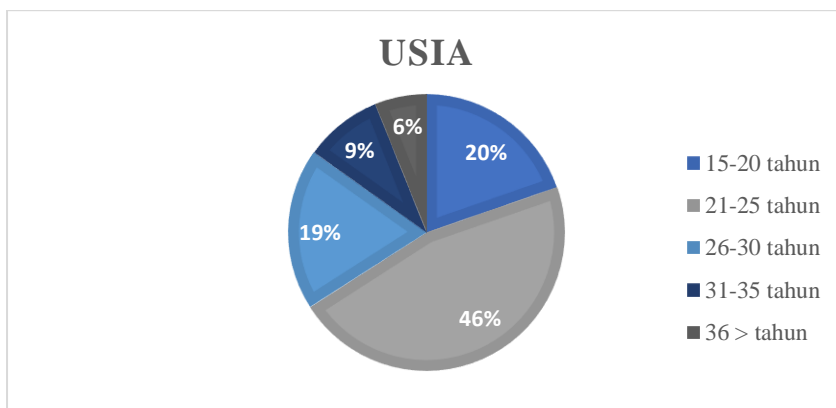
Variabel	Butir Pertanyaan	STS	TS	KS	CS	S	SS
<i>Product Quality</i>	Produk Fashion merek Zara, H&M, atau Uniqlo mempunyai kualitas yang baik						
	Produk Fashion merek Zara, H&M, atau Uniqlo mudah di kenali						
	Desain Produk Fashion merek Zara, H&M, atau Uniqlo sangat menarik						

	Produk Fashion merek Zara, H&M, atau Uniqlo sesuai dengan standar dan kualitas yang di tawarkan						
<i>Purchase Decision</i>	Saya memutuskan untuk membeli Produk Fashion merek Zara, H&M, atau Uniqlo karena sesuai dengan keinginan saya						
	Saya tertarik memiliki Produk Fashion merek Zara, H&M, atau Uniqlo						
	Kebutuhan saya pada Produk Fashion merek Zara, H&M, atau Uniqlo						
	Saya bersedia merekomendasikan Produk Fashion merek Zara, H&M, atau Uniqlo kepada orang lain						

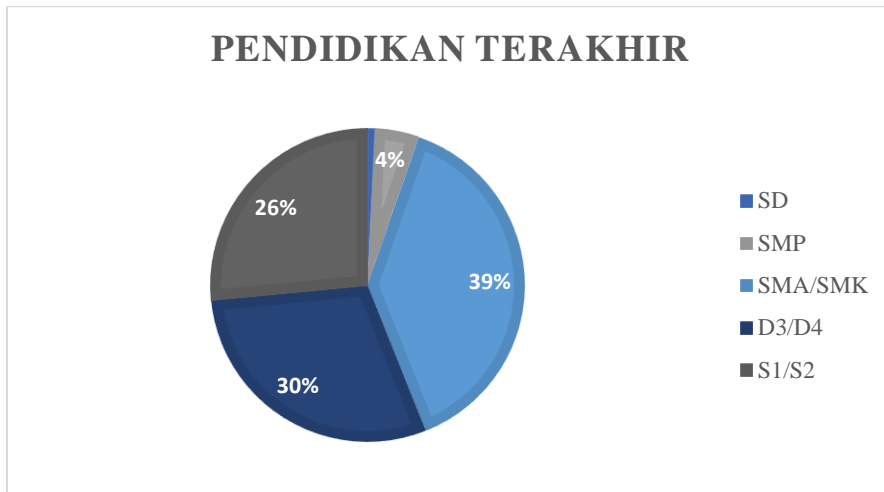
### 1.2.1 Data responden yang mengisi kuesioner berdasarkan jenis kelamin



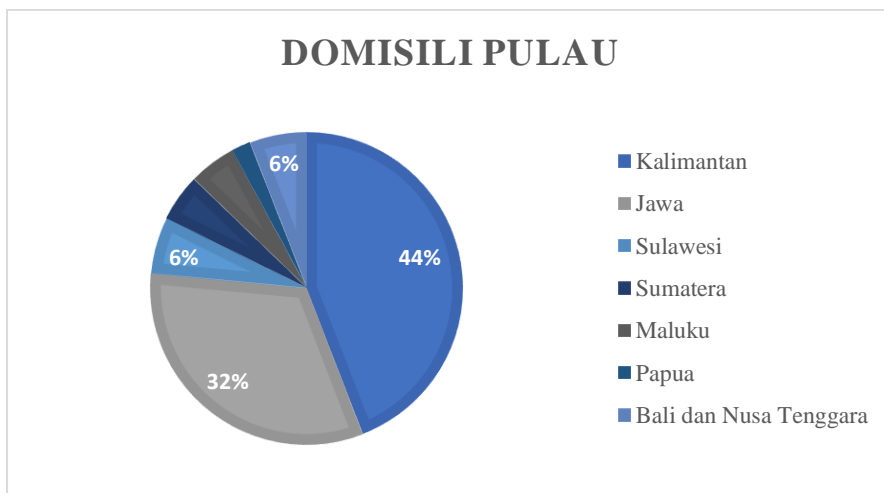
### 1.2.2 Data responden yang mengisi kuesioner berdasarkan usia



