

## LAMPIRAN 1 STUDI PENDAHULUAN

Responden 1 (William Putra Pangestu, *Category Development Lead*)

- Peneliti : “Selamat pagi, Mike. Saya ingin mengajukan beberapa pertanyaan untuk menunjang penelitian akademis tentang faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap niat pembelian produk Tokopedia Digital. Untuk itu, bolehkah saya memperoleh beberapa data dari Tokopedia Digital?”
- William Putra Pangestu : “Boleh, silahkan.”
- Peneliti : “Sejauh ini, berapa tingkat rata-rata transaksi Tokopedia Digital per bulan dan berapa target transaksi yang diperlukan?”
- William Putra Pangestu : “Saat ini, Tokopedia Digital mencapai 3.500.000 transaksi per bulan dan target yang perlu dicapai ialah perlu ditingkatkan 1,5 kali lipat.”
- Peneliti : “Baiklah. Demografi dari pengguna Tokopedia Digital umumnya berasal dari kota mana?”
- William Putra Pangestu : “Untuk demografi jelas Jakarta Barat memiliki tingkat pengguna tertinggi saat ini.”
- Peneliti : “Terima kasih atas waktunya. Selamat pagi.”

## LAMPIRAN 2: KUESIONER

### KUESIONER PENELITIAN

Judul : Analisis Pengaruh Kesadaran Merek Dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Pembelian Produk Tokopedia Digital Di DKI Jakarta

Kepada Yang Terhormat Para Responden,

Perkenalkan nama saya Ivan Darrick, seorang mahasiswa program studi Kewirausahaan angkatan 2015 di Universitas Agung Podomoro. Saat ini, saya sedang melakukan penyusunan skripsi dengan judul “Analisis Pengaruh Kesadaran Merek dan Persepsi Kualitas Terhadap Niat Pembelian Produk Tokopedia Digital di Dki Jakarta”. Oleh sebab itu, mohon untuk meluangkan waktu dalam mengisi kuesioner berikut ini. Terima kasih!

#### PERTANYAAN PENDAHULUAN

Apakah Anda pernah melakukan transaksi pembelian produk digital di Tokopedia?

Ya, saya pernah

Tidak, saya tidak pernah

(Apabila Anda memilih opsi "Ya" maka silahkan melanjutkan pengisian kuesioner di halaman berikutnya. Apabila Anda memilih opsi "Tidak" maka Anda tidak perlu melanjutkan pengisian kuesioner di halaman berikutnya).

#### DATA KARAKTERISTIK DEMOGRAFI

Tata cara pengisian data karakteristik:

1. Responden dapat memberikan tanda centang (V) pada kolom sesuai dengan pilihan.
2. Setiap pernyataan hanya diperbolehkan untuk mengisi satu pilihan.
3. Bacalah dengan saksama.

Jenis Kelamin:

Pria

Wanita

Usia:

Di bawah 17 Tahun    17 – 25 Tahun    26 – 45 Tahun    Di atas 45 Tahun

Pengeluaran per bulan:

Di bawah Rp 1.000.000

Rp 3.000.001 – Rp 5.000.000

Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000

Lebih dari Rp 5.000.000

Lokasi tempat tinggal:

Jakarta Pusat

Jakarta Selatan

Jakarta Utara

Jakarta Timur

Jakarta Barat

#### DATA PERILAKU

Mengakses Tokopedia secara rutin melalui:

Website

Mobile Webview

Android

Lainnya .....

iOS

Metode pembayaran yang rutin digunakan:

Transfer Bank

Kartu Kredit

Virtual Account

OVO

Saldo Tokopedia

OVO Paylater

Minimarket

Lainnya .....

Media iklan Tokopedia Digital sering dilihat melalui:

- Iklan di televisi
- Iklan di transportasi umum
- Iklan di sosial media
- Iklan di website
- Iklan di notifikasi telepon seluler
- Lainnya.....
- Iklan di papan reklame

### DAFTAR KUESIONER

Tata cara pengisian daftar kuesioner:

1. Responden dapat memberikan tanda centang (v) pada kolom sesuai dengan pilihan. STS (Sangat Tidak Setuju), TS (Tidak Setuju), RR (Ragu-Ragu), S (Setuju), SS (Sangat Setuju).
2. Setiap pernyataan hanya diperbolehkan untuk mengisi satu pilihan.
3. Bacalah dengan saksama.

