

## Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

Saya Alia Anggraini mahasiswi Magister Manajemen Universitas Sriwijaya yang sedang melakukan penelitian untuk Tesis saya dengan topik “**Pengaruh Brand Image dan Promosi Penjualan Terhadap Keputusan Pembeli Dalam Menggunakan MyPertamina Sebagai Alat Transaksi Pembayaran di Kota Palembang**”. Untuk itu, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuesioner sebagaimana terlampir. Atas kesediaan dan perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

#### PERTANYAAN SCREENING

1. Apakah Anda menggunakan MyPertamina Sebagai Alat Transaksi Pembayaran?
  - a. Jika IYA, Lanjutkan ke pertanyaan berikut
  - b. Jika TIDAK, Stop sampai di sini
2. Apakah Anda menggunakan alat transaksi lain selain MyPertamina?
  - a. Jika IYA, Lanjutkan ke pertanyaan berikut
  - b. Jika TIDAK, Stop sampai di sini
3. Apakah Anda sering mendapatkan promosi penjualan dari MyPertamina?
  - c. Jika IYA, Lanjutkan ke pertanyaan berikut
  - d. Jika TIDAK, Stop sampai di sini

#### **A. IDENTITAS RESPONDEN**

1. Jenis Kelamin Anda:
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Usia Anda saat ini:
  - a. 17 – 25 Tahun
  - c. 35 - 50 Tahun
  - b. 26 - 35 Tahun
  - d. > 51 Tahun
3. Pendidikan Terakhir Anda:
  - a. SMA
  - d. S2/ S3
  - b. Diploma
  - e. Lainnya
  - c. S1

## B. PERNYATAAN

Beri tanda ceklis (✓) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan pendapat anda :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

N = Netral

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

### 1. BRAND IMAGE (X1)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
<b>Brand Identity</b>						
1	Aplikasi MyPertamina merupakan aplikasi milik Pertamina yang sudah sangat terkenal dan familiar di semua masyarakat					
2	Logo MyPertamina memiliki desain yang menarik dan mudah diingat					
<b>Brand Association</b>						
3	Pertamina memanfaatkan perkembangan teknologi serta kebutuhan masyarakat dalam melakukan pembayaran dalam melakukan pemasaran mengenai manfaat dan penggunaan aplikasi MyPertamina					
4	Saya merasa aman serta cepat tanggap dalam proses pelayanan yang diberikan jika melakukan pembayaran melalui aplikasi MyPertamina					
<b>Brand Benefit and Competence</b>						
5	Saya merasakan banyak manfaat saat menggunakan Aplikasi MyPertamina					

### 2. PROMOSI PENJUALAN (X2)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
<b>Potongan Harga/ Diskon</b>						
1	Pertamina sering memberikan potongan harga jika melakukan transaksi menggunakan aplikasi MyPertamina					
<b>Point</b>						
2	Aplikasi MyPertamina selalu memberikan tambahan point bagi semua pengguna MyPertamina					
3	MyPertamina sering melaksanakan tebar hadiah melalui penukaran point					
4	Point MyPertamina dapat ditukarkan dengan voucher makanan di restoran tertentu					

5	Point MyPertamina dapat ditukar dengan merchandise menarik dari Pertamina					
---	---	--	--	--	--	--

### 3. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
<b>Pemilihan Produk</b>						
1	Saya melakukan pembelian BBM menggunakan pembayaran melalui MyPertamina karena dapat terintegrasikan dengan kartu debit, Link Aja, Ovo, dan Gopay					
2	Saya melakukan pembelian BBM menggunakan pembayaran melalui MyPertamina karena selalu mendapatkan tambahan point yang dapat ditukarkan dengan hadiah menarik					
<b>Waktu Pembelian</b>						
3	Saya dapat menggunakan aplikasi MyPertamina dalam melakukan pembayaran pada pembelian BBM di SPBU milik Pertamina					
4	Pembayaran melalui aplikasi MyPertamina memudahkan saya dalam melakukan pembayaran dengan cepat dan praktis dalam melakukan transaksi pembayaran					
<b>Cara Pembayaran</b>						
5	Saya cukup membawa smartphone untuk melakukan pembelian produk Pertamina					

## Lampiran 2. Profil Responden Penelitian

### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	56	56.0	56.0	56.0
	Perempuan	44	44.0	44.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17 - 25 Tahun	15	15.0	15.0	15.0
	26 - 35 Tahun	48	48.0	48.0	63.0
	36 - 50 Tahun	28	28.0	28.0	91.0
	> 51 Tahun	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	21	21.0	21.0	21.0
	Diploma	12	12.0	12.0	33.0
	S1	52	52.0	52.0	85.0
	S2/ S3	11	11.0	11.0	96.0
	Lainnya	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Lampiran 3. Hasil Tanggapan Responden Penelitian

