

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Pilihlah Alternatif Jawaban Yang Tersedia:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

A. Digital Marketing

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Konten promosi Angkringan Nook di media sosial (Instagram/Tiktok) memiliki tampilan visual yang menarik.					
2.	Informasi menu yang disajikan di media sosial membuat saya penasaran untuk datang langsung ke Angkringan Nook.					
3.	Saya merasa yakin untuk memilih Angkringan Nook sebagai tempat makan setelah melihat ulasan atau informasi di media digital.					
4.	Kemudahan berinteraksi dengan pihak Angkringan Nook melalui saluran komunikasi online (DM/WhatsApp) sangat memuaskan.					
5.	Angkringan Nook konsisten memberikan informasi yang sesuai antara iklan di media sosial dengan kenyataan saat saya berkunjung.					

B. Inovasi Menu

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Angkringan Nook menawarkan menu fusion yang unik dan belum pernah saya temui di angkringan lain di Rantauprapat.					
2.	Variasi jenis makanan dan minuman yang tersedia di Angkringan Nook sangat beragam (dari angkringan klasik hingga menu milenial).					
3.	Angkringan Nook sering menambahkan menu-menu pelengkap baru yang sedang tren secara berkala					
4.	Tampilan atau penyajian menu lama di Angkringan Nook selalu diperbaharui sehingga terlihat lebih modern dan up to date.					
5.	Inovasi menu yang dilakukan memberikan nilai lebih dan cita rasa yang lebih baik dibandingkan menu sebelumnya.					

C. Lokasi

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Jalan menuju lokasi Angkringan Nook mudah dilalui oleh kendaraan pribadi saya.					
2.	Tersedia lahan parkir yang memadai dan aman bagi konsumen yang membawa sepeda motor maupun mobil.					
3.	Lingkungan di sekitar lokasi Angkringan Nook memberikan suasana yang nyaman dan mendukung untuk berkumpul.					
4.	Lokasi Angkringan Nook berada di area yang mudah ditemukan meskipun cukup jauh dari jalan raya utama.					
5.	Tersedianya fasilitas umum di lokasi (seperti sanitasi/kebersihan dan pencahayaan) mendukung kenyamanan saya saat berkunjung					

D. Keputusan Pembelian

No.	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memutuskan membeli di Angkringan Nook karena yakin dengan kualitas menu yang ditawarkan.					
2.	Membeli makanan dan minuman di Angkringan Nook sudah menjadi pilihan					

	utama saya ketika ingin bersantai di luar.					
3.	Saya bersedia merekomendasikan teman atau keluarga untuk berkunjung ke Angkringan Nook karena pengalaman saya yang puas.					
4.	Saya berencana untuk kembali berkunjung dan melakukan pembelian lagi di Angkringan Nook di masa mendatang.					
5.	Keputusan saya membeli di Angkringan Nook didasarkan pada kesesuaian antara harga, menu, dan suasana yang saya butuhkan.					

Lampiran 2 Tabulasi data (Digital Marketing X1, Inovasi Menu X2, Lokasi X3, Keputusan Pembelian Y)

X 1. P 1	X 1. P 2	X 1. P 3	X 1. P 4	X 1. P 5	X 2. P 1	X 2. P 2	X 2. P 3	X 2. P 4	X 2. P 5	X 3. P 1	X 3. P 2	X 3. P 3	X 3. P 4	X 3. P 5	Y P 1	Y P 2	Y P 3	Y P 4	Y P 5	
3	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	3	4	5	5	4	
5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	5	5	
3	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	5	5	4	4	
2	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	2	4	4	2	3	4	4	5	
4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	
4	3	4	4	5	4	3	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	3	4	
2	3	4	4	4	2	3	4	5	4	2	3	4	4	4	2	3	4	4	4	
3	4	5	4	4	5	4	4	5	3	4	3	5	4	4	3	5	4	5	4	
5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	
4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	
5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	
3	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	
4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	
4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	
5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	4	3	4	
4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	
5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	
4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	
4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	
2	3	4	5	4	2	3	4	4	4	4	2	3	4	5	4	2	4	5	4	3
4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	
4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	4	
5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	
5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	
4	5	3	5	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	
4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	
4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	
3	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	3	5	4	
5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	5	5	
3	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	3	5	
4	5	3	4	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	4	
4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	
4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	
4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	
4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	

