

**ONLINE PADA TOKO LAPTOP SEMARANG (STUDI KASUS KONSUMEN DI SEMARANG)**

No Responden : .....

Kepada Responden Yang Terhormat,

Pernyataan-pernyataan yang ada di dalam kuesioner online /google form ini adalah untuk data penelitian dalam rangka penyusunan proposal skripsi berjudul **“Pengaruh Digital Marketing dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Laptop Secara Online Pada Toko Laptop Semarang (Studi Kasus Konsumen Di Semarang)”**. Dengan ini, saya mohon kesediaan bagi saudara/i untuk mengisi beberapa pernyataan yang ada di dalam kuesioner online / google form di bawah ini. Segala bentuk informasi / jawaban yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas perhatian dan bantuan saudara/i saya ucapkan terimakasih.

Identitas Konsumen

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin :

- a. Pria
- b. Wanita

Pekerjaan :

Penghasilan :

- a. < Rp 1.000.000
- b. Rp 1.000.000 – Rp 2.500.000
- c. Rp 2.500.000 – Rp 5.000.000
- d. Di atas Rp 5.000.000

Merk laptop yang anda beli :

- a. Asus

- b. Nec
- c. Sony
- d. Dell
- e. HP
- f. Lenovo
- g. Macbook
- h. Huawei
- i. Samsung
- j. Lainnya....

Tahun membeli laptop :

Kondisi laptop yang anda beli :

- a. Baru
- b. Bekas

Harga laptop yang anda beli :

- a. < Rp 5.000.000
- b. Rp 5.000.000 – Rp 7.500.000
- c. Rp 7.500.000 – Rp 10.000.000
- d. Diatas Rp 10.000.000

Anda melakukan pembelian laptop untuk keperluan apa ? (contohnya : untuk bekerja, untuk sekolah, dll) :

Aplikasi apa yang paling banyak anda gunakan ? (contohnya : ms.word, ms.power point, dll) :

### **Digital Marketing (X1)**

Petunjuk Pernyataan :

Untuk mengisi pernyataan berikut, anda diminta untuk memberikan jawaban berupa penilaian yang anda anggap paling tepat. Serta isi pernyataan dibawah sesuai dengan yang anda ketahui.

Keterangan skor :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	Jawaban Responden					Total
		1	2	3	4	5	
1.	Saya mudah menjumpai promosi yang dilakukan oleh toko tersebut.						
2.	Saya tidak membutuhkan banyak waktu saat melakukan transaksi online di toko tersebut.						
3.	Saya dapat dengan mudah melakukan transaksi online di toko tersebut.						
4.	Media sosial (seperti halnya Facebook, Instagram, Whatsapp, dll) merupakan sumber pemberian informasi tercepat saat saya bertanya pada toko tersebut.						
5.	Marketplace (seperti halnya tokopedia, shopee, olx, dll) merupakan sumber pemberian informasi tercepat saat saya bertanya pada toko tersebut.						

### **Kualitas Pelayanan (X2)**

Petunjuk Pernyataan :

Untuk mengisi pernyataan berikut, anda diminta untuk memberikan jawaban berupa penilaian yang anda anggap paling tepat. Serta isi pernyataan dibawah sesuai dengan yang anda ketahui.

Keterangan skor :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	Jawaban Responden					Total
		1	2	3	4	5	
1.	Saya dapat dengan mudah memperoleh informasi terkait laptop saat bertanya pada toko tersebut.						
2.	Saya mendapatkan garansi/jaminan yang sesuai dari toko tersebut.						
3.	Saya mendapatkan pelayanan yang terampil dari karyawan toko tersebut.						
4.	Saya mendapatkan respon yang cepat dan baik pada saat saya membeli dari toko tersebut.						
5.	Saya mendapatkan pelayanan yang profesional dari toko tersebut.						
6.	Saya tetap mendapatkan pelayanan saat saya mengajukan keluhan terkait laptop yang saya beli dari toko tersebut.						

### Keputusan Pembelian (Y)

Petunjuk Pernyataan :

Untuk mengisi pernyataan berikut, anda diminta untuk memberikan jawaban berupa penilaian yang anda anggap paling tepat. Serta isi pernyataan dibawah sesuai dengan yang anda ketahui.

