

## Lampiran 1 : Kuesioner

### KUESIONER

#### **“PENGARUH PROMOSI, HARGA, DAN KUALITAS INFORMASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE PRODUK MASKER ORGANIK (STUDI PADA KONSUMEN MASKER ORGANIK QUEENZY)”**

Kepada Yth,

Saudara/I responden yang saya hormati,

Saya Julianovi Sofiatul Jannah, mahasiswa dari kampus STIE Malangkececwara S1 prodi Manajemen Pemasaran yang sedang mengadakan penelitian dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “ Pengaruh Promosi, Harga dan Kualitas Informasi terhadap Keputusan Pembelian Online Produk Masker Organik (Studi pada Konsumen masker organik Queenzy)”.

Sehubungan dengan penulisan skripsi tersebut, saya mengajukan permohonan kepada saudara/i untuk bersedia menjadi responden dalam penelitian saya. Semua informasi yang di cantumkan akan dijamin kerahasiannya dan hanya akan digunakan untuk penelitian semata. Atas kesediaan responden saya harap saudara/i untuk berkenan memberikan jawaban atau respon dengan sejujurnya dan sebenar-benarnya. Atas ketersediaan waktu dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih 🙏 .

Identitas Responden :

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Petunjuk pengisian Kuesioner :

1) Pilih salah satu jawaban yang sudah disediakan sesuai dengan kondisi saudara/i, pada masing-masing pertanyaan terdapat lima alternatif jawaban yang mengacu pada Skala Likert, diantaranya sebagai berikut:

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5= Sangat Setuju

<b>1.1. NO</b>	<b>1.2. Daftar Pertanyaan</b>	<b>1.3. STS</b>	<b>1.4. TS</b>	<b>1.5. N</b>	<b>1.6. S</b>	<b>1.7. SS</b>
<b>1.8. A</b>	<b>1.9. Promosi</b>	1.10.	1.11.	1.12.	1.13.	1.14.
1.15. 1	1.16. Saya membeli produk masker organik Queenzy karena iklan melalui Instagram yang ditampilkan unik dan menarik baik dari gaya, tampilan, pemilihan warna maupun cara penyampaiannya	1.17.	1.18.	1.19.	1.20.	1.21.
1.22. 2	1.23. Penjual melakukan penawaran produk langsung kepada saya dengan chat melalui Instagram membuat saya tertarik membeli produk masker organik Queenzy	1.24.	1.25.	1.26.	1.27.	1.28.
1.29. 3	1.30. Seringnya Queenzy mengadakan promosi membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian pada produk masker organik Queenzy	1.31.	1.32.	1.33.	1.34.	1.35.
1.36. 4	1.37. Frekuensi publisitas iklan yang dilakukan begitu sering atau intens oleh Queenzy sehingga iklan sering saya jumpai diberanda membuat saya tertarik untuk melakukan pembelian pada produk masker organik Queenzy	1.38.	1.39.	1.40.	1.41.	1.42.
<b>1.43. B</b>	<b>1.44. Harga</b>	1.45.	1.46.	1.47.	1.48.	1.49.

1.50. 1	1.51. Saya membeli produk masker organik Queenzy karena harga yang ditawarkan terjangkau oleh semua kalangan.	1.52.	1.53.	1.54.	1.55.	1.56.
1.57. 2	1.58. Saya membeli produk masker organik Queenzy karena harga produk yang sesuai dengan kualitas produk	1.59.	1.60.	1.61.	1.62.	1.63.
1.64. 3	1.65. Saya membeli produk masker organik Queenzy karena penawaran harga yang menarik dan harga mampu bersaing dengan produk sejenis lainnya	1.66.	1.67.	1.68.	1.69.	1.70.
1.71. 4	1.72. Saya membeli produk masker organik Queenzy karena harga sesuai dengan manfaat dan dampak yang ditimbulkan produk	1.73.	1.74.	1.75.	1.76.	1.77.
<b>1.78. C</b>	<b>1.79. Kualitas Informasi</b>	1.80.	1.81.	1.82.	1.83.	1.84.
1.85. 1	1.86. Saya membeli produk masker organik Queenzy karena informasi yang disampaikan akurat mengenai keamanan produk yang sudah memiliki izin BPOM	1.87.	1.88.	1.89.	1.90.	1.91.
1.92. 2	1.93. Saya membeli produk masker organik Queenzy karena informasi yang disampaikan tepat waktu dan up to date	1.94.	1.95.	1.96.	1.97.	1.98.
1.99. 3	1.100. Saya membeli produk masker organik Queenzy karena informasi yang disampaikan lengkap dan mudah dimengerti	1.101.	1.102.	1.103.	1.104.	1.105.