#### 1. *Brand Image* (X<sub>1</sub>)

**Aplikasi *MyPertamina* merupakan aplikasi milik PT Pertamina (Persero) yang sudah sangat terkenal dan familiar di semua masyarakat**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	8	8.0	8.0	8.0
Setuju	52	52.0	52.0	60.0
Sangat Setuju	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Logo *MyPertamina* memiliki desain yang menarik dan mudah diingat**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	15	15.0	15.0	15.0
Setuju	49	49.0	49.0	64.0
Sangat Setuju	36	36.0	36.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**PT Pertamina (Persero) memanfaatkan perkembangan teknologi serta kebutuhan masyarakat dalam melakukan pembayaran dalam melakukan pemasaran mengenai manfaat dan penggunaan aplikasi *MyPertamina***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	12	12.0	12.0	12.0
Setuju	46	46.0	46.0	58.0
Sangat Setuju	42	42.0	42.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Saya merasa aman serta cepat tanggap dalam proses pelayanan yang diberikan jika melakukan pembayaran melalui aplikasi *MyPertamina***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Setuju	15	15.0	15.0	15.0
Sangat Setuju	85	85.0	85.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Saya merasakan banyak manfaat saat menggunakan aplikasi *MyPertamina***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Netral	42	42.0	42.0	46.0
Setuju	34	34.0	34.0	80.0
Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## 2. Promosi Penjualan (X<sub>2</sub>)

**Pertamina sering memberikan potongan harga jika melakukan transaksi menggunakan aplikasi *MyPertamina***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	9	9.0	9.0	9.0
Netral	65	65.0	65.0	74.0
Setuju	23	23.0	23.0	97.0
Sangat Setuju	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Aplikasi *MyPertamina* selalu memberikan tambahan point bagi semua pengguna *MyPertamina***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	2	2.0	2.0	2.0
Setuju	33	33.0	33.0	35.0
Sangat Setuju	65	65.0	65.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

***MyPertamina* sering melaksanakan tebar hadiah melalui penukaran point**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Netral	34	34.0	34.0	37.0
Setuju	52	52.0	52.0	89.0
Sangat Setuju	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Point *MyPertamina* dapat ditukarkan dengan voucher makanan di restoran tertentu**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Netral	28	28.0	28.0	29.0
Setuju	60	60.0	60.0	89.0
Sangat Setuju	11	11.0	11.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Point *MyPertamina* dapat ditukar dengan merchandise menarik dari Pertamina**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Netral	25	25.0	25.0	26.0
Setuju	69	69.0	69.0	95.0
Sangat Setuju	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### 3. Keputusan Pembelian (Y)

Saya melakukan pembelian BBM menggunakan pembayaran melalui *MyPertamina* karena dapat terintegrasi dengan kartu debit, LinkAja, Ovo dan Gopay

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	1	1.0	1.0	1.0
Setuju	8	8.0	8.0	9.0
Sangat Setuju	91	91.0	91.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Saya melakukan pembelian BBM menggunakan pembayaran melalui *MyPertamina* karena selalu mendapatkan tambahan point yang dapat ditukarkan dengan hadiah menarik

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
Netral	35	35.0	35.0	38.0
Setuju	39	39.0	39.0	77.0
Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Saya dapat menggunakan aplikasi *MyPertamina* dalam melakukan pembayaran pada pembelian BBM di SPBU milik Pertamina

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Netral	8	8.0	8.0	9.0
Setuju	39	39.0	39.0	48.0
Sangat Setuju	52	52.0	52.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pembayaran melalui aplikasi *MyPertamina* memudahkan saya dalam melakukan pembayaran dengan cepat dan praktis dalam melakukan transaksi pembayaran

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Netral	6	6.0	6.0	7.0
Setuju	34	34.0	34.0	41.0
Sangat Setuju	59	59.0	59.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

*MyPertamina* system pembayaran elektrik, sehingga pelanggan cukup membawa smartphone

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	5	5.0	5.0	5.0
Setuju	41	41.0	41.0	46.0
Sangat Setuju	54	54.0	54.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## Lampiran 4. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

### 1. Brand Image (X<sub>1</sub>)

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.Y
X1.1	Pearson Correlation	1	.425*	.514**	.162	.662**	.800**
	Sig. (2-tailed)		.019	.004	.394	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.425*	1	.063	.307	.503**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.019		.743	.099	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	.514**	.063	1	.307	.503**	.684**
	Sig. (2-tailed)	.004	.743		.099	.005	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.162	.307	.307	1	.224	.475**
	Sig. (2-tailed)	.394	.099	.099		.235	.008
	N	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.662**	.503**	.503**	.224	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.005	.235		.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.Y	Pearson Correlation	.800**	.662**	.684**	.475**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.008	.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).