Keterangan skor :

1 = Sangat Tidak Setuju

2 = Tidak Setuju

3 = Netral

4 = Setuju

5 = Sangat Setuju

No.	Pertanyaan	Jawaban Responden					Total
		1	2	3	4	5	
1.	Saya mencari laptop baru karena laptop yang lama sering bermasalah (error, rusak, dll).						
2.	Saya mencari informasi terlebih dahulu tentang laptop yang anda butuhkan.						
3.	Saya merasa cocok membeli di toko tersebut.						
4.	Saya merasa laptop yang ditawarkan sesuai dengan yang saya butuhkan.						
5.	Saya merasa puas dengan laptop yang saya beli di toko tersebut.						

Saya ucapkan terimakasih atas kesediaan saudara/i karena telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner online / google form yang saya berikan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih sebanyak-banyaknya.

## Lampiran 2 : Hasil Output Spss

1. Uji validitas *digital marketing* (X1)

### Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.407*	.301	.255	.488**	.704**
	Sig. (2-tailed)		.026	.106	.174	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.407*	1	.437*	.059	.227	.649**
	Sig. (2-tailed)	.026		.016	.758	.229	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.301	.437*	1	.257	.549**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.106	.016		.171	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.255	.059	.257	1	.509**	.606**
	Sig. (2-tailed)	.174	.758	.171		.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.488**	.227	.549**	.509**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.006	.229	.002	.004		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_X1	Pearson Correlation	.704**	.649**	.723**	.606**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.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).

## 2. Uji validitas kualitas pelayanan (X2)

### Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2
--	------	------	------	------	------	------	----------

X2.1	Pearson	1	.497**	.494**	.684**	.737**	.698**	.868**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)		.005	.006	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson	.497**	1	.376*	.471**	.378*	.215	.590**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.005		.041	.009	.039	.254	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson	.494**	.376*	1	.507**	.690**	.572**	.790**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.006	.041		.004	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson	.684**	.471**	.507**	1	.687**	.545**	.814**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.009	.004		.000	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson	.737**	.378*	.690**	.687**	1	.614**	.876**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.039	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson	.698**	.215	.572**	.545**	.614**	1	.781**
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.254	.001	.002	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
Total_X2	Pearson	.868**	.590**	.790**	.814**	.876**	.781**	1
	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	
	N	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).

### 3. Uji validitas keputusan pembelian (Y)

#### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.024	.368*	.129	.130	.561**
	Sig. (2-tailed)		.900	.045	.496	.492	.001
	N	30	30	30	30	30	30
Y2	Pearson Correlation	.024	1	.457*	.645**	.295	.629**
	Sig. (2-tailed)	.900		.011	.000	.114	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y3	Pearson Correlation	.368*	.457*	1	.644**	.416*	.814**
	Sig. (2-tailed)	.045	.011		.000	.022	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y4	Pearson Correlation	.129	.645**	.644**	1	.690**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.496	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y5	Pearson Correlation	.130	.295	.416*	.690**	1	.686**
	Sig. (2-tailed)	.492	.114	.022	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Total_Y	Pearson Correlation	.561**	.629**	.814**	.837**	.686**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.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).

#### 4. Uji reliabilitas *digital marketing* (X1)

##### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.710	5

#### 5. Uji reliabilitas kualitas pelayanan (X2)

##### Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.878	6

#### 6. Uji reliabilitas keputusan pembelian (Y)



### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.719	5

### 7. Analisis regresi linear berganda

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.284	1.613		5.136	.000
	Digital Marketing (X1)	.121	.065	.156	1.846	.068
	Kualitas Pelayanan (X2)	.435	.064	.573	6.790	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

### 8. Uji t

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.284	1.613		5.136	.000
	Digital Marketing (X1)	.121	.065	.156	1.846	.068
	Kualitas Pelayanan (X2)	.435	.064	.573	6.790	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

### 9. Uji F

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	280.961	2	140.481	35.852	.000 <sup>b</sup>
	Residual	380.079	97	3.918		
	Total	661.040	99			

