

## Lampiran 1

### KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Bapak/Ibu

Konsumen Toko Mahkota Jati Pangkalpinang

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Efendi

NIM : 302 12 11 025

Prodi : Manajemen

Adalah Mahasiswa Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung yang sedang menyusun sebuah skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi, dengan judul **“Pengaruh Desain produk, Kualitas Produk, dan Kepercayaan Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Sofa Rakitan Pandri Mebel Pangkalpinang (Studi Kasus pada Toko Mahkota Jati Pangkalpinang)”**. Oleh karena itu, mohon bantuan Bapak/Ibu untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kuisisioner berikut ini.

Kuisisioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata, dan tidak untuk dipublikasikan. Kerahasiaan Bapak/Ibu dapat saya jamin.

Demikianlah, saya ucapkan terima kasih atas kesediaan Bapak/Ibu yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner ini.

Pangkalpinang, Desember 2016

Peneliti,

Efendi

## Profil Responden

Berilah tanda *check list* ( ) untuk setiap jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan diri anda

1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin :  Pria  Wanita
3. Usia :  18-25 Tahun  31-40 Tahun  
 26-30 Tahun  > 40 Tahun
4. Pendidikan Terakhir :  SLTP  D3  S2  
 SLTA  S1  Lainnya
5. Pekerjaan :  PNS  Pengusaha  
 Wiraswasta  Petani  
 Buruh  Lainnya

### A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat.
2. Bapak/Ibu tinggal beri tanda *check list*( ) pada kolom yang sesuai dengan pilihan.
3. Untuk setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
4. Jika ada kesalahan dalam memilih alternatif jawaban,beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda *check list*( ) pada kolom yang sesuai.
5. Semua pertanyaan yang ada, mohon di jawab tanpa ada satupun yang terlewat.

B. Keterangan Jawaban

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. RR : Ragu-Ragu
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

**Kuesioner Variabel Desain Produk (X1)**

No	Pernyataan	Pilihan jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
- BENTUK		-	-	-	-	-
1	Sofa Pandri Mebel mempunyai keindahan bentuk desainnya.					
2	Sofa Pandri Mebel mempunyai bentuk yang unik.					
- UKURAN		-	-	-	-	-
3	Saya merasa Sofa Pandri Mebel memiliki ukuran yang sesuai dengan keinginan					
4	Salah satu daya tarik yang dimiliki oleh Sofa Pandri Mebel adalah ukurannya					
- MUTU		-	-	-	-	-
5	Produk Sofa Pandri mebel merupakan produk yang bermutu					
6	Mutu Sofa Pandri Mebel sesuai dengan harga yang di tawarkan					
- BAHAN		-	-	-	-	-
7	Sofa Pandri Mebel memiliki tekstur bahan yang halus					
8	Saaya merasa Sofa Pandri Mebel menggunakan bahan yang berkualitas.					
- WARNA		-	-	-	-	-
9	Sofa Pandri Mebel memiliki warna yang menarik.					
10	Saya merasa Sofa Pandri Mebel memiliki warna yang sesuai dengan desain produknya					

### Kuesioner Variabel Kualitas Produk (X2)

No	Pernyataan	Pilihan jawaban				
		ST S	TS	RR	S	SS
- DAYA TAHAN		-	-	-	-	-
1	Sofa Pandri Mebel memiliki jenis bahan yang berkualitas.					
2	Saya merasa Sofa Pandri Mebel memiliki daya tahan yang kuat.					
- KESESUAIN TERHADAP SPESIFIK		-	-	-	-	-
3	Jenis model produk Sofa Pandri Mebel bervariasi.					
4	Saya merasa tidak ada kecacatan produk pada Sofa Pandri Mebel.					
- FITUR		-	-	-	-	-
5	Saya membeli Sofa Pandri Mebel karena motifnya yang menarik.					
6	Sofa Pandri Mebel memiliki Fungsi produk yang sesuai dengan kebutuhan.					
- REABILITAS		-	-	-	-	-
7	Sofa Pandri Mebel merupakan produk yang handal.					
8	Produk Sofa Pandri Mebel sangat memuaskan konsumen					
- ESTETIKA		-	-	-	-	-
9	Saya merasa Sofa Pandri Mebel memiliki tampilan yang menarik.					
10	Tampilan Sofa Pandri Mebel memiliki daya tarik yang dapat mempengaruhi daya beli konsumen.					

### Kuesioner Variabel Kepercayaan Konsumen (X3)

No	Pernyataan	Pilihan jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
- TRUSTING BELIEF		-	-	-	-	-
1	Saya percaya Sofa Pandri Mebel memiliki kualitas yang bagus.					

2	Saya lebih yakin menggunakan produk Sofa Pandri Mebel dibandingkan dengan produk lain.					
- TRUSTING INTENTION		-	-	-	-	-
3	Saya menilai Sofa Pandri Mebel memiliki kualitas yang bagus.					
4	Saya berasumsi bahwa Sofa Pandri Mebel memiliki kualitas yang terjamin.					

### Kuesioner Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	Pilihan jawaban				
		ST S	TS	RR	S	SS
- BENEFIT ASSOCIATION		-	-	-	-	-
1	Saya merasa Sofa Pandri Mebel memiliki manfaat yang positif terhadap konsumen					
2	Merek Sofa Pandri Mebel mudah di ingat oleh konsumen.					
- PRIORITAS MEMBELI		-	-	-	-	-
3	Saya memprioritaskan Sofa Pandri Mebel dalam melakukan keputusan pembelian.					
4	Pandri Mebel selalu menawarkan produk-produk baru.					
- FREKUENSI PEMBELIAN		-	-	-	-	-
5	Saya setia menggunakan Sofa Pandri Mebel					
6	Saya merasa Pandri Mebel memiliki kinerja yang baik dalam menghasilkan produknya.					

