

Lampiran 1. 1 Kuisisioner

Kuisisioner Penelitian Pengaruh Sosial Media Marketing dan Kualitas Produk dengan Brand Image sebagai Mediator terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo di Shopee.

Kepada Yth.Saudara/i

Salam sejahtera,

Perkenalkan Saya Oka Hermawan, Mahasiswa S1 Program Studi Manajemen Pemasaran STIE Malangkececwara. Saat ini dalam rangka menyelesaikan tugas akhir dalam bentuk skripsi, maka peneliti mengadakan penelitian mengenai ”**Pengaruh Sosial Media Marketing Dan Kualitas Produk dengan Brand Image sebagai Mediator terhadap Keputusan Pembelian Produk Erigo di Shopee**” .

Oleh karena itu, mohon kesedian saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini dengan sejujur-jurunya sehingga peneliti dapat memperoleh data yang valid.

Saudara/i diharapkan dapat memberikan penilaian pada tiap-tiap pernyataan yang ada terhadap keputusan pembelian pelanggan dengan skala penilaian mulai dari 1 hingga 5 dengan keterangan sebagai berikut :

1 = Sangat Tidak Setuju (STS)

2 = Tidak Setuju (TS)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat Setuju (SS)

Variabel Sosial Media Marketing (X1)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya paham dengan konten yang disampaikan oleh Erigo di Media sosial					
2	Informasi tentang semua produk Erigo mudah dicari di Media sosial					
3	Setiap pelanggan Erigo diberi kemudahan untuk memberi review (penilaian) tentang					

	produk Erigo di Media sosial					
4	Semua pelanggan Erigo bisa mendapatkan informasi tentang produk barunya di Media sosial					

Variabel Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Semua produk Erigo awet jahitannya					
2	Semua produk Erigo sesuai dengan yang saya butuhkan					
3	Produk Erigo bahan kainnya adem dan nyaman dipakai					
4	Semua produk Erigo perawatan sangat mudah di lakukan					
5	Semua produk Erigo bagus tampilan desain/warnanya					

Variabel Brand Image (Z)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya mudah mengenali Erigo dengan ciri khas produk yang di miliki					
2	Saya selalu ingat dengan Erigo karena memiliki identitas dan ciri khas tersendiri					
3	Saya merasa Erigo memiliki Reputasi yang baik					

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk Erigo karena di jual melalui shopee					
2	Saya membeli produk Erigo karena reputasi brand-nya baik					
3	Saya membeli produk Erigo karena melihat review positif dari pelanggan di Shopee					
4	Saya selalu membeli produk Erigo melalui Shopee dengan jumlah lebih dari 1 item					
5	Saya membeli produk Erigo di Shopee karena Shopee menawarkan bermacam-macam jenis pembayaran					
6	Saya membeli produk Erigo lewat Shopee karena tertarik voucher gratis ongkirnya					

Lampiran 1. 3 Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	37	48.7	48.7	48.7
	Perempuan	39	51.3	51.3	100.0
	Total	76	100.0	100.0	

Lampiran 1. 4 Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<18 Tahun	2	2.6	2.6	2.6
	18-24 Tahun	71	93.4	93.4	96.1
	25-31 Tahun	3	3.9	3.9	100.0
	Total	76	100.0	100.0	

Lampiran 1. 5 Profesi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	66	86.8	86.8	86.8
	Pegawaiswasta/Negr i	10	13.2	13.2	100.0
	Total	76	100.0	100.0	

Lampiran 1. 6 Uji Validitas

Variabel	Pernyataan	NilaiSig	Batasan	Valid
Sosial Media Marketing (X1)	X1.1	0.000	0.05	Valid
	X1.2	0.000	0.05	Valid
	X1.3	0.000	0.05	Valid
	X1.4	0.000	0.05	Valid

Variabel	Pernyataan	Nilai Sig	Batasan	Valid
Kualitas Produk (X2)	X2.1	0.000	0.05	Valid
	X2.2	0.000	0.05	Valid
	X2.3	0.000	0.05	Valid
	X2.4	0.000	0.05	Valid
	X2.5	0.000	0.05	Valid

Variabel	Pernyataan	Nilai Sig	Batasan	Valid
Brand image (Z)	Z1	0.000	0.05	Valid
	Z2	0.000	0.05	Valid
	Z3	0.000	0.05	Valid

Variabel	Pernyataan	Nilai Sig	Batasan	Valid
Keputusan Pembelian (Y)	Y1	0.000	0.05	Valid
	Y2	0.000	0.05	Valid
	Y3	0.000	0.05	Valid
	Y4	0.000	0.05	Valid
	Y5	0.000	0.05	Valid
	Y6	0.000	0.05	Valid

Lampiran 1. 7 Uji Reabilitas

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Batasan	Keterangan
X1 Sosial Media Marketing	0.905	0.7	Reliabel
X2 Kualitas Produk	0.903	0.7	Reliabel
Z Brand Image	0.883	0.7	Reliabel
Y Keputusan Pembelian	0.865	0.7	Reliabel

