



## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER

#### PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN *BRAND IMAGE* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS *PRELOVED* DI DESMAR BOUTIQUE

#### PETUNJUK PENGISIAN

1. Baca pernyataan dengan hati-hati
2. Masukkan identitas Anda sesuai kolom
3. Pernyataan berikut tentang Harga, Kualitas Produk, *Brand Image* Dan Keputusan Pembelian
4. Beri tanda centang (✓) pada kolom menurut pendapat Anda.

Keterangan

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

5. Terimakasih atas bantuan dan kerjasama anda

#### Identitas Responden

Nama	:	
Pendidikan	:	<input type="checkbox"/> SD <input type="checkbox"/> SMP <input type="checkbox"/> SMA <input type="checkbox"/> Diploma/S1 <input type="checkbox"/> S2/S3
Usia	:	<input type="checkbox"/> 20-25 tahun <input type="checkbox"/> 26-35 tahun <input type="checkbox"/> 36-39 tahun <input type="checkbox"/> 40-45 tahun
Jenis kelamin	:	<input type="checkbox"/> Laki-laki <input type="checkbox"/> Wanita
Pekerjaan	:	<input type="checkbox"/> Pelajar <input type="checkbox"/> Pegawai Swasta <input type="checkbox"/> Pegawai Negeri Sipil <input type="checkbox"/> Wirausaha <input type="checkbox"/> Ibu Rumah Tangga <input type="checkbox"/> Lainnya
Pendapatan	:	<input type="checkbox"/> <2.000.000 <input type="checkbox"/> 2.000.001-5.000.000 <input type="checkbox"/> 5.000.001-7.000.000 <input type="checkbox"/> 7.000.001-10.000.000 <input type="checkbox"/> >10.000.001

Pengeluaran	<input type="checkbox"/> Rp250.000 - Rp500.000 <input type="checkbox"/> Rp500.001 - Rp1.500.000 <input type="checkbox"/> Rp1.500.001 - Rp2.000.000 <input type="checkbox"/> Rp2.000.001 - Rp5.000.000 <input type="checkbox"/> > Rp5.000.000
Pengalaman berbelanja di Desmar Boutique	: <input type="checkbox"/> Satu kali <input type="checkbox"/> lebih dari satu kali

### Harga

Harga		STS	TS	S	SS
Harga Terjangkau					
1	Apakah Anda setuju bahwa harga tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique terjangkau bagi Anda?				
2	Apakah Anda merasa bahwa harga tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique lebih murah dibandingkan dengan butik lainnya?				
Harga Sesuai dengan Kualitas					
3	Seberapa besar Anda setuju bahwa harga tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique sesuai dengan kualitas yang ditawarkan?				
4	Menurut Anda, apakah kualitas tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique sebanding dengan harganya?				
Daya Saing Harga					
5	Bagaimana pendapat Anda mengenai harga tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique jika dibandingkan dengan harga di toko atau butik lain?				
6	Seberapa besar Anda setuju bahwa Desmar Boutique menawarkan harga yang kompetitif untuk tas <i>preloved</i> dibandingkan dengan tempat lain?				
Harga Sesuai dengan Manfaat					
7	Seberapa besar Anda setuju bahwa manfaat yang Anda dapatkan dari membeli tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique sesuai dengan harganya?				
8	Menurut Anda, apakah harga yang Anda bayar untuk tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique sebanding dengan nilai manfaat yang Anda terima?				