## Lampiran 2

### Tabulasi Jawaban Responden

#### 1. Variabel Desain Produk (X1)

NO	DP 1.1	DP 1.2	DP 1.3	DP 1.4	DP 1.5	DP 1.6	DP 1.7	DP 1.8	DP 1.9	DP 1.10	ST DP
1	2	4	3	4	2	4	3	5	2	4	33
2	5	2	4	5	5	3	4	5	2	4	40
3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
4	2	5	2	2	4	2	3	5	2	5	32
5	4	4	5	2	5	5	4	5	5	5	44
6	2	4	3	2	4	2	2	4	3	4	30
7	5	4	5	4	4	4	3	4	5	5	43
8	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	37
9	4	5	4	4	5	4	3	2	4	4	39
10	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	37
11	2	2	2	2	4	2	4	3	2	2	25
12	4	5	4	4	4	3	4	5	4	5	42
13	4	5	5	2	4	5	4	5	5	5	44
14	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
15	4	4	5	4	4	3	5	4	5	5	43
16	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4	43
17	2	2	2	3	4	4	2	2	2	5	28
18	4	4	4	2	3	5	3	4	4	4	37
19	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	37
20	2	5	4	5	3	5	5	5	4	5	43
21	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	41
22	4	4	4	4	2	4	3	4	4	4	37
23	4	4	4	4	3	4	5	4	2	4	38
24	2	4	4	2	5	4	4	4	4	4	37
25	4	4	5	5	5	5	2	5	5	5	45
26	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	44
27	5	4	5	3	3	5	4	4	5	5	43
28	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	35
29	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	34
30	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	37
31	5	3	5	5	4	3	5	3	5	5	43
32	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	44
33	4	5	5	5	2	5	4	4	4	4	42
34	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	45
35	5	5	4	4	5	5	4	3	4	4	43



80	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	48
81	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	41
82	5	2	4	4	4	5	4	3	4	5	40
83	4	3	4	4	5	4	4	5	4	5	42
84	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41
85	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	47
86	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	46
87	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4	42
88	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	35
89	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	34
90	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
91	3	4	3	5	3	3	3	5	3	5	37
92	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	40
93	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	47

## 2. Variabel Kualitas Produk (X2)

NO	KP 2.1	KP 2.2	KP 2.3	KP 2.4	KP 2.5	KP 2.6	KP 2.7	KP 2.8	KP 2.9	KP 2.10	ST KP
1	5	4	2	3	3	4	5	5	2	4	37
2	3	5	3	4	4	4	4	4	5	3	39
3	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	42
4	3	5	4	5	2	3	5	3	4	5	39
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
6	4	4	5	5	4	4	5	4	4	2	41
7	5	5	5	5	3	5	5	5	4	4	46
8	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	40
9	3	4	4	4	5	5	4	5	5	4	43
10	5	4	5	4	5	4	5	4	3	4	43
11	4	5	5	5	4	4	3	5	4	5	44
12	2	5	4	4	3	5	5	4	4	3	39
13	5	5	4	5	5	5	3	5	4	5	46
14	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	44
15	4	4	4	5	4	2	5	3	4	3	38
16	4	5	4	4	5	5	3	5	5	5	45
17	5	4	5	5	3	5	5	5	4	4	45
18	5	4	4	4	4	4	4	4	3	5	41
19	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
20	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	44
21	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	41



22	3	4	4	2	4	5	5	5	2	4	38
23	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	37
24	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	40
25	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
26	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	46
27	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	42
28	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	37
29	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	34
30	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
31	3	5	5	5	3	3	4	3	4	3	38
32	5	4	5	5	4	4	3	4	4	4	42
33	5	4	4	5	5	5	4	5	2	5	44
34	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	46
35	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	47
36	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
37	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	46
38	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	32
39	3	4	3	4	3	3	5	4	5	3	37
40	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	41
41	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	40
42	4	4	4	4	5	2	4	5	3	5	40
43	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	39
44	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	46
45	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	38
46	3	4	4	5	5	3	4	4	4	4	40
47	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	45
48	3	4	4	5	4	3	5	4	3	4	39
49	4	4	4	5	4	4	2	5	4	5	41
50	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	35
51	5	2	5	5	5	4	4	4	4	4	42
52	4	5	5	4	5	3	5	5	4	5	45
53	4	4	4	4	3	3	4	5	3	4	38
54	3	4	4	5	5	2	5	5	5	5	43
55	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	39
56	3	4	4	5	5	5	5	5	5	4	45
57	4	4	3	4	5	5	3	5	5	5	43
58	2	4	4	4	4	4	5	4	5	2	38
59	4	4	4	4	5	3	5	5	3	5	42
60	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	41
61	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	39
62	4	5	4	4	4	3	2	5	5	5	41
63	5	4	4	4	5	3	5	4	5	4	43
64	5	5	5	4	5	2	5	4	5	5	45
65	5	2	5	4	5	3	4	4	4	4	40

66	3	5	4	5	4	4	4	4	4	5	42
67	5	4	5	5	3	5	5	4	5	4	45
68	3	4	3	5	4	4	4	5	5	5	42
69	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	40
70	4	2	4	4	4	4	4	4	3	2	35
71	5	5	5	4	4	3	4	2	5	4	41
72	4	4	5	5	3	5	3	5	4	4	42
73	5	2	5	4	5	4	4	4	4	4	41
74	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
75	5	4	5	5	4	3	4	2	4	4	40
76	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	45
77	5	3	5	2	3	3	5	4	5	4	39
78	4	2	4	3	4	4	4	5	4	5	39
79	2	4	4	4	4	3	4	4	4	3	36
80	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	42
81	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	39
82	4	4	4	5	4	4	5	5	3	5	43
83	4	4	4	5	4	4	4	5	4	2	40
84	4	2	4	4	4	3	2	4	5	5	37
85	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
86	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	46
87	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	45
88	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	41
89	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	33
90	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	37
91	5	5	5	5	3	5	4	3	4	4	43
92	2	5	5	4	4	5	3	1	4	4	37
93	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47

