

KUESIONER PENELITIAN

Kepada

Yth. Saudari

Mahasiswi Jurusan Manajemen FE UBB

Dengan Hormat,

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Dina Pratiwi

NIM : 302 12 11 023

Prodi : Manajemen

Adalah mahasiswi Fakultas Ekonomi, Universitas Bangka Belitung yang sedang menyusun sebuah skripsi sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan judul “**Pengaruh *Brand Image*, Kualitas Produk dan Inovasi Produk terhadap Keputusan Pembelian Produk *Shampoo Pantene***”. Oleh karena itu, mohon bantuan saudara untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan kuesioner berikut ini.

Kuesioner ini hanya untuk kepentingan penelitian semata, dan tidak untuk dipublikasikan.

Demikianlah, saya ucapkan terima kasih atas kesediaan saudara yang telah bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini.

Balunijuk, Desember 2015

Peneliti,

Dina Pratiwi

Profil Responden

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

1. Nama :

2. Usia : 17-20 Tahun 25 – 29 Tahun
 21-24 Tahun > 29

3. Lama Menggunakan Produk Pantene :

Kurang dari 1 Minggu Kurang Dari 1 Bulan
 Lebih dari 1 Bulan Lebih dari 1 Tahun

A. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon saudara membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat.
2. Saudari 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 *Brand Image* (X1)

Isi dan beri centang pada pilihan jawaban

No	Pertanyaan	Pilihan jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Bagi saya Produk Pantene yang dipasarkan memiliki kualitas yang baik					
2	Saya merasa setelah menggunakan produk pantene memberikan rasa nyaman					
3	Dengan menggunakan produk pantene dapat menambah rasa percaya diri yang saya miliki					
4	Produk Pantene diproduksi oleh perusahaan yang sangat dapat dipercaya karena memiliki kredibilitas tinggi					
5	Produk Pantene diproduksi dengan teknologi yang canggih					
6	Saya merasa inovasi yang dilakukan produk pantene sangat baik					
7	Saya mengenal merek Pantene melalui iklan yang selalu ditampilkan dimedia sosial					
8	Saya mengenal produk pantene sebagai shampoo terbaik dalam membersihkan rambut					
9	Harga shampoo pantene yang saya ketahui selalu setabil tidak berubah-ubah					
10	Produk Pantene memiliki banyak pilihan jenis yang dapat saya pilih sesuai dengan kebutuhan					

Kuesioner Kualitas Produk (X2)

Isi dan beri centang pada pilihan jawaban

No	Pertanyaan	Pilihan jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Saya merasa produk pantene merespon dengan cepat perkembangan permasalahan dalam perawatan rambut					
2	Bagi saya produk pantene memiliki kelengkapan dalam setiap solusi masalah rambut					
3	Produk pantene tidak mudah rusak dalam hal apapun					
4	Seluruh produk pantene tidak pernah mengalami kegagalan dalam berinovasi					
5	Saya merasa produk pantene sudah diproduksi sesuai dengan standart ketentuan					
6	Kegiatan operasi pantene sudah sesuai standar					
7	Saya merasa produk pantene dapat bertahan sangat lama					
8	Saya merasa desain produk pantene sangat menarik untuk dilihat					

Kuesioner Inovasi Produk (X3)

Isi dan beri centang pada pilihan jawaban

No	Pertanyaan	Pilihan jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Pntene selalu mengeluarkan produk yang terbaru					
2	Produk Pantene memiliki ciri khas yang berbeda dengan yang lain					
3	Bagi saya produk pantene dapat menambah perluasan pangsa pasar					
4	Pantene menawarkan banyak pilihan produk					
5	Produk Pantene memiliki banyak pilihan					
6	Pantene selalu melakukan perbaikan secara berkala terhadap produk yang dihasilkan					
7	Hasil perbaikan produk yang dilakukan pantene sangat baik					

8	Saya merasa pantene dapat memasuki pasar baru dalam pengembangan produk					
9	Dengan inovasi dari produk pantene dapat menarik banyak konsumen baru					
10	Saya merasa harga produk pantene dapat bersaing di pasaran					

