

LAMPIRAN
KUESIONER PENELITIAN
ANALISIS BAURAN PEMASARAN
QOFFAI KOPI SIDIKALANG

Bapak/Ibu yang terhormat, saya mohon bantuan dan kesediaan untuk dapat mengisi kuesioner singkat di bawah ini. Adapun kuesioner ini di susun sebagai penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir. Atas kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan terima kasih.

A. IDENTITAS RESPONDEN

Isilah identitas diri Bapak/Ibu dengan keadaan yang sebenarnya (Identitas di rahasiakan)

- a. Nama :
- b. Usia :
- c. Jenis Kelamin :
- d. Pekerjaan :

PETUNJUK PENGISIAN

Bapak/Ibu berilah tanda (√) pada setiap kolom jawaban yang tersedia sesuai dengan jawaban Bapak/Ibu pilih

- 1. Sangat Setuju (SS)
- 2. Setuju (S)
- 3. Kurang Setuju (KS)
- 4. Tidak Setuju (TS)
- 5. Sangat Tidak Setuju (STS)

B. VARIABEL BAURAN PEMASARAN

	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
	Produk					
1.	Saya merasa kualitas sesuai yang diharapkan konsumen					

2.	Saya merasa packaging Qoffai Kopi Sidikalang menarik					
3.	Saya merasa Qoffai Kopi Sidikalang memiliki keragaman produk					
	Harga					
4.	Saya merasa harga Qoffai Kopi Sidikalang terjangkau sesuai dengan kualitas kopi					
5.	Saya merasa harga Qoffai Kopi Sidikalang bersaing dengan produk lain.					
6.	Saya merasa harga Qoffai Kopi Sidikalang sesuai nilai produk yang serupa dengan perusahaan lain					
	Tempat					
7.	Saya merasa produk Qoffai Kopi Sidikalang terdapat di online					
8.	Saya merasa lokasi cepat Qoffai Kopi Sidikalang diakses					
9.	Saya merasa tempat Qoffai Kopi Sidikalang yang nyaman					
	Promosi					
10.	Saya merasa informasi yang disampaikan Qoffai Kopi Sidikalang jelas dan menarik					
11.	Saya merasa promosi dilakukan Qoffai Kopi Sidikalang menggunakan beragam media					
12.	Saya merasa promosi Qoffai Kopi Sidikalang menyampaikan pesan yang dapat dipercaya					

C. VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

Keputusan Pembelian (Y)		SS	S	KS	TS	STS
Pengenalan Masalah						
1.	Saya merasa sudah memiliki pengetahuan yang cukup tentang merek Qoffai Kopi Sidikalang sebelum memutuskan untuk membelinya.					
2.	Saya merasa percaya terhadap merek Qoffai Kopi Sidikalang setelah mengetahui informasi yang cukup tentang merek tersebut.					
3.	Saya merasa yakin bahwa merek Qoffai Kopi Sidikalang adalah pilihan yang tepat untuk saya.					
Pencarian Informasi						
4.	Saya cenderung mencari informasi dari berbagai sumber sebelum membeli Qoffai Kopi Sidikalang					
5.	Saya merasa lebih puas dengan keputusan pembelian saya jika sudah melakukan pencarian informasi yang cukup tentang Qoffai Kopi Sidikalang					
6.	Saya cenderung mencari ulasan dan testimonial dari orang lain sebelum membeli Qoffai Kopi Sidikalang					
Evaluasi Berbagai Alternatif						
7.	Saya suka Qoffai Kopi Sidikalang karena memiliki pelayanan dan respon baik yang di berikan oleh penjual yang menyajikan Kopi Sidikalang					
8.	Saya suka Qoffai Kopi Sidikalang karena kualitas dan rasa yang lebih baik dari pada merek Kopi lain yang saya bandingkan					

9.	Sebelum membeli Qoffai Kopi Sidikalang, saya cenderung bertanya kepada orang lain tentang rasa merek Kopi lainnya					
10.	Saya selalu mempertimbangkan faktor-faktor seperti rasa, aroma, kualitas dan harga Qoffai Kopi Sidikalang sebelum memutuskan untuk membeli					
	Keputusan Pembelian					
11.	Saya merasa puas dengan keputusan pembelian saya untuk membeli Qoffai Kopi Sidikalang					
12.	Saya merasa senang dengan kualitas Qoffai Kopi Sidikalang yang saya beli					
13.	Saya merasa yakin bahwa Qoffai Kopi Sidikalang akan memenuhi kebutuhan dan ekspektasi saya sebagai konsumen					

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.864 ^a	.747	.736	2.440

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Produk, Tempat

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1668.641	4	417.160	70.074	.000 ^b
	Residual	565.549	95	5.953		
	Total	2234.190	99			

