

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PROMOSI, VARIASI PRODUK, KUALITAS PELAYANAN DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO EKI JAYA

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 KEAMIN : LAKI-LAKI / PEREMPUAN *

4. PENDIDIKAN TERAKHIR : SMA/SMK, D3, S1, S2 *

Keterangan :

*(Coret yang tidak perlu)

1. Variabel Promosi Online (X_1)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengetahui produk di Toko Eki Jaya ini melalui iklan di media sosial					
2	Pihak marketing Eki Jaya melakukan penawaran yang menarik melalui media sosial					
3	Saya mendengar banyak cerita tentang produk di Toko Eki jaya dari teman-teman dan orang-orang					
4	Saya pernah ditawarkan langsung oleh pihak marketing Eki jaya untuk membeli produk					
5	Marketing yang dimiliki Toko Eki Jaya sangat baik dan komunikatif					

2. Variabel Variasi Produk (X_2)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Produk yang dijual di Eki Jaya berbagai merek					
2	Produk yang dijual di Eki Jaya ukurannya berbeda-beda					
3	Kualitas produk yang dijual di Eki Jaya bervariasi					
4	Produk yang dijual oleh Eki Jaya senantiasa tersedia					
5	Produk yang tidak tersedia akan dipenuhi dalam jangka waktu yang tidak terlalu lama					

3. Variabel Kualitas Pelayanan (X_3)

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

1	Pemilik Eki Jaya secara fisik menunjukkan pelayanan sangat rapi dan Ramah kepada konsumen					
2	Karyawan Eki Jaya sigap dan terpercaya serta akurat dalam melayani konsumen					
3	Karyawan Eki Jaya sigap menjawab saat konsumen menanyakan ukuran dan warna pakaian					
4	Eki Jaya menjanjikan pakaian yang dijual bebas dari risiko, bahaya ataupun keraguan					
5	Pegawai Eki Jaya memahami dan mengerti keinginan konsumen					

4. Persepsi Harga (X_4)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga produk yang dijual Eki Jaya sesuai dengan kualitas					
2	Harga lebih murah di toko Eki Jaya ketimbang toko lain					
3	Rata-rata produk yang dijual harganya terjangkau.					
4	Harga produk yang dijual Eki Jaya sesuai dengan harapan pelanggan					
5	Merek yang di jual Eki Jaya bermanfaat bagi konsumen					

5. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya membeli produk di Eki Jaya sesuai dengan kebutuhan					
2	Saya mencari informasi tentang produk di toko Eki Jaya dari orang-orang					
3	Saya sudah yakin pada produk yang akan dibeli di toko Eki Jaya.					
4	Saya memberikan rekomendasi mengenai Pakaian yang anda beli di toko Eki Jaya kepada orang lain					
5	Saya membeli Pakaian dari toko Eki Jaya kemudian membeli kembali.					

LAMPIRAN-LAMPIRAN

A. Uji Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.869	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.914	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	5

B. Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	TOTAL
X1.1	Pearson Correlation	1	.460**	.500**	.550**	.610**	.779**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X1.2	Pearson Correlation	.460**	1	.335**	.493**	.439**	.698**
	Sig. (2-tailed)	.000		.007	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X1.3	Pearson Correlation	.500**	.335**	1	.602**	.788**	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007		.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X1.4	Pearson Correlation	.550**	.493**	.602**	1	.703**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X1.5	Pearson Correlation	.610**	.439**	.788**	.703**	1	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	63	63	63	63	63	63
TOTAL	Pearson Correlation	.779**	.698**	.799**	.837**	.881**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	63	63	63	63	63	63

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	TOTAL
X2.1	Pearson Correlation	1	.723**	.451**	.617**	.694**	.840**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X2.2	Pearson Correlation	.723**	1	.499**	.624**	.602**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X2.3	Pearson Correlation	.451**	.499**	1	.589**	.367**	.692**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.003	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X2.4	Pearson Correlation	.617**	.624**	.589**	1	.787**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X2.5	Pearson Correlation	.694**	.602**	.367**	.787**	1	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.003	.000		.000
	N	63	63	63	63	63	63
TOTAL	Pearson Correlation	.840**	.825**	.692**	.898**	.852**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	63	63	63	63	63	63

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	TOTAL
X3.1	Pearson Correlation	1	.631**	.540**	.358**	.400**	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.001	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X3.2	Pearson Correlation	.631**	1	.707**	.597**	.465**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X3.3	Pearson Correlation	.540**	.707**	1	.633**	.607**	.858**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X3.4	Pearson Correlation	.358**	.597**	.633**	1	.764**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000		.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X3.5	Pearson Correlation	.400**	.465**	.607**	.764**	1	.808**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000		.000
	N	63	63	63	63	63	63
TOTAL	Pearson Correlation	.710**	.837**	.858**	.837**	.808**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	63	63	63	63	63	63

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	TOTAL
X4.1	Pearson Correlation	1	.548**	.662**	.712**	.735**	.867**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X4.2	Pearson Correlation	.548**	1	.432**	.479**	.581**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X4.3	Pearson Correlation	.662**	.432**	1	.721**	.697**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X4.4	Pearson Correlation	.712**	.479**	.721**	1	.611**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
X4.5	Pearson Correlation	.735**	.581**	.697**	.611**	1	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	63	63	63	63	63	63
TOTAL	Pearson Correlation	.867**	.760**	.832**	.842**	.860**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	63	63	63	63	63	63

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

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	TOTAL
Y.1	Pearson Correlation	1	.580**	.824**	.766**	.818**	.889**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
Y.2	Pearson Correlation	.580**	1	.698**	.633**	.515**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
Y.3	Pearson Correlation	.824**	.698**	1	.851**	.795**	.943**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
Y.4	Pearson Correlation	.766**	.633**	.851**	1	.732**	.896**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	63	63	63	63	63	63
Y.5	Pearson Correlation	.818**	.515**	.795**	.732**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	63	63	63	63	63	63
TOTAL	Pearson Correlation	.889**	.815**	.943**	.896**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	63	63	63	63	63	63

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