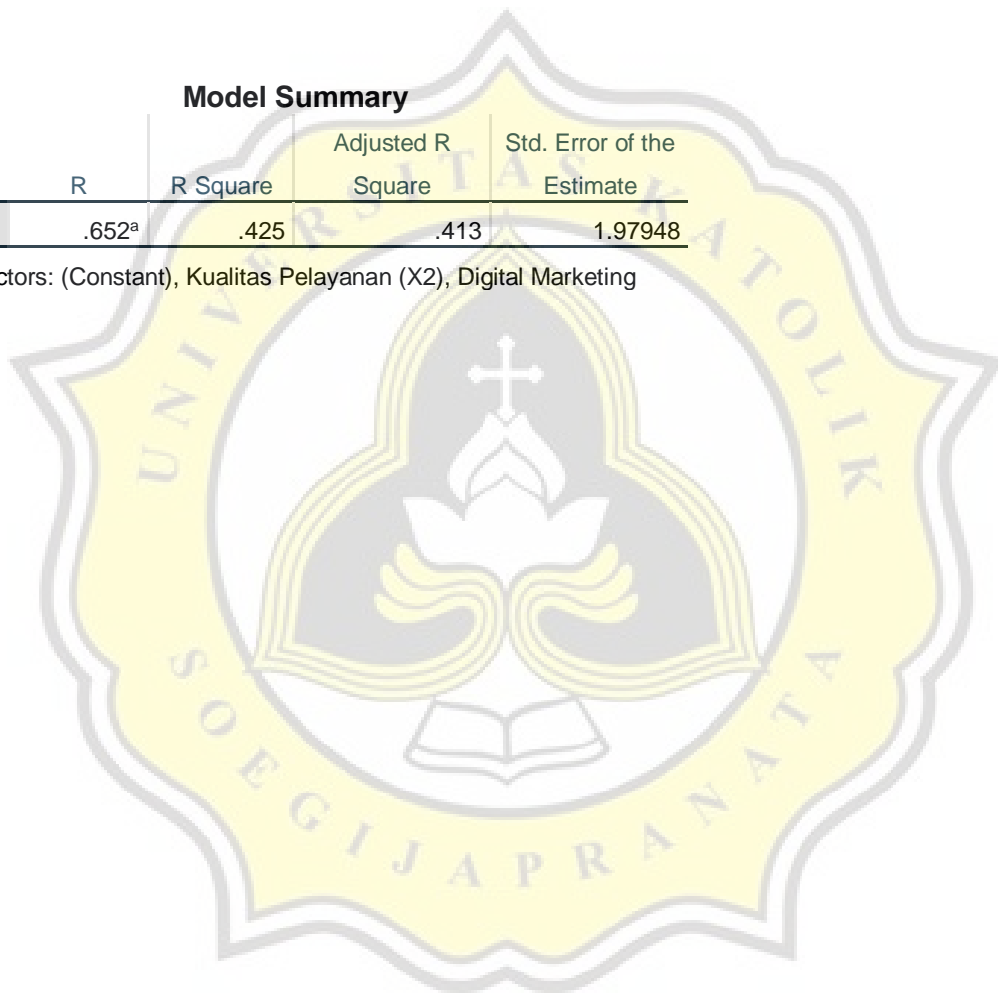
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Digital Marketing (X1)