1.106. 4	1.107. Saya membeli produk masker organik Queenzy karena informasi yang disampaikan relevan dan sesuai dengan kualitas maupun kegunaan produk masker organik	1.108.	1.109.	1.110.	1.111.	1.112.
<b>1.113. D</b>	<b>1.114. Keputusan Pembelian Online</b>	1.115.	1.116.	1.117.	1.118.	1.119.
1.120. 1	1.121. Saya merasa mantap untuk membeli produk masker organik di Queenzy karena keandalan pada produk dan bahan yang digunakan sangat sesuai serta memberi manfaat	1.122.	1.123.	1.124.	1.125.	1.126.
1.127. 2	1.128. Keterbiasaan saya memakai masker organik membuat saya tertarik untuk membeli produk masker organik Queenzy	1.129.	1.130.	1.131.	1.132.	1.133.
1.134. 3	1.135. Saya merekomendasikan produk masker organik Queenzy kepada orang lain/teman saya	1.136.	1.137.	1.138.	1.139.	1.140.
1.141. 4	1.142. Saya berminat untuk melakukan pembelian ulang produk masker organik di Queenzy	1.143.	1.144.	1.145.	1.146.	1.147.

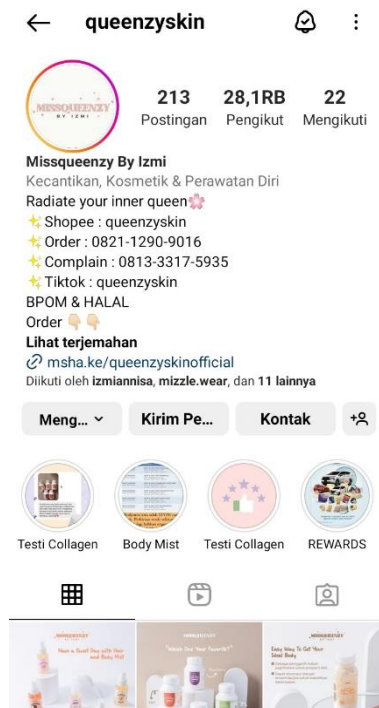
## Lampiran 2 : Perhitungan SPSS

### Tabel keterangan jenis kelamin dan usia responden

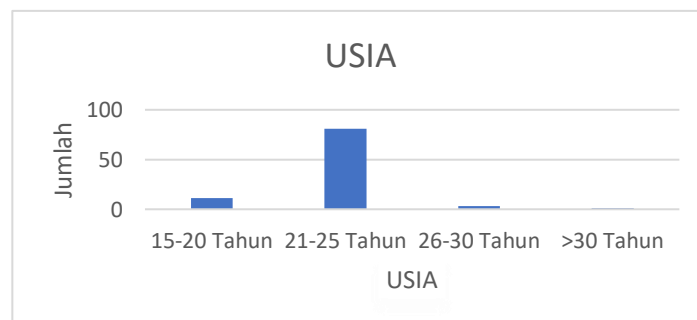
**Tabel 4.1 Jenis Kelamin**

Jenis Kelamin	Responden	
	Jumlah	Presentase
Laki-laki	9	9%
Perempuan	87	87%
Total	96	96%

**Gambar 4.1 Gambaran Perusahaan**



**Gambar 4.2 Usia Responden**



## Uji Validitas

**Tabel 4.2 Uji Validitas**

NO	Variabel	Item	R Hitung	R Tabel	SIG	Keterangan
1	X1 Promosi	X.1.1	0,476	0,202	0,000	VALID
2		X.1.2	0,358	0,202	0,000	
3		X.1.3	0,459	0,202	0,000	
4		X.1.4	0,356	0,202	0,000	
5	X2 Harga	X.2.1	0,356	0,202	0,000	VALID
6		X.2.2	0,374	0,202	0,000	
7		X.2.3	0,361	0,202	0,000	
8		X.2.4	0,459	0,202	0,000	
9	X3 Kualitas Informasi	X.3.1	0,349	0,202	0,000	VALID
10		X.3.2	0,381	0,202	0,000	
11		X.3.3	0,399	0,202	0,000	
12		X.3.4	0,351	0,202	0,000	
13	Y Keputusan Pembelian Online	Y1	0,494	0,202	0,000	VALID
14		Y2	0,345	0,202	0,001	
15		Y3	0,318	0,202	0,002	
16		Y4	0,365	0,202	0,000	

