

LAMPIRAN

KUESIONER

Responden Yth,

Saya **Ezra** selaku mahasiswa dari Universitas Katolik Soegijapranata Semarang akan mengadakan penelitian mengenai pengaruh karakteristik produk dan faktor psikografis terhadap minat mahasiswa untuk membeli produk sepatu imitasi. Untuk itu kami mohon kesediaan Saudara untuk mengisi kuesioner ini. Segala informasi Saudara berikan, akan kami jaga kerahasiaannya dan hanya dipakai untuk kepentingan akademis. Atas kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner kami mengucapkan terimakasih.

A. BAGIAN I

Berilah tanda (X) pada jawaban pilihan anda.

1. Nama :
2. Angkatan :
3. Merk sneakers favorit :
4. Terakhir kali membeli sneakers :

B. BAGIAN II

Berilah jawaban pada pertanyaan – pertanyaan berikut dengan cara memberi tanda (v) atau (x) pada salah satu kolom tersedia sesuai dengan pendapat anda.

Berikan pendapat anda sesuai kriteria sebagai berikut :

STS **TS** **N** **S** **SS**
 Sangat tidak Setuju Tidak setuju Netral Setuju
 Sangat Setuju

Variabel Karakteristik Produk (X₁)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Sepatu imitasi memiliki bentuk yang menarik					
2	Sepatu imitasi mirip dengan sepatu original					
3	Harga sepatu imitasi terjangkau					
4	Sepatu imitasi nyaman digunakan					
5	Nomor ukuran sepatu imitasi sesuai dengan nomor ukuran yang biasa saya gunakan					
6	Bahan yang digunakan untuk membuat sepatu imitasi memiliki daya tahan yang baik					
7	Sepatu imitasi dapat digunakan hingga dua tahun sebelum rusak					
8	Sepatu imitasi mudah diperbaiki jika sepatu tersebut rusak					
9	Sepatu imitasi terlihat mewah					
10	Corak warna dari sepatu imitasi menarik					

Variabel Faktor Psikografis (X₂)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
11	Mahasiswa suka mengunjungi kafe yang sedang populer saat ini					
12	Mahasiswa suka menonton bioskop bersama-sama dengan teman-temannya					
13	Mahasiswa merasa tertarik untuk mengikuti tren <i>fashion</i> terutama sepatu					
14	Mahasiswa merasa tertarik untuk bergabung dengan komunitas yang sedang trend di kalangan anak muda yaitu komunitas mobil					

	(Toyota Innova Owners Club Indonesia, BMW Car Club Indonesia, Toyota Land Cruiser Indonesia)					
15	Mahasiswa merasa menggunakan sepatu <i>sneaker</i> dengan merek mewah untuk peningkatan citra dirinya					
16	Pendidikan formal dianggap penting bagi mahasiswa sebagai dasar bagi penentuan keputusan					

Variabel Minat Membeli Sepatu Imitasi (Y)

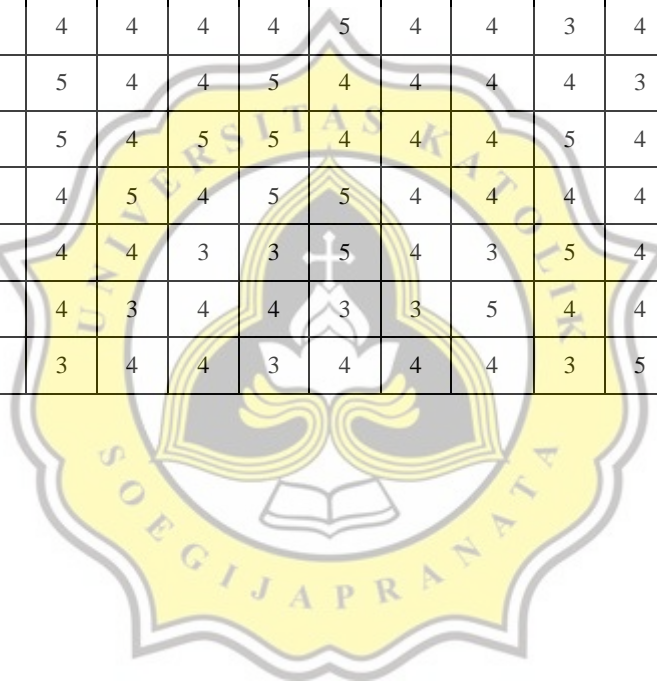
No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
17	Saya selalu memperhatikan produk sepatu yang baru di pasar					
18	Saya selalu tertarik dengan produk sepatu baru					
19	Saya ingin memiliki sepatu dengan merk yang baik					
20	Saya ingin mencoba menggunakan sepatu imitasi					