### Kualitas

Kualitas		STS	TS	S	SS
Form					
1	Seberapa besar Anda setuju bahwa bentuk tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique sesuai dengan selera Anda?				
2	Apakah Anda merasa bahwa bentuk tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique proporsional dan menarik?				
Feature					
3	Seberapa lengkap fitur-fitur yang ada pada tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique sesuai dengan kebutuhan Anda?				
4	Apakah Anda puas dengan fitur tambahan (seperti kompartemen, kantong, resleting) yang tersedia pada tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique?				
Performance					
5	Seberapa besar Anda setuju bahwa tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique memiliki performa yang baik dalam penggunaan sehari-hari?				
6	Apakah tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique mampu memenuhi fungsi dan kegunaannya dengan baik?				
Conformance					
7	Seberapa besar Anda setuju bahwa tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique sesuai dengan spesifikasi yang dijanjikan?				
8	Apakah tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique memenuhi standar kualitas yang Anda harapkan?				
Durability					
9	Seberapa besar Anda setuju bahwa tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique memiliki daya tahan yang baik?				
10	Apakah tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique tetap dalam kondisi baik setelah digunakan dalam jangka waktu yang lama?				
Reliability					
11	Seberapa besar Anda setuju bahwa tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique dapat diandalkan dalam berbagai situasi?				
12	Apakah Anda merasa bahwa tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique jarang mengalami kerusakan atau masalah selama penggunaan?				
Repairability					
13	Seberapa besar Anda setuju bahwa tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique mudah untuk diperbaiki jika mengalami kerusakan?				
14	Apakah Anda merasa bahwa tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique memiliki suku cadang atau aksesoris yang mudah ditemukan untuk perbaikan?				

Style Produk					
15	Seberapa besar Anda setuju bahwa gaya tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique menarik dan sesuai dengan tren mode?				
16	Apakah Anda merasa bahwa tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique memiliki desain yang elegan dan stylish?				

### Brand Image

Brand Image		STS	TS	S	SS
Recognition					
1	Seberapa besar Anda setuju bahwa Anda dapat dengan mudah mengenali tas <i>preloved</i> dari Desmar Boutique?				
2	Apakah Anda familiar dengan logo dan merek Desmar Boutique ketika melihat tas <i>preloved</i> mereka?				
Reputation					
3	Seberapa besar Anda setuju bahwa Desmar Boutique memiliki reputasi yang baik di pasar tas <i>preloved</i> ?				
4	Bagaimana pendapat Anda tentang kepercayaan publik terhadap kualitas tas <i>preloved</i> yang dijual di Desmar Boutique?				
Affinity					
5	Seberapa besar Anda merasa memiliki kedekatan emosional dengan merek Desmar Boutique?				
6	Apakah Anda merasa bahwa Desmar Boutique memahami dan mencerminkan gaya dan kebutuhan pribadi Anda?				
Loyalty					
7	Seberapa besar kemungkinan Anda untuk membeli tas <i>preloved</i> lagi dari Desmar Boutique di masa depan?				
8	Seberapa besar Anda setuju bahwa Anda akan merekomendasikan Desmar Boutique kepada teman atau keluarga?				

### Keputusan Pembelian

Keputusan Pembelian		STS	TS	S	SS
Pengenalan Masalah					
1	Seberapa besar Anda setuju bahwa Anda sering merasa membutuhkan tas baru ketika melihat koleksi di Desmar Boutique?				
2	Seberapa sering Anda merasa bahwa tas yang Anda miliki saat ini tidak lagi memenuhi kebutuhan Anda?				
Pencarian Informasi					
3	Seberapa sering Anda mencari informasi tentang tas				

	<i>preloved</i> di Desmar Boutique sebelum memutuskan untuk membeli?				
Evaluasi Alternatif					
4	Seberapa besar Anda setuju bahwa Anda membandingkan tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique dengan tas dari butik lain sebelum membeli?				
Keputusan Pembelian					
5	Seberapa besar Anda setuju bahwa Anda memutuskan untuk membeli tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique karena faktor harga yang ditawarkan?				
6	Seberapa besar Anda setuju bahwa Anda memutuskan untuk membeli tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique karena reputasi dan brand image mereka?				
Perilaku Pembelian					
7	Seberapa sering Anda membeli tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique dibandingkan dengan butik lainnya?				
8	Apakah Anda cenderung melakukan pembelian ulang tas <i>preloved</i> di Desmar Boutique setelah pembelian pertama?				