Kuesioner Keputusan Pembelian (Y1)

Isi dan beri centang pada pilihan jawaban

No	Pertanyaan	Pilihan jawaban				
		STS	TS	RR	S	SS
1	Saya merasa kualitas produk pantene sangat baik					
2	Saya merasa mutu produk pantene sangat baik					
3	Saya sudah terbiasa membeli produk pantene					
4	Saya mendapatkan manfaat yang lebih dari produk pantene					
5	Saya mendapatkan manfaat dari membeli produk pantene					
6	Saya akan merekomendasikan produk pantene kepada orang lain					
7	Produk pantene sesuai dengan keinginan saya					
8	Saya akan melakukan pembelian kembali produk pantene					

36	4	4	4	3	3	3	2	3	5	3	34
37	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	34
38	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	43
39	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	46
40	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	46
41	5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	43
42	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	37
43	3	4	4	4	2	4	2	2	3	4	32
44	5	5	3	4	3	4	3	4	2	4	37
45	3	3	3	4	2	4	3	3	2	4	31
46	3	4	3	4	3	4	3	3	2	4	33
47	3	4	3	4	3	4	3	3	2	4	33
48	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	28
49	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
50	2	4	3	4	2	4	3	3	4	4	33
51	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	42
52	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	44
53	4	4	3	3	4	4	3	3	5	4	37
54	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
55	3	4	4	4	4	4	4	3	1	4	35
56	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	33
57	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	42
58	5	5	4	5	5	5	3	3	3	5	43
59	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	37
60	4	3	2	4	4	3	3	3	2	3	31
61	5	5	4	5	4	5	3	3	4	5	43
62	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	38
63	5	5	5	5	2	5	5	2	5	5	44
64	4	5	5	4	4	4	5	5	3	4	43
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
66	4	4	3	3	2	3	3	3	4	3	32
67	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	35
68	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
69	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	35
70	3	4	3	4	5	5	4	4	1	5	38
71	3	3	2	2	3	4	4	4	2	4	31
72	4	4	5	4	3	4	4	4	3	4	39
73	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	40
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	5	3	3	5	5	4	3	3	5	4	40

Kualitas Produk (X2)

No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.Total
1	4	5	4	3	4	4	5	4	33
2	4	4	4	5	4	4	5	4	34
3	4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	5	5	4	5	4	4	5	36
5	4	4	5	5	4	4	5	4	35
6	5	5	5	5	4	5	5	4	38
7	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	4	5	4	4	4	4	5	5	35
9	3	4	3	3	3	2	2	4	24
10	4	3	4	4	4	4	4	4	31
11	4	5	4	5	4	4	4	4	34
12	3	3	4	4	4	3	3	4	28
13	5	5	4	5	5	5	5	5	39
14	5	5	5	5	5	5	4	4	38
15	4	4	3	4	3	3	5	3	29
16	4	5	3	4	4	5	4	4	33
17	5	5	5	5	5	4	5	5	39
18	5	5	5	5	4	4	5	4	37
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	5	4	4	4	4	5	5	35
21	4	5	3	5	4	4	3	4	32
22	4	4	4	4	3	3	4	3	29
23	4	5	3	4	3	4	3	2	28
24	4	4	3	4	3	4	4	4	30
25	5	5	3	5	5	4	4	2	33
26	5	5	5	4	4	5	4	4	36
27	4	4	4	5	5	4	5	5	36
28	5	5	4	4	4	4	2	4	32
29	5	1	5	5	5	5	3	3	32
30	4	5	4	4	5	4	5	4	35
31	5	4	5	5	4	4	5	5	37
32	4	4	5	5	4	4	5	4	35
33	4	3	4	4	3	4	5	5	32
34	4	5	5	4	4	5	4	4	35
35	4	4	4	4	5	4	4	5	34
36	3	4	3	3	3	3	3	4	26
37	5	5	4	4	3	2	4	2	29
38	4	4	4	5	4	4	5	5	35