No.	Pernyataan	STS	TS	RR	S	SS
<b>Kesadaran Merek</b>						
1	Menurut Saya, merek Tokopedia Digital mudah dikenali.					
2	Menurut Saya, merek Tokopedia Digital mudah diingat.					
3	Menurut Saya, merek Tokopedia Digital mudah diucapkan.					
4	Saya mampu menjelaskan secara singkat tentang merek Tokopedia Digital.					
5	Saya mampu menjelaskan produk atau jasa yang ada di Tokopedia Digital.					
6	Merek Tokopedia Digital mampu meningkatkan citra produk atau jasa yang ditawarkan.					
7	Menurut Saya, merek Tokopedia Digital mampu menarik pelanggan baru.					
<b>Persepsi Kualitas</b>						
8	Saya mudah mencari informasi yang Saya perlukan di Tokopedia Digital.					

9	Menurut Saya, halaman Tokopedia Digital memiliki tampilan warna yang menarik.					
10	Menurut Saya, halaman Tokopedia Digital memiliki tampilan yang kreatif.					
11	Menurut Saya, Tokopedia Digital menampilkan gambar produk yang bagus.					
12	Saya mudah memperoleh data transaksi yang saya perlukan.					
13	Menurut Saya, Tokopedia Digital memiliki akses yang cepat.					
14	Saya percaya bahwa transaksi di Tokopedia Digital aman.					
Niat Pembelian						
15	Saya tertarik untuk mencari informasi produk di Tokopedia Digital.					
16	Saya memiliki pertimbangan untuk melakukan pembelian di Tokopedia Digital.					
17	Saya tertarik untuk mencoba produk baru di Tokopedia Digital.					
18	Saya memiliki keinginan untuk mengetahui produk baru yang ada di Tokopedia Digital.					
19	Saya ingin membeli produk baru yang ditawarkan Tokopedia Digital.					

LAMPIRAN 3 TABULASI DATA RESPONDEN

Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Q8	X1,1	X1,2	X1,3	X1,4	X1,5	X1,6	X1,7	X2,1	X2,2	X2,3	X2,4	X2,5	X2,6	X2,7	Y1,1	Y1,2	Y1,3	Y1,4	Y1,5
1	1	2	2	2	2	2	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5
1	2	2	4	1	3	4	2	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5
1	2	2	4	3	2	2	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	5	3	3	4
1	1	2	3	2	3	1	2	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	2	5	4
1	1	2	3	2	2	4	2	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
1	2	2	3	3	3	4	6	4	4	5	4	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
1	1	2	3	2	2	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4
1	1	2	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
1	2	2	4	3	3	4	2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4
1	2	3	4	1	3	2	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4
1	1	3	4	4	2	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5
1	1	2	3	2	2	4	6	4	3	5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3
1	2	2	4	3	3	2	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
1	2	2	3	2	3	4	6	4	3	5	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	3	3
1	1	2	2	3	1	1	7	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
1	2	3	4	3	2	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4
1	1	2	2	3	2	1	6	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2
1	1	2	3	3	2	1	1	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
1	2	2	2	2	3	1	2	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
1	1	2	3	3	2	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
1	2	2	3	2	3	2	2	4	4	5	3	3	5	5	4	4	4	5	4	4	5	3	4	3	3	3
1	1	2	2	1	1	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4
1	2	2	3	2	2	2	2	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
1	1	2	2	3	2	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
1	2	2	3	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
1	1	2	2	1	1	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
1	2	2	3	2	2	2	2	4	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
1	1	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4







