

## LAMPIRAN-LAMPIRAN

### Lampiran 1 Surat Keterangan Bimbingan



## UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020  
JI. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251

### SURAT TUGAS MEMBIMBING SKRIPSI

Nomor : 3429/34/ST/AK/D/XI/2023

Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis dengan ini memberi tugas membimbing skripsi kepada :

Nama : **Dr. Nana Darna, S.E., M.M.**  
sebagai Pembimbing I  
Nama : **Anisa Lisyara, S.Pd., M.M.**  
sebagai Pembimbing II

Dalam penulisan/penyusunan skripsi mahasiswa untuk dan atas :

Nama : **LAURA YULISHA AMANDA CITRA**  
NIM : **3402200379**  
Program Studi : **Manajemen**  
Judul Skripsi : **PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (Suatu Studi Pada ...)**

Surat tugas ini berlaku sampai dengan skripsi selesai paling lambat 1 (satu) tahun setelah penetapan surat tugas ini.

Demikian agar dilaksanakan sebagaimana mestinya.

Ciamis, 07 November 2023  
Dekan,  
  
**Dr. Nurdiana Mulyatini, S.E., M.M.**  
NIK. 3112770079

Tembusan :

- Yth. Ketua Program Studi yang bersangkutan
- Yth. Mahasiswa yang bersangkutan

## Lampiran 2 Surat ijin penelitian



## UNIVERSITAS GALUH FAKULTAS EKONOMI

PROGRAM STUDI MANAJEMEN : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 5278/SK/BAN-PT/Akred/S/IX/2020  
PROGRAM STUDI AKUNTANSI : TERAKREDITASI "B" SK. NO. 4682/SK/BAN-PT/Akred/S/VIII/2020  
JI. RE. Martadinata No. 150 Telp/Fax. (0265) 772060 - 778374 Ciamis 46251

Nomor : 1110/34/SP/AK/D/VI/2024  
Lampiran : -  
Perihal : Ijin Penelitian Skripsi

Kepada Yth,  
Pimpinan Toserba Yogya HZ Kota Tasikmalaya

di  
T e m p a t

Dengan Hormat,

Berdasarkan Program Akademik Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis, dalam rangka menyelesaikan studi mahasiswa diwajibkan untuk menyusun skripsi. Untuk keperluan tersebut kiranya Bapak/Ibu dapat membantu mahasiswa kami dalam melakukan penelitian dan pengumpulan data pada Perusahaan/Dinas/Instansi yang Bapak/Ibu pimpin. Adapun mahasiswa yang dimaksud adalah :

N a m a : Laura Yulisha Amanda Citra  
Nomor Pokok / NIM. : 3402200379  
Asal Program Studi : Manajemen  
Tempat Tanggal Lahir : Tasikmalaya, 28 Juli 2002  
Telepon / HP : 0882000528295  
Alamat : Gg. Nusawangi RT 005/RW 005 Kel. Nagarawangi Kec. Cihideung Kota Tasikmalaya  
Lamanya Penelitian : **Juni s/d Agustus 2024**  
Judul Penelitian : Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Tas Papillon Yogya Depstore Kota Tasikmalaya)

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



**Elin Herlina, S.Pd., M.M.**  
NIK. 3112770081

## Lampiran 3 Surat balasan penelitian

 **TOSERBA YOGYA**

HR-DEV (Human Resource Development) Priti  
Jl. K.H.Z. Mustofa No. 124 Kota Tasikmalaya  
Telp. 0265-330389

Nomor : 001/YG.P/HR-DEV PRITI/IX/2024  
Lamp : -  
Hal : **Penelitian dan Magang Mahasiswa**

**Yth.**  
**Store Manager/ Personalia**  
**Toserba Yogya Tasikmalaya HZ Mustofa**  
**Di Tempat**

Dengan hormat,

Bersama ini kami kirimkan Mahasiswa **UNIVERSITAS GALUH CIAMIS**, yang akan melakukan **magang dan penelitian untuk bahan penyusunan skripsi** di cabang yang Bapak/Ibu pimpin.