39	4	4	4	4	5	5	5	4	35
40	5	5	4	5	4	5	4	5	37
41	5	5	5	4	4	5	4	5	37
42	5	4	4	4	3	3	4	3	30
43	3	5	3	3	3	4	4	2	27
44	4	4	4	2	2	2	4	3	25
45	3	4	3	4	2	4	4	3	27
46	4	4	3	4	3	3	4	3	28
47	4	4	3	4	3	3	4	3	28
48	3	4	3	3	3	4	3	3	26
49	4	4	3	4	4	4	4	3	30
50	4	4	3	4	4	4	4	3	30
51	5	4	4	5	5	5	4	4	36
52	4	4	5	5	5	5	5	4	37
53	4	4	4	4	4	4	4	3	31
54	4	4	4	3	4	3	4	4	30
55	4	3	4	5	4	4	4	4	32
56	3	4	3	4	3	3	4	3	27
57	4	4	4	4	5	4	4	3	32
58	4	5	5	5	4	4	5	4	36
59	4	5	4	4	5	5	4	3	34
60	4	5	4	4	5	5	3	2	32
61	3	5	3	5	5	5	5	4	35
62	4	5	3	4	4	4	4	5	33
63	5	5	5	5	5	5	5	5	40
64	4	5	5	3	4	4	4	5	34
65	5	5	3	5	4	5	4	4	35
66	5	5	5	5	4	5	3	3	35
67	4	4	4	4	3	3	3	4	29
68	4	4	3	3	3	4	4	4	29
69	4	4	3	4	3	4	4	3	29
70	4	5	3	4	4	4	5	3	32
71	3	3	4	3	4	3	4	2	26
72	4	4	4	5	4	5	4	5	35
73	4	4	5	5	4	5	4	4	35
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32
75	4	4	5	5	3	3	4	3	31

38	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	44
39	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	47
40	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	46
41	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	45
42	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	2	3	1	2	3	3	4	2	2	4	26
44	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	37
45	2	3	3	2	4	4	4	3	3	4	32
46	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	36
47	4	4	4	4	4	2	4	3	3	4	36
48	3	3	4	4	4	5	3	2	2	3	33
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	36
51	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	47
52	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	45
53	5	4	5	5	5	5	4	3	3	4	43
54	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	37
55	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	37
56	4	3	4	4	3	4	4	3	3	4	36
57	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	45
58	5	4	4	4	4	4	5	3	3	5	41
59	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
60	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3	40
61	5	3	4	5	4	5	5	3	3	5	42
62	3	4	2	3	4	3	4	3	3	4	33
63	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	47
64	3	4	4	5	5	3	4	5	5	4	42
65	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	41
66	4	5	4	5	5	3	3	3	3	3	38
67	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	35
68	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	38
69	4	4	4	3	5	4	4	4	3	4	39
70	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	41
71	3	3	2	4	2	4	4	4	4	4	34
72	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	44
73	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	39
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
75	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	36

Keputusan Pembelian (Y)

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.Total
1	3	3	4	4	5	4	4	4	31
2	5	4	3	3	4	3	4	4	30
3	4	4	4	4	3	3	4	4	30
4	4	5	4	3	4	3	4	4	31
5	5	3	4	3	3	3	4	4	29
6	5	5	5	5	3	5	5	5	38
7	4	4	5	4	4	4	5	5	35
8	4	4	4	4	5	4	4	4	33
9	3	2	4	4	2	2	3	3	23
10	4	4	4	4	3	4	4	5	32
11	5	4	5	4	4	4	3	3	32
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	5	4	5	5	5	5	4	5	38
14	5	5	4	4	5	4	3	3	33
15	4	4	4	4	3	3	3	4	29
16	4	5	4	4	4	3	4	5	33
17	5	5	5	5	5	4	5	5	39
18	5	5	5	5	5	4	4	5	38
19	4	4	4	4	4	4	4	4	32
20	4	5	5	5	5	5	4	4	37
21	5	4	5	4	4	3	3	3	31
22	4	4	3	3	3	3	3	3	26
23	4	3	3	4	4	4	1	2	25
24	4	4	4	3	2	2	4	4	27
25	5	4	4	5	4	4	3	3	32
26	4	4	5	5	4	5	4	4	35
27	5	4	4	4	4	4	4	4	33
28	4	5	4	4	5	4	4	4	34
29	5	5	5	5	5	5	4	5	39
30	4	4	5	4	5	5	4	4	35
31	5	5	5	4	4	5	5	5	38
32	5	5	4	5	5	4	4	5	37
33	4	5	5	4	4	5	4	4	35
34	4	4	4	5	5	4	4	5	35
35	4	5	4	5	4	4	4	4	34