Tabulasi Data

	Angkataan	Merk	Bel i	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	X1	X2	Y	
1	2017	Adidas	3	3	4	4	4	3	4	5	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	36	23	15	
2	2018	DC	3	5	5	3	3	3	5	5	5	3	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	40	29	18	
3	2016	Adidas	4	3	3	4	4	3	3	5	4	5	4	3	5	4	4	3	3	5	4	4	5	38	22	18	
4	2017	Adidas	3	4	4	4	5	4	4	3	5	5	3	4	3	5	3	5	4	3	4	4	5	41	24	16	
5	2018	Vans	4	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	47	29	17	
6	2017	Adidas	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	40	27	18
7	2017	Nike	1	3	3	3	4	3	3	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	35	22	14
8	2018	Converse	3	5	5	4	4	5	4	4	3	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	3	5	43	24	16
9	2018	Adidas	3	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	3	3	4	5	4	5	4	3	3	5	40	24	15	
10	2018	Adidas	4	4	3	4	5	4	4	3	5	5	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	5	42	27	17	
11	2017	Nike	2	4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	5	35	24	16	
12	2016	Adidas	4	3	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	38	24	17	
13	2017	Airwalk	1	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	5	41	23	17	
14	2016	DC	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	38	25	15	
15	2016	Nike	4	4	5	4	3	4	3	3	5	4	4	3	3	3	4	3	5	4	5	4	4	39	21	17	
16	2016	New Balance	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	39	25	17	
17	2018	Nike	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	4	3	4	4	4	3	40	24	15	
18	2016	Vans	2	4	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	44	26	18	

19	2018	Onitsuka Tiger	2	4	4	3	4	4	3	3	4	5	5	3	3	4	5	5	4	4	3	3	4	39	24	1	4
20	2016	Air Jordan	2	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	5	4	4	4	4	3	4	3	5	3	41	24	1	5
21	2016	Vans	4	3	4	4	5	3	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	5	3	38	25	1	6
22	2017	Vans	2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	2	2	2	1	2	2	16	10	7	7
23	2016	Nike	3	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	40	22	1	7
24	2016	Nike	1	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	3	5	5	4	3	44	24	1	7
25	2016	Skechers	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	3	3	4	5	4	3	4	3	4	4	37	22	1	5
26	2018	Adidas	2	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	46	27	1	7
27	2018	Airwalk	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	44	27	1	8
28	2018	Vans	2	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	42	27	1	8
29	2016	Air Jordan	2	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	45	25	1	7
30	2018	Skechers	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	42	26	1	6
31	2017	Nike	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	41	26	1	7
32	2017	Nike	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	42	26	1	8
33	2018	Adidas	2	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43	25	1	7
34	2017	Vans	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	40	25	1	7
35	2018	Adidas	2	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	42	26	1	6
36	2016	Air Jordan	2	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	5	4	5	4	4	4	43	25	1	7
37	2017	Air Jordan	2	2	1	1	1	2	2	2	1	3	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	1	17	11	5	5
38	2018	Nike	3	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	3	5	4	4	4	4	5	4	5	45	25	1	8
39	2016	Vans	3	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	5	45	24	1	8

40	2017	Nike	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	43	26	16
41	2018	Vans	2	2	2	1	1	2	1	2	1	3	3	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	18	9	6
42	2017	Air Jordan	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	43	29	20
43	2016	Adidas	3	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43	27	17
44	2018	DC	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42	25	16
45	2016	Converse	2	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	42	25	17
46	2016	Nike	1	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	44	28	19
47	2016	Vans	2	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	45	24	16
48	2017	Adidas	2	4	4	5	4	4	3	3	5	4	3	5	4	4	3	4	4	4	5	3	3	39	24	15
49	2018	Air Jordan	4	3	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	3	4	3	4	4	4	5	37	22	17
50	2018	Nike	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	5	4	4	39	25	17



Frequencies

Frequency Table

Angkatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2016	18	36,0	36,0	36,0
	2017	14	28,0	28,0	64,0
	2018	18	36,0	36,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Merk sneakers favorit

