

LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH PROMOSI, VARIASI PRODUK DAN PERSEPSI HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO QUEEN SHOES

Petunjuk pengisian :

1. Isilah data diri anda sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.
2. Berilah tanda checklist (\surd) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia.

Masing-masing pilihan jawaban memiliki makna sebagai berikut :

1. STS : Sangat tidak Setuju
 2. TS : Tidak Setuju
 3. KS : Kurang Setuju
 4. S : Setuju
 5. SS : 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 Promosi (X_1)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya membeli produk di Queen Shoes karena kuantitas promosi lebih sering					
2	Queen Shoes cara mempromosikan produknya sangat baik					
3	Waktu yang digunakan Queen Shoes dalam mempromosikan produknya sudah tepat					
4	Promosi yang dilakukan oleh Queen Shoes tepat sasaran					
5	Queen Shoes melakukan promosi dengan melakukan pendekatan langsung kepada konsumen					

2. Variabel Variasi Produk (X_2)

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

3. Persepsi Harga (X_3)

NO.	PERNYATAAN	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga produk yang dijual Queen Shoes sesuai dengan kualitas					
2	Harga lebih murah di toko Queen Shoes ketimbang toko lain					

3	Rata-rata produk yang dijual harganya terjangkau.					
4	Harga produk yang dijual Queen Shoes sesuai dengan harapan pelanggan					
5	Merek yang di jual Queen Shoes bermanfaat bagi konsumen					

4. Variabel Keputusan Pembelian (Y)

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

LAMPIRAN 2

LAMPIRAN UJI VALIDITAS

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	skor_total
X1.1	Pearson Correlation	1	.650**	.519**	.634**	.548**	.834**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	.650**	1	.725**	.657**	.437**	.853**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	.519**	.725**	1	.514**	.533**	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	.634**	.657**	.514**	1	.482**	.812**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X1.5	Pearson Correlation	.548**	.437**	.533**	.482**	1	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
skor_total	Pearson Correlation	.834**	.853**	.809**	.812**	.740**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

** . 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	.552**	.746**	.575**	.578**	.816**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.552**	1	.530**	.653**	.631**	.798**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	.746**	.530**	1	.683**	.713**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.4	Pearson Correlation	.575**	.653**	.683**	1	.730**	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X2.5	Pearson Correlation	.578**	.631**	.713**	.730**	1	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
skor_total	Pearson Correlation	.816**	.798**	.871**	.861**	.870**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

** . 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	.669**	.420**	.607**	.703**	.840**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.2	Pearson Correlation	.669**	1	.409**	.614**	.537**	.800**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.3	Pearson Correlation	.420**	.409**	1	.454**	.644**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.4	Pearson Correlation	.607**	.614**	.454**	1	.625**	.808**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
X3.5	Pearson Correlation	.703**	.537**	.644**	.625**	1	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
skor_total	Pearson Correlation	.840**	.800**	.734**	.808**	.861**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

** . 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	.571**	.644**	.583**	.608**	.804**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
Y.2	Pearson Correlation	.571**	1	.686**	.761**	.658**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
Y.3	Pearson Correlation	.644**	.686**	1	.747**	.629**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
Y.4	Pearson Correlation	.583**	.761**	.747**	1	.800**	.908**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60
Y.5	Pearson Correlation	.608**	.658**	.629**	.800**	1	.865**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60
skor_total	Pearson Correlation	.804**	.852**	.856**	.908**	.865**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60

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

UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.868	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	5

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.863	5