### 3. Variabel Kepercayaan Konsumen (X3)

NO	KK3.1	KK3.2	KK3.3	KK3.4	STKK
1	3	3	4	5	15
2	4	3	4	4	15
3	5	3	4	4	16
4	5	2	3	5	15
5	5	3	5	5	18
6	4	4	4	3	15
7	3	5	5	5	18
8	4	4	4	4	16

9	5	3	5	4	17
10	4	4	4	4	16
11	4	3	4	3	14
12	3	5	5	5	18
13	5	4	5	3	17
14	4	4	4	4	16
15	4	3	4	5	16
16	5	5	5	3	18
17	3	3	5	5	16
18	4	4	4	4	16
19	4	3	4	4	15
20	5	4	5	5	19
21	4	3	4	4	15
22	4	4	5	5	18
23	4	4	4	3	15
24	4	3	4	4	15
25	5	5	5	5	20
26	5	5	5	5	20
27	4	5	4	4	17
28	4	4	4	4	16
29	3	3	3	4	13
30	3	4	4	4	15
31	3	5	3	4	15
32	4	5	4	3	16
33	5	5	5	4	19
34	5	4	4	5	18
35	5	4	5	4	18
36	5	5	5	5	20
37	5	5	4	5	19
38	4	3	3	3	13
39	3	4	3	5	15
40	4	4	4	5	17
41	4	5	4	4	17
42	5	4	5	4	18
43	4	4	4	3	15
44	5	5	5	5	20
45	3	4	4	4	15
46	5	5	3	4	17
47	2	4	5	5	16
48	4	4	3	5	16
49	4	4	4	5	17
50	4	5	3	3	15
51	5	4	4	4	17
52	5	5	3	5	18

53	3	4	3	4	14
54	5	5	5	5	20
55	3	4	5	4	16
56	5	4	5	5	19
57	5	2	5	5	17
58	4	5	4	5	18
59	5	5	3	5	18
60	4	5	4	5	18
61	4	4	5	4	17
62	3	4	3	4	14
63	3	4	3	4	14
64	3	5	4	4	16
65	3	4	5	3	15
66	5	5	5	4	19
67	5	4	5	5	19
68	3	4	4	5	16
69	5	5	4	4	18
70	2	5	4	4	15
71	4	4	5	5	18
72	3	5	3	3	14
73	4	5	4	4	17
74	4	4	4	4	16
75	5	4	4	4	17
76	4	5	5	5	19
77	4	5	4	4	17
78	5	4	4	4	17
79	4	4	4	4	16
80	4	3	4	4	15
81	4	5	5	5	19
82	4	5	4	4	17
83	4	2	5	5	16
84	4	4	5	5	18
85	3	3	4	5	15
86	3	4	4	4	15
87	3	3	4	4	14
88	4	4	3	3	14
89	3	4	4	4	15
90	4	4	4	4	16
91	5	4	4	4	17
92	3	5	4	4	16
93	5	5	2	5	17

#### 4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

NO	KP4.1	KP4.2	KP4.3	KP.4.4	KP4.5	KP4.6	STKP
1	4	2	4	5	4	4	23
2	4	4	4	4	5	4	25
3	5	5	4	5	4	4	27
4	2	5	5	5	5	5	27
5	4	5	5	5	2	5	26
6	4	3	4	3	5	4	23
7	4	5	5	5	4	5	28
8	4	3	3	3	4	3	20
9	5	4	4	4	4	4	25
10	4	4	4	4	2	4	22
11	5	5	5	5	5	5	30
12	5	4	5	4	4	5	27
13	5	5	5	5	2	5	27
14	4	4	4	4	4	4	24
15	4	5	5	5	4	5	28
16	5	4	4	4	4	4	25
17	5	2	5	5	3	5	25
18	4	4	4	4	2	4	22
19	3	4	4	2	4	4	21
20	5	4	5	4	5	4	27
21	4	4	4	4	4	4	24
22	4	4	4	4	4	4	24
23	4	2	4	4	4	4	22
24	4	4	4	4	2	4	22
25	4	5	5	5	5	5	29
26	5	4	5	4	4	5	27
27	4	5	5	5	3	5	27
28	4	3	3	3	4	3	20
29	3	3	3	3	4	3	19
30	3	4	4	4	4	4	23
31	3	5	5	5	5	5	28
32	4	5	5	2	5	5	26
33	5	5	5	5	5	5	30
34	5	5	4	5	5	4	28
35	5	4	4	4	4	4	25
36	5	5	4	5	5	4	28
37	5	4	5	5	3	5	27
38	4	3	3	3	3	3	19
39	3	4	4	4	4	4	23
40	4	4	4	4	4	4	24