## 10. Uji Determinasi

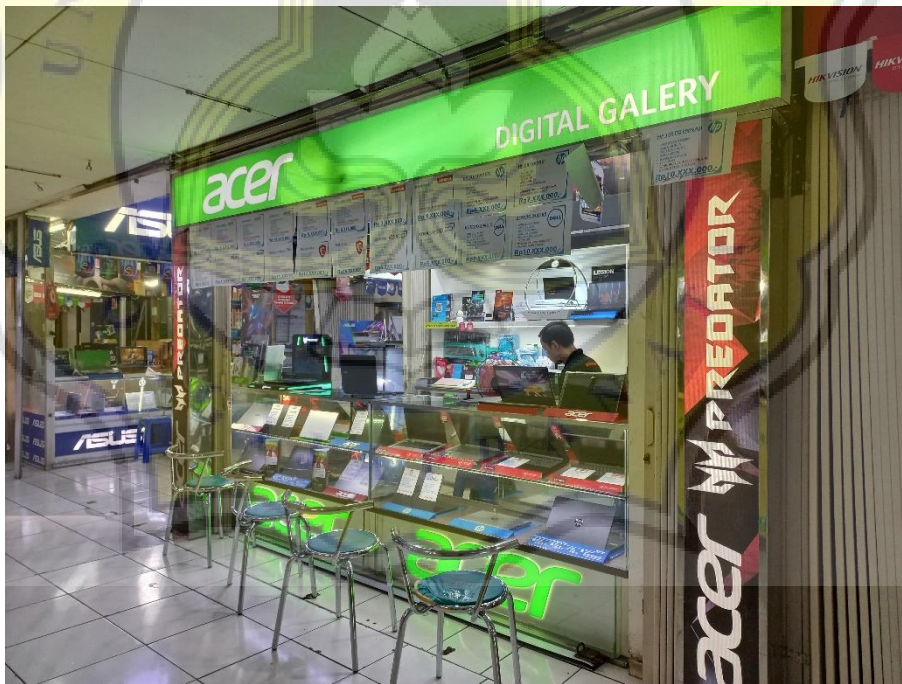
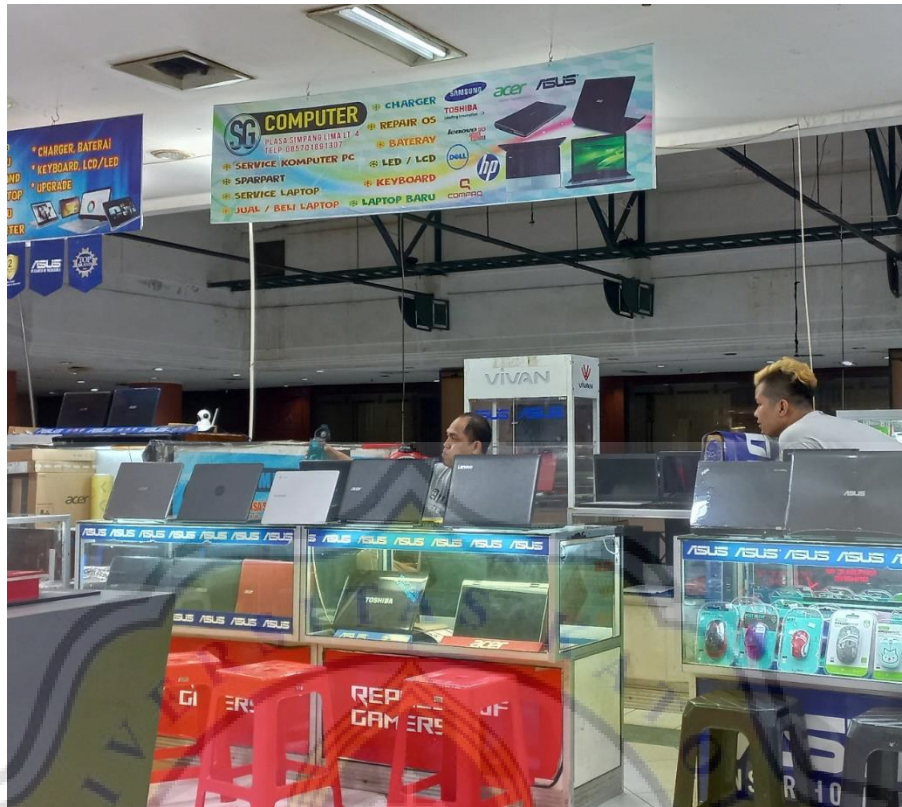
Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.652 <sup>a</sup>	.425	.413	1.97948

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan (X2), Digital Marketing (X1)



### Lampiran 3 : Foto Kondisi Lapangan

1) Lantai 4&5 Toko Laptop Matahari Mall Semarang







2) Toko Laptop ELS Computer Semarang



3) Toko Laptop 3G Power Computer Semarang





4) Expo Toko Laptop Java Mall Semarang



Lampiran 4 : Antiplagiasi

Similarity Report

PAPER NAME

TA-18.D1.0102.doc

WORD COUNT

9715 Words

CHARACTER COUNT

60364 Characters

PAGE COUNT

37 Pages

FILE SIZE

106.7KB

SUBMISSION DATE

Feb 6, 2023 11:15 AM GMT+7

REPORT DATE

Feb 6, 2023 11:16 AM GMT+7

● **18% Overall Similarity**

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 16% Internet database
- 6% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database
- 12% Submitted Works database