## Uji Reabilitas

**Tabel 4.3 Uji Reabilitas**  
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	4

**Tabel 4.4 Uji Reabilitas**

Variabel	CRONBACH ALPHA	Kriteria	KETERANGAN
PROMOSI	0,703	0,60	RELIABEL
HARGA	0,721	0,60	
KUALITAS INFORMASI	0,735	0,60	
KEPUTUSAN PEMBELIAN ONLINE	0,782	0,60	

## Uji Normalitas

**Tabel 4.5 Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

			Unstandardized Residual
N			96
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean		.0000000
	Std. Deviation		1.10561903
Most Extreme Differences	Absolute		.120
	Positive		.120
	Negative		-.086
Test Statistic			.120
Asymp. Sig. (2-tailed)			.002 <sup>c</sup>
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.		.118 <sup>d</sup>
		99% Confidence Interval	
		Lower Bound	.110
		Upper Bound	.127

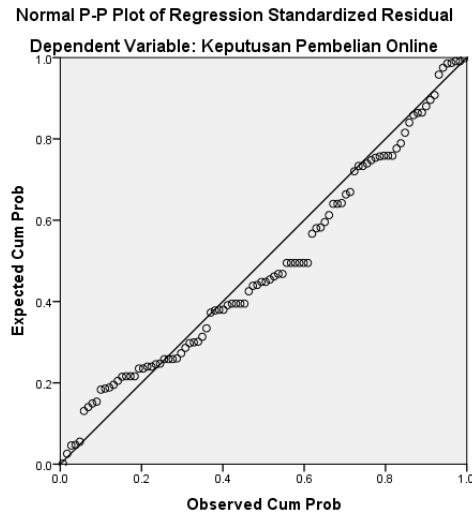
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 299883525.

**Gambar 4.3 Uji Normalitas**



**Uji Multikolinieritas**

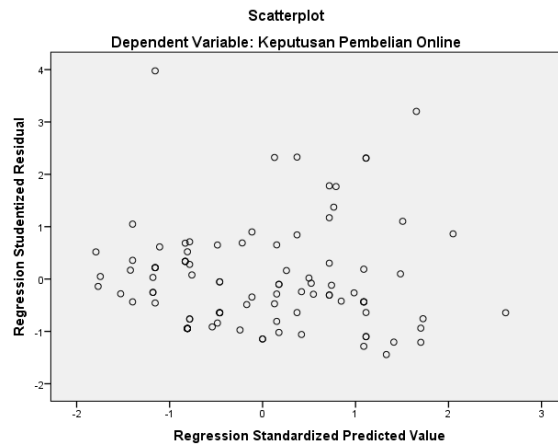
**Tabel 4.6 Uji Multikolinieritas Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.516	1.137		1.334	.186		
Promosi	.320	.126	.306	2.542	.013	.590	1.696
Harga	.360	.131	.346	2.736	.007	.627	1.594
Kualitas Informasi	.222	.106	.215	2.091	.039	.628	1.592



## Uji Heterokedastisitas

**Gambar 4.4 Uji Heteroskedastisitas**



**Tabel Uji Deskriptif Variabel Promosi (X1)**

**Tabel 4.7 Analisis Deskriptif Promosi Statistics**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
N	Valid	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.07	4.16	4.25	4.22
Minimum		3	3	3	3
Maximum		5	5	5	5

### X1.1

		Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	15.6	15.6	15.6
	4	59	61.5	61.5	77.1
	5	22	22.9	22.9	100.0
Total		96	100.0	100.0	

### X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	9.4	9.4	9.4
4	63	65.6	65.6	75.0
5	24	25.0	25.0	100.0
Total	96	100.0	100.0	

### X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	8	8.3	8.3	8.3
4	56	58.3	58.3	66.7
5	32	33.3	33.3	100.0
Total	96	100.0	100.0	

### X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	8	8.3	8.3	8.3
4	59	61.5	61.5	69.8
5	29	30.2	30.2	100.0
Total	96	100.0	100.0	

**Tabel Uji Deskriptif Variabel Harga (X2)**

**Tabel 4.8 Analisis Deskriptif Harga  
Statistics**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
N	Valid	96	96	96	96
	Missing	0	0	0	0
Mean		4.30	4.19	4.27	4.18
Minimum		3	1	3	3
Maximum		5	5	5	5

**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	8	8.3	8.3	8.3
	4	51	53.1	53.1	61.5
	5	37	38.5	38.5	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**X2.2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	3	8	8.3	8.3	9.4
	4	58	60.4	60.4	69.8
	5	29	30.2	30.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