Mahasiswa yang akan melaksanakan kegiatan tersebut adalah :

NAMA : LAURA YULISHA AMANDA CITRA  
NOMOR INDUK MAHASISWA : 3402200379

Adapun penelitian akan berlangsung pada **SEPTEMBER - NOPEMBER 2024** dengan topik **"Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Tas Papiillon Yogya Depstore Kota Tasikmalaya)"**

Kiranya Bapak/Ibu beserta Staf dapat memberikan arahan dan penjelasan kepada mahasiswa tersebut.

Demikian surat ini kami sampaikan, atas dukungan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Tasikmalaya, **September 2024**  
Hormat kami,  
  
Subhan Riyanto  
Staf L&D Opr  
HR-Dev Reg Priti

**Ketentuan PKL & Penelitian:**

1. Tidak meneliti aspek-aspek yang menyentuh internal manajemen Toserba YOGYA (penulisan nama Toserba YOGYA/GRIYA tidak diperkenankan).
2. Untuk keperluan penyusunan laporan, data berupa angka dan data yang bersifat confidential (nama Manager/Staf) mohon tidak diberikan dan tidak dicantumkan dalam laporan.
3. Tidak melakukan pemotretan (dokumentasi).
4. Tidak menggunakan hasil laporan di luar kepentingan skripsi.
5. Tidak mempublikasikan skripsi ke dalam media online.
6. Melaporkan hasil penelitian/PKL kepada pihak Toserba YOGYA/GRIYA sebelum pelaksanaan sidang akhir.
7. Mengikuti penelitian yang sudah ditetapkan perusahaan.

 Dipindai dengan CamScanner

## Lampiran 4 Surat pernyataan



### SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

**Nama** : LAURA YULISHA AMANDA CITRA  
**Nama Lembaga/Universitas** : UNIVERSITAS GALUH CIAMIS  
**Alamat Kampus** : Jl. R. E. Martadinata No.150, Mekarjaya, Kec. Ciamis, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat 46274  
**NRP/NPM/NIRM** : 3402200379  
**Fakultas/Jurusan** : EKONOMI/MANAJEMEN  
**Alamat Rumah** : Gg. Nusawangi RT 005/RW 005 Kel. Nagarawangi Kec. Cihideung Kota Tasikmalaya  
**No Telp** : 0882000528295  
**Judul Skripsi** : Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Tas Papillon Yogya Depstore Kota Tasikmalaya)

Dengan ini menyatakan sanggup untuk mematuhi semua peraturan yang ditetapkan oleh pihak **Toserba YOGYA** dalam kegiatan / tugas penelitian dengan perincian sebagai berikut :

1. Tidak meneliti aspek-aspek yang menyentuh internal manajemen **Toserba YOGYA**
2. Tidak mencantumkan nama **Toserba YOGYA** pada hasil laporan penelitian
3. Melaksanakan kegiatan penelitian selama tiga (3) bulan dimulai pada September 2024 dan berakhir pada Nopember 2024
4. Tidak melakukan pemotretan (dokumentasi)
5. Tidak menggunakan hasil laporan di luar kepentingan skripsi
6. Tidak mempublikasikan skripsi ke dalam media on line
7. Melaporkan hasil penelitian / kerja praktek kepada pihak **Toserba YOGYA** sebelum pelaksanaan sidang akhir
8. Menyerahkan laporan hasil penelitian setelah pelaksanaan sidang akhir
9. Mengikuti peraturan yang telah ditetapkan perusahaan

Demikian surat pernyataan ini saya buat, untuk dipergunakan sebagaimana mestinya

Tasikmalaya, September 2024

Yang membuat pernyataan,

(LAURA YULISHA A.C.)

NRP/NPM/NIRM 3402200379



Lampiran 5 Kuesioner Penelitian

**KUISIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

---

Kepada Yth:

Bapak/ Ibu Responden

Di

Tempat

Dengan hormat,

Bersama ini saya Laura Yulisha Amanda Citra bermaksud melakukan penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1 pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Galuh Ciamis.

Adapun skripsi ini berjudul “**Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Tas Papillon Yogya Depstore Kota Tasikmalaya)**” salah satu teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah metode survey. Survey merupakan masukan yang sangat berharga dan berguna bagi saya. Oleh karena itu, saya mohon bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu untuk dapat mengisi survey yang saya sediakan.

Penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan ilmiah saja, untuk itu semua jawaban dari Bapak/Ibu akan dijamin kerahasiaannya sesuai dengan etika penelitian.

Atas perhatian, bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu dalam mengisi kuisisioner ini, saya ucapkan terimakasih.

Atas bantuannya saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Laura Yulisha A.C.

**KUISIONER PENELITIAN**  
**PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK**  
**TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN**

---

**I. IDENTITAS RESPONDEN**

- a. Jenis Kelamin :a. Laki-Laki  
b. Perempuan
- b. Pendidikan Terakhir :a. SMP  
b. SMA  
c. S1  
d. S2
- c. Pekerjaan :a. Pegawai Negeri  
b. Pegawai Swasta  
c. Wiraswasta  
d. Ibu Rumah Tangga  
e. Pelajar/Mahasiswa  
f. Lainnya
- d. Usia Anda Saat Ini :a. <20 Tahun  
b. 20-30 Tahun  
c. 31-40 Tahun  
d. 41-50 Tahun  
e. >50 Tahun

**II. PETUNJUK PENGISIAN**

1. Mohon memberi tanda centang (√) pada jawaban yang Bapak/Ibu anggap paling sesuai dan mohon mengisi bagian yang membutuhkan jawaban tertulis.
2. Setelah mengisi kuisisioner ini mohon Bapak/Ibu dapat memberikan kembali kepada yang menyerahkan kuisisioner ini pertama kali.
3. Keterangan alternatif jawaban dan skor:

a. SS = Sangat Setuju	Skor = 5
b. S = Setuju	Skor = 4
c. R = Ragu-ragu	Skor = 3
d. TS = Tidak Setuju	Skor = 2
e. STS = Sangat Tidak Setuju	Skor = 1

### A. PERSEPSI KONSUMEN

NO.	DAFTAR PERTANYAAN	SS	S	R	TS	STS
<i>Perceptual Selection</i>						
1.	Konsumen seringkali tanpa sadar lebih tertarik pada tas Papillon yang memiliki warna yang mencolok dibandingkan dengan warna lainnya.					
2.	Logo dan desain visual pada tas Papillon secara tidak sadar memengaruhi konsumen dalam memilih tas tersebut dibandingkan dengan merek lain..					
3.	Desain minimalis pada tas Papillon membuat konsumen tanpa sadar memilihnya dibandingkan desain yang lebih rumit.					
<i>Perceptual Organization</i>						
1.	Konsumen merasa bahwa semua elemen desain pada tas Papillon (seperti warna, bentuk, dan logo) saling melengkapi satu sama lain.					
2.	Konsumen lebih suka tas Papillon yang memiliki desain sederhana dan mudah dipahami dibandingkan yang terlalu rumit					
3.	Kombinasi warna pada tas Papillon membantu konsumen dengan mudah mengenali dan mengingat produk ini.					
<i>Perceptual Interpretation</i>						
1.	Tas Papillon terlihat lebih cocok digunakan untuk acara formal dibandingkan acara santai.					
2.	Desain logo pada tas Papillon membuat konsumen berpikir bahwa produk ini berkualitas tinggi.					
3.	Menurut konsumen, bentuk tas Papillon mencerminkan gaya yang modern dan inovatif.					
4.	Material yang digunakan pada tas Papillon membuat konsumen yakin akan daya tahannya.					