5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5
5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5
4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5
3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4
5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
5	5	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4
4	5	4	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3
4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5
5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	5	5
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	3	4	5	5	2	3	4	5	5	2	3	4	5	4	2	3	4	5	4
4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5
5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5
4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
4	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	5	4	3	4	4
4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4
4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5
4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4
4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4
4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	3
4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5
4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
5	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	5	3	4

4	4	3	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	5	4	5	3	4	5
4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5
4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	5	5	5	4
4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4
4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4
5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5
5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4
4	3	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5
4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5

Lampiran 3 Uji Validitas dan Reliabilitas

1. Digital Marketing (X1)

a. Validitas

Correlations

		X1.P1	X1.P2	X1.P3	X1.P4	X1.P5	TOTAL
X1.P1	Pearson Correlation	1	,408*	,464**	,678**	,408*	,728**
	Sig. (2-tailed)		,025	,010	,000	,025	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.P2	Pearson Correlation	,408*	1	,668**	,475**	,600**	,771**
	Sig. (2-tailed)	,025		,000	,008	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.P3	Pearson Correlation	,464**	,668**	1	,777**	,668**	,882**
	Sig. (2-tailed)	,010	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.P4	Pearson Correlation	,678**	,475**	,777**	1	,593**	,875**
	Sig. (2-tailed)	,000	,008	,000		,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X1.P5	Pearson Correlation	,408*	,600**	,668**	,593**	1	,803**
	Sig. (2-tailed)	,025	,000	,000	,001		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,728**	,771**	,882**	,875**	,803**	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).

b. Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,871	5

2. Inovasi Menu (X2)

a. Validitas

Correlations

		X2.P1	X2.P2	X2.P3	X2.P4	X2.P5	Total
X2.P1	Pearson Correlation	1	,290	,464**	,543**	,464**	,710**
	Sig. (2-tailed)		,120	,010	,002	,010	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.P2	Pearson Correlation	,290	1	,380*	,484**	,506**	,695**
	Sig. (2-tailed)	,120		,038	,007	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.P3	Pearson Correlation	,464**	,380*	1	,489**	,722**	,776**
	Sig. (2-tailed)	,010	,038		,006	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.P4	Pearson Correlation	,543**	,484**	,489**	1	,595**	,830**
	Sig. (2-tailed)	,002	,007	,006		,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X2.P5	Pearson Correlation	,464**	,506**	,722**	,595**	1	,842**
	Sig. (2-tailed)	,010	,004	,000	,001		,000
	N	30	30	30	30	30	30
Total	Pearson Correlation	,710**	,695**	,776**	,830**	,842**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	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).

b. Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,826	5

3. Lokasi (X3)

a. Validitas

Correlations

		X3.P1	X3.P2	X3.P3	X3.P4	X3.P5	TOTAL
X3.P1	Pearson Correlation	1	,700**	,660**	,467**	,465**	,834**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,009	,010	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.P2	Pearson Correlation	,700**	1	,738**	,488**	,594**	,865**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,006	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.P3	Pearson Correlation	,660**	,738**	1	,666**	,531**	,881**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.P4	Pearson Correlation	,467**	,488**	,666**	1	,505**	,755**
	Sig. (2-tailed)	,009	,006	,000		,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30
X3.P5	Pearson Correlation	,465**	,594**	,531**	,505**	1	,737**
	Sig. (2-tailed)	,010	,001	,003	,004		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,834**	,865**	,881**	,755**	,737**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

b. Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,870	5

4. Keputusan Pembelian (Y)

a. Validitas

Correlations

		Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	Y.P5	TOTAL
Y.P1	Pearson Correlation	1	,810**	,380*	,703**	,580**	,845**
	Sig. (2-tailed)		,000	,038	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.P2	Pearson Correlation	,810**	1	,436*	,750**	,658**	,889**
	Sig. (2-tailed)	,000		,016	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.P3	Pearson Correlation	,380*	,436*	1	,584**	,600**	,711**
	Sig. (2-tailed)	,038	,016		,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.P4	Pearson Correlation	,703**	,750**	,584**	1	,590**	,880**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001		,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30
Y.P5	Pearson Correlation	,580**	,658**	,600**	,590**	1	,819**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,001		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,845**	,889**	,711**	,880**	,819**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	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).

b. Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,888	5