**X2.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	4	4.2	4.2	4.2
4	62	64.6	64.6	68.8
5	30	31.3	31.3	100.0
Total	96	100.0	100.0	

**X2.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	9.4	9.4	9.4
4	61	63.5	63.5	72.9
5	26	27.1	27.1	100.0
Total	96	100.0	100.0	

**Tabel Uji Deskriptif Variabel Kualitas Informasi (X3)****Tabel 4.9 Analisis Deskriptif Kualitas Informasi Statistics**

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
N Valid	96	96	96	96
Missing	0	0	0	0
Mean	4.26	3.92	4.22	4.18
Minimum	3	3	3	3
Maximum	5	5	5	5

**X3.1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	10	10.4	10.4	10.4
4	51	53.1	53.1	63.5
5	35	36.5	36.5	100.0
Total	96	100.0	100.0	

**X3.2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	23	24.0	24.0	24.0
4	58	60.4	60.4	84.4
5	15	15.6	15.6	100.0
Total	96	100.0	100.0	

**X3.3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	8	8.3	8.3	8.3
4	59	61.5	61.5	69.8
5	29	30.2	30.2	100.0
Total	96	100.0	100.0	

**X3.4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	12	12.5	12.5	12.5
4	55	57.3	57.3	69.8
5	29	30.2	30.2	100.0
Total	96	100.0	100.0	

**Tabel Uji Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian (Y)**

**Tabel 4.10 Analisis Deskriptif Keputusan Pembelian Online Statistics**

	Y1	Y2	Y3	Y4
N Valid	96	96	96	96
Missing	0	0	0	0
Mean	4.19	4.09	4.10	4.14
Minimum	3	3	3	3
Maximum	5	5	5	5

**Y1**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	9	9.4	9.4	9.4
4	60	62.5	62.5	71.9
5	27	28.1	28.1	100.0
Total	96	100.0	100.0	

**Y2**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	18	18.8	18.8	18.8
4	51	53.1	53.1	71.9
5	27	28.1	28.1	100.0
Total	96	100.0	100.0	

**Y3**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	17	17.7	17.7	17.7
4	52	54.2	54.2	71.9
5	27	28.1	28.1	100.0
Total	96	100.0	100.0	

**Y4**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	11	11.5	11.5	11.5
4	61	63.5	63.5	75.0
5	24	25.0	25.0	100.0
Total	96	100.0	100.0	

## Uji Regresi Linier Berganda

**Tabel 4.11 Regresi Linier Berganda  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	1.516	1.137		1.334	.186		
Promosi	.320	.126	.306	2.542	.013	.590	1.696
Harga	.360	.131	.346	2.736	.007	.627	1.594
Kualitas Informasi	.222	.106	.215	2.091	.039	.628	1.592

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Online

## Uji Parsial (Uji T)

**Tabel 4.12 Uji T  
Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.516	1.137		1.334	.186
Promosi (X1)	.320	.126	.306	2.542	.013
Harga (X2)	.360	.131	.346	2.736	.007
Kualitas Informasi (X3)	.222	.106	.215	2.091	.039

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Online (Y)



**Tabel 4.13 Hasil Uji T**

<b>1.148. Variabel Terikat</b>	<b>1.149. Variabel Bebas</b>	<b>1.150. T Hitung</b>	<b>1.151. Sign</b>	<b>1.152. Tabel</b>	<b>1.153. Keterangan</b>
<b>1.154. Keputusan Pembelian Online</b>	<b>1.155. Promosi (X1)</b>	<b>1.156. 2,542</b>	<b>1.157. 0,013</b>	<b>1.158. 1,989</b>	<b>1.159. Berpengaruh</b>
<b>1.160. Keputusan Pembelian Online</b>	<b>1.161. Harga (X2)</b>	<b>1.162. 2,736</b>	<b>1.163. 0,007</b>	<b>1.164. 1,989</b>	<b>1.165. Berpengaruh</b>
<b>1.166. Keputusan Pembelian Online</b>	<b>1.167. Kualitas Informasi (X3)</b>	<b>1.168. 2,091</b>	<b>1.169. 0,039</b>	<b>1.170. 1,989</b>	<b>1.171. Berpengaruh</b>

**Uji Koefisien Determinasi R Square**

**Tabel 4.15 Koefisien Determinasi R Square**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.811 <sup>a</sup>	.658	.647	1.294

a. Predictors: (Constant), Kualitas Informasi (X3), Harga (X2), Promosi (X1)