

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian KUESIONER PENELITIAN

Dalam rangka untuk memenuhi tugas akhir (skripsi), saya Vincentius Billion Wijaya sebagai mahasiswa manajemen STIE MALANGKUCECWARA melakukan penelitian tentang PENGARUH MOTIVASI, PERSEPSI, DAN SIKAP KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR MEREK “YAMAHA” DI KECAMATAN SUKOSARI KABUPATEN BONDOWOSO. Saya mohon ketersediaan anda mengisi kuesioner dibawah ini dengan jujur dan benar. Data atau informasi yang terkumpul hanya akan digunakan untuk kepentingan akademis dan bersifat rahasia. Atas waktu dan bantuannya untuk mengisi kuesioner ini kami ucapkan terima kasih.

Lampiran 1: Kuesioner Offline (Sambungan)

B. Profil Responden

1. Jenis Kelamin

a. Pria b. Wanita

2. Usia

a. 21 tahun- 40 tahun

b. 41 tahun-60 tahun

3. Pekerjaan

a. Guru b. Supir

c. PNS d. Swasta

e. Ibu rumah tangga f. Petani

C. Preferensi Atribut yang Dipertimbangkan Ketika Membeli atau menggunakan sepeda motor merek “YAMAHA”

Berilah tanda X pada pilihan yang sesuai bagi anda:

1: STS (Sangat Tidak Setuju)

2: TS (Tidak Setuju)

3: N (Netral)

4: S (Setuju)

5: SS (Sangat Setuju)

Lampiran 1: Kuesioner Offline

Validitas Motivasi

No	Keterangan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Saya terdorong membeli sepeda motor merek Yamaha karena kualitasnya terjamin					
2	Saya membeli sepeda motor merek Yamaha karena kebutuhan sehari-hari					
3	Sepeda motor merek Yamaha nyaman pemakaiannya					
4	Sepeda motor merek Yamaha digemari oleh masyarakat sehingga saya membelinya					
5	Model sepeda motor merek Yamaha bervariasi dan tidak ketinggalan jaman					

Validitas Persepsi Konsumen

No	Keterangan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Suara mesin sepeda motor Yamaha halus membuat saya tertarik untuk membelinya					
2	Menggunakan sepeda motor merek Yamaha menaikkan rasa percaya diri					
3	Daya tahan mesin sepeda motor merek Yamaha nyaman					
4	Bahan bakar sepeda motor merek Yamaha irit					
5	Mesin sepeda motor merek Yamaha stabil dalam pemakaian jarak jauh					

Validitas Sikap Konsumen

No	Keterangan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Yamaha merupakan merk otomotif terpercaya menurut saya					
2	Model knalpot sepeda motor Yamaha lebih ramping					

3	Kombinasi warna sepeda motor Yamaha serasi					
4	Sepeda motor merk Yamaha memiliki kenangan bagi saya					
5	Sepeda motor merk Yamaha memiliki harga yang terjangkau					

Validitas Keputusan Pembelian Konsumen

No	Keterangan	Sangat Setuju	Setuju	Netral	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Tidak ada pilihan merek lain untuk membeli sepeda motor kecuali merk Yamaha					
2	Semua keluarga membeli dan memiliki sepeda motor merk Yamaha					
3	Informasi tentang kualitas sepeda motor merk Yamaha sudah di sosialisasikan					
4	Sparepart sepeda motor merk Yamaha mudah didapatkan					
5	Pemberian bonus yang menarik dalam pembelian					

	sepeda motor merek Yamaha					
--	------------------------------	--	--	--	--	--

Lampiran 2: Rekapitulasi Data

No	Motivasi				
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
1	5	5	4	5	5
2	5	5	4	5	5
3	5	4	5	4	5
4	5	4	5	5	4
5	5	4	5	4	5
6	5	4	5	4	5
7	5	5	5	4	5
8	5	4	5	4	5
9	5	4	5	4	5
10	5	4	5	4	5
11	5	4	5	4	5
12	5	4	5	4	5
13	5	4	5	4	4
14	5	4	5	4	5
15	5	4	5	4	5
16	5	4	5	4	5
17	5	5	4	5	4
18	5	4	5	4	5
19	5	5	5	4	5
20	5	5	4	5	4
21	5	5	5	4	5
22	5	4	5	4	5
23	5	4	5	4	5
24	5	4	5	4	5
25	5	4	5	4	5
26	5	5	4	5	4
27	5	4	5	4	5

