

KUESIONER SURVEI

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PERILAKU KONSUMEN DALAM KEPUTUSAN PEMBELIAN PASHMINA IMA SCARF

**(Studi Kasus pada Mahasiswi Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari
Banjarmasin)**

Petunjuk Pengisian:

1. Pilihlah salah satu jawaban pada masing-masing pertanyaan berikut ini dengan mencontreng (√) pada jawaban yang dipilih dengan kriteria:
 - a. SS : Sangat Setuju
 - b. S : Setuju
 - c. CS : Cukup Setuju
 - d. TS : Tidak Setuju
 - e. STS: Sangat Tidak Setuju
2. Pilihan tersebut hendaknya seobjektif mungkin.
3. Kuesioner ini digunakan secara optimal bila seluruh pertanyaan terjawab, karena itu mohon diteliti kembali apakah semua pertanyaan sudah terjawab.

Atas perhatian dan partisipan anda, kami ucapkan terimakasih. Semoga amal ibadah anda mendapat balasan dari Allah SWT, Amin.

Hormat Saya

Rezky Saputri

I. Data Responden

Nama : (Boleh dikosongkan)

NIM :

Jurusan :

Angkatan :

II. Pertanyaan-pertanyaan yang terkait dengan penelitian

Berilah tanda X atau \surd pada salah satu jawaban yang menurut anda paling sesuai

Keterangan :

SANGAT SETUJU (SS) = 5

SETUJU (S) = 4

CUKUP SETUJU (CS) = 3

TIDAK SETUJU (TS) = 2

SANGAT TIDAK SETUJU (STS) = 1

Produk (X1)

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Bentuk pashmina Ima Scarf sesuai dengan keinginan saya					
2	Gaya dan mudah diperbaiki membuat saya memilih pashmina Ima Scarf					
3	Warna yang ditawarkan dari pashmina Ima scarf sangat bervariasi					

Promosi (X2)

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS

1	Saya lihat dari televisi, internet, dan majalah membuat saya tertarik ingin membeli pashmina Ima Scarf					
2	Promosi dari berbagai media sosial membuat saya tertarik ingin membeli pashmina Ima Scarf					
3	Saran teman dan keluarga mempengaruhi saya membeli pashmina Ima Scarf					

Harga (X3)

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Harga yang ditawarkan pashmina Ima Scarf sangat terjangkau sehingga membuat saya ingin membeli					
2	Harga sesuai dengan kualitas yang didapat dari pashmina Ima Scarf ini					
3	Dibanding dengan pashmina lain Ima Scarf ini harganya lebih kompetitif					

Lokasi (X4)

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Lokasi yang sangat strategis dan mudah dijangkau memudahkan anda untuk membeli pashmina Ima Scarf					
2	Produsen (penjual pashmina Ima Scarf) mendatangi anda dan melakukan penawaran secara langsung sehingga tidak menyulitkan anda untuk ke lokasi penjualan					
3	Pembelian pashmina Ima Scarf dapat dilakukan lewat media sosial, seperti telepon, komputer, BBM, instagram, dan lain-lain sehingga mempermudah konsumen dalam pembelian.					

Keputusan Pembelian Pashmina Ima Scarf (Y)

NO	Pertanyaan	Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS

1	Saya membeli pashmina Ima Scarf ini setelah adanya keinginan dan kebutuhan					
2	Saya membeli pashmina Ima Scarf ini setelah mencari informasi kualitas produknya					
3	Pashmina Ima Scarf ini merupakan trend hijaber masa kini yang paling mudah digunakan dan dikreasikan dengan bermacam-macam tutorial					

“TERIMA KASIH”

Hasil Uji Autokorelasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,772 ^a	,596	,577	1,33068	1,905

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X1, TOTAL_X3, TOTAL_X2

b. Dependent Variable: TOTAL_Y

Hasil Uji Heterokedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,111	,541		2,055	,043		
	TOTAL_X1	,026	,052	,075	,491	,625	,499	2,002
	TOTAL_X2	,003	,056	,009	,054	,957	,404	2,473
	TOTAL_X3	,036	,063	,095	,575	,567	,423	2,362
	TOTAL_X4	-,072	,062	-,174	-1,165	,247	,520	1,925

a. Dependent Variable: ABS

Hasil Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,531	,905		2,797	,006		
	TOTAL_X1	,136	,087	,152	1,562	,122	,499	2,002
	TOTAL_X2	,311	,093	,363	3,343	,001	,404	2,473
	TOTAL_X3	,182	,105	,184	1,735	,086	,423	2,362
	TOTAL_X4	,226	,103	,209	2,186	,032	,520	1,925