1	1	4	4	2	2	6	5	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	
1	1	2	3	2	2	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4
1	1	2	3	3	2	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	3	3	2	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
1	1	2	3	4	2	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4
1	1	2	2	2	3	2	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4
1	2	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	3	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	4	4	4	4
1	2	2	2	2	2	6	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4
1	1	2	3	3	2	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4
1	1	2	2	3	2	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5
1	1	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	3	4	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	2	2	3	2	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	2	2	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
1	1	2	3	3	2	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

Keterangan tabulasi data responden:

1. Q<sub>1</sub> merupakan pertanyaan pendahuluan yakni “Apakah Anda pernah melakukan transaksi pembelian produk digital di Tokopedia?”. Terdapat dua jenis pilihan jawaban yaitu opsi “Ya” ditandai dengan angka 1 dan opsi “Tidak” ditandai dengan angka 2.
2. Q<sub>2</sub> merupakan pernyataan data karakteristik demografi responden yakni “Jenis kelamin”. Terdapat dua jenis pilihan jawaban yaitu opsi “Pria” ditandai dengan angka 1 dan opsi “Wanita” ditandai dengan angka 2.
3. Q<sub>3</sub> merupakan pernyataan data karakteristik demografi responden yakni “Usia”. Terdapat empat jenis pilihan jawaban yaitu “Di bawah 17 tahun” ditandai dengan angka 1, “Antara 18 hingga 25 tahun” ditandai dengan angka 2, “Antara 26 tahun hingga 45 tahun” ditandai dengan angka 3 dan “Di atas 45 tahun” ditandai dengan angka 4.
4. Q<sub>4</sub> merupakan pernyataan dari karakteristik demografi responden yakni “Pengeluaran per bulan”. Terdapat empat jenis pilihan jawaban yaitu “Kurang dari Rp 999.999” ditandai dengan angka 1, “Antara Rp 1.000.000 hingga Rp 2.999.999” ditandai dengan angka 2, “Antara Rp 3.000.000 hingga Rp 4.999.999” ditandai dengan angka 3 dan “Lebih dari Rp 5.000.000” ditandai dengan angka 4.
5. Q<sub>5</sub> merupakan pernyataan dari karakteristik demografi responden yakni “Domisili tempat tinggal”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Jakarta Pusat” ditandai dengan angka 1, “Jakarta Utara” ditandai dengan angka 2, “Jakarta Barat” ditandai dengan angka 3, “Jakarta Selatan” ditandai dengan angka 4 dan “Jakarta Timur” ditandai dengan angka 5.
6. Q<sub>6</sub> merupakan pernyataan dari perilaku responden yakni “Mengakses Tokopedia secara rutin melalui”. Terdapat tiga jenis pilihan jawaban yaitu “Website [www.tokopedia.com](http://www.tokopedia.com)” ditandai dengan angka 1, “Aplikasi Tokopedia (Android)” ditandai dengan angka 2 dan “Aplikasi Tokopedia (iOS)” ditandai dengan angka 3.
7. Q<sub>7</sub> merupakan pernyataan dari perilaku responden yakni “Metode pembayaran yang sering digunakan”. Terdapat tujuh jenis pilihan jawaban yaitu “Transfer bank” ditandai dengan angka 1, “Virtual account” ditandai

- dengan angka 2, “Saldo Tokopedia” ditandai dengan angka 3, “OVO” ditandai dengan angka 4, “Minimarket” ditandai dengan angka 5, “Kartu kredit” ditandai dengan angka 6 dan “Paylater” ditandai dengan angka 7.
8. Q<sub>8</sub> merupakan pernyataan dari perilaku responden yakni “Media iklan Tokopedia Digital sering dilihat melalui”. Terdapat tujuh jenis pilihan jawaban yaitu “Iklan di televisi” ditandai dengan angka 1, “Iklan di sosial media” ditandai dengan angka 2, “Iklan di notifikasi smartphone” ditandai dengan angka 3, “Iklan di papan reklame” ditandai dengan angka 4, “Iklan di transportasi umum” ditandai dengan angka 5, “Iklan di situs” ditandai dengan angka 6 dan “Lainnya” ditandai dengan angka 7.
  9. X<sub>1,1</sub> merupakan pernyataan dari kesadaran merek yakni “Menurut Saya, merek Tokopedia Digital mudah dikenali”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
  10. X<sub>1,2</sub> merupakan pernyataan dari kesadaran merek yakni “Menurut Saya, merek Tokopedia Digital mudah diingat”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
  11. X<sub>1,3</sub> merupakan pernyataan dari kesadaran merek yakni “Menurut Saya, merek Tokopedia Digital mudah diucapkan”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
  12. X<sub>1,4</sub> merupakan pernyataan dari kesadaran merek yakni “Saya mampu menjelaskan secara singkat tentang merek Tokopedia Digital”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai

- dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
13.  $X_{1,5}$  merupakan pernyataan dari kesadaran merek yakni “Saya mampu menjelaskan produk atau jasa yang ada di Tokopedia Digital”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
  14.  $X_{1,6}$  merupakan pernyataan dari kesadaran merek yakni “Merek Tokopedia Digital mampu meningkatkan citra produk atau jasa yang ditawarkan”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
  15.  $X_{1,7}$  merupakan pernyataan dari kesadaran merek yakni “Menurut Saya, merek Tokopedia Digital mampu menarik pelanggan baru”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
  16.  $X_{2,1}$  merupakan pernyataan dari persepsi kualitas yakni “Saya mudah mencari informasi yang saya perlukan di Tokopedia Digital”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
  17.  $X_{2,2}$  merupakan pernyataan dari persepsi kualitas yakni “Menurut Saya, halaman Tokopedia Digital memiliki tampilan warna yang menarik”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.

18. X<sub>2,3</sub> merupakan pernyataan dari persepsi kualitas yakni “Menurut Saya, halaman Tokopedia Digital memiliki tampilan yang kreatif”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
19. X<sub>2,4</sub> merupakan pernyataan dari persepsi kualitas yakni “Menurut Saya, Tokopedia Digital menampilkan gambar produk yang bagus”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
20. X<sub>2,5</sub> merupakan pernyataan dari persepsi kualitas yakni “Saya mudah memperoleh data transaksi yang saya perlukan”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
21. X<sub>2,6</sub> merupakan pernyataan dari persepsi kualitas yakni “Menurut Saya, Tokopedia Digital memiliki akses yang cepat”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
22. X<sub>2,7</sub> merupakan pernyataan dari persepsi kualitas yakni “Saya percaya bahwa transaksi di Tokopedia Digital aman”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
23. Y<sub>1,1</sub> merupakan pernyataan dari niat pembelian yakni “Saya tertarik untuk mencari informasi produk di Tokopedia Digital”. Terdapat lima jenis

pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.

24. Y<sub>1,2</sub> merupakan pernyataan dari niat pembelian yakni “Saya memiliki pertimbangan untuk melakukan pembelian di Tokopedia Digital”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
25. Y<sub>1,3</sub> merupakan pernyataan dari niat pembelian yakni “Saya tertarik untuk mencoba produk baru di Tokopedia Digital”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
26. Y<sub>1,4</sub> merupakan pernyataan dari niat pembelian yakni “Saya memiliki keinginan untuk mengetahui produk baru yang ada di Tokopedia Digital”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.
27. Y<sub>1,5</sub> merupakan pernyataan dari niat pembelian yakni “Saya ingin membeli produk baru yang ditawarkan Tokopedia Digital”. Terdapat lima jenis pilihan jawaban yaitu “Sangat Tidak Setuju” ditandai dengan angka 1, “Tidak Setuju” ditandai dengan angka 2, “Ragu-Ragu” ditandai dengan angka 3, “Setuju” ditandai dengan angka 4 dan “Sangat Setuju” ditandai dengan angka 5.