41	4	4	4	4	4	2	22
42	5	4	5	4	4	5	27
43	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	5	4	25
45	3	4	4	4	4	4	23
46	4	5	5	5	4	2	25
47	4	4	5	4	5	5	27
48	2	5	4	5	4	4	24
49	4	5	5	5	4	5	28
50	4	3	5	3	4	5	24
51	5	5	5	5	5	5	30
52	4	4	4	4	4	4	24
53	4	4	4	4	4	4	24
54	4	5	5	5	4	5	28
55	4	4	4	4	2	4	22
56	4	5	4	5	4	4	26
57	5	4	4	4	4	2	23
58	5	4	4	4	4	4	25
59	4	4	2	4	5	5	24
60	4	4	5	4	4	5	26
61	2	4	3	2	5	5	21
62	5	3	4	5	4	5	26
63	4	4	4	5	4	5	26
64	4	5	3	4	4	4	24
65	5	5	4	4	4	4	26
66	4	2	5	5	4	5	25
67	4	4	3	4	5	5	25
68	4	4	4	4	4	4	24
69	5	4	3	4	4	3	23
70	3	4	4	4	2	5	22
71	4	5	4	3	5	4	25
72	4	3	4	4	4	4	23
73	4	5	4	3	4	4	24
74	5	4	4	4	2	4	23
75	4	3	5	5	4	4	25
76	5	5	5	5	4	5	29
77	4	4	4	4	5	4	25
78	3	5	3	4	4	4	23
79	4	4	4	4	4	3	23
80	3	5	5	4	4	3	24
81	5	4	3	5	5	3	25
82	2	4	3	4	5	4	22
83	3	4	5	2	4	5	23
84	5	4	4	5	5	5	28

85	5	5	2	5	5	5	27
86	4	4	5	5	4	4	26
87	3	5	4	5	4	3	24
88	3	4	3	3	5	3	21
89	4	3	4	3	4	4	22
90	3	4	4	3	4	3	21
91	4	3	5	1	4	4	21
92	4	4	4	4	4	4	24
93	2	5	5	4	5	2	23



### Lampiran 3

Hasil Karakteristik Responden:

#### 1. Berdasarkan Jenis Kelamin

		JenisKelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	45	48.4	48.4	48.4
	Perempuan	48	51.6	51.6	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

#### 2. Berdasarkan Usia

		Usia			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	18-25 Tahun	6	6.5	6.5	6.5
	26-30 tahun	30	32.3	32.3	38.7
	31-40 Tahun	45	48.4	48.4	87.1
	>40 Tahun	12	12.9	12.9	100.0
	Total	93	100.0	100.0	

#### 3. Berdasarkan Pendidikan

		Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTP	14	15.1	15.1	15.1
	SLTA	32	34.4	34.4	49.5
	D3	16	17.2	17.2	66.7
	S1	21	22.6	22.6	89.2
	S2	5	5.4	5.4	94.6
	Lainnya	5	5.4	5.4	100.0
	Total	93	100.0	100.0	



4. Berdasarkan Pekerjaan

		<b>Pekerjaan</b>			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	19	20.4	20.4	20.4
	Wiraswasta	31	33.3	33.3	53.8
	Buruh	6	6.5	6.5	60.2
	Pengusaha	11	11.8	11.8	72.0
	Petani	12	12.9	12.9	84.9
	Lainnya	14	15.1	15.1	100.0
	Total	93	100.0	100.0	



## Lampiran 4

### Hasil Deskriptif

#### 1. Variabel Desain Produk (X1)

##### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Desain Produk.1	93	1	5	3.94	.965
Desain Produk.2	93	2	5	3.94	.895
Desain Produk.3	93	2	5	4.06	.805
Desain Produk.4	93	2	5	4.01	.866
Desain Produk.5	93	2	5	4.10	.795
Desain Produk.6	93	2	5	4.11	.773
Desain Produk.7	93	2	5	4.03	.800
Desain Produk.8	93	2	5	4.01	.814
Desain Produk.9	93	2	5	4.01	.853
Desain Produk.10	93	2	5	4.27	.709
Valid N (listwise)	93				

#### 2. Variabel Kualitas Produk (X2)

##### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kualitas Produk.1	93	2	5	4.05	.812
Kualitas Produk.2	93	2	5	4.05	.785
Kualitas Produk.3	93	2	5	4.24	.666
Kualitas Produk.4	93	2	5	4.31	.691
Kualitas Produk.5	93	2	5	4.15	.765
Kualitas Produk.6	93	2	5	3.97	.853
Kualitas Produk.7	93	2	5	4.17	.789
Kualitas Produk.8	93	1	5	4.17	.816
Kualitas Produk.9	93	2	5	4.05	.826
Kualitas Produk.10	93	2	5	4.12	.778
Valid N (listwise)	93				

### 3. Variabel Kepercayaan Konsumen (X3)

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Kepercayaan Konsumen.1	93	2	5	4.04	.806
Kepercayaan Konsumen.2	93	2	5	4.11	.800
Kepercayaan Konsumen.3	93	2	5	4.14	.716
Kepercayaan Konsumen.4	93	3	5	4.26	.674
Valid N (listwise)	93				

### 4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

#### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Keputusan Pembelian.1	93	2	5	4.03	.800
Keputusan Pembelian.2	93	2	5	4.12	.778
Keputusan Pembelian.3	93	2	5	4.17	.732
Keputusan Pembelian.4	93	1	5	4.11	.853
Keputusan Pembelian.5	93	2	5	4.05	.812
Keputusan Pembelian.6	93	2	5	4.15	.793
Valid N (listwise)	93				