Lampiran 1. 8 Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		76
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.49164416
Most Extreme Differences	Absolute	.133
	Positive	.114
	Negative	-.133
Test Statistic		.133
Asymp. Sig. (2-tailed)		.002 ^c

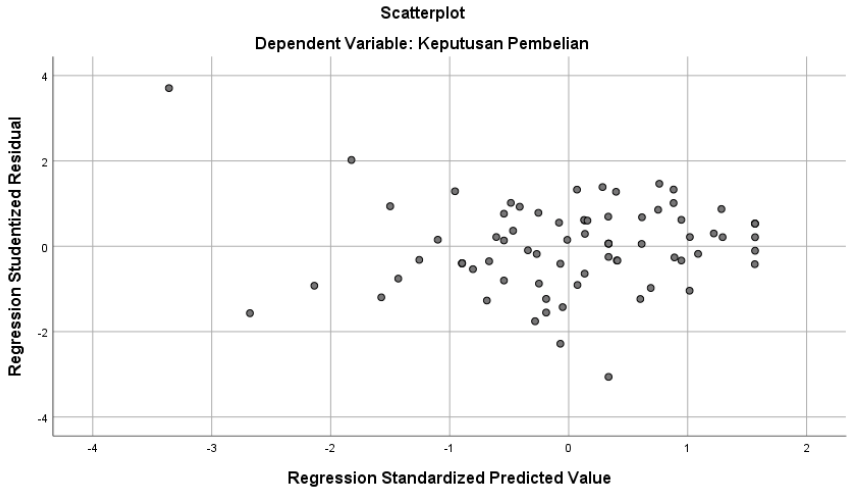
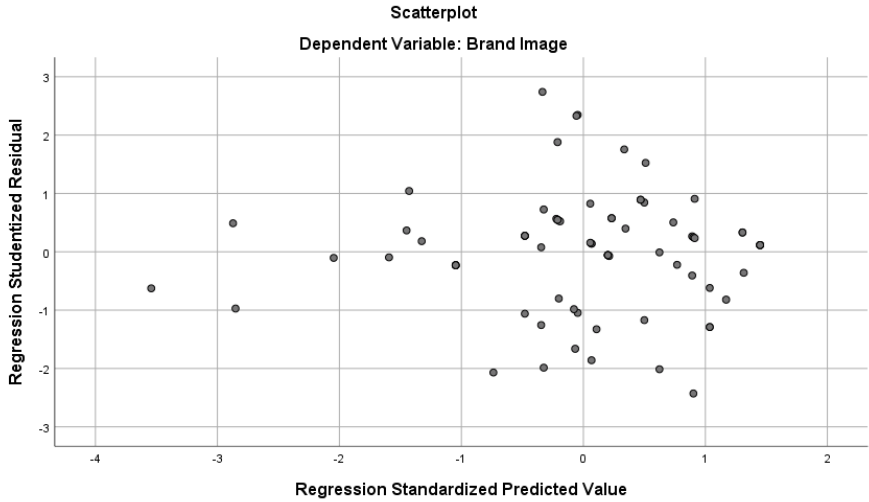
- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

Lampiran 1. 9 Uji Multikolinearitas

<i>Coefficiens</i>			
Model		<i>Collinerity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	VIF
	<i>Constant</i>		
1	X1	0.420	2.379
	X2	0.420	2.379
a.depends variabel Z			

<i>Coefficiens</i>			
Model		<i>Collinerity Statistics</i>	
		<i>Tolerance</i>	VIF
	<i>Constant</i>		
1	X1	0.340	2.939
	X2	0.327	3.054
	Z	0.315	3.172
a.depends variabel Y			

Lampiran 1. 10 Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 1. 11 Uji Koefisien determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.828 ^a	.685	.676		1.51194

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Sosial Media Marketing

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.575	.557		3.22961

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Sosial Media Marketing, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 1. 12 Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	362.533	2	181.266	79.295	.000 ^b
	Residual	166.875	73	2.286		
	Total	529.408	75			

a. Dependent Variable: Brand Image

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Sosial Media Marketing

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1015.684	3	338.561	32.459	.000 ^b
	Residual	750.987	72	10.430		
	Total	1766.671	75			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand Image, Sosial Media Marketing, Kualitas Produk

Lampiran 1. 13 Uji t

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.114	0.855		1.302	0.197
Sosial Media Marketing	0.317	0.077	0.420	4.147	0.000
Kualitas Produk	0.295	0.065	0.461	4.552	0.000
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	5.671	1.848		3.069	0.003
Sosial Media Marketing	0.009	0.182	0.007	0.050	0.960
Kualitas Produk	0.741	0.157	0.635	4.726	0.000
Brand image	0.264	0.250	0.144	1.056	0.295

Lampiran 1. 14 Uji Pengaruh meidasi