## LAMPIRAN 4 HASIL UJI VALIDITAS 30 RESPONDEN

**Correlations**

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	Total_Score
Q1	Pearson Correlation	1	.649**	.040	.501**	.340	.419*	.340	.705**
	Sig. (2-tailed)		.000	.835	.005	.066	.021	.066	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Q2	Pearson Correlation	.649**	1	.155	.562**	.597**	.447*	.432*	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000		.414	.001	.001	.013	.017	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Q3	Pearson Correlation	.040	.155	1	.264	.216	.097	.257	.409*
	Sig. (2-tailed)	.835	.414		.158	.252	.609	.170	.025
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Q4	Pearson Correlation	.501**	.562**	.264	1	.740**	.217	.268	.758**
	Sig. (2-tailed)	.005	.001	.158		.000	.249	.153	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Q5	Pearson Correlation	.340	.597**	.216	.740**	1	.295	.366*	.768**
	Sig. (2-tailed)	.066	.001	.252	.000		.114	.047	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Q6	Pearson Correlation	.419*	.447*	.097	.217	.295	1	.391*	.585**
	Sig. (2-tailed)	.021	.013	.609	.249	.114		.033	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Q7	Pearson Correlation	.340	.432*	.257	.268	.366*	.391*	1	.635**
	Sig. (2-tailed)	.066	.017	.170	.153	.047	.033		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_Score	Pearson Correlation	.705**	.842**	.409*	.758**	.768**	.585**	.635**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.025	.000	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

**Gambar 1 Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek**

**Correlations**

		Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	Total_Score
Q8	Pearson Correlation	1	.337	.070	.150	.391*	.183	.164	.492**
	Sig. (2-tailed)		.069	.714	.428	.033	.334	.385	.006
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Q9	Pearson Correlation	.337	1	.695**	.385*	.375*	.185	.055	.671**
	Sig. (2-tailed)	.069		.000	.035	.041	.329	.771	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Q10	Pearson Correlation	.070	.695**	1	.200	.273	.096	.287	.572**
	Sig. (2-tailed)	.714	.000		.290	.144	.615	.124	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Q11	Pearson Correlation	.150	.385*	.200	1	.086	.165	.025	.475**
	Sig. (2-tailed)	.428	.035	.290		.651	.384	.897	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Q12	Pearson Correlation	.391*	.375*	.273	.086	1	.384*	.272	.651**
	Sig. (2-tailed)	.033	.041	.144	.651		.036	.146	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Q13	Pearson Correlation	.183	.185	.096	.165	.384*	1	.300	.570**
	Sig. (2-tailed)	.334	.329	.615	.384	.036		.107	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Q14	Pearson Correlation	.164	.055	.287	.025	.272	.300	1	.558**
	Sig. (2-tailed)	.385	.771	.124	.897	.146	.107		.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Total_Score	Pearson Correlation	.492**	.671**	.572**	.475**	.651**	.570**	.558**	1
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.001	.008	.000	.001	.001	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

**Gambar 2 Hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas**

**Correlations**

		Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	Total_Score
Q15	Pearson Correlation	1	.414*	.667**	.805**	.604**	.862**
	Sig. (2-tailed)		.023	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Q16	Pearson Correlation	.414*	1	.419*	.350	.233	.572**
	Sig. (2-tailed)	.023		.021	.058	.215	.001
	N	30	30	30	30	30	30
Q17	Pearson Correlation	.667**	.419*	1	.668**	.764**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.021		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Q18	Pearson Correlation	.805**	.350	.668**	1	.800**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.058	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Q19	Pearson Correlation	.604**	.233	.764**	.800**	1	.848**
	Sig. (2-tailed)	.000	.215	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_Score	Pearson Correlation	.862**	.572**	.874**	.898**	.848**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