**1.2.3** Data responden yang mengisi kuesioner berdasarkan pendidikan terakhir



**1.2.4** Data responden yang mengisi kuesioner berdasarkan Asal kota



### 1.3 Hasil Output SPSS

#### 1.3.1 Uji Validitas Product Quality dan Purchase Decision

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.260**	.303**	.306**	.676**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.000
	N	132	132	132	132	132
X1.2	Pearson Correlation	.260**	1	.325**	.373**	.681**
	Sig. (2-tailed)	.003		.000	.000	.000
	N	132	132	132	132	132
X1.3	Pearson Correlation	.303**	.325**	1	.385**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	132	132	132	132	132
X1.4	Pearson Correlation	.306**	.373**	.385**	1	.749**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	132	132	132	132	132
TOTAL	Pearson Correlation	.676**	.681**	.705**	.749**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	132	132	132	132	132

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

**Correlations**

		Y1	Y2	Y3	Y4	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	.507**	.415**	.378**	.727**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	132	132	132	132	132
Y2	Pearson Correlation	.507**	1	.482**	.480**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	132	132	132	132	132
Y3	Pearson Correlation	.415**	.482**	1	.509**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	132	132	132	132	132
Y4	Pearson Correlation	.378**	.480**	.509**	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	132	132	132	132	132
TOTAL	Pearson Correlation	.727**	.778**	.815**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	132	132	132	132	132

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

### 1.3.2 Uji Reabilitas

**Reliability Statistics**

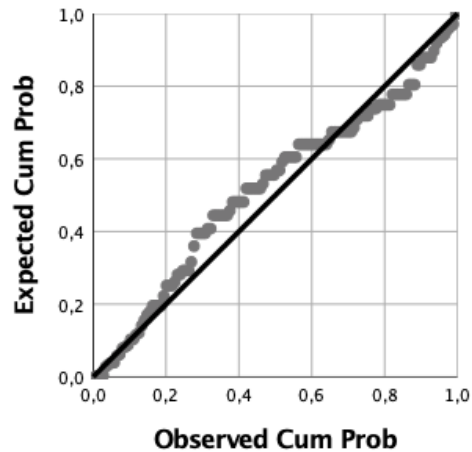
Cronbach's Alpha	N of Items
.657	4

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.767	4

### 1.3.3 Uji Normalitas

**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual  
Dependent Variable: Purchase Decision**

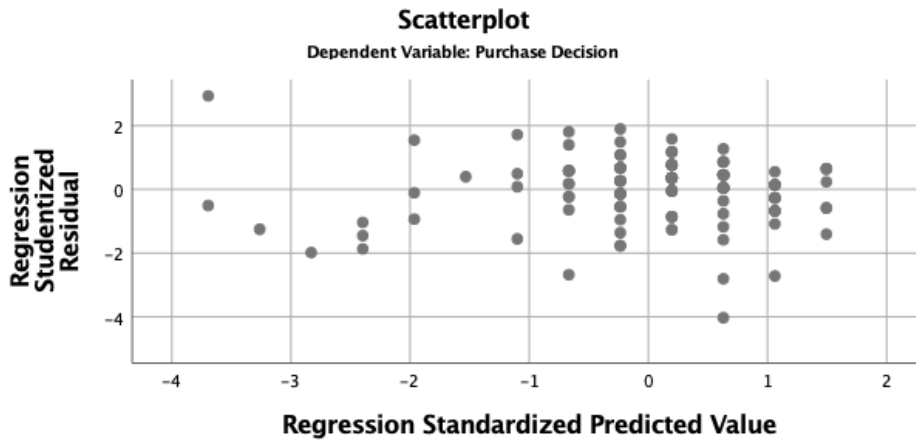


### 1.3.4 Uji Heteroskedostitas

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.962	.323		2.980	.003
	Product Quality	-0.24	.016	-.132	-1.522	.130

a. Dependent Variable: Abresid



### 1.3.5 Uji Regresi Sederhana

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.935	1.927		2.042	.043
	Product Quality	.770	.093	.587	8.265	.000

a. Dependent Variable: Purchase Decision

### 1.3.6 Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.935	1.927		2.042	.043
	Product Quality	.770	.093	.587	8.265	.000

a. Dependent Variable: Purchase Decision

### 1.3.7 Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.587 <sup>a</sup>	.344	.339	2.468

a. Predictors: (Constant), Product Quality