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.744	5



## 2. Promosi Penjualan (X<sub>2</sub>)

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.Y
X2.1	Pearson Correlation	1	-.087	.487**	.233	.129	.652**
	Sig. (2-tailed)		.647	.006	.215	.498	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.2	Pearson Correlation	-.087	1	.248	.000	.311	.411*
	Sig. (2-tailed)	.647		.186	1.000	.094	.024
	N	30	30	30	30	30	30
X2.3	Pearson Correlation	.487**	.248	1	.268	.111	.754**
	Sig. (2-tailed)	.006	.186		.152	.561	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.233	.000	.268	1	.099	.586**
	Sig. (2-tailed)	.215	1.000	.152		.603	.001
	N	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.129	.311	.111	.099	1	.509**
	Sig. (2-tailed)	.498	.094	.561	.603		.004
	N	30	30	30	30	30	30
X2.Y	Pearson Correlation	.652**	.411*	.754**	.586**	.509**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.024	.000	.001	.004	
	N	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).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.737	5

### 3. Keputusan Pembelian (Y)

**Correlations**

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.T
Y.1	Pearson Correlation	1	-.065	.222	.202	.443*	.373*
	Sig. (2-tailed)		.734	.238	.285	.014	.043
	N	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	-.065	1	.461*	.497**	.183	.755**
	Sig. (2-tailed)	.734		.010	.005	.334	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.222	.461*	1	.237	.367*	.712**
	Sig. (2-tailed)	.238	.010		.208	.046	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.202	.497**	.237	1	.333	.739**
	Sig. (2-tailed)	.285	.005	.208		.072	.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.443*	.183	.367*	.333	1	.625**
	Sig. (2-tailed)	.014	.334	.046	.072		.000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.T	Pearson Correlation	.373*	.755**	.712**	.739**	.625**	1
	Sig. (2-tailed)	.043	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

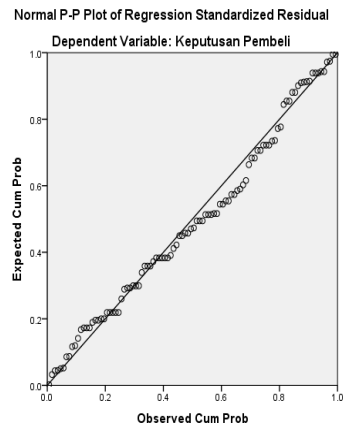
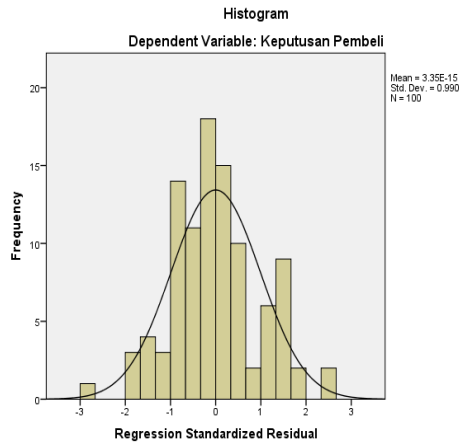
\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.664	5

## Lampiran 5. Hasil Analisis Penelitian

### 1. Hasil Uji Normalitas

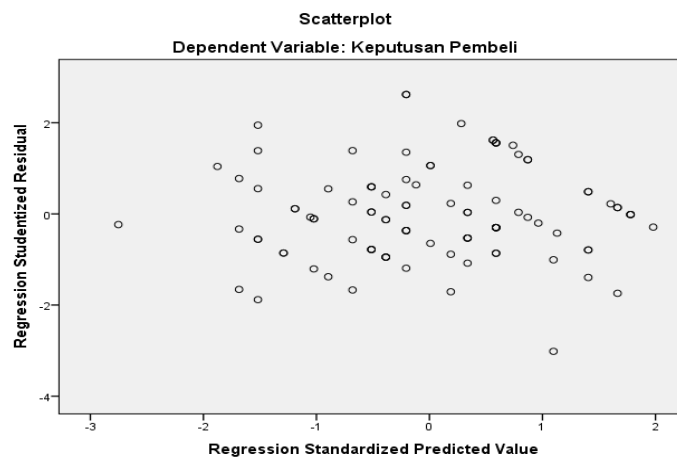


#### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.58532113
Most Extreme Differences	Absolute	.079
	Positive	.079
	Negative	-.055
Test Statistic		.079
Asymp. Sig. (2-tailed)		.127 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

### 2. Hasil Uji Heterokedastisitas



### 3. Hasil Uji Multikolinieritas

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	.537	.254		.540	.590		
	Brand Image	.647	.080	.649	8.110	.000	.805	1.835
	Promosi Penjualan	.207	.080	.208	2.595	.011	.585	1.711

a. Dependent Variable: Keputusan Pembeli

### 4. Hasil Uji Koefisien Korelasi (r) dan Uji Koefisien Determinasi (R<sup>2</sup>)

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.798 <sup>a</sup>	.637	.630	.591325	1.816

a. Predictors: (Constant), Promosi Penjualan, Brand Image

b. Dependent Variable: Keputusan Pembeli

### 5. Hasil Uji Kesesuaian Model (Uji F)

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.598	2	29.799	85.221	.000 <sup>b</sup>
	Residual	33.917	97	.350		
	Total	93.515	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembeli

b. Predictors: (Constant), Promosi Penjualan, Brand Image

### 6. Hasil Uji Signifikansi Parameter Individual (Uji t)

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.537	.254		.540	.590
	Brand Image	.647	.080	.649	8.110	.000
	Promosi Penjualan	.207	.080	.208	2.595	.011

a. Dependent Variable: Keputusan Pembeli