

## **LAMPIRAN-LAMPIRAN**

### **Lampiran I**

#### **Pedoman Wawancara**

- A. Siapa nama lengkap pemilik DRM.Wear?
- B. Bagaimana sejarah singkat DRM?
- C. Apa visi dan misi DRM?
- D. Bagaimana struktur organisasi di DRM
- E. Produk apa saja yang dihasilkan dari DRM?
- F. Apa saja keunggulan dari produk DRM?
- G. Bagaimana cara agar produk DRM nyaman saat digunakan?
- H. Apakah produk DRM memiliki daya tahan yang baik?(tidak mudah luntur /rusak)
- I. Apakah design produk DRM memiliki spesifikasi yang diinginkan konsumen?
- J. Apakah kelengkapan produk yang dipasarkan sesuai dengan apa yang didapat konsumen?
- K. Apakah harga produk DRM sesuai dengan kualitas produknya?
- L. Apakah produk DRM menjalankan fungsinya dengan baik?

- M. Bagaimana cara agar tampilan produk DRM menarik perhatian konsumen?
- N. Apakah bentuk produk DRM sesuai dengan apa yang dipasarkan?
- O. Apakah customer service menanggapi dengan cepat apabila ada keluhan konsumen?
- P. Bagaimana cara DRM mempertahankan kualitas produknya?
- Q. Apakah konsumen cenderung membeli produk DRM dibanding produk yang lain?
- R. Bagaimana cara agar DRM dapat merekomendasikan produk DRM kepada orang lain?
- S. Bagaimana cara agar konsumen selalu mencari informasi terbaru mengenai produk DRM?
- T. Hambatan apa saja yang terjadi di DRM?
- U. Bagaimana cara mengatasi hambatan-hambatan tersebut?

## Lampiran II

### Kuisisioner (Pernyataan)

NO	PERNYATAAN	SS	S	RR	TS	STS
KUALITAS PRODUK						
1	Produk DRM nyaman saat digunakan					
2	Produk fashion DRM memiliki daya tahan yang baik					
3	Desain produk DRM memiliki spesifikasi yang diinginkan					
4	Kelengkapan produk yang didapatkan sesuai dengan yang dipasarkan					
5	Harga produk yang ditawarkan DRM sesuai dengan kualitas produknya					
6	Produk fashion DRM menjalankan fungsinya dengan baik					
7	Tampilan produk DRM sangat menarik perhatian konsumen					
8	Bentuk produk DRM sesuai dengan					

	napa yang diinginkan konsumen					
9	Jika ada keluhan konsumen, pihak DRM menanggapi keluhan tersebut dengan cepat					
10	DRM memiliki kualitas produk yang baik sesuai yang dijanjikan					
11	Atas ulasan dan juga style fashion yang sesuai dengan produk DRM, maka saya cenderung memilih produk DRM					
12	Saya bersedia merekomendasikan produk fashion DRM kepada teman dan kerabat					
13	Saya akan lebih berminat membeli produk DRM dibandingkan di tempat lain					
14	Setelah melihat ulasan dan iklan produk DRM, saya tertarik untuk mencari informasi lebih dalam tentang produk DRM					

### Lampiran III

#### Dokumentasi



Produk-produk DRM Wear



Tempat produksi DRM Wear



Gudang penyimpanan produk

## Lampiran IV

### Uji Reliabilitas

#### A. Kualitas Produk

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	54	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	54	100.0

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

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.946	10

#### B. Minat Beli Ulang

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	54	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	54	100.0

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

##### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	4

### Uji Regresi Linier Sederhana

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KUALITAS PRODUK <sup>b</sup>		Enter

a. Dependent Variable: MINAT BELI ULANG

b. All requested variables entered.