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

**Gambar 3 Hasil Uji Validitas Niat Pembelian**



LAMPIRAN 5 HASIL UJI RELIABILITAS 30 RESPONDEN

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.804	7

**Gambar 4 Hasil Uji Reliabilitas Kesadaran Merek**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.687	7

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	5

**Gambar 5 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kualitas**

**Gambar 6 Hasil Uji Reliabilitas Niat Pembelian**

## LAMPIRAN 6 HASIL UJI VALIDITAS 100 RESPONDEN

**Correlations**

		Q1	Q2	Q3	Q4	Q5	Q6	Q7	TOTAL_SCORE
Q1	Pearson Correlation	1	.477**	.110	.339**	.369**	-.037	-.046	.557**
	Sig. (2-tailed)		.000	.277	.001	.000	.713	.652	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Q2	Pearson Correlation	.477**	1	.056	.257**	.372**	.084	-.006	.584**
	Sig. (2-tailed)	.000		.579	.010	.000	.407	.951	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Q3	Pearson Correlation	.110	.056	1	.069	.202*	.225*	.175	.418**
	Sig. (2-tailed)	.277	.579		.498	.044	.025	.081	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Q4	Pearson Correlation	.339**	.257**	.069	1	.564**	.275**	.247*	.698**
	Sig. (2-tailed)	.001	.010	.498		.000	.006	.013	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Q5	Pearson Correlation	.369**	.372**	.202*	.564**	1	.288**	.208*	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.044	.000		.004	.038	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Q6	Pearson Correlation	-.037	.084	.225*	.275**	.288**	1	.426**	.549**
	Sig. (2-tailed)	.713	.407	.025	.006	.004		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Q7	Pearson Correlation	-.046	-.006	.175	.247*	.208*	.426**	1	.456**
	Sig. (2-tailed)	.652	.951	.081	.013	.038	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_SCORE	Pearson Correlation	.557**	.584**	.418**	.698**	.767**	.549**	.456**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

**Gambar 7 Hasil Uji Validitas Kesadaran Merek**

**Correlations**

		Q8	Q9	Q10	Q11	Q12	Q13	Q14	TOTAL_SCORE
Q8	Pearson Correlation	1	.177	.117	.157	.342**	.214*	.159	.551**
	Sig. (2-tailed)		.077	.246	.118	.000	.032	.115	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Q9	Pearson Correlation	.177	1	.484**	.322**	.152	.202*	.047	.603**
	Sig. (2-tailed)	.077		.000	.001	.131	.044	.641	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Q10	Pearson Correlation	.117	.484**	1	.353**	.144	.165	.057	.590**
	Sig. (2-tailed)	.246	.000		.000	.152	.101	.572	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Q11	Pearson Correlation	.157	.322**	.353**	1	.337**	.154	.112	.607**
	Sig. (2-tailed)	.118	.001	.000		.001	.126	.267	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Q12	Pearson Correlation	.342**	.152	.144	.337**	1	.187	.268**	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000	.131	.152	.001		.063	.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Q13	Pearson Correlation	.214*	.202*	.165	.154	.187	1	.265**	.551**
	Sig. (2-tailed)	.032	.044	.101	.126	.063		.008	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
Q14	Pearson Correlation	.159	.047	.057	.112	.268**	.265**	1	.467**
	Sig. (2-tailed)	.115	.641	.572	.267	.007	.008		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL_SCORE	Pearson Correlation	.551**	.603**	.590**	.607**	.608**	.551**	.467**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100

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

**Gambar 8 Hasil Uji Validitas Persepsi Kualitas**

**Correlations**

		Q15	Q16	Q17	Q18	Q19	TOTAL_SCORE
Q15	Pearson Correlation	1	.242*	.618**	.555**	.582**	.775**
	Sig. (2-tailed)		.015	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Q16	Pearson Correlation	.242*	1	.192	.177	.288**	.523**
	Sig. (2-tailed)	.015		.056	.079	.004	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Q17	Pearson Correlation	.618**	.192	1	.687**	.854**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.056		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Q18	Pearson Correlation	.555**	.177	.687**	1	.699**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.079	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Q19	Pearson Correlation	.582**	.288**	.854**	.699**	1	.879**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
TOTAL_SCORE	Pearson Correlation	.775**	.523**	.858**	.808**	.879**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

**Gambar 9 Hasil Uji Validitas Niat Pembelian**

## LAMPIRAN 7 HASIL UJI RELIABILITAS 100 RESPONDEN

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.676	7

**Gambar 10 Hasil Uji Reliabilitas Kesadaran Merek**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.651	7

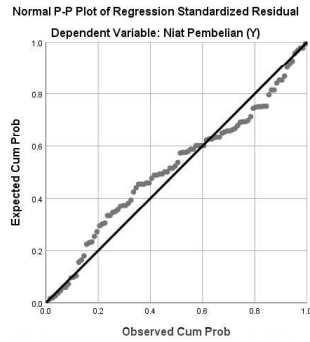
**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.815	5