## Lampiran 5

### Hasil Uji Validitas

#### 1. Desain Produk (X1)

#### Correlations

	DP1.1	DP1.2	DP1.3	DP1.4	DP1.5	DP1.6	DP1.7	DP1.8	DP1.9	DP1.10	ST.DP
DP1.1 Pearson Correlation	1	.108	.397**	.378**	.122	.359**	.214*	.029	.305**	.105	.612**
Sig. (2-tailed)		.301	.000	.000	.245	.000	.039	.786	.003	.316	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
DP1.2 Pearson Correlation	.108	1	.127	.015	-.022	.089	.079	.120	.072	.096	.333**
Sig. (2-tailed)	.301		.227	.887	.836	.397	.452	.250	.492	.359	.001
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
DP1.3 Pearson Correlation	.397**	.127	1	.280**	.194	.408**	.537**	.016	.632**	.217*	.735**
Sig. (2-tailed)	.000	.227		.007	.062	.000	.000	.883	.000	.037	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
DP1.4 Pearson Correlation	.378**	.015	.280**	1	.093	.307**	.298**	.077	.250*	.101	.555**
Sig. (2-tailed)	.000	.887	.007		.374	.003	.004	.464	.016	.333	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
DP1.5 Pearson Correlation	.122	-.022	.194	.093	1	.071	.234*	-.069	.287**	.146	.393**
Sig. (2-tailed)	.245	.836	.062	.374		.497	.024	.512	.005	.162	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
DP1.6 Pearson Correlation	.359**	.089	.408**	.307**	.071	1	.153	.102	.427**	.205*	.594**
Sig. (2-tailed)	.000	.397	.000	.003	.497		.144	.332	.000	.049	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
DP1.7 Pearson Correlation	.214*	.079	.537**	.298**	.234*	.153	1	-.101	.254*	-.054	.508**
Sig. (2-tailed)	.039	.452	.000	.004	.024	.144		.337	.014	.609	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
DP1.8 Pearson Correlation	.029	.120	.016	.077	-.069	.102	-.101	1	.047	.334**	.293**
Sig. (2-tailed)	.786	.250	.883	.464	.512	.332	.337		.656	.001	.004
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
DP1.9 Pearson Correlation	.305**	.072	.632**	.250*	.287**	.427**	.254*	.047	1	.300**	.685**
Sig. (2-tailed)	.003	.492	.000	.016	.005	.000	.014	.656		.003	.000
N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
DP1.10 Pearson Correlation	.105	.096	.217*	.101	.146	.205*	-.054	.334**	.300**	1	.450**



KP2.9	Pearson Correlation	.012	.113	.135	.180	.193	.080	.002	.051	1	.058	.394**
	Sig. (2-tailed)	.910	.282	.198	.085	.063	.448	.982	.630		.583	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
KP2.10	Pearson Correlation	.299**	.132	.071	.113	.335**	.137	-.087	.327**	.058	1	.510**
	Sig. (2-tailed)	.004	.208	.497	.283	.001	.191	.409	.001	.583		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93
ST.KP	Pearson Correlation	.513**	.387**	.466**	.513**	.562**	.528**	.351**	.488**	.394**	.510**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93	93

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

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

### 3. Kepercayaan Konsumen (X3)

#### Correlations

		KK3.1	KK3.2	KK3.3	KK3.4	ST.KK
KK3.1	Pearson Correlation	1	.060	.197	.119	.631**
	Sig. (2-tailed)		.567	.059	.255	.000
	N	93	93	93	93	93
KK3.2	Pearson Correlation	.060	1	-.008	-.012	.490**
	Sig. (2-tailed)	.567		.943	.911	.000
	N	93	93	93	93	93
KK3.3	Pearson Correlation	.197	-.008	1	.240*	.605**
	Sig. (2-tailed)	.059	.943		.021	.000
	N	93	93	93	93	93
KK3.4	Pearson Correlation	.119	-.012	.240*	1	.547**
	Sig. (2-tailed)	.255	.911	.021		.000
	N	93	93	93	93	93
ST.KK	Pearson Correlation	.631**	.490**	.605**	.547**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	93	93	93	93	93

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

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

#### 4. Keputusan Pembelian (Y)

**Correlations**

		KPB 1	KPB 2	KPB 3	KPB 4	KPB 5	KPB 6	ST.KPB
KPB 1	Pearson Correlation	1	-.041	.120	.297**	-.086	.181	.476**
	Sig. (2-tailed)		.696	.250	.004	.411	.083	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
KPB 2	Pearson Correlation	-.041	1	.174	.308**	.145	.112	.539**
	Sig. (2-tailed)	.696		.096	.003	.167	.286	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
KPB 3	Pearson Correlation	.120	.174	1	.249*	-.107	.348**	.548**
	Sig. (2-tailed)	.250	.096		.016	.307	.001	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
KPB 4	Pearson Correlation	.297**	.308**	.249*	1	-.040	.233*	.669**
	Sig. (2-tailed)	.004	.003	.016		.705	.025	.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
KPB 5	Pearson Correlation	-.086	.145	-.107	-.040	1	.004	.300**
	Sig. (2-tailed)	.411	.167	.307	.705		.968	.003
	N	93	93	93	93	93	93	93
KPB 6	Pearson Correlation	.181	.112	.348**	.233*	.004	1	.595**
	Sig. (2-tailed)	.083	.286	.001	.025	.968		.000
	N	93	93	93	93	93	93	93
ST. KPB	Pearson Correlation	.476**	.539**	.548**	.669**	.300**	.595**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	.000	
	N	93	93	93	93	93	93	93