LAMPIRAN 3

Hasil Karakteristik Responden

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-20	16	21.3	21.3	21.3
	21-24	50	66.7	66.7	88.0
	25-29	9	12.0	12.0	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

Lama Penggunaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 Bulan	13	17.3	17.3	17.3
	> 1 Bulan	34	45.3	45.3	62.7
	> 1 Tahun	28	37.3	37.3	100.0
	Total	75	100.0	100.0	

N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

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

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

Correlations

		Kualitas Produk	Kualitas Produk	Kualitas Produk	Kualitas Produk	Kualitas Produk	Kualitas Produk	Kualitas Produk	Kualitas Produk	X2.Total
Kualitas	Pearson Correlation	1	.253*	.472**	.490**	.349**	.378**	.157	.205	.630**
Produk	Sig. (2-tailed)		.029	.000	.000	.002	.001	.179	.078	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Kualitas	Pearson Correlation	.253*	1	.025	.071	.164	.251*	.157	.129	.404**
Produk	Sig. (2-tailed)	.029		.830	.546	.159	.030	.179	.270	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Kualitas	Pearson Correlation	.472**	.025	1	.379**	.402**	.309**	.263*	.364**	.641**
Produk	Sig. (2-tailed)	.000	.830		.001	.000	.007	.023	.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Kualitas	Pearson Correlation	.490**	.071	.379**	1	.483**	.513**	.324**	.270*	.695**
Produk	Sig. (2-tailed)	.000	.546	.001		.000	.000	.005	.019	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Kualitas	Pearson Correlation	.349**	.164	.402**	.483**	1	.627**	.264*	.327**	.729**
Produk	Sig. (2-tailed)	.002	.159	.000	.000		.000	.022	.004	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Kualitas	Pearson Correlation	.378**	.251*	.309**	.513**	.627**	1	.215	.310**	.725**
Produk	Sig. (2-tailed)	.001	.030	.007	.000	.000		.064	.007	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Kualitas	Pearson Correlation	.157	.157	.263*	.324**	.264*	.215	1	.343**	.547**
Produk	Sig. (2-tailed)	.179	.179	.023	.005	.022	.064		.003	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Kualitas	Pearson Correlation	.205	.129	.364**	.270*	.327**	.310**	.343**	1	.620**
Produk	Sig. (2-tailed)	.078	.270	.001	.019	.004	.007	.003		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X2.Total	Pearson Correlation	.630**	.404**	.641**	.695**	.729**	.725**	.547**	.620**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75