28	5	5	4	3	5
29	5	4	5	5	4
30	5	4	5	4	5
31	5	4	5	4	5
32	5	4	5	4	5
33	5	4	4	5	4
34	5	4	5	4	5
35	5	5	5	5	4

No	Persepsi				
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
1	5	5	4	5	5
2	5	4	5	4	5
3	5	4	4	5	5
4	5	5	4	5	5
5	5	4	5	4	5
6	5	4	5	4	5
7	5	4	5	4	5
8	4	5	4	5	4
9	4	5	4	5	4
10	5	4	5	4	5
11	5	5	4	5	4
12	5	4	5	4	5
13	5	4	4	5	4
14	5	4	5	4	5
15	5	4	5	5	4
16	5	4	5	4	5
17	5	4	5	4	5
18	5	4	5	4	5
19	5	4	5	4	5
20	5	5	4	5	4
21	5	5	4	5	4

22	5	5	4	5	4
23	5	4	5	4	5
24	5	4	5	5	4
25	5	4	4	5	4
26	4	5	4	5	5
27	5	4	5	4	5
28	5	4	5	4	5
29	5	4	5	4	5
30	5	5	4	5	5
31	5	4	5	4	5
32	4	5	5	4	5
33	5	4	5	4	5
34	4	5	4	5	5
35	4	4	5	4	3

No	Sikap Konsumen				
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
1	4	5	5	5	4
2	5	4	5	5	5
3	5	5	5	5	5
4	5	5	4	5	4
5	4	5	4	5	4
6	4	4	5	5	5
7	5	5	5	4	5
8	5	4	5	4	5
9	5	5	5	5	4
10	5	4	5	5	4
11	5	4	5	5	4
12	5	4	5	5	4
13	5	4	5	4	5
14	5	4	5	4	5
15	5	5	4	5	4

16	5	4	5	5	4
17	5	4	5	5	4
18	5	4	5	4	5
19	5	5	4	5	4
20	5	5	4	5	4
21	5	4	5	5	4
22	5	4	5	5	4
23	4	5	5	4	5
24	5	5	4	5	4
25	5	4	5	4	5
26	5	4	4	5	5
27	5	4	4	5	4
28	5	5	4	5	4
29	4	5	4	5	4
30	5	5	4	5	5
31	4	5	4	5	4
32	4	5	5	4	5
33	5	5	4	5	4
34	4	5	5	4	5
35	4	3	5	4	5

No	Keputusan Pembelian				
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5
1	5	4	5	4	5
2	5	5	4	5	5
3	5	5	5	5	5
4	5	4	5	5	5
5	5	4	5	4	5
6	5	5	5	4	5
7	5	4	5	4	5
8	5	5	4	5	5
9	5	4	5	4	5

10	5	4	5	4	5
11	5	4	5	4	5
12	5	4	5	4	5
13	4	5	4	5	4
14	5	5	4	5	4
15	5	4	5	4	5
16	5	4	5	5	5
17	5	4	5	4	5
18	5	4	5	4	5
19	5	4	5	5	4
20	5	4	5	5	4
21	4	5	4	5	5
22	5	4	5	4	5
23	4	5	4	5	5
24	5	4	5	4	5
25	5	4	5	5	4
26	4	5	5	4	5
27	5	4	5	4	4
28	4	5	5	4	5
29	5	4	5	5	4
30	4	4	5	5	4
31	4	5	4	5	4
32	4	5	4	5	4
33	5	4	5	4	5
34	4	5	5	4	4
35	5	5	4	5	4

Lampiran 3 : Deskripsi Responden dan Variabel Penelitian

JENIS KELAMIN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	16	45.7	45.7	45.7
	Perempuan	19	54.3	54.3	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