**B. KUALITAS PRODUK**

NO	DAFTAR PERTANYAAN	SS	S	R	TS	STS
<i>Performance</i>						
1.	Tas Papillon nyaman digunakan, baik ketika dibawa dengan tangan maupun diselempangkan.					
2.	Tas Papillon tetap nyaman digunakan meskipun diisi dengan banyak barang.					
3.	Resleting dan kancing pada tas Papillon berfungsi dengan baik dan tidak mudah rusak.					
<i>Durability</i>						
1.	Tas Papillon konsumen tetap terlihat baru meskipun telah digunakan dalam berbagai kesempatan.					
2.	Bahan yang digunakan pada tas Papillon tetap awet dan tidak mudah rusak					
3.	Konsumen merasa yakin bahwa tas Papillon dapat digunakan dalam jangka waktu yang lama tanpa mengalami penurunan kualitas.					
<i>Features</i>						
1.	Fitur tambahan pada tas Papillon, seperti kantong tambahan atau kompartemen khusus, meningkatkan fungsionalitasnya.					
2.	Tas Papillon dengan fitur pengaturan panjang tali yang dapat disesuaikan lebih memenuhi kebutuhan konsumen.					
3.	Keberadaan fitur keamanan tambahan, seperti resleting tersembunyi, pada tas Papillon memberikan rasa aman saat menggunakan.					
<i>Reliability</i>						
1.	Tas Papillon berfungsi dengan baik tanpa mengalami kerusakan signifikan setelah penggunaan yang lama.					
2.	Tas Papillon tidak mengalami kerusakan pada bahan atau komponen meskipun sering digunakan.					
3.	Konsumen percaya bahwa tas Papillon akan tetap berfungsi dengan baik selama beberapa tahun ke depan.					
<i>Aesthetic</i>						
1.	Desain tas Papillon terlihat menarik dan modern menurut konsumen.					

2.	Tas Papillon memiliki tampilan yang elegan dan cocok untuk berbagai acara.					
3.	Tas Papillon memiliki keseimbangan yang baik antara fungsi dan estetika.					
<i>Preceived Quality</i>						
1.	Tas Papillon memberikan kesan bahwa ia dibuat dengan kualitas yang tinggi.					
2.	Konsumen percaya bahwa tas Papillon adalah produk premium berdasarkan tampilannya.					
3.	Ketika melihat tas Papillon, konsumen merasa bahwa produk ini dibuat dengan perhatian terhadap detail.					

### C. KEPUTUSAN PEMBELIAN

NO.	DAFTAR PERTANYAAN	SS	S	R	TS	STS
Kemantapan membeli						
1.	Konsumen merasa bahwa tas Papillon adalah pilihan yang tepat setelah membandingkannya dengan produk lain.					
2.	Konsumen merasa yakin dengan keputusan konsumen membeli tas Papillon setelah melakukan riset dan membandingkannya dengan produk lain.					
3.	Konsumen merasa bahwa tas Papillon adalah pilihan terbaik di antara merek-merek lain yang konsumen pertimbangkan.					
Memutuskan membeli						
1.	Setelah melakukan pembelian, konsumen merasa bahwa tas Papillon memenuhi harapan konsumen.					
2.	Setelah pembelian, konsumen merasa bahwa tas Papillon memberikan nilai yang lebih baik dibandingkan dengan produk lain sejenis.					
3.	Konsumen tidak memiliki keraguan atau penyesalan setelah membeli tas Papillon					
Membeli sesuai keinginan						
1.	Konsumen membeli tas Papillon karena memang membutuhkannya untuk aktivitas sehari-hari.					

2.	Konsumen merasa tas Papillon adalah pembelian yang sesuai dengan keinginan gaya hidup konsumen.					
3.	Membeli tas Papillon adalah keputusan yang konsumen ambil karena konsumen ingin memiliki sesuatu yang unik dan berbeda.					
Membeli karena rekomendasi						
1.	Konsumen membeli tas Papillon karena direkomendasikan oleh teman atau anggota keluarga.					
2.	Keputusan konsumen untuk membeli tas Papillon sangat dipengaruhi oleh pendapat positif dari teman atau keluarga.					
3.	Rekomendasi dari teman atau keluarga adalah salah satu alasan utama konsumen membeli tas Papillon.					

