

LAMPIRAN 1

LAMPIRAN KUESIONER PENELITIAN PENGARUH HARGA, KUALITAS PELAYANAN, CITRA MEREK DAN LOKASI TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PADA CAHAYA OLSHOP

Petunjuk pengisian:

1. Isilah data diri anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Berilah tanda checklist (\checkmark) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat anda sebagai tenaga kerja pada komponen-komponen variabel. Masing-masing pilihan jawaban memiliki makna sebagai berikut :
 1. STS : apabila jawaban tersebut menurut anda Sangat tidak Setuju
 2. TS : apabila jawaban tersebut menurut anda Tidak Setuju
 3. KS : apabila jawaban tersebut menurut anda Kurang Setuju
 4. S : apabila jawaban tersebut menurut anda Setuju
 5. SS : apabila jawaban tersebut menurut anda Sangat Setuju
3. Diharapkan untuk tidak menjawab lebih dari satu pilihan jawaban.
4. IDENTITAS RESPONDEN :
 1. Nama :
 2. Umur : $\leq 15-25$ ()
 $\geq 26-30$ ()
 $\geq 31-35$ ()
 $\geq 36-40$ ()
 ≥ 40 ()

3. Jenis Kelamin : Laki-Laki / Perempuan *

4. Pendidikan Terakhir : SMA/SMK, D3, S1, S2 *

Keterangan :

*(Coret yang tidak perlu)

1. Variabel Harga (X_1)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga produk di Cahaya Olshop dapat dijangkau semua kalangan					
2	Harga produk di Cahaya Olshop sesuai dengan kualitas					
3	Harga produk di Cahaya Olshop dapat bersaing dengan toko-toko lain					
4	Harga produk sesuai dengan hasil yang diinginkan					
5	Harga yang ditawarkan oleh Cahaya Olshop memutuskan saya untuk membeli					

2. Variabel Kualitas Pelayanan (X_2)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Pemilik Cahaya Olshop secara fisik menunjukkan pelayanan sangat rapi dan Ramah kepada konsumen					
2	Karyawan Cahaya Olshop sigap dan terpercaya serta akurat dalam melayani konsumen					
3	Karyawan Cahaya Olshop sigap menjawab saat konsumen menanyakan ukuran dan warna pakaian					
4	Cahaya Olshop menjanjikan pakaian yang dijual bebas dari risiko, bahaya ataupun keraguan					
5	Pegawai Cahaya Olshop memahami dan mengerti keinginan konsumen					

3. Citra Merek (X_3)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
-----	------------	----	---	----	----	-----

1	Merek yang dijual di Cahaya Olshop sudah sangat dikenal oleh konsumen					
2	Merek yang di jual di Cahaya kualitasnya sudah diketahui oleh konsumen					
3	Merek produk yang di jual Cahaya Olshop memiliki kesan yang berkelas bagi pengguna.					
4	Cahaya Olshop menjual produk-produk yang mereknya desainnya menarik					
5	Merek yang di jual Cahaya Olshop bermanfaat bagi konsumen					

4. Variabel Lokasi (X4)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Lokasi Cahaya Olshop mudah dijangkau oleh transportasi umum					
2	Toko Cahaya Olshop dapat terlihat jelas dengan jarak pandang normal.					
3	Lokasi Cahaya Olshop tidak jauh jaraknya dari pemukiman penduduk					
4	Tempat parkir yang disediakan aman, nyaman serta luas untuk kendaraan roda dua dan empat					
5	Lokasi Cahaya Olshop cukup luas dan dapat digunakan untuk perluasan usaha.					

5. Variabel Kepuasan Pelanggan (Y)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya berharap produk yang di beli di Cahaya Olshop sesuai dengan harapan, keinginan, dan keyakinan					
2	Produk di Cahaya Olshop sangat berguna dan menunjang penampilan saya					
3	Saya memilih belanja di Cahaya Olshop setelah membandingkan dengan toko lain yang sejenis					
4	Produk yang saya beli di Cahaya Olshop sesuai dengan harapan, keinginan, dan keyakinan					
5	Sampai saat ini tidak ada perbedaan antara kinerja dan harapan di Cahaya Olshop					

LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	skor_total
X1.1	Pearson Correlation	1	.646**	.380**	.590**	.680**	.642**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X1.2	Pearson Correlation	.646**	1	.359**	.602**	.498**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X1.3	Pearson Correlation	.380**	.359**	1	.428**	.618**	.511**
	Sig. (2-tailed)	.004	.007		.001	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X1.4	Pearson Correlation	.590**	.602**	.428**	1	.598**	.673**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X1.5	Pearson Correlation	.680**	.498**	.618**	.598**	1	.609**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55	55	55
skor_total	Pearson Correlation	.642**	.650**	.511**	.673**	.609**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	skor_total
X2.1	Pearson Correlation	1	.518**	.728**	.541**	.547**	.802**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X2.2	Pearson Correlation	.518**	1	.488**	.621**	.600**	.778**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X2.3	Pearson Correlation	.728**	.488**	1	.655**	.689**	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X2.4	Pearson Correlation	.541**	.621**	.655**	1	.707**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X2.5	Pearson Correlation	.547**	.600**	.689**	.707**	1	.859**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55	55	55
skor_total	Pearson Correlation	.802**	.778**	.859**	.847**	.859**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	skor_total
X3.1	Pearson Correlation	1	.646**	.380**	.590**	.680**	.831**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X3.2	Pearson Correlation	.646**	1	.359**	.602**	.498**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X3.3	Pearson Correlation	.380**	.359**	1	.428**	.618**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.004	.007		.001	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X3.4	Pearson Correlation	.590**	.602**	.428**	1	.598**	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X3.5	Pearson Correlation	.680**	.498**	.618**	.598**	1	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55	55	55
skor_total	Pearson Correlation	.831**	.783**	.714**	.797**	.847**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	skor_total
X4.1	Pearson Correlation	1	.728**	.654**	.636**	.712**	.873**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X4.2	Pearson Correlation	.728**	1	.722**	.547**	.618**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X4.3	Pearson Correlation	.654**	.722**	1	.626**	.654**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X4.4	Pearson Correlation	.636**	.547**	.626**	1	.686**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
X4.5	Pearson Correlation	.712**	.618**	.654**	.686**	1	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55	55	55
skor_total	Pearson Correlation	.873**	.846**	.853**	.829**	.860**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	skor_total
Y.1	Pearson Correlation	1	.610**	.619**	.596**	.631**	.833**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
Y.2	Pearson Correlation	.610**	1	.741**	.663**	.502**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
Y.3	Pearson Correlation	.619**	.741**	1	.780**	.640**	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
Y.4	Pearson Correlation	.596**	.663**	.780**	1	.725**	.884**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	55	55	55	55	55	55
Y.5	Pearson Correlation	.631**	.502**	.640**	.725**	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	55	55	55	55	55	55
skor_total	Pearson Correlation	.833**	.815**	.883**	.884**	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	55	55	55	55	55	55

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

B. Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.886	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.848	5