UMUR

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	21-40 Tahun	18	51.4	51.4	51.4
	41-60 Tahun	17	48.6	48.6	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

PEKERJAAN

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	8.6	8.6	8.6
	2.00	4	11.4	11.4	20.0
	3.00	12	34.3	34.3	54.3
	4.00	4	11.4	11.4	65.7
	5.00	3	8.6	8.6	74.3
	6.00	9	25.7	25.7	100.0
	Total	35	100.0	100.0	

Lampiran 4: Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Motivasi	35	11.00	25.00	19.6286	3.40489
Persensi Konsumen	35	12.00	25.00	18.8857	3.28787
Sikap Konsumen	35	11.00	25.00	18.8286	3.49357
Keputusan Pembelian	35	12.00	25.00	18.4000	3.02149
Valid N (listwise)	35				

Lampiran 6 :Uji Validitas (Motivasi)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.680**	.557**	.663**	.614**	.836**
	Siq. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35
X1.2	Pearson Correlation	.680**	1	.651**	.701**	.708**	.879**
	Siq. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35
X1.3	Pearson Correlation	.557**	.651**	1	.590**	.600**	.787**
	Siq. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35
X1.4	Pearson Correlation	.663**	.701**	.590**	1	.663**	.868**
	Siq. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35
X1.5	Pearson Correlation	.614**	.708**	.600**	.663**	1	.853**
	Siq. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	35	35	35	35	35	35
X1	Pearson Correlation	.836**	.879**	.787**	.868**	.853**	1
	Siq. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	35	35	35	35	35	35

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

Lampiran 6: Uji Validitas (Persepsi)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.514**	.399*	.555**	.605**	.782**
	Sig. (2-tailed)		.002	.017	.001	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35
X2.2	Pearson Correlation	.514**	1	.523**	.635**	.645**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.002		.001	.000	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35
X2.3	Pearson Correlation	.399*	.523**	1	.322	.514**	.700**
	Sig. (2-tailed)	.017	.001		.059	.002	.000
	N	35	35	35	35	35	35
X2.4	Pearson Correlation	.555**	.635**	.322	1	.672**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.059		.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35
X2.5	Pearson Correlation	.605**	.645**	.514**	.672**	1	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000		.000
	N	35	35	35	35	35	35
X2	Pearson Correlation	.782**	.829**	.700**	.786**	.872**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	35	35	35	35	35	35

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

Lampiran 6 : Uji Validitas (Sikap Konsumen)

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.654**	.669**	.499**	.452**	.806**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.006	.000
	N	35	35	35	35	35	35
X3.2	Pearson Correlation	.654**	1	.613**	.532**	.613**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35
X3.3	Pearson Correlation	.669**	.613**	1	.448**	.605**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.007	.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35
X3.4	Pearson Correlation	.499**	.532**	.448**	1	.677**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.002	.001	.007		.000	.000
	N	35	35	35	35	35	35
X3.5	Pearson Correlation	.452**	.613**	.605**	.677**	1	.818**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000	.000		.000
	N	35	35	35	35	35	35
X3	Pearson Correlation	.806**	.833**	.833**	.774**	.818**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	35	35	35	35	35	35

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

Lampiran 6: Uji Validitas (Keputusan Pembelian)
Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.745**	.460**	.453**	.519**	.847**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.006	.001	.000
	N	35	35	35	35	35	35
Y2	Pearson Correlation	.745**	1	.278	.438**	.452**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000		.105	.008	.006	.000
	N	35	35	35	35	35	35
Y3	Pearson Correlation	.460**	.278	1	.434**	.367*	.666**
	Sig. (2-tailed)	.005	.105		.009	.030	.000
	N	35	35	35	35	35	35
Y4	Pearson Correlation	.453**	.438**	.434**	1	.392*	.747**
	Sig. (2-tailed)	.006	.008	.009		.020	.000
	N	35	35	35	35	35	35
Y5	Pearson Correlation	.519**	.452**	.367*	.392*	1	.710**
	Sig. (2-tailed)	.001	.006	.030	.020		.000
	N	35	35	35	35	35	35
Y	Pearson Correlation	.847**	.779**	.666**	.747**	.710**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	35	35	35	35	35	35