## Lampiran 6 Hasil Jawaban Responden

## Variabel X1

No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	Jumlah
1	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	46
2	5	4	5	4	4	4	4	5	5	3	43
3	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	44
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	42
6	4	4	5	3	4	4	2	4	4	4	38
7	4	5	4	3	5	4	5	4	5	5	44
8	2	4	3	4	3	3	3	4	4	2	32
9	2	5	5	5	5	4	4	5	5	3	43
10	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	42
11	3	4	4	4	5	5	4	4	4	2	39
12	4	5	5	5	4	5	4	4	4	3	43
13	4	4	3	4	5	5	3	5	5	3	41
14	3	4	4	5	5	5	4	5	5	4	44
15	3	5	5	5	4	5	4	5	4	4	44
16	4	4	5	4	5	2	3	5	5	4	41
17	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	40
18	2	4	4	4	4	4	4	3	4	2	35
19	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	44
20	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	43
21	2	4	5	4	5	4	2	4	4	4	38
22	2	5	5	5	5	4	5	5	5	2	43
23	3	4	4	4	5	5	3	4	4	4	40
24	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38
26	5	5	4	4	4	5	2	4	4	3	40
27	2	3	3	4	3	5	4	5	5	4	38
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
29	4	4	5	4	5	3	2	5	4	4	40
30	4	4	5	4	3	3	5	4	5	4	41
31	4	2	4	5	5	4	4	2	2	4	36
32	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
33	5	4	4	4	2	2	4	4	4	4	37
34	4	2	3	4	2	3	4	3	4	4	33
35	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	38
36	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	39
37	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	44
38	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	45
39	5	5	4	4	5	5	5	4	4	2	43



85	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
86	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	40
87	5	5	2	4	2	4	2	5	5	4	38
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	4	4	5	4	4	5	3	4	3	4	40
Jumlah	322	377	377	375	375	368	328	380	381	331	3614

Variabel X2



50	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	69
51	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	3	4	63
52	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73
53	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
54	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	89
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
58	5	4	5	2	4	4	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	74
59	4	5	4	2	2	4	2	4	5	4	5	4	2	2	4	3	4	64
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
61	5	5	5	4	3	3	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	72
62	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	75
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
64	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	74
65	4	2	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64
66	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	88
67	4	2	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	74
68	4	2	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	67
69	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	84
70	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	78
71	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	79
72	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	70
73	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	75
74	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	5	71
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
76	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	5	4	5	5	76
77	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	3	3	4	5	5	80
78	4	3	4	4	3	3	5	5	5	4	4	3	5	4	4	2	2	68
79	4	4	3	4	4	4	5	5	5	3	3	3	4	4	4	3	4	70
80	3	4	4	3	3	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	76
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
82	5	4	3	4	2	2	5	5	4	2	4	3	1	4	4	4	4	64
83	4	2	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	5	3	5	5	68
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	72
85	4	5	4	4	4	3	5	4	4	2	3	3	4	4	4	4	4	69
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90
87	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	76
88	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	67
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	74
Jm	38	36	37	36	37	35	36	37	38	35	34	37	36	37	37	37	37	66
1	5	5	3	1	5	5	5	7	2	1	8	0	6	4	4	0	1	42

Variabel Y



No.	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	Jumlah
1	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	53
2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
3	5	4	2	5	2	1	2	4	5	4	5	2	41
4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	55
5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	55
6	4	4	4	2	3	1	4	5	2	4	4	2	39
7	5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	2	5	50
8	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	41
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
10	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	56
11	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	48
12	4	5	5	5	5	4	4	4	5	3	4	3	51
13	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	54
14	3	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	2	52
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
16	4	5	4	5	2	2	5	3	3	1	4	2	40
17	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	45
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
19	4	4	2	4	4	4	5	4	5	2	2	2	42
20	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	51
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	42
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
25	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	43
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	2	44
27	4	3	4	4	3	3	3	4	5	4	4	5	46
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
30	5	4	5	4	5	2	2	3	2	4	4	4	44
31	4	2	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	42
32	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	45
33	4	4	4	2	2	4	2	4	2	4	2	4	38
34	4	4	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	44
35	4	4	4	4	4	4	3	2	4	5	5	4	47
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
37	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
38	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	55
39	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	56
40	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	57
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	49
42	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	50
43	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	52

44	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	48
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
46	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
47	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	55
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
49	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	45
50	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	44
51	4	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	36
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
54	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	50
55	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
56	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
58	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	2	47
59	4	2	4	5	4	2	4	5	4	5	3	4	46
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	47
61	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	5	5	49
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
65	4	4	4	4	2	1	3	4	4	4	4	4	42
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
67	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	49
68	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	2	40
69	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	54
70	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
71	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	52
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
73	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	2	48
74	4	4	4	4	4	3	4	5	4	2	3	3	44
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60
76	5	4	4	5	4	4	3	4	4	5	5	5	52
77	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	50
78	4	4	2	4	2	2	2	4	5	5	5	4	43
79	3	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	3	43
80	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	45
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
82	4	1	3	5	4	1	4	5	5	5	5	5	47
83	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	49
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
85	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	45
86	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	54
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	50
88	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	46