## Lampiran 2. Uji Validitas Harga

		Correlations								
		H1	H2	H3	H4	H5	H6	H7	H8	Harga
H1	Pearson Correlation	1	.182**	.261**	.237**	.258**	.272**	.327**	.270**	.612**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
H2	Pearson Correlation	.182**	1	.210**	.162*	.210**	.216**	.304**	.202**	.537**
	Sig. (2-tailed)	.004		.001	.010	.001	.001	.000	.001	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
H3	Pearson Correlation	.261**	.210**	1	.211**	.213**	.311**	.290**	.334**	.624**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.001	.001	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
H4	Pearson Correlation	.237**	.162*	.211**	1	.155*	.205**	.220**	.256**	.543**
	Sig. (2-tailed)	.000	.010	.001		.014	.001	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
H5	Pearson Correlation	.258**	.210**	.213**	.155*	1	.291**	.099	.242**	.528**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.001	.014		.000	.118	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
H6	Pearson Correlation	.272**	.216**	.311**	.205**	.291**	1	.223**	.149*	.570**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.001	.000		.000	.019	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
H7	Pearson Correlation	.327**	.304**	.290**	.220**	.099	.223**	1	.187**	.577**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.118	.000		.003	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
H8	Pearson Correlation	.270**	.202**	.334**	.256**	.242**	.149*	.187**	1	.578**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.019	.003		.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Harga	Pearson Correlation	.612**	.537**	.624**	.543**	.528**	.570**	.577**	.578**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250

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

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

### Lampiran 3. Uji Validitas Kualitas Produk

**Correlations**

		K1	K2	K3	K4	K5	K6	K7	K8	K9	K10	K11	K12	K13	K14	K15	K16	Kualitas Produk
K1	Pearson Correlation	1	.282**	.307**	.340**	.061	.356**	.362**	.264**	.416**	.441**	.218**	.347**	.325**	.298**	.315**	.356**	.652**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.336	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K2	Pearson Correlation	.282**	1	.324**	-.078	.275**	.169**	.368**	-.298**	.350**	.263**	.266**	.290**	.264**	.329**	.373**	.581**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.219	.000	.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K3	Pearson Correlation	.307**	.324**	1	.034	.147*	.230**	.243**	.332**	.288**	.387**	.241**	.256**	.212**	.341**	.239**	.231**	.550**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.595	.020	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K4	Pearson Correlation	.340**	-.078	.034	1	.184**	.264**	.205**	.101	.251**	.215**	.183**	.261**	.166**	.082	.289**	.222**	.422**
	Sig. (2-tailed)	.000	.219	.595		.004	.000	.001	.109	.000	.001	.004	.000	.009	.198	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K5	Pearson Correlation	.061	.275**	.147*	.184**	1	.114	.113	.146*	.210**	.284**	.190**	.322**	.243**	.231**	.325**	.241**	.457**
	Sig. (2-tailed)	.336	.000	.020	.004		.071	.075	.021	.001	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K6	Pearson Correlation	.356**	.169**	.230**	.264**	.114	1	.295**	.193**	.328**	.232**	.275**	.332**	.284**	.326**	.192**	.293**	.561**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.000	.071		.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K7	Pearson Correlation	.362**	.368**	.243**	.205**	.113	.295**	1	.254**	.358**	.376**	.124	.268**	.296**	.264**	.424**	.362**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.075	.000		.000	.000	.000	.050	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K8	Pearson Correlation	.264**	.368**	.332**	.101	.146*	.193**	.254**	1	.123	.263**	.075	.204**	.329**	.192**	.226**	.244**	.489**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.109	.021	.002	.000		.053	.000	.237	.001	.000	.002	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K9	Pearson Correlation	.416**	.298**	.288**	.251**	.210**	.328**	.358**	.123	1	.266**	.212**	.267**	.195**	.374**	.306**	.289**	.596**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.053		.000	.001	.000	.002	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K10	Pearson Correlation	.441**	.350**	.387**	.215**	.284**	.232**	.376**	.253**	.268**	1	.129	.269**	.268**	.233**	.322**	.441**	.628**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000		.041	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K11	Pearson Correlation	.218**	.263**	.241**	.183**	.190**	.275**	.124	.075	.212**	.129	1	.171**	.068	.194**	.190**	.300**	.433**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.004	.003	.000	.050	.237	.001	.041		.007	.284	.002	.003	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K12	Pearson Correlation	.347**	.266**	.256**	.261**	.322**	.332**	.268**	.204**	.267**	.269**	.171**	1	.235**	.300**	.277**	.244**	.572**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.007		.000	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K13	Pearson Correlation	.325**	.290**	.212**	.166**	.243**	.284**	.296**	.329**	.195**	.268**	.068	.235**	1	.210**	.239**	.147**	.516**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.009	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.284	.000		.001	.000	.020	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K14	Pearson Correlation	.298**	.364**	.341**	.082	.231**	.328**	.264**	.192**	.374**	.233**	.194**	.300**	.210**	1	.205**	.274**	.549**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.198	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.002	.000	.001		.001	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K15	Pearson Correlation	.315**	.329**	.229**	.289**	.325**	.192**	.424**	.236**	.306**	.322**	.190**	.277**	.239**	.205**	1	.190**	.574**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.001		.003	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
K16	Pearson Correlation	.356**	.373**	.231**	.222**	.241**	.293**	.362**	.244**	.289**	.441**	.300**	.244**	.147**	.274**	.190**	1	.595**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.020	.000	.003		.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.652**	.581**	.550**	.422**	.457**	.561**	.608**	.489**	.586**	.628**	.433**	.572**	.516**	.549**	.574**	.595**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250	250