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

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

Correlations

		Inovasi Produk	Inovasi Produk	Inovasi Produk	Inovasi Produk	Inovasi Produk	Inovasi Produk	Inovasi Produk	Inovasi Produk	Inovasi Produk	Inovasi Produk	X3.Total
Inovasi Produk	Pearson Correlation	1	.340**	.559**	.448**	.379**	.326**	.258*	.240*	.215	.258*	.662**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.001	.004	.025	.038	.064	.025	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.340**	1	.327**	.358**	.460**	.120	.157	.462**	.386**	.157	.591**
	Sig. (2-tailed)	.003		.004	.002	.000	.305	.179	.000	.001	.179	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.559**	.327**	1	.488**	.424**	.328**	.130	.271*	.302**	.130	.654**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.000	.000	.004	.268	.019	.009	.268	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.448**	.358**	.488**	1	.439**	.318**	.217	.236*	.368**	.217	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.000	.005	.061	.042	.001	.061	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.379**	.460**	.424**	.439**	1	.378**	.042	.164	.213	.042	.561**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.001	.722	.159	.067	.722	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.326**	.120	.328**	.318**	.378**	1	.172	.049	.160	.172	.497**
	Sig. (2-tailed)	.004	.305	.004	.005	.001		.140	.678	.171	.140	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.258*	.157	.130	.217	.042	.172	1	.382**	.319**	1.000**	.596**
	Sig. (2-tailed)	.025	.179	.268	.061	.722	.140		.001	.005	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.240*	.462**	.271*	.236*	.164	.049	.382**	1	.731**	.382**	.648**
	Sig. (2-tailed)	.038	.000	.019	.042	.159	.678	.001		.000	.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.215	.386**	.302**	.368**	.213	.160	.319**	.731**	1	.319**	.667**
	Sig. (2-tailed)	.064	.001	.009	.001	.067	.171	.005	.000		.005	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Inovasi Produk	Pearson Correlation	.258*	.157	.130	.217	.042	.172	1.000**	.382**	.319**	1	.596**
	Sig. (2-tailed)	.025	.179	.268	.061	.722	.140	.000	.001	.005		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75
X3.Total	Pearson Correlation	.662**	.591**	.654**	.662**	.561**	.497**	.596**	.648**	.667**	.596**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75	75

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

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

Correlations

		Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian	Keputusan Pembelian	Y1.Total
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	1	.469**	.352**	.381**	.400**	.337**	.267*	.199	.570**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.001	.000	.003	.021	.086	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.469**	1	.411**	.446**	.484**	.481**	.317**	.304**	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.006	.008	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.352**	.411**	1	.785**	.559**	.681**	.387**	.441**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.000	.000	.000	.001	.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.381**	.446**	.785**	1	.602**	.697**	.258*	.349**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000	.025	.002	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.400**	.484**	.559**	.602**	1	.688**	.354**	.361**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.002	.001	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.337**	.481**	.681**	.697**	.688**	1	.261*	.288*	.801**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000		.024	.012	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.267*	.317**	.387**	.258*	.354**	.261*	1	.731**	.610**
	Sig. (2-tailed)	.021	.006	.001	.025	.002	.024		.000	.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.199	.304**	.441**	.349**	.361**	.288*	.731**	1	.632**
	Sig. (2-tailed)	.086	.008	.000	.002	.001	.012	.000		.000
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75
Y1.Total	Pearson Correlation	.570**	.671**	.815**	.803**	.799**	.801**	.610**	.632**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	75	75	75	75	75	75	75	75	75

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

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

LAMPIRAN 5
Hasil Uji Reabilitas

Brand Image

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	10

Kualitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.774	8

Inovasi

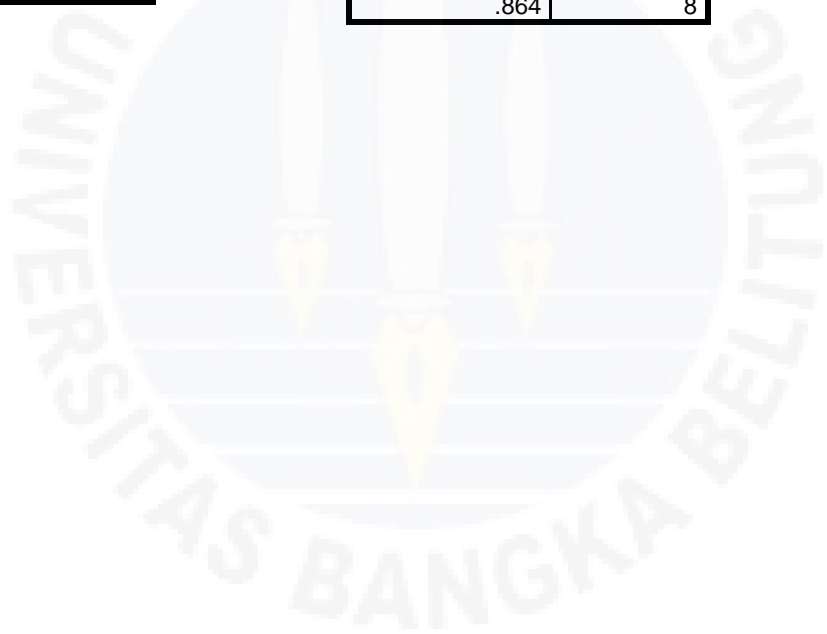
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	10