89	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47
Jumlah	379	368	361	368	361	349	350	368	371	357	367	352	4351

## Lampiran 7 Hasil olah data SPSS

Hasil perhitungan SPSS X1 terhadap Y

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,585 <sup>a</sup>	,342	,334	4,59710

a. Predictors: (Constant), Persepsi Konsumen

<b>ANOVA<sup>a</sup></b>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	954,278	1	954,278	45,155	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1838,598	87	21,133		
	Total	2792,876	88			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Persepsi Konsumen

<b>Coefficients<sup>a</sup></b>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10,562	5,724		1,845	,068
	Persepsi Konsumen	,944	,140	,585	6,720	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan SPSS X2 terhadap Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,747 <sup>a</sup>	,558	,553	3,76726

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1558,152	1	1558,152	109,789	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1234,724	87	14,192		
	Total	2792,876	88			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14,282	3,327		4,293	,000
	Kualitas Produk	,464	,044	,747	10,478	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Hasil perhitungan X1, X2, Y

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,776 <sup>a</sup>	,602	,593	3,59425

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Persepsi Konsumen

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1681,873	2	840,937	65,095	,000 <sup>b</sup>
	Residual	1111,003	86	12,919		
	Total	2792,876	88			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Persepsi Konsumen

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,168	4,556		,915	,363
	Persepsi Konsumen	,406	,131	,251	3,095	,003

	Kualitas Produk	,378	,050	,610	7,505	,000
--	-----------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

## Lampiran 8 Jurnal

### **PENGARUH PERSEPSI KONSUMEN DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN (studi pada konsumen tas Papillon PT Xyz Kota Tasikmalaya)**

**Laura Yulisha Amanda Citra**

Program Studi Manajemen, Universitas Galuh, Jawa Barat, Indonesia

**Nana Darna**

Program Studi Manajemen, Universitas Galuh, Jawa Barat, Indonesia

**Anisa Lisara**

Program Studi Manajemen, Universitas Galuh, Jawa Barat, Indonesia

*Korespondensi penulis: ollalaura3@gmail.com*

**Abstrak.** Penelitian ini difokuskan pada Pengaruh Persepsi Konsumen dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi pada Konsumen Tas Papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya). Permasalahan yang dihadapi dalam penelitian ini meliputi: 1) Bagaimana pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen tas papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya? 2) Bagaimana pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen tas papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya? 3) Bagaimana pengaruh persepsi konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen tas papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya? Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis 1) pengaruh persepsi konsumen terhadap keputusan pembelian konsumen tas papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya. 2) pengaruh kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen tas papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya. 3) pengaruh persepsi konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian konsumen tas papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif verifikatif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik analisis data yang diperoleh menggunakan Analisis Koefisien Korelasi, Analisa Uji Koefisien Determinasi, Uji Signifikansi Parsial (Uji-t), dan Uji Signifikansi Simultan (Uji F). Hasil dari penelitian dan pengolahan data menunjukkan bahwa 1) persepsi konsumen berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen tas Papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya dengan besar pengaruh 34,2% dan sisanya 65,8% dipengaruhi oleh faktor lain. 2) kualitas produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen tas Papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya dengan besar pengaruh 55,8% dan sisanya 44,2% dipengaruhi oleh faktor lain. Dan 3) persepsi konsumen dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian pada konsumen tas Papillon Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya dengan besar pengaruh 60,2% dan sisanya 39,8% dipengaruhi oleh faktor lain. Diharapkan Yogya *Depstore* Kota Tasikmalaya meningkatkan dan mempertahankan persepsi yang baik agar menjadi pertimbangan yang baik dalam pemilihan produk dan juga meningkatkan kualitas produk pada tas Papillon sehingga akan meningkatkan keputusan pembelian.

**Kata Kunci:** Persepsi Konsumen, Kualitas Produk, Keputusan Pembelian