**Gambar 11 Hasil Uji Reliabilitas Persepsi Kualitas**

**Gambar 12 Hasil Uji Reliabilitas Niat Pembelian**

## LAMPIRAN 8 HASIL UJI ASUMSI KLASIK 100 RESPONDEN



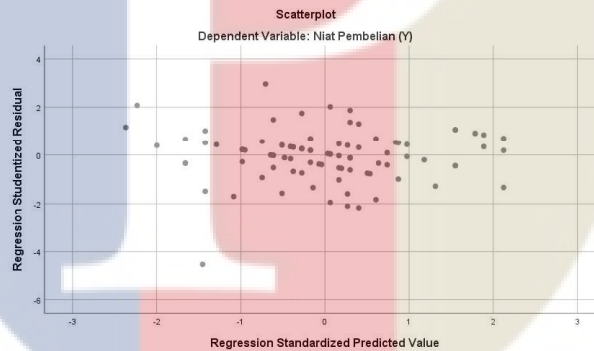
**Gambar 13 Hasil Uji Normalitas Normal Probability Plot**

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1								
	(Constant)	-2.732	3.737		-.731	.466		
	Kesadaran Merek (X1)	.444	.099	.400	4.472	.000	.904	1.106
	Persepsi Kualitas (X2)	.309	.103	.268	2.995	.003	.904	1.106

a. Dependent Variable: Niat Pembelian (Y)

**Gambar 14 Hasil Uji Multikolinearitas**



**Gambar 15 Hasil Uji Heteroskedastisitas (Scatterplot)**

## LAMPIRAN 9 HASIL UJI HIPOTESIS

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.732	3.737		-.731	.466		
	Kesadaran Merek (X1)	.444	.099	.400	4.472	.000	.904	1.106
	Persepsi Kualitas (X2)	.309	.103	.268	2.995	.003	.904	1.106

a. Dependent Variable: Niat Pembelian (Y)

**Gambar 16 Hasil Uji Persamaan Regresi Linear Berganda**

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-2.732	3.737		-.731	.466		
	Kesadaran Merek (X1)	.444	.099	.400	4.472	.000	.904	1.106
	Persepsi Kualitas (X2)	.309	.103	.268	2.995	.003	.904	1.106

a. Dependent Variable: Niat Pembelian (Y)

**Gambar 17 Hasil Uji T (Parsial)**

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	170.457	2	85.228	20.617	.000 <sup>b</sup>
	Residual	400.983	97	4.134		
	Total	571.440	99			

a. Dependent Variable: Niat Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Persepsi Kualitas (X2), Kesadaran Merek (X1)

**Gambar 18 Hasil Uji F (Simultan)**

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.546 <sup>a</sup>	.298	.284	2.033

a. Predictors: (Constant), Persepsi Kualitas (X2), Kesadaran Merek (X1)

b. Dependent Variable: Niat Pembelian (Y)

**Gambar 19 Hasil Uji Koefisien Determinasi**

## LAMPIRAN 10 HASIL UJI PLAGIARISME

ORIGINALITY REPORT			
<b>19%</b>	<b>12%</b>	<b>1%</b>	<b>17%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS
PRIMARY SOURCES			
<b>1</b>	<b>Submitted to Universitas Diponegoro</b> Student Paper		<b>1%</b>
<b>2</b>	<b>Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia</b> Student Paper		<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>Submitted to Universitas Negeri Surabaya The State University of Surabaya</b> Student Paper		<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Udayana University</b> Student Paper		<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>Submitted to Tarumanagara University</b> Student Paper		<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>adoc.tips</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>7</b>	<b>es.scribd.com</b> Internet Source		<b>1%</b>
<b>8</b>	<b>Submitted to STIE Perbanas Surabaya</b> Student Paper		<b>1%</b>