Keputusan Pembelian

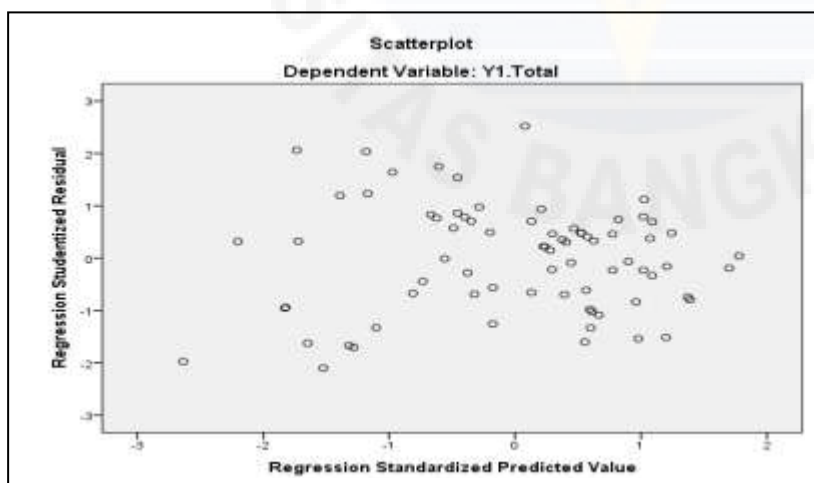
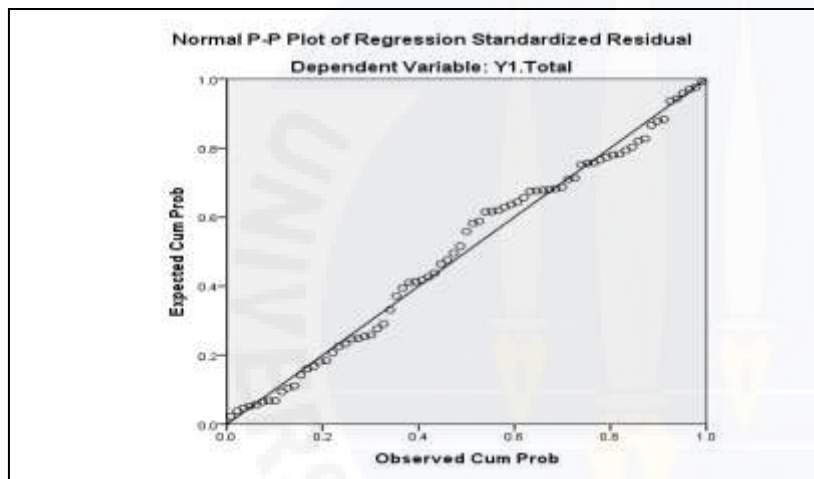
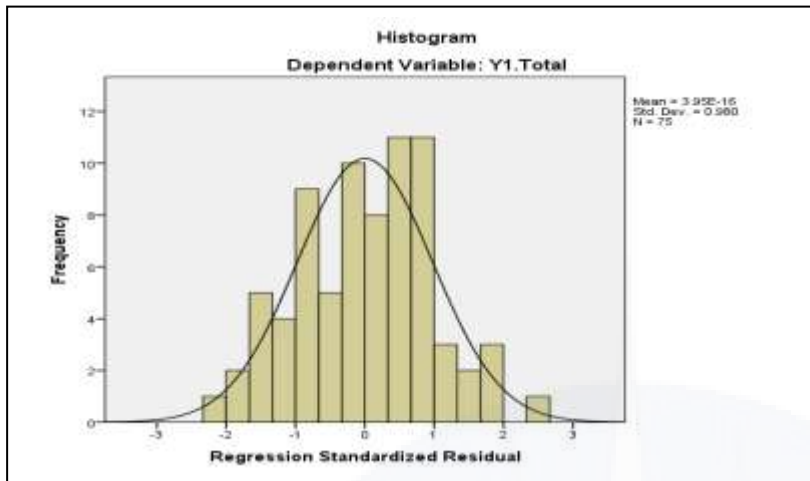
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	8