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

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

## Lampiran 6

### Hasil Uji Reliabilitas

#### 1. Desain Produk (X1)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,722	11

#### 2. Kualitas Produk (X2)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,700	11

#### 3. Kepercayaan Konsumen (X3)

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,694	5

#### 4. Keputusan Pembelian (Y)

##### Reliability Statistics

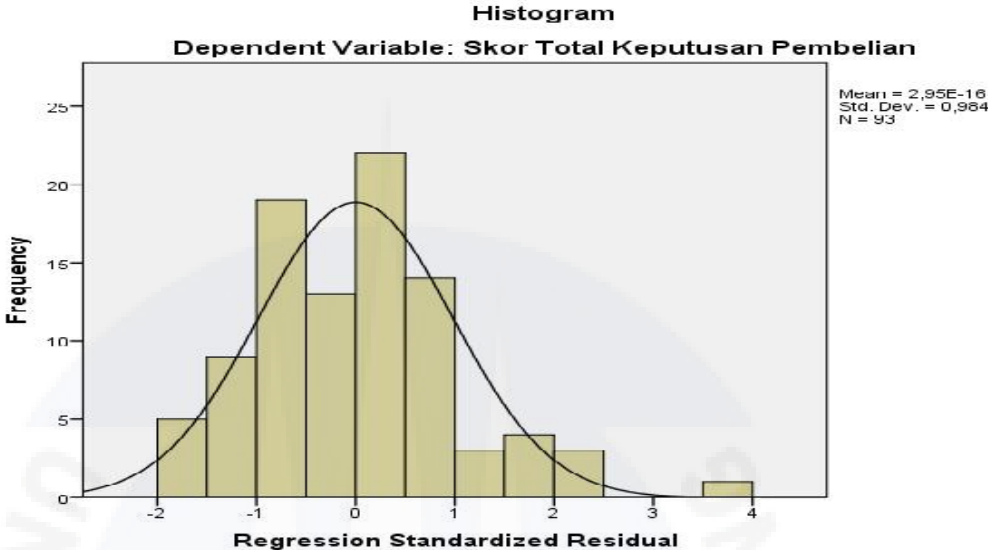
Cronbach's Alpha	N of Items
,696	7



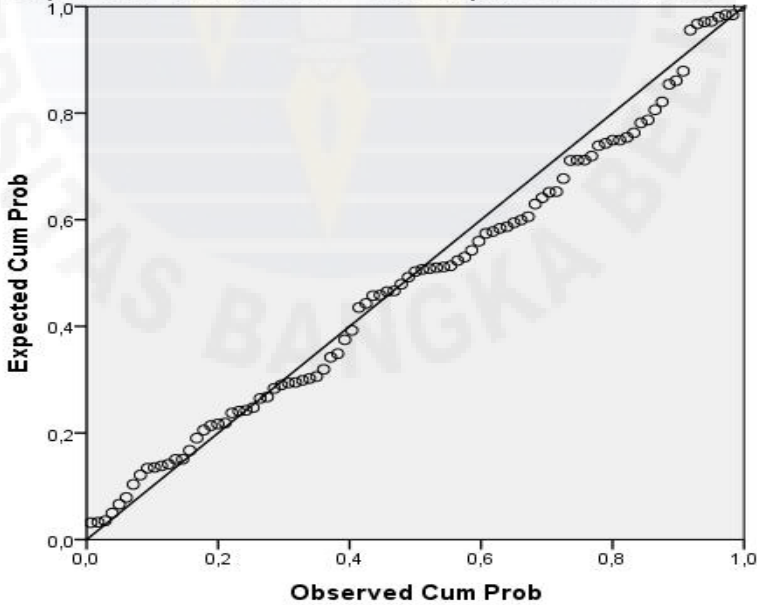
**Lampiran 7**

Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Gambar Hasil Uji Normalitas



**Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual**  
Dependent Variable: Skor Total Keputusan Pembelian

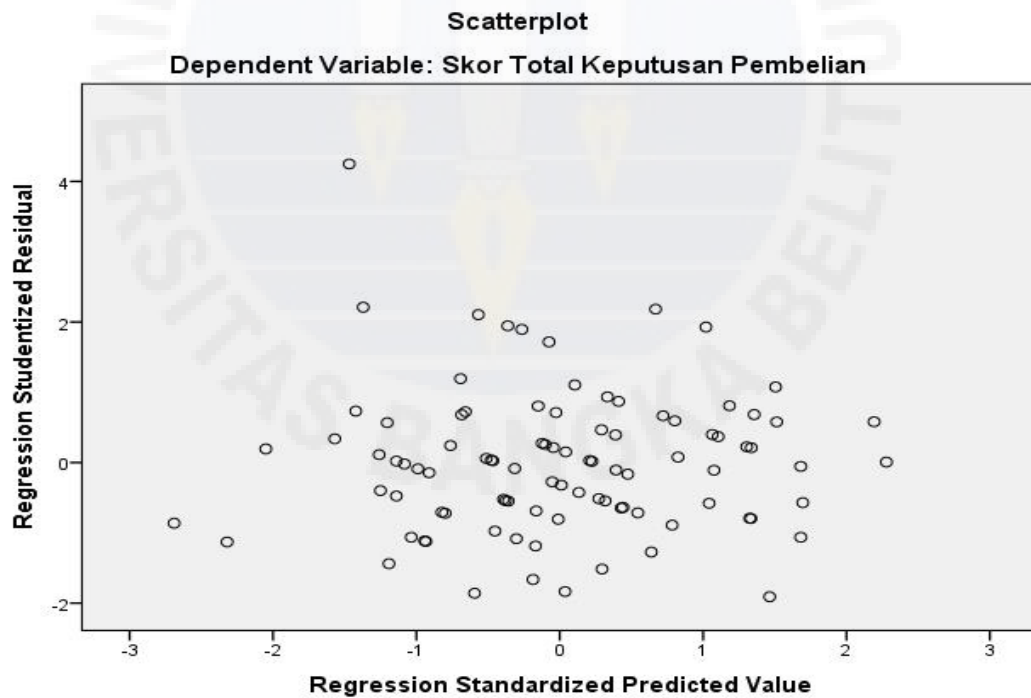


## 2. Hasil Uji Multikolinearitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>						
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,894	2,720		2,167	,033		
	Skor Total Desain Produk	,126	,059	,217	2,154	,034	,721	1,386
	Skor Total Kualitas Produk	,209	,070	,307	2,961	,004	,678	1,474
	Skor Total Kepercayaan Konsumen	,303	,149	,207	2,024	,046	,697	1,434