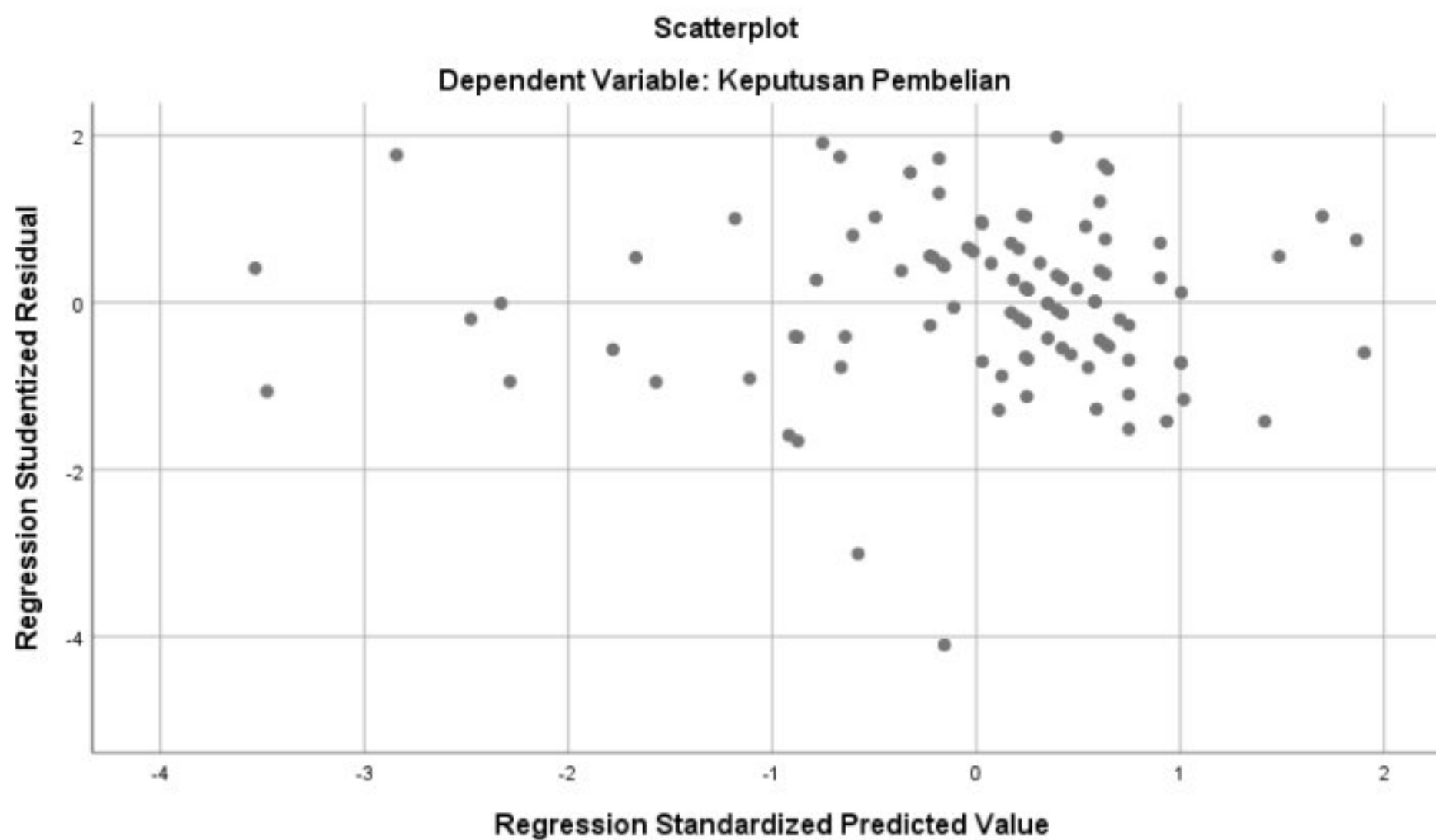
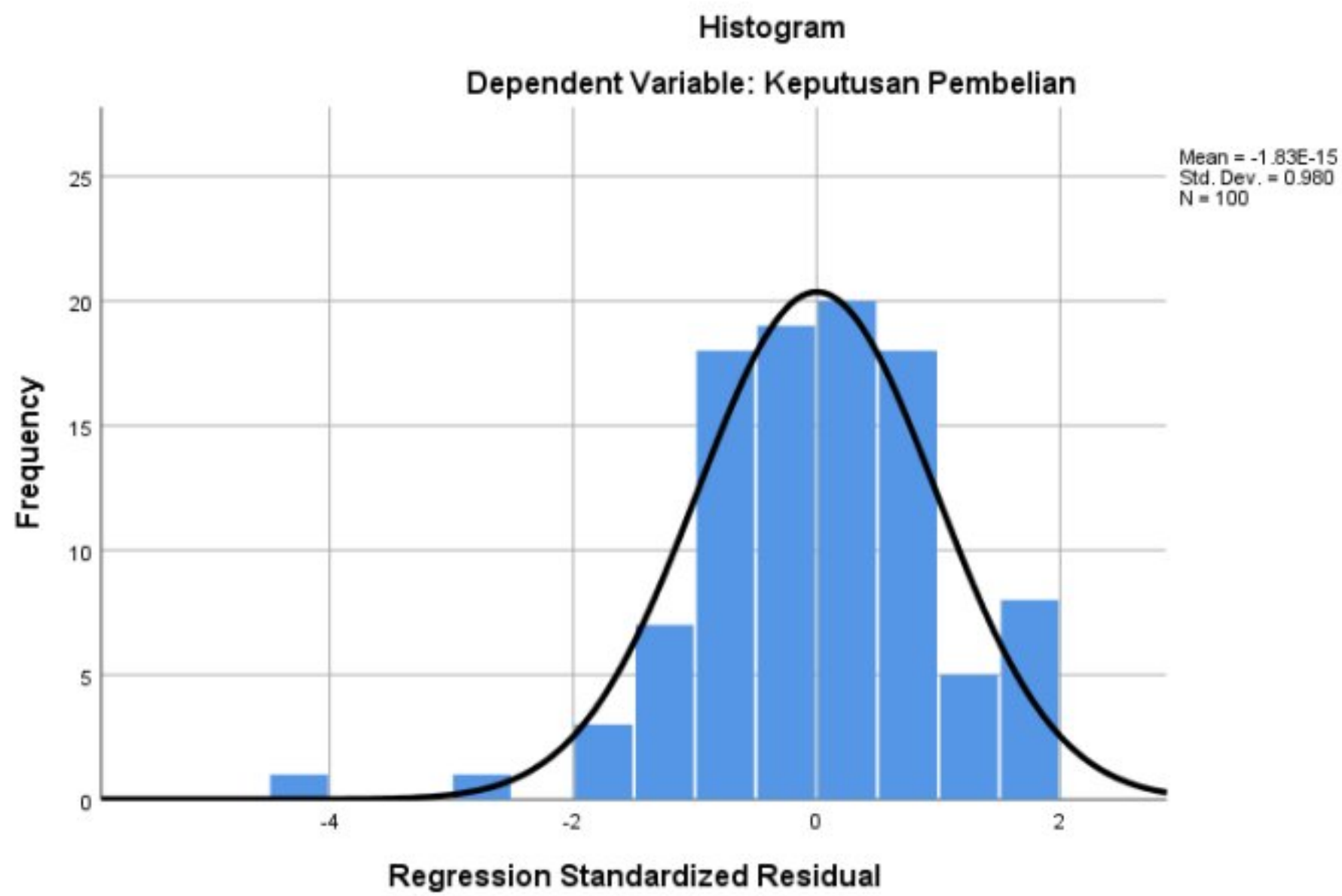
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Produk, Tempat