LAMPIRAN 6

Hasil Uji Asumsi Klasik



LAMPIRAN 7

Hasil Uji Regresi Berganda, Uji t, Uji F dan Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.824 ^a	.678	.665	2.881

a. Predictors: (Constant), X3.Total, X2.Total, X1.Total

b. Dependent Variable: Y1.Total

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1243.163	3	414.388	49.936	.000 ^b
	Residual	589.184	71	8.298		
	Total	1832.347	74			

a. Dependent Variable: Y1.Total

b. Predictors: (Constant), X3.Total, X2.Total, X1.Total

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-7.616	3.184		-2.392	.019		
	X1.Total	.273	.126	.260	2.159	.034	.313	3.192
	X2.Total	.365	.153	.269	2.377	.020	.353	2.831
	X3.Total	.394	.135	.363	2.930	.005	.295	3.390

a. Dependent Variable: Y1.Total



KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG

FAKULTAS EKONOMI

Kampus Terpadu UBB Balunijuk, Merawang - Bangka
Provinsi Kepulauan Bangka Belitung

Telepon (0717) 4260030, 4260031 Laman: www.ubb.ac.id

Nomor : 57/UN50/FE/TU/2016

5 Februari 2016

Lampiran : satu berkas

Hal : Izin Penelitian

Yth. Dina Pratiwi

Menindaklanjuti surat dari saudara perihal permohonan izin pengambilan data, wawancara dan penyebaran kuesioner tanggal 29 Januari 2016 di Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung, maka dengan ini kami tidak keberatan dan memberikan izin atas kegiatan tersebut.

Demikian kami sampaikan, atas perhatian dan kerjasamanya kami ucapkan terima kasih.

Dekan,

Dr. Reniati, S.E., M.Si
NP5072060

KEMENTERIAN RISET, TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI

UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG

UPT PUSAT 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



ABSTRACT


Dina Pratiwi. 302 12 11 023.

The Effects of Brand Image, Product Quality, and Product Innovation to Buying Decision of Pantene Shampoo (Case Study of the Female Students of the Management Department of Faculty of Economics, Universitas Bangka Belitung)

This research is motivated by the phenomenon that shows that brand image, product quality, and product innovation can influence a consumer's decision to purchase Pantene Shampoo. The purpose of this study is to examine and obtain a review on the effect of brand image, product quality, and product innovation on the Pantene Shampoo buying decision made by the female students of the Management Department of Faculty of Economics, Universitas Bangka Belitung. This is a descriptive quantitative research with a total sample of 75 respondents. The data was taken using the accidental sampling technique, where the sampling is based on chance, i.e. anyone who happened to meet with the researcher can be sampled if the person is appropriate or suitable as a data source. In this study, the independent variables consist of brand image, product quality and product innovation, while the dependent variable is the purchase decision. The instruments are tested using validity and reliability test. Meanwhile, the data analysis is performed using multiple linear regression analysis with t-test, F-test and the test of coefficient of determination R^2 . The research results shows that the for X_1 , the $t_{value} (2,159) > T_{table}(1,992)$; for X_2 , the $t_{value} (2,377) > T_{table} (1,992)$; and for X_3 $t_{value} (2,930) > T_{table}(1,992)$. Therefore, all three independent variables of X_1 , X_2 and X_3 have partial effect on the dependent variable of Y. The F test shows that $F_{value} (49,936) > F_{table} (2,73)$, while the significance value is $0,000 < \alpha$ at the significance level of 0,05. This means that H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that the independent variables (brand image, product quality and product innovation) simultaneously, positively, and significantly affect the dependent variable (buying decisions). The result of the coefficient of determination analysis indicates that the independent variables (brand image, product quality, and product innovation) affect 66.5% of the dependent variable (purchasing decision), and the remaining 33.5% can be explained by variables outside the study.