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 <sup>a</sup>	.778	.774	1.335

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK

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

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	325.629	1	325.629	182.688	.000 <sup>b</sup>
	Residual	92.686	52	1.782		
	Total	418.315	53			

a. Dependent Variable: MINAT BELI ULANG

b. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.217	1.156		.188	.852
	KUALITAS PRODUK	.386	.029	.882	13.516	.000

a. Dependent Variable: MINAT BELI ULANG

### Analisis Korelasi Rank Spearman

#### Correlations

			KUALITAS PRODUK	MINAT BELI ULANG
Spearman's rho	KUALITAS PRODUK	Correlation Coefficient	1.000	.868**
		Sig. (2-tailed)	.	.000
		N	54	54
	MINAT BELI ULANG	Correlation Coefficient	.868**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.000	.
		N	54	54

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

#### Uji Determinasi

##### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.882 <sup>a</sup>	.778	.774	1.335

a. Predictors: (Constant), KUALITAS PRODUK



**Correlations**

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X
X1	Pearson Correlation	1	.782**	.681**	.783**	.727**	.721**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54	
X2	Pearson Correlation	.782**	1	.689**	.756**	.588**	.726**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54	
X3	Pearson Correlation	.681**	.689**	1	.678**	.639**	.713**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54	
X4	Pearson Correlation	.783**	.756**	.678**	1	.675**	.746**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54	
X5	Pearson Correlation	.727**	.588**	.639**	.675**	1	.646**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	
	N	54	54	54	54	54	54	
X6	Pearson Correlation	.721**	.726**	.713**	.746**	.646**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	54	54	54	54	54	54	
X7	Pearson Correlation	.729**	.776**	.756**	.743**	.607**	.685**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54	
X8	Pearson Correlation	.739**	.764**	.641**	.760**	.564**	.638**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54	
X9	Pearson Correlation	.572**	.534**	.623**	.391**	.535**	.585**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.003	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54	
X10	Pearson Correlation	.506**	.643**	.638**	.472**	.390**	.454**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.004	.001	
	N	54	54	54	54	54	54	
KUALITAS PRODUK	Pearson Correlation	.881**	.879**	.857**	.851**	.780**	.838**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54	54	

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

**Uji Validitas (X)**

### Uji Validitas (Y)

#### Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	MINAT BELI ULANG
Y1	Pearson Correlation	1	.659**	.586**	.624**	.861**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	54	54	54	54	54
Y2	Pearson Correlation	.659**	1	.632**	.723**	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	54	54	54	54	54
Y3	Pearson Correlation	.586**	.632**	1	.481**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	54	54	54	54	54
Y4	Pearson Correlation	.624**	.723**	.481**	1	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	54	54	54	54	54
MINAT BELI ULANG	Pearson Correlation	.861**	.887**	.804**	.823**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	54	54	54	54	54

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

## Lampiran V

### Surat Penelitian DRM Wear

**DRM**

Jalan Murni III No. 6  
Kelurahan Ciateul Kecamatan Regol  
Kota Bandung – Jawa Barat 40252  
Telepon : 0813 2480 7030

Email : drmwear.id@gmail.com

#### SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

No: 09.011/DRM/VI/2022

Dengan surat ini kami menyatakan bahwa mahasiswa/i di bawah ini :

Nama : Fahreza Ardhi Afrizaldi  
NPM : 182040136  
Perguruan Tinggi : Universitas Pasundan  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Jurusan : Ilmu Administrasi Bisnis

Mahasiswa/i tersebut benar-benar melakukan kegiatan penelitian berupa wawancara di kantor DRM Wear Jalan Murni III No. 6 Ciateul, Bandung pada tanggal 10 Maret 2022, dengan judul penelitian :

**“PENGARUH KUALITAS PRODUK FASHION TERHADAP MINAT BELI ULANG PADA DRM WEAR BANDUNG”**

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan untuk dapat digunakan sebaik-baiknya.

Bandung, 18 Juni 2022

  
Fakhri Khaldia  
Marketing Manager

DRM Wear |