a. Dependent Variable: Skor Total Keputusan Pembelian

## 3. Gambar Hasil Uji Heterokedastisitas



## Lampiran 8

### 1. Hasil Uji Regresi Berganda dan Uji t

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5,894	2,720		2,167	,033		
	Skor Total Desain Produk	,126	,059	,217	2,154	,034	,721	1,386
	Skor Total Kualitas Produk	,209	,070	,307	2,961	,004	,678	1,474
	Skor Total Kepercayaan Konsumen	,303	,149	,207	2,024	,046	,697	1,434

a. Dependent Variable: Skor Total Keputusan Pembelian

### 2. Uji F

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	199,143	3	66,381	15,949	,000 <sup>b</sup>
	Residual	370,427	89	4,162		
	Total	569,570	92			

a. Dependent Variable: Skor Total Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Skor Total Kepercayaan Konsumen, Skor Total Desain Produk, Skor Total Kualitas Produk

### 3. Analisis Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	,591 <sup>a</sup>	,350	,328	2,040	,350	15,949	3	89	,000

a. Predictors: (Constant), Skor Total Kepercayaan Konsumen, Skor Total Desain Produk, Skor Total Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Skor Total Keputusan Pembelian

## SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini Bagian Administrasi Pandri Mebel Pangkalpinang menerangkan bahwa :

Nama : Efendi

NIM : 3021211025

Prodi/Jurusan : SI Ekonomi Manajemen

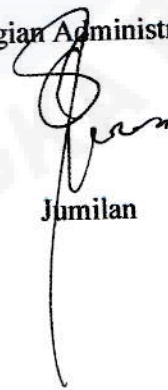
Adalah benar Mahasiswa Universitas Bangka Belitung yang telah melakukan pengambilan data dan melakukan penelitian pada Pandri Mebel Pangkalpinang, untuk menyusun skripsi dengan judul "Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sofa Rakitan Pandri Mebel (Studi Pada Toko Mahkota Jati Pangkalpinang)."

Data dan informasi yang diperoleh ini, semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penulisan karya ilmiah, dan bukan untuk dipublikasikan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pangkalpinang, 22 April 2016

Bagian Administrasi,



Jumilan

Jl. Pahlawan 12/Jembatan 12

HP : 081377692793

**SURAT KETERANGAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini Bagian Administrasi Toko Mahkota Jati Pangkalpinang menerangkan bahwa :

Nama : Efendi

NIM : 3021211025

Prodi/Jurusan : S1 Ekonomi Manajemen


Adalah benar Mahasiswa Universitas Bangka Belitung yang telah melakukan pengambilan data dan penyebaran kuesioner pada konsumen Toko Mahkota Jati Pangkalpinang, untuk menyusun skripsi dengan judul "Pengaruh Desain Produk, Kualitas Produk dan Kepercayaan Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Sofa Rakitan Pandri Mebel (Studi Pada Toko Mahkota Jati Pangkalpinang)."

Data dan informasi yang diperoleh ini, semata-mata hanya digunakan untuk kepentingan penulisan karya ilmiah, dan bukan untuk dipublikasikan.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pangkalpinang, 25 April 2016

Bagian Administrasi,

  
CV MAHKOTA JATI  
Dian Rahayu



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI  
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG

UPT BAHASA

Kampus Terpadu UBB, Gedung Timah I Balunijuk,  
Kec. Merawang Kab. Bangka Provinsi Kepulauan Bangka Belitung 33172  
Telepon (0717) 4260035, Faksimile (0717) 421303  
Laman [www.ubb.ac.id](http://www.ubb.ac.id)

ABSTRACT

Efendi. 302 12 11 025. *The Influence of Design of Product, Quality of Product, and Consumer Trust on the Purchasing Decision of Sofa Rakitan Pandri Mebel (A Case Study at Toko Mahkota Jati Pangkalpinang)*

The background of this research is based on the existing phenomenon which indicates that business of *sofa rakitan pandri mebel* has not been able to make sales with the maximum in its business. The purpose of this research is to determine and to get review in the influence design of product, quality of product, and consumer trust on the purchasing decision of *sofa rakitan pandri mebel* (a case study at Toko Mahkota Jati Pangkalpinang). This is descriptive quantitative research with a total sample of 93 respondents, while the sampling technique uses accidental sampling. The independent variable of this research is design of product, quality of product, and consumer trust, while the dependent variable is purchasing decision. The test of instrument uses validity test and reliability test. The method of data analysis uses multiple linear regressions with t test, F test and  $R^2$ . The result of independent variable is design of product (X1) obtained  $t_{\text{value}} (2.154) > T_{\text{table}} (1.986)$ , variable of quality of product (X2)  $t_{\text{value}} (2.961) > T_{\text{table}} (1.986)$  and variable of consumer trust (X3)  $t_{\text{value}} (2.024) > T_{\text{table}} (1.986)$ . Thus variable of design of product (X1) partially influence variable of purchasing decision (Y), variable of quality of product (X2) partially influence variable of purchasing decision (Y), and variable consumer trust (X3) partially influence variable of purchasing decision (Y). The result of F test indicates that  $F_{\text{value}} (15.949) > F_{\text{table}} (2.71)$ , while the significance is  $0.000 < \alpha$  on the significance level of 0.05, then  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, which means that independent variables (design of product, quality of product, and consumer trust) simultaneously influence dependent variable (purchasing decision) positively and significantly. The result of coefficient of determination ( $R^2$ ) indicates that Adjusted R Square is 0.328 or 32.8%, it means variation of variable of purchasing decision can be explained by variable of design of product, quality of product, and consumer trust, the remaining is 67.2% can be explained by other variable out of the research variable.