Keywords: Brand Image, Product Quality, Product Innovation, Purchasing Decision

Head of UPT Pusat Bahasa



Riwan Kusmiadi, S.TP, M.Si
NP. 107499008

Translator



Vindi Kaldina, S.S
NP. 108313129

EPT SCORE RECORD

Name of Institution : UPT PUSAT BAHASA UNIVERSITAS BANGKA BELITUNG

Name : DINA PRATIWI

DOB : 07/12/1993

Native Country : INDONESIA

Native Language : INDONESIA

Scaled Score : Listening Comprehension

Structure & Written Expression

Reading Comprehension

Total Score



Sex : F

Test Date : 15/02/2016

From : EPT USL

Signed

Head of UPT Pusat Bahasa




Riwan Kusniadi, S.TP, M.Si



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : DINA PRATIWI IPK : 2,96
 NIM : 3021211023 Nama Pembimbing : Hidayat, S.E., M.M
 Jurusan : Akuntansi / Manajemen Mulai Skripsi :
 Angkatan :
 Konsentrasi Studi : MANAJEMEN PEMASARAN

Judul Proposal/Skripsi : Pengaruh Brand Image, Kualitas produk dan Inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk shampoo Pantene
 (studi kasus pada mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung)

NO	Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
1	2-12-2015	konultasi judul	
2	5-12-2015	konultasi judul	
3	8-12-2015	revisi bab 1	
4	10-12-2015	revisi bab 2	
5	15-12-2015	revisi bab 2	
6	17-12-2015	ACC bab 2	
7	4-2-2016	revisi bab 4	
8	10-2-2016	revisi bab 1	
9	15-2-2016	revisi bab 1 dan bab 2	
10	20-2-2016	ACC	
11			
12			
13			
14			
15			

Catatan :
 1. Kartu ini harus diisi saat bimbingan skripsi



KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : DINA PRATIWI IPK : 2,96
 NIM : 3021211023 Nama Pembimbing : H. Sumar, SE-MM
 Jurusan : Akuntansi/ Manajemen Mulai Skripsi :
 Angkatan :

Konsentrasi Studi : MANAJEMEN PEMASARAN

Judul Proposal/Skripsi : Pengaruh Brand Image, kualitas produk dan inovasi produk terhadap keputusan pembelian produk Shampoo Pantene (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bangka Belitung)

NO	Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
1	3-12-15	Revisi judul dan Kevin	[Signature]
2	7-12-15	Revisi BAB I, II	[Signature]
3	17-12-15	Revisi BAB III	[Signature]
4	8-1-16	Revisi BAB IV	[Signature]
5	24-1-16	BAB IV	[Signature]
6	5-2-16	BAB V	[Signature]
7	25-2-16	Revisi CVR	[Signature]
8			
9			
10			
11			
12			
13			
14			
15			

Catatan :

1. Kartu ini harus diisi saat bimbingan skripsi



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama : Dina Pratiwi

Tempat, Tanggal Lahir : Pangkalpinang , 7 Desember 1993

Jenis Kelamin : Perempuan
Agama : Islam
Pendidikan Terakhir : S1 (Sarjana Ekonomi)
Alamat : Jl.Jumat Yahya RT.03 RW.01 Kecamatan.Gerunggang
Kelurahan.Bukit Sari, Pangkalpinang Babel
No. Telp / HP : 08117177017
E-mail : dinnapratiwi15@gmail.com

Pendidikan Formal

1. 2012-2015 : Universitas Bangka Belitung
(Fakultas Ekonomi, Program Studi Manajemen), Balunujuk
2. 2010-2012 : SMA Negeri 1 Pangkalpinang
3. 2006-2010 : SMP Negeri 2 Pangkalpinang
4. 2000-2006 : SD Negeri 46 Pangkalpinang



[Hair Fall Control Shampoo](#) [Total Damage Care Shampoo](#)



[Daily Moisture Renewal Shampoo](#) [Nature care Fullness & Life Shampoo](#)



[Aqua Pure Shampoo](#)

[Silky Smooth Care Shampoo](#)