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		90
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,30043267
Most Extreme Differences	Absolute	,078
	Positive	,078
	Negative	-,055
Test Statistic		,078
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,531	,905		2,797	,006		
	TOTAL_X1	,136	,087	,152	1,562	,122	,499	2,002
	TOTAL_X2	,311	,093	,363	3,343	,001	,404	2,473
	TOTAL_X3	,182	,105	,184	1,735	,086	,423	2,362
	TOTAL_X4	,226	,103	,209	2,186	,032	,520	1,925

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Hasil Uji Hipotesis Secara Simultan

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	221,812	4	55,453	31,317	,000 ^b
	Residual	150,510	85	1,771		
	Total	372,322	89			

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

b. Predictors: (Constant), TOTAL_X4, TOTAL_X1, TOTAL_X3, TOTAL_X2

Hasil Uji Hipotesis Secara Parsial

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,531	,905		2,797	,006		
	TOTAL_X1	,136	,087	,152	1,562	,122	,499	2,002
	TOTAL_X2	,311	,093	,363	3,343	,001	,404	2,473
	TOTAL_X3	,182	,105	,184	1,735	,086	,423	2,362
	TOTAL_X4	,226	,103	,209	2,186	,032	,520	1,925

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

Hasil Uji Validitas

Produk

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	TOTAL_X1
X1_1	Pearson Correlation	1	,812**	,379**	,922**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	90	90	90	90
X1_2	Pearson Correlation	,812**	1	,403**	,924**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	90	90	90	90
X1_3	Pearson Correlation	,379**	,403**	1	,622**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	90	90	90	90
TOTAL_X1	Pearson Correlation	,922**	,924**	,622**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

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

Promosi

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	TOTAL_X2
X2_1	Pearson Correlation	1	,795**	,569**	,889**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	90	90	90	90
X2_2	Pearson Correlation	,795**	1	,627**	,910**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	90	90	90	90
X2_3	Pearson Correlation	,569**	,627**	1	,843**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	90	90	90	90
TOTAL_X2	Pearson Correlation	,889**	,910**	,843**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

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

Harga

Correlations

		X3_1	X3_2	X3_3	TOTAL_X3
X3_1	Pearson Correlation	1	,531**	,602**	,859**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	90	90	90	90
X3_2	Pearson Correlation	,531**	1	,648**	,823**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	90	90	90	90
X3_3	Pearson Correlation	,602**	,648**	1	,875**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	90	90	90	90
TOTAL_X3	Pearson Correlation	,859**	,823**	,875**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

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

Lokasi

Correlations

		X4_1	X4_2	X4_3	TOTAL_X4
X4_1	Pearson Correlation	1	,368**	,518**	,828**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	90	90	90	90
X4_2	Pearson Correlation	,368**	1	,254*	,698**
	Sig. (2-tailed)	,000		,016	,000
	N	90	90	90	90
X4_3	Pearson Correlation	,518**	,254*	1	,772**
	Sig. (2-tailed)	,000	,016		,000
	N	90	90	90	90
TOTAL_X4	Pearson Correlation	,828**	,698**	,772**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

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

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

Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y_1	Y_2	Y_3	TOTAL_Y
Y_1	Pearson Correlation	1	,570**	,379**	,785**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	90	90	90	90
Y_2	Pearson Correlation	,570**	1	,493**	,872**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	90	90	90	90
Y_3	Pearson Correlation	,379**	,493**	1	,767**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	90	90	90	90
TOTAL_Y	Pearson Correlation	,785**	,872**	,767**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	90	90	90	90

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

Hasil Uji Realibilitas

Produk

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,840	,893	4

Promosi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,856	,931	4

Harga

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,846	,913	4

Lokasi

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,811	,843	4

Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,830	,879	4

RIWAYAT HIDUP

1. Nama Lengkap : Rezky Saputri
2. Tempat dan tanggal lahir : Pangkalan Bun, 30 Oktober 1994
3. Agama : Islam
4. Kebangsaan : Indonesia
5. Status Perkawinan : Belum Menikah
6. Alamat : Jl. Tanjung Terantang, Kota Pangkalan Bun
7. Pendidikan :
 - a. TK Kiayi Gede Pangkalan Bun
 - b. SDN 1 Raja Pangkalan Bun
 - c. MTs Termili Pangkalan Bun
 - d. MAN Pangkalan Bun
 - e. Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam IAIN Antasari Banjarmasin Program S-1 Ekonomi Syariah
8. Organisasi : -
9. Orang Tua
 - a. Ayah
Nama : Rusmawardi
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Jl. Tanjung Terantang Kota Pangkalan Bun
 - b. Ibu
Nama : Ratnawati
Pekerjaan : Wiraswasta
Alamat : Jl. Tanjung Terantang Kota Pangkalan Bun
10. Anak : Anak ke 4 (empat) dari 5 (lima) saudara

Banjarmasin,
Penulis,

Rezky Saputri