

Lampiran 1**KUESIONER****ANALISIS HARGA, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE DOZER KELURAHAN
KOTAPINANG**

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan Skripsi yang berjudul **“ANALISIS HARGA, PROMOSI, KUALITAS PELAYANAN DAN LOKASI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA CAFE DOZER KELURAHAN KOTAPINANG”** sebagai salah satu syarat kelulusan Program Sarjana S1 di Universitas Labuhanbatu.

Oleh karena itu, saya ingin mengajak Bapak/Ibu untuk ikut berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini agar hasil penelitian ini dapat memiliki kredibilitas yang tinggi. Saya sangat berterima kasih atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu dalam meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini. Atas perhatian dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Penulis,

(Oliza Devrini Hasibuan)

A. Profil Responden

Nama :

Usia :

Pekerjaan :

Alamat :

Jenis Kelamin : a. Laki – laki

b. Perempuan

B. Petunjuk Pengisian Kuesioner

1. Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon Bapak/Ibu membaca setiap butir pertanyaan dengan cermat tanpa ada satupun yang terlewatkan.
2. Bapak/Ibu diminta untuk memberi tanda **centang** (✓) pada kolom yang sesuai dengan pilihan dan setiap butir pertanyaan hanya diperbolehkan memilih satu alternatif jawaban.
3. Jika ada kesalahan dalam memilih alternatif jawaban, beri tanda (X) pada kolom yang salah kemudian beri tanda (✓) pada kolom yang sesuai.

C. Keterangan Jawaban

1. **STS** : Sangat Tidak Setuju
2. **TS** : Tidak Setuju
3. **KS** : Kurang Setuju
4. **S** : Setuju
5. **SS** : Sangat Setuju

Kuesioner Untuk Variabel Harga (X1)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Harga makanan dan minuman di Cafe Dozer terjangkau bagi konsumen					
2	Harga makanan dan minuman di Cafe Dozer sesuai dengan kualitas produk					
3	Harga makanan di Cafe Dozer dapat bersaing dengan cafe lain					
4	Harga makanan dan minuman di Cafe Dozer bervariasi sesuai dengan menu yang ada pada daftar makanan					
5	Harga makanan dan minuman di Cafe Dozer sesuai dengan porsi makanan pada umumnya					

Kuesioner Untuk Variabel Promosi (X2)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Promosi menarik yang dilakukan Cafe Dozer dapat menarik keputusan pembelian					
2	Promosi yang dilakukan secara langsung kepada konsumen					
3	Promosi melalui aplikasi media sosial dapat menarik perhatian pembeli					
4	Promosi melalui harga yang terjangkau mempengaruhi keputusan pembelian					
5	Promosi dengan menyediakan hiburan dapat mempengaruhi keputusan pembelian					

Kuesioner Untuk Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Cafe Dozer selalu memberikan pelayanan yang memuaskan					
2	Pelayanan Cafe Dozer menyajikan makanan dan minuman tepat waktu					
3	Pelayan Cafe Dozer selalu berpenampilan menarik					
4	Pelayanan Cafe Dozer selalu bersikap sopan dan ramah					
5	Pelayanan cafe Dozer selalu menanggapi keluhan konsumen					

Kuesioner Untuk Variabel Lokasi (X4)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Lokasi cafe Dozer mudah dijangkau oleh konsumen					
2	Lokasi Cafe Dozer menyediakan parkir yang luas					
3	Lokasi Cafe Dozer sangat strategis karena berada di tepi jalan lintas					
4	Konsumen mudah mengenali Cafe Dozer hanya dengan melihat plang merk atau atribut lainnya					
5	Lokasi Cafe Dozer berada diposisi yang mudah dilihat konsumen					

Kuesioner Untuk Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pertanyaan	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya memutuskan untuk berkunjung pada Cafe Dozer karena kualitas makanan yang lezat					
2	berkunjung ke Cafe Dozer karena harga sesuai dengan kualitas					
3	Saya berkunjung ke Cafe Dozer karena memiliki lokasi yang sangat luas dan menarik					
4	Saya berkunjung ke Cafe Dozer setelah membandingkan dengan cafe lain					
5	Saya berkunjung ke Cafe Dozer karena terdapat banyak menu makanan dan minuman disana					