\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
\* Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



## Lampiran 4. Uji Validitas Brand Image

		Correlations								
		BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	Brand Image
BI1	Pearson Correlation	1	.432**	.297**	.352**	.162*	.362**	.316**	.398**	.708**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.010	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
BI2	Pearson Correlation	.432**	1	.224**	.255**	.260**	.239**	.427**	.368**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
BI3	Pearson Correlation	.297**	.224**	1	.093	.094	.177**	.198**	.340**	.506**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.143	.137	.005	.002	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
BI4	Pearson Correlation	.352**	.255**	.093	1	.116	.196**	.107	.184**	.494**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.143		.067	.002	.091	.003	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
BI5	Pearson Correlation	.162*	.260**	.094	.116	1	.295**	.168**	.273**	.508**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.137	.067		.000	.008	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
BI6	Pearson Correlation	.362**	.239**	.177**	.196**	.295**	1	.202**	.340**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.002	.000		.001	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
BI7	Pearson Correlation	.316**	.427**	.198**	.107	.168**	.202**	1	.205**	.553**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.091	.008	.001		.001	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
BI8	Pearson Correlation	.398**	.368**	.340**	.184**	.273**	.340**	.205**	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.001		.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Brand Image	Pearson Correlation	.708**	.677**	.506**	.494**	.508**	.601**	.553**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250

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

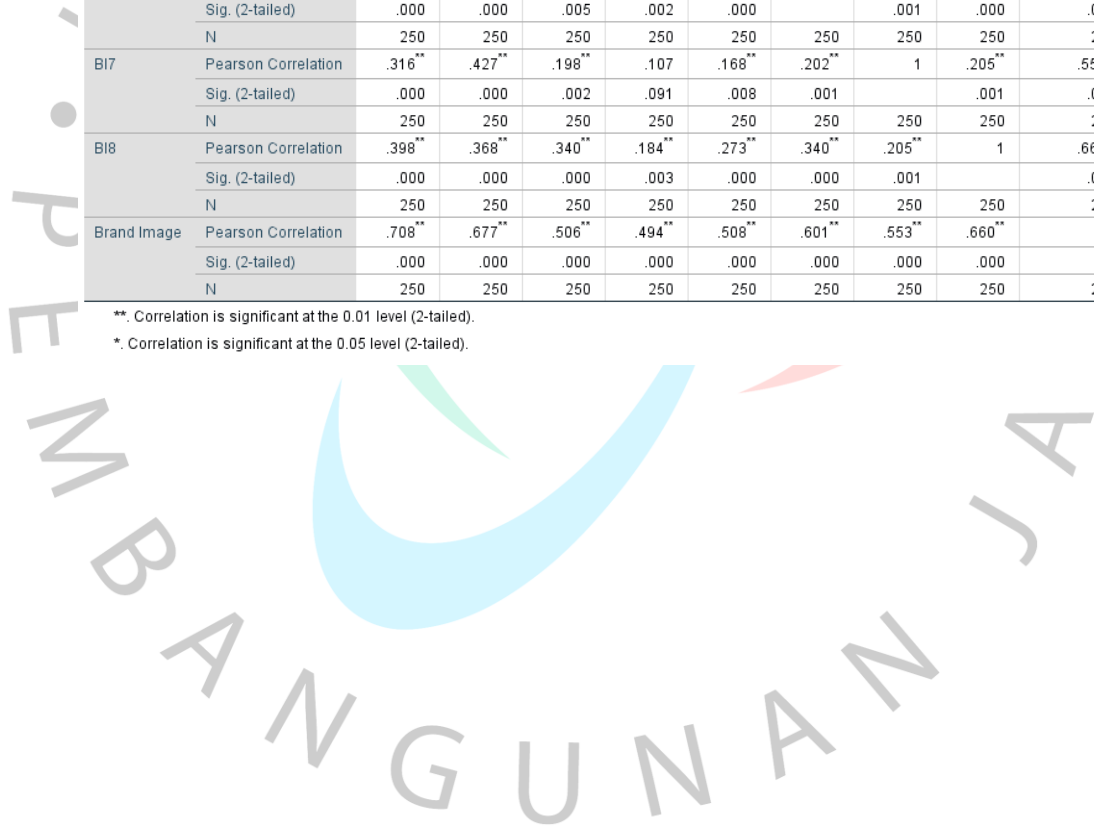
\* . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