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Adidas	12	24,0	24,0	24,0
	Air Jordan	6	12,0	12,0	36,0
	Airwalk	2	4,0	4,0	40,0
	Converse	2	4,0	4,0	44,0
	DC	3	6,0	6,0	50,0
	New Balance	1	2,0	2,0	52,0
	Nike	12	24,0	24,0	76,0
	Onitsuka Tiger	1	2,0	2,0	78,0
	Skechers	2	4,0	4,0	82,0
	Vans	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Terakhir kali membeli sneakers

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 bulan	5	10,0	10,0	10,0
	>1 - 6 bulan	19	38,0	38,0	48,0
	>6 bulan - 1 tahun	17	34,0	34,0	82,0
	> 1 tahun	9	18,0	18,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

Frequencies

Frequency Table

y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	4,0	4,0	4,0
	2,00	1	2,0	2,0	6,0
	3,00	1	2,0	2,0	8,0
	4,00	34	68,0	68,0	76,0
	5,00	12	24,0	24,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	6,0	6,0	6,0
	3,00	6	12,0	12,0	18,0
	4,00	27	54,0	54,0	72,0
	5,00	14	28,0	28,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	6,0	6,0	6,0
	3,00	5	10,0	10,0	16,0
	4,00	36	72,0	72,0	88,0
	5,00	6	12,0	12,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,0	2,0	2,0
	2,00	2	4,0	4,0	6,0
	3,00	8	16,0	16,0	22,0
	4,00	19	38,0	38,0	60,0
	5,00	20	40,0	40,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

x1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,0	2,0	2,0
	2,00	2	4,0	4,0	6,0
	3,00	6	12,0	12,0	18,0
	4,00	33	66,0	66,0	84,0
	5,00	8	16,0	16,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

x1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,0	2,0	2,0
	2,00	2	4,0	4,0	6,0
	3,00	4	8,0	8,0	14,0
	4,00	31	62,0	62,0	76,0
	5,00	12	24,0	24,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

x1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	4,0	4,0	4,0
	2,00	1	2,0	2,0	6,0
	3,00	6	12,0	12,0	18,0
	4,00	32	64,0	64,0	82,0
	5,00	9	18,0	18,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

x1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	4,0	4,0	4,0
	2,00	1	2,0	2,0	6,0
	3,00	3	6,0	6,0	12,0
	4,00	28	56,0	56,0	68,0
	5,00	16	32,0	32,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

x1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
	2,00	3	6,0	6,0	6,0

Valid	3,00	6	12,0	12,0	18,0
	4,00	33	66,0	66,0	84,0
	5,00	8	16,0	16,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

x1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,0	2,0	2,0
	2,00	2	4,0	4,0	6,0
	3,00	8	16,0	16,0	22,0
	4,00	30	60,0	60,0	82,0
	5,00	9	18,0	18,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

x1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,0	2,0	2,0
	2,00	2	4,0	4,0	6,0
	3,00	11	22,0	22,0	28,0
	4,00	17	34,0	34,0	62,0
	5,00	19	38,0	38,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

x1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	6,0	6,0	6,0
	3,00	5	10,0	10,0	16,0
	4,00	27	54,0	54,0	70,0
	5,00	15	30,0	30,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

x1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,0	2,0	2,0
	3,00	15	30,0	30,0	32,0
	4,00	19	38,0	38,0	70,0
	5,00	15	30,0	30,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

x1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	2	4,0	4,0	4,0
	3,00	9	18,0	18,0	22,0
	4,00	28	56,0	56,0	78,0
	5,00	11	22,0	22,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

x2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	1	2,0	2,0	2,0
	2,00	2	4,0	4,0	6,0
	3,00	9	18,0	18,0	24,0
	4,00	27	54,0	54,0	78,0
	5,00	11	22,0	22,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

x2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	3	6,0	6,0	6,0
	3,00	13	26,0	26,0	32,0
	4,00	24	48,0	48,0	80,0
	5,00	10	20,0	20,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

x2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1,00	2	4,0	4,0	4,0
	2,00	1	2,0	2,0	6,0
	3,00	1	2,0	2,0	8,0
	4,00	29	58,0	58,0	66,0
	5,00	17	34,0	34,0	100,0
Total		50	100,0	100,0	

x2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,00	3	6,0	6,0	6,0
	3,00	6	12,0	12,0	18,0
	4,00	24	48,0	48,0	66,0
	5,00	17	34,0	34,0	100,0

Tota l	50	100,0	100,0
-----------	----	-------	-------

x2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	2,00	3	6,0	6,0
	3,00	6	12,0	18,0
	4,00	26	52,0	70,0
	5,00	15	30,0	100,0
Tota l	50	100,0	100,0	

x2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Vali d	2,00	3	6,0	6,0
	3,00	8	16,0	22,0
	4,00	21	42,0	64,0
	5,00	18	36,0	100,0
Tota l	50	100,0	100,0	