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.404	2.881		2.570	.012		
	Produk	.761	.231	.246	3.299	.001	.478	2.093
	Harga	.582	.210	.189	2.773	.007	.573	1.744
	Tempat	1.501	.275	.432	5.456	.000	.425	2.354
	Promosi	.868	.194	.249	4.476	.000	.861	1.162

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.39010756
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.050
	Negative	-.048
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Correlations

		Produk	Produk	Produk	Produk
Produk	Pearson Correlation	1	.198*	.147	.729**
	Sig. (2-tailed)		.048	.145	.000
	N	100	100	100	100
Produk	Pearson Correlation	.198*	1	-.017	.584**
	Sig. (2-tailed)	.048		.867	.000
	N	100	100	100	100
Produk	Pearson Correlation	.147	-.017	1	.596**
	Sig. (2-tailed)	.145	.867		.000
	N	100	100	100	100
Produk	Pearson Correlation	.729**	.584**	.596**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.728	3

Correlations

		Harga	Harga	Harga	Harga
Harga	Pearson Correlation	1	-.036	-.228*	.430**
	Sig. (2-tailed)		.722	.023	.000
	N	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	-.036	1	.184	.646**
	Sig. (2-tailed)	.722		.067	.000
	N	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	-.228*	.184	1	.606**
	Sig. (2-tailed)	.023	.067		.000
	N	100	100	100	100
Harga	Pearson Correlation	.430**	.646**	.606**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	3