**Keywords:** design of product, quality of product, consumer trust, purchasing decision

Head of UPT Bahasa

Riwan Kusmiadi, S.T.P., M.Si.

Translator

Maya Susilawati, S.Pd.

## Lampiran 11

### DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Efendi  
Tempat, Tanggal Lahir : Air Saleh, 29 Desember 1993  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Agama : Islam  
Pendidikan Terakhir : S1 (Sarjana Ekonomi)  
Alamat : Air Saleh, Banyuasin Sumsel  
No. Telp / HP : 082318858378  
E-mail : [effendicool34@gmail.com](mailto:effendicool34@gmail.com)

#### Pendidikan Formal

1. 2012-2016 : Universitas Bangka Belitung  
(Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen),  
Balunijuk
2. 2009-2012 : SMA Bhakti Bangsa Air Saleh
3. 2006-2009 : SMP Negeri 02 Air Saleh
4. 2000-2006 : SD Negeri 2 Enggal Rejo



### KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Mahasiswa : EFENDI  
 : 3021211025  
 : Akuntansi / Manajemen  
 : 2012  
 : Manajemen Pemasaran  
 Proposal/Skripsi :

IPK : 2.86  
 Nama Pembimbing : DIANI PRIHADINI W.S.E.MI  
 Mulai Skripsi : .....

PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK  
 DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN  
 PEMBELIAN SOFA PANDRI MEBELRAKITANI PANGKAL PINANG

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
10/21-0016	Konultasi judul	8-
21/4-2016	ACC judul	8-
5/10-2016	Revisi I, II, III	8-
11-10-2016	Revisi I, II, III, kuesioner	8-
14-10-2016	Revisi IV	8-
	ACC diseminasi proposal	8-
30-10-2016	Revisi	8-
03-01-2017	Revisi	8-
04-01-2017	Revisi	8-
06-01-2017	ACC	8-
1		
2		
3		
4		
5		

atan :

Kartu ini harus diisi saat bimbingan skripsi





### KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Mahasiswa : EFENDI  
 : 3021211025  
 : Akuntansi / Manajemen  
 : 2012  
 : Manajemen Pemasaran  
 Proposal/Skripsi :

IPK : 2.86  
 Nama Pembimbing : Khairiyansyah, S.E., M.M.  
 Mulai Skripsi : .....

PENGARUH DESAIN PRODUK, KUALITAS PRODUK DAN KEPERCAYAAN KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOFA RAKITAN DARI MEBEL (STUDI PADA TOKO MAHKOTA JATI PANGKALPINANG)

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
21 Apr 2016	Konsep awal	[Signature]
23 Sept 2016	BAB I, II, III	[Signature]
26 Sept 2016	I, II, III	[Signature]
4 Okt 2016	I, II, III	[Signature]
5 Okt 2016	Ace ke pembimbing Utama	[Signature]
20 Des 2016	BAB IV, V	[Signature]
23 Des 2016	BAB IV, V	[Signature]
27 Des 2016	BAB V	[Signature]
29 Des 2016	Ace ke pembimbing Utama	[Signature]

atan :  
 kartu ini harus diisi saat bimbingan skripsi

## Lampiran 13

### Dokumentasi Foto

#### 1. Foto Depan Toko Mahkota Jati Pangkalpinang



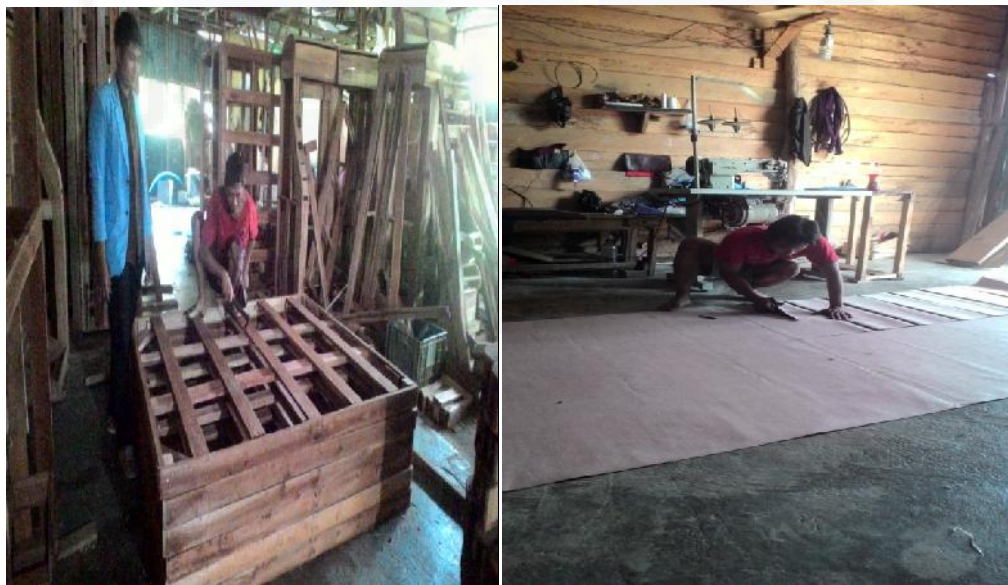
#### 2. Foto Produk yang di Jual di Mahkota Jati Pangkalpinang



3. Foto Bersama Pemilik dan Karyawan Mahkota Jati Pangkalpinang



4. Foto Bersama Karyawan Pandri Mebel



5. Foto Bersama Responden yang Sedang Mengisi Kuesioner



6. Foto Mobil Pandri Mebel yang Akan Mengantar Barang