## Lampiran 5. Uji Validitas Keputusan Pembelian

		Correlations								
		BI1	BI2	BI3	BI4	BI5	BI6	BI7	BI8	Brand Image
BI1	Pearson Correlation	1	.432**	.297**	.352**	.162*	.362**	.316**	.398**	.708**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.010	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
BI2	Pearson Correlation	.432**	1	.224**	.255**	.260**	.239**	.427**	.368**	.677**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
BI3	Pearson Correlation	.297**	.224**	1	.093	.094	.177**	.198**	.340**	.506**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.143	.137	.005	.002	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
BI4	Pearson Correlation	.352**	.255**	.093	1	.116	.196**	.107	.184**	.494**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.143		.067	.002	.091	.003	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
BI5	Pearson Correlation	.162*	.260**	.094	.116	1	.295**	.168**	.273**	.508**
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.137	.067		.000	.008	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
BI6	Pearson Correlation	.362**	.239**	.177**	.196**	.295**	1	.202**	.340**	.601**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.002	.000		.001	.000	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
BI7	Pearson Correlation	.316**	.427**	.198**	.107	.168**	.202**	1	.205**	.553**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.091	.008	.001		.001	.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
BI8	Pearson Correlation	.398**	.368**	.340**	.184**	.273**	.340**	.205**	1	.660**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.001		.000
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250
Brand Image	Pearson Correlation	.708**	.677**	.506**	.494**	.508**	.601**	.553**	.660**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	250	250	250	250	250	250	250	250	250

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

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



**Lampiran 6. Uji Reliabilitas**

a. Uji Reliabilitas Harga

**Reliability Statistics**

<u>Cronbach's Alpha</u>	<u>N of Items</u>
.707	8

c. Uji Reliabilitas Kualitas Produk

**Reliability Statistics**

<u>Cronbach's Alpha</u>	<u>N of Items</u>
.846	16

b. Uji Reliabilitas Brand Image

**Reliability Statistics**

<u>Cronbach's Alpha</u>	<u>N of Items</u>
.730	8

d. Reliabilitas Keputusan Pembelian

**Reliability Statistics**

<u>Cronbach's Alpha</u>	<u>N of Items</u>
.709	8



## Lampiran 7. Uji Asumsi Klasik

### a. Uji Normalitas

#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		250
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.95204241
Most Extreme Differences	Absolute	.044
	Positive	.028
	Negative	-.044
Test Statistic		.044
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

### b. Uji Multikolonieritas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-.201	.670		-.300	.764		
Harga	.193	.043	.192	4.436	.000	.264	3.784
Kualitas Produk	.293	.027	.552	10.717	.000	.187	5.343
Brand Image	.229	.045	.237	5.061	.000	.226	4.421

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### c. Uji Heteroskedastisitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	2.271	.401			5.665	.000
Harga	-.004	.026	-.018		-.148	.882
Kualitas Produk	-.028	.016	-.244		-1.704	.090
Brand Image	.005	.027	.023		.175	.861

a. Dependent Variable: Abs\_res

## Lampiran 8. Model Persamaan Regresi

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-.201	.670			-.300	.764
Harga	.193	.043	.192		4.436	.000
Kualitas Produk	.293	.027	.552		10.717	.000
Brand Image	.229	.045	.237		5.061	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

a. Koefisien korelai/determinasi

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.937 <sup>a</sup>	.878	.876	.95783

a. Predictors: (Constant), Brand Image, Harga, Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Uji T

### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	-.201	.670			-.300	.764
Harga	.193	.043	.192		4.436	.000
Kualitas Produk	.293	.027	.552		10.717	.000
Brand Image	.229	.045	.237		5.061	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

c. Uji F

### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1622.710	3	540.903	589.580	.000 <sup>b</sup>
Residual	225.690	246	.917		
Total	1848.400	249			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Brand Image, Harga, Kualitas Produk

## Lampiran 9. Curriculum Vitae



☎ 0895-3228-51275  
✉ desymaruli27@gmail.com  
📍 Jl Merpati Raya Ruko Urbana  
Place Blok B 12, Sawah Baru,  
Ciputat, Tangerang Selatan

### PROFIL

**Tempat Tanggal Lahir**  
Tangerang, 01 Desember 1999

**Status**  
Single

## DESY ULI NATALIA

Saya sangat senang dengan bisnis, dengan itu saya memiliki usaha tas preloved yang berada di Tangerang Selatan yang bernama Desmar Butik.

### PENDIDIKAN

**SD BINTANG KEJORA**  
**SMPN 3 TANGERANG SELATAN**  
**SMAN 1 TANGERANG SELATAN**  
**UNIV. PEMBANGUNAN JAYA**  
Manajemen

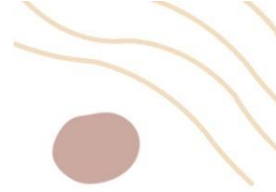
### KEAHLIAN

- Bermain Saxophone
- Bermain Piano
- Public Speaking


### PENGALAMAN KERJA

**BANK CENTRAL ASIA PURI INDAH**  
Customer Service

**CARSOME INDONESIA**  
2022 | Admin



## Lampiran 10. Formulir Pengajuan Sidang Skripsi


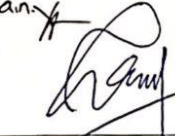
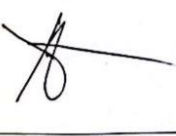

	<b>FORMULIR PENGAJUAN SIDANG SKRIPSI/TA</b>	SPT-I/03/SOP-28/F-03
		No. Revisi

Nama Mahasiswa : DESY ULI NATALIA LUMBANTORUAN  
 Prodi/NIM : MANAJEMEN / 2019021125  
 Judul Skripsi/TA : PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP  
 KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS PRELOVED DI DESMAR BOUTIQUE  
 Dosen Pembimbing : 1. Dr. Mohamad Zein Saleh, S.H., M.M.  
 : 2.  
 Dosen Penguji : 1. Dr. Edi Purwanto, S.E., M.M., M.Ms., M.M.T., M.H. JAD:  
 : 2. Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S., M.Si., CPA JAD:  
 : 3. JAD:  
 Jadwal Sidang : Tempat : Hari/Tanggal: Senin, 01 Juli 2024

Telah memenuhi syarat Sidang Skripsi/TA: (mohon beri tanda V untuk syarat yang relevan)

No	Syarat	Ya	Tidak
1	IPK minimal 2.00	✓	
2	Tidak ada nilai D untuk mata kuliah mayor/inti Prodi	✓	
3	MK Skripsi/TA tercantum di BRS semester berjalan	✓	
4	Lulus minimal 1 mata kuliah KOTA untuk tiap rumpun	✓	
5	SPT-I/03/SOP-28/F-03 Formulir Pembimbingan Skripsi (minimal 8 x)	✓	
6	Poin JSDP (minimal 75% persen dari syarat kelulusan)	✓	
7	Mengumpulkan dokumen Skripsi/TA (sesuai ketentuan Prodi)	✓	

Tangerang Selatan, 20 Juni 2024.

















Mengajukan	Mengetahui	Memeriksa	Menyetujui
			
DESY ULI NATALIA LUMBANTORUAN	Dr. Mohamad Zein Saleh, S.H., M.M.	Yusuf Iskandar, S.Si., M.M.	Dr. Dede Suleman, S.E., M.M., CMA.