Lampiran III

Hasil Uji Validitas dan Realibilitas dengan SPSS

1. Hasil Uji Validitas

a. Hasil Uji Validitas Harga

Correlations

		H1	H2	H3	H4	H5	TOTAL
H1	Pearson Correlation	1	.313**	.893**	.935**	.935**	.837**
	Sig. (2-tailed)		.003	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
H2	Pearson Correlation	.313**	1	.318**	.302**	.302**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.003		.002	.004	.004	.000
	N	91	91	91	91	91	91
H3	Pearson Correlation	.893**	.318**	1	.948**	.948**	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
H4	Pearson Correlation	.935**	.302**	.948**	1	1.000**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
H5	Pearson Correlation	.935**	.302**	.948**	1.000**	1	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91	91	91
TOTAL	Pearson Correlation	.837**	.716**	.874**	.877**	.877**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91

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

b. Hasil Uji Validitas Promosi

		Correlations					
		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.545**	.663**	.747**	.663**	.904**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
P2	Pearson Correlation	.545**	1	.300**	.361**	.300**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000		.004	.000	.004	.000
	N	91	91	91	91	91	91
P3	Pearson Correlation	.663**	.300**	1	.733**	1.000**	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
P4	Pearson Correlation	.747**	.361**	.733**	1	.733**	.845**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
P5	Pearson Correlation	.663**	.300**	1.000**	.733**	1	.817**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91	91	91
TOTAL	Pearson Correlation	.904**	.701**	.817**	.845**	.817**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91

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

c. Hasil Uji Validitas Kualitas Pelayanan

		Correlations					
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	TOTAL
KP1	Pearson Correlation	1	.379**	1.000**	1.000**	.931**	.939**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
KP2	Pearson Correlation	.379**	1	.379**	.379**	.401**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
KP3	Pearson Correlation	1.000**	.379**	1	1.000**	.931**	.939**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
KP4	Pearson Correlation	1.000**	.379**	1.000**	1	.931**	.939**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
KP5	Pearson Correlation	.931**	.401**	.931**	.931**	1	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	91	91	91	91	91	91
TOTAL	Pearson Correlation	.939**	.665**	.939**	.939**	.921**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91

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

d. Hasil Uji Validitas Lokasi

Correlations							
		L1	L2	L3	L4	L5	TOTAL
L1	Pearson Correlation	1	.887**	.932**	.304**	.932**	.899**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.003	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
L2	Pearson Correlation	.887**	1	.944**	.332**	.944**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
L3	Pearson Correlation	.932**	.944**	1	.265*	1.000**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.011	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
L4	Pearson Correlation	.304**	.332**	.265*	1	.265*	.628**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.011		.011	.000
	N	91	91	91	91	91	91
L5	Pearson Correlation	.932**	.944**	1.000**	.265*	1	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.011		.000
	N	91	91	91	91	91	91
TOTAL	Pearson Correlation	.899**	.916**	.910**	.628**	.910**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91

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

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

e. Hasil Uji Validitas Keputusan Pembelian

		Correlations					
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	TOTAL
KP1	Pearson Correlation	1	.944**	.169	1.000**	1.000**	.914**
	Sig. (2-tailed)		.000	.110	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
KP2	Pearson Correlation	.944**	1	.252*	.944**	.944**	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000		.016	.000	.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
KP3	Pearson Correlation	.169	.252*	1	.169	.169	.548**
	Sig. (2-tailed)	.110	.016		.110	.110	.000
	N	91	91	91	91	91	91
KP4	Pearson Correlation	1.000**	.944**	.169	1	1.000**	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.110		.000	.000
	N	91	91	91	91	91	91
KP5	Pearson Correlation	1.000**	.944**	.169	1.000**	1	.914**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.110	.000		.000
	N	91	91	91	91	91	91
TOTAL	Pearson Correlation	.914**	.923**	.548**	.914**	.914**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	91	91	91	91	91	91

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

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

2. Hasil Uji Reliabilitas

a. Hasil Uji Reliabilitas Harga

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.840	5

b. Hasil Uji Reliabilitas Promosi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.835	5

c. Hasil Uji Reliabilitas Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.886	5

d. Hasil Uji Reliabilitas Lokasi

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.847	5

e. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.834	5