Correlations

		Tempat	Tempat	Tempat	Tempat
Tempat	Pearson Correlation	1	.051	-.068	.544**
	Sig. (2-tailed)		.614	.501	.000
	N	100	100	100	100
Tempat	Pearson Correlation	.051	1	.248*	.666**
	Sig. (2-tailed)	.614		.013	.000
	N	100	100	100	100
Tempat	Pearson Correlation	-.068	.248*	1	.649**
	Sig. (2-tailed)	.501	.013		.000
	N	100	100	100	100
Tempat	Pearson Correlation	.544**	.666**	.649**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Std. Deviation	.85	.79	.94	.76	.72	.82	.90	.74	.73	.72	.73	.73	.65
Variance	.73	.62	.89	.58	.52	.68	.81	.55	.53	.52	.53	.54	.42
Range	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
Minimum	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1
Maximum	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Sum	41	42	40	43	44	43	41	42	40	41	40	41	39

Frequency Table

		Produk			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	5	5.0	5.0	6.0
	Kurang Setuju	10	10.0	10.0	16.0
	Setuju	49	49.0	49.0	65.0
	Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

		Produk			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Kurang Setuju	7	7.0	7.0	9.0
	Setuju	57	57.0	57.0	66.0
	Sangat Setuju	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	5.0
	Kurang Setuju	8	8.0	8.0	13.0
	Setuju	66	66.0	66.0	79.0
	Sangat Setuju	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	7.0
	Kurang Setuju	9	9.0	9.0	16.0
	Setuju	52	52.0	52.0	68.0
	Sangat Setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	6.0
	Kurang Setuju	6	6.0	6.0	12.0
	Setuju	55	55.0	55.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	7.0
	Kurang Setuju	31	31.0	31.0	38.0
	Setuju	38	38.0	38.0	76.0
	Sangat Setuju	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tempat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	3.0
	Kurang Setuju	6	6.0	6.0	9.0
	Setuju	58	58.0	58.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tempat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	3.0
	Kurang Setuju	10	10.0	10.0	13.0
	Setuju	68	68.0	68.0	81.0
	Sangat Setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tempat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	5.0
	Kurang Setuju	9	9.0	9.0	14.0
	Setuju	61	61.0	61.0	75.0
	Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Promosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	5.0
	Kurang Setuju	6	6.0	6.0	11.0
	Setuju	57	57.0	57.0	68.0
	Sangat Setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Promosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	1	1.0	1.0	2.0
	Kurang Setuju	9	9.0	9.0	11.0
	Setuju	56	56.0	56.0	67.0
	Sangat Setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Promosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	8.0
	Kurang Setuju	29	29.0	29.0	37.0
	Setuju	44	44.0	44.0	81.0
	Sangat Setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	6.0
	Kurang Setuju	11	11.0	11.0	17.0
	Setuju	55	55.0	55.0	72.0
	Sangat Setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	5.0
	Kurang Setuju	9	9.0	9.0	14.0
	Setuju	57	57.0	57.0	71.0
	Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	7.0
	Kurang Setuju	30	30.0	30.0	37.0
	Setuju	41	41.0	41.0	78.0
	Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	3.0
	Kurang Setuju	9	9.0	9.0	12.0
	Setuju	53	53.0	53.0	65.0
	Sangat Setuju	35	35.0	35.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	3.0
	Kurang Setuju	9	9.0	9.0	12.0
	Setuju	61	61.0	61.0	73.0
	Sangat Setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	5.0
	Kurang Setuju	12	12.0	12.0	17.0
	Setuju	52	52.0	52.0	69.0
	Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	7.0
	Kurang Setuju	10	10.0	10.0	17.0
	Setuju	55	55.0	55.0	72.0
	Sangat Setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	3.0
	Kurang Setuju	9	9.0	9.0	12.0
	Setuju	57	57.0	57.0	69.0
	Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Kurang Setuju	8	8.0	8.0	12.0
	Setuju	57	57.0	57.0	69.0
	Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	4.0
	Kurang Setuju	11	11.0	11.0	15.0
	Setuju	65	65.0	65.0	80.0
	Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	4.0
	Kurang Setuju	8	8.0	8.0	12.0
	Setuju	69	69.0	69.0	81.0
	Sangat Setuju	19	19.0	19.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	3	3.0	3.0	4.0
	Kurang Setuju	10	10.0	10.0	14.0
	Setuju	63	63.0	63.0	77.0
	Sangat Setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Tidak Setuju	2	2.0	2.0	3.0
	Kurang Setuju	10	10.0	10.0	13.0
	Setuju	72	72.0	72.0	85.0
	Sangat Setuju	15	15.0	15.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0