Lampiran 11. Formulir Bimbingan Skripsi



	<b>FORMULIR PEMBIMBINGAN SKRIPSI/TA</b>	SPT-I/03/SOP-28/F-03
		No. Rekam

Nama Mahasiswa : **DESY ULI NATALIA LUMBANTORUAN**  
 Prodi/NIM : **MANAJEMEN /2019021125**  
 Judul Skripsi/TA yang diajukan : **PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE**

TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS PRELOVED  
DI DESMAR BOUTIQUE


No	Tanggal	Materi Pembimbingan	Paraf Mhs	Paraf Dosen Pembimbing
1	22.03.2024	MODEL PENELITIAN		
2	19.03.2024	FINALISASI JUDUL DAN VARIABEL		
3	22.03.2024	REVIEW BAB 1,2,3		
4	26.03.2024	KONSULTASI HASIL AKHIR		
5	01. Juli. 2024	Konsultasi		
6	02. Juli. 2024	Konsultasi		
7	08. Juli. 2024	Revisi BAB IV-V		
8	08. Juli. 2024	Pengumpulan revisi BAB IV-V		

\* Jika pembimbingan lebih dari minimal 8 kali, mohon membuat salinan formulir ini

		
DESY ULI NATALIA.L	Dr. Mohamad Zein Saleh, S.H., M.M.	Dosen Pembimbing 2



## Lampiran 12. Formulir Revisi Skripsi

 Universitas Pembangunan Jaya	<b>FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA</b>	SPT-UM/SOP-08/F.05
		No. Dokumen

Nama Mahasiswa : DESY ULU NATALIA LUMBANTORUAN  
Program Studi/NIM : MANAJEMEN / 2019021125  
Judul Skripsi : PENGARUH HARGA, KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN TAS PRELOVED DI DESMAR BEAUTIQUE  
Jadwal Sidang : SENIN, 01 JULI 2024  
Dosen Penguji 1 : Dr. Edi Purwanto, S.E., M.M., M.Mis., M.M.T., M.H.

Berdasarkan hasil evaluasi pada Sidang Skripsi, maka Skripsi yang disusun oleh mahasiswa tersebut perlu dilakukan revisi, dengan rincian sebagai berikut:

- Perubahan selain hasil dibandingkan dengan penelitian terdahulu, tambahkan juga implikasi praktis dan ketepatan / strategi lain s.

- Banyak teori yang setiap hipotesis di dalam minimal 5 referensi dari jurnal bereputasi

Tangerang Selatan, ... 01 JULI 2024 .....




(Dr. Edi Purwanto, S.E., M.M., M.Mis., M.M.T., M.H.)

\*Ditandatangani setelah mahasiswa menyelesaikan revisi

Copyright ©2020 Universitas Pembangunan Jaya. All rights reserved. | +62-21-7455555

CS Dipindai dengan CamScanner

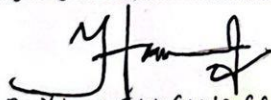
	<b>FORMULIR REVISI SKRIPSI / TA</b>	01/07/2024
		No. Revisi:

Nama Mahasiswa : DESY ULU KARYA LUBISANTOBIANI  
 Program Studi/IMM : TEKNOLOGI / 2019001135  
 Judul Skripsi : PENYUJUN HUBUN, KUALITAS PRODUK DAN BRAND IMAGE TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN GAS POKOK DI DEKAT BENTENG  
 Jadwal Sidang : SENIN, 01 JULI 2024  
 Dosen Penguji 2 : Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S., M.Si., CPMA

Berdasarkan hasil evaluasi pada Sidang Skripsi, maka Skripsi yang disusun oleh mahasiswa tersebut perlu dilakukan revisi, dengan rincian sebagai berikut:

1. Penulisan Sitasi' fortbaiki sesuai pedoman.
2. Gambar model konseptual pakai oval.
3. Indikator keputusan pembelian.
4. Hasil berupa angka statistik di pembahasan tdk perlu
5. Perdalam pembahasan dengan penjelasan di level indikator.
6. Saran Sematkan dengan hasil penelitian. Saran harus melibatkan dari jels. Berdasarkan pada pembahasan di level indikator.

Tangerang Selatan, 01 Juli 2024.....

  
 (Dr. Yohanes Totok Suyoto, S.S., M.Si., CPMA.)  
 Anggota Penguji/Dosen Penguji 2\*

\*Ditandatangani setelah mahasiswa menyelesaikan revisi