Validitas dan reliabilitas karakteristik produk
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	50	100,0
Excluded	0	,0
Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,913	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x1.1	3,9000	,78895	50
x1.2	4,0200	,82040	50
x1.3	3,9000	,86307	50
x1.4	4,1000	,90914	50
x1.5	3,9200	,72393	50

x1.6	3,8800	,82413	50
x1.7	4,0200	,97917	50
x1.8	4,0200	,97917	50
x1.9	3,9400	,89008	50
x1.1	3,9600	,75485	50
0			

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x1.1	35,7600	33,411	,796	,898
x1.2	35,6400	33,745	,721	,902
x1.3	35,7600	32,839	,779	,899
x1.4	35,5600	32,333	,786	,898
x1.5	35,7400	34,441	,744	,902
x1.6	35,7800	33,522	,743	,901
x1.7	35,6400	33,868	,567	,913
x1.8	35,6400	32,276	,724	,902
x1.9	35,7200	35,512	,470	,913
x1.1	35,7000	35,724	,554	,911
0				

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
39,6600	41,290	6,42575	10

Validitas dan reliabilitas faktor psikografis

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,859	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x2.1	3,9000	,86307	50
x2.2	3,7600	,98063	50

x2.3	4,1600	,88893	50
x2.4	4,1000	,83910	50
x2.5	4,0600	,81841	50
x2.6	4,0800	,87691	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
x2.1	20,1600	11,729	,655	,835
x2.2	20,3000	11,071	,660	,835
x2.3	19,9000	10,786	,816	,804
x2.4	19,9600	12,529	,524	,857
x2.5	20,0000	11,837	,681	,831
x2.6	19,9800	12,061	,577	,849

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
24,0600	16,343	4,04268	6

Validitas dan reliabilitas minat beli sepatu imitasi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100,0
	Excluded	0	,0
	Total	50	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,832	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
y1.1	4,0600	,84298	50
y1.2	3,9800	,97917	50
y1.3	3,9000	,67763	50
y1.4	4,1000	,95298	50

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
y1.1	11,9800	4,591	,769	,740
y1.2	12,0600	4,180	,735	,754
y1.3	12,1400	5,592	,633	,809
y1.4	11,9400	4,833	,558	,831

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
16,0400	8,080	2,84253	4

Regresi Berganda

Variables Entered/Removed

Mode	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Faktor psikografis, Karakteristik produk	.	Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: Minat beli sepatu imitasi

Model Summary

Mode	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,919 ^a	,845	,839	1,14190

- a. Predictors: (Constant), Faktor psikografis, Karakteristik produk

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	334,636	2	167,318	128,319	,000 ^a
	Residual	61,284	47	1,304		
	Total	395,920	49			

- a. Predictors: (Constant), Faktor psikografis, Karakteristik produk
b. Dependent Variable: Minat beli sepatu imitasi

Coefficients

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,173	1,028		-,168	,867
	Karakteristik produk	,207	,061	,468	3,400	,001
	Faktor psikografis	,333	,097	,473	3,436	,001

- a. Dependent Variable: Minat beli sepatu imitasi



8.14% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

Report # 12994623

BAB I PENDAHULUAN 1.1. Latar Belakang Salah satu fenomena yang cukup menarik perhatian yaitu fenomena peredaran produk-produk imitasi (barang palsu) sebagai sebuah alternatif baru dalam pilihan konsumsi konsumen Indonesia. Merek dagang ASPAL (Asli tapi Palsu) yaitu merek dari berbagai produk imitasi sudah banyak beredar dan konsumen sudah tidak asing lagi dengan merek tersebut. Terkadang berbagai cara dilakukan oleh banyak produsen, dalam hal menyikapi persaingan dagang antar produsen. Cara yang dilakukan mulai dari trik marketing, kemiripan bentuk, hingga plagiat brand sering dilakukan oleh para produsen tersebut. Pembelian produk imitasi adalah fenomena perilaku konsumen yang sudah biasa di Indonesia, tidak ada hal yang aneh dalam membeli produk tersebut. Jumlah penduduk Indonesia yang besar menjadi pasar yang sangat potensial bagi perusahaan-perusahaan yang memasarkan produk-produk mereka. Strategi imitasi adalah taktik pemasaran yang menguntungkan dalam memproduksi dan menjual produk yang mirip dengan merek-merek