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

* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 7: Uji Realibilitas

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Motivasi (X1)

Sebelum dan sesudah uji coba

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.897	5

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Persepsi Konsumen (X2)

Sebelum dan sesudah uji coba

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.851	5

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Sikap Konsumen (X3)

Sebelum dan sesudah uji coba

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.869	5

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25

Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Keputusan Pembelian (Y)

Sebelum dan sesudah uji coba

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.805	5

Sumber : Pengolahan data menggunakan SPSS 25

Lampiran 8: Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		35
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.13343777
Most Extreme Differences	Absolute	.143
	Positive	.079
	Negative	-.143
Test Statistic		.143
Asymp. Sig. (2-tailed)		.068 ^c

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

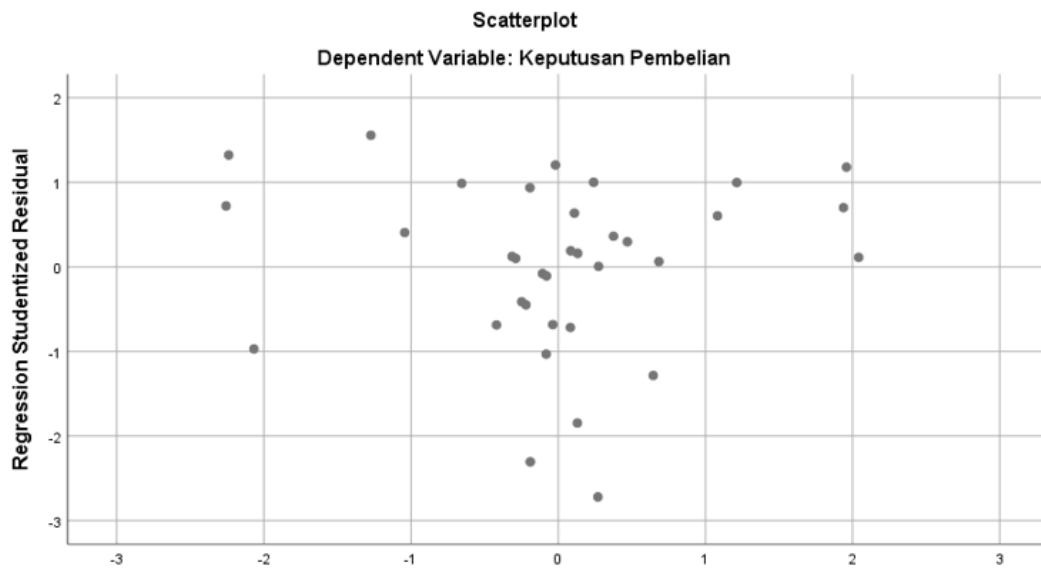
Lampiran 9: Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2.245	3.279		.685	.499		
	Motivasi	.222	.120	.250	1.850	.074	.883	1.133
	Persepsi Konsumen	.226	.140	.246	1.621	.115	.696	1.437
	Sikap Konsumen	.400	.135	.462	2.954	.006	.656	1.523

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 10 : Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 11: Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.245	3.279		.685	.499
	Motivasi	.222	.120	.250	1.850	.074
	Persepsi Konsumen	.226	.140	.246	1.621	.115
	Sikap Konsumen	.400	.135	.462	2.954	.006

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 12: Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	12.365	2.886		4.285	.000
	Motivasi	.307	.145	.346	2.122	.041

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	10.353	2.716		3.812	.001
	Persepsi Konsumen	.426	.142	.464	3.006	.005

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	T	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients Beta		
1	(Constant)	7.810	2.189		3.568	.001
	Sikap Konsumen	.562	.114	.650	4.918	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 13: Uji f

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	155.647	3	51.882	10.393	.000 ^b
	Residual	154.753	31	4.992		
	Total	310.400	34			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Sikap Konsumen, Motivasi, Persepsi Konsumen