

Lampiran Kuesioner

KUESIONER

Pengaruh Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Cilupbah Shop Palembang

Saudara/saudari responden yang terhormat,

Bersama ini, kami mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner yang dibawah ini. Informasi saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi kami dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

I. Identitas Responden

No.Responden :

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

II. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda *Check list* (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kreteria penelitian :

STS : Sangat Tidak Setuju = skor 1

TS : Tidak Setuju = skor 2

KS : Kurang Setuju = skor 3

S : Setuju = skor 4

SS : Sangat Setuju = skor 5

Daftar pernyataan variabel harga (X1)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Harga produk cilupbah sesuai dengan kualitas yang ada					
2	Harga produk sesuai dengan hasil yang diinginkan					
3	Harga produk cilupbah shop sesuai dengan manfaat yang saya rasakan					
4	Harga produk memiliki manfaat yang bagus dibandingkan dengan yang lain					
5	Harga produk cilupbah shop dapat dijangkau oleh semua konsumen					
6	Harga produk bervariasi					
7	Harga produk cilupbah shop lebih murah dibandingkan dengan yang lain					
8	Harga produk yang dapat bersaing dengan produk lain					

Daftar pernyataan variabel promosi (X2)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Cilupbah shop melakukan promosi penjualan melalui instagram, facebook, secara langsung, dan lain-lain					
2	Banyaknya barang-barang baru yang ditawarkan kepada anda membuat anda semakin termotivasi untuk membeli					
3	Seringnya promosi barang-barang baru di instagram menarik minat saya untuk membeli					
4	Tawaran gratis ongkir di shoope membuat anda tertarik untuk mengetahui lebih lanjut mengenai produk cilupbah shop					
5	Adanya SPG atau karyawan bisa mengetahui harga dan macam-macam produk yang dijual					
6	Banyaknya barang-barang baru yang ditawarkan oleh karyawan cilupbah shop kepada anda membuat anda semakin termotivasi untuk membeli					
7	Karyawan cilupbah shop sopan, baik dan ramah					
8	Pelayan yang diberikan untuk konsumen sangat baik					
9	Dengan adanya gratis ongkir belanja di					

	shopee membuat anda membeli produk di cilupbah shop					
10	Promo hemat yang ditawarkan cilupbah shop kepada anda membuat anda tertarik untuk membeli					
11	Saya memutuskan untuk membeli produk karna setiap membeli mendapatkan hadiah					
12	Saya berminat untuk membeli ada promo belanja minimal 60 ribu di hari yang sama mendapatkan hijab					

Daftar pernyataan variabel keputusan pembelian (Y)

NO	PERNYATAAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Saya membeli produk cilupbah shop karna adanya kebutuhan					
2	Saya membeli produk di cilupbah sesuai dengan keinginan karna harga dan kualitas barang bagus					
3	Kualitas produk sangat baik dibandingkan dengan yang lain					
4	Saya memutuskan untuk membeli produk cilupbah shop setelah membandingkan dengan toko yang lain					
5	Informasi yang diberikan tentang produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya berminat untuk membeli produk					
6	Saya memutuskan untuk membeli produk cilupbah berdasarkan pengalaman orang lain					
7	Setelah melihat-lihat produk yang dijual saya tertarik untuk membeli					
8	Kemasan produk cilupbah shop sangat bagus					
9	Anda sebagai konsumen setuju bahwa produk cilupbah shop mengikuti trend masa kini					
10	Jika ingin membeli produk cilupbah yang mendapatkan hadiah harus mengikuti ketentuan yang ada					
11	Setelah melihat konsumen lain memakai produk cilupbah saya tertarik untuk membeli					
12	Saya membeli produk cilupbah karna adanya bujukan orang lain					
13	Merasa sangat puas dengan produk cilupbah shop					

14	Saya tidak pernah kecewa setelah membeli produk cilupbah shop					
15	Saya yakin akan keputusan saya membeli produk cilupbah karna kualitas produk bagus					
16	Saya akan melakukan pembelian produk cilupbah secara terus-menerus atau berulang-ulang					

Lampiran Data Karakteristik Responden

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-21	45	46.9	46.9	46.9
	22-26	40	41.7	41.7	88.5
	27-31	7	7.3	7.3	95.8
	32-36	4	4.2	4.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13	13.5	13.5	13.5
	2	57	59.4	59.4	72.9
	3	18	18.8	18.8	91.7
	4	8	8.3	8.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Lampiran Tabel Frekuensi

Tabel Frekuensi Dimensi Variabel Harga (X1)

Nilai

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	.8	.8	.8
	2	4	1.0	1.0	1.8
	3	70	18.2	18.2	20.1
	4	253	65.9	65.9	85.9
	5	54	14.1	14.1	100.0
Total		384	100.0	100.0	

Uang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	.3	.3	.3
	2	4	1.0	1.0	1.3
	3	51	13.3	13.3	14.6
	4	223	58.1	58.1	72.7
	5	105	27.3	27.3	100.0
Total		384	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Dimensi Variabel Promosi (X2)

Periklanan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	.5	.5	.5
	2	7	1.8	1.8	2.3
	3	19	4.9	4.9	7.3
	4	267	69.5	69.5	76.8
	5	89	23.2	23.2	100.0
Total		384	100.0	100.0	

Penjualan Personal

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	.5	.5	.5
	2	1	.3	.3	.8
	3	22	5.7	5.7	6.5
	4	273	71.1	71.1	77.6
	5	86	22.4	22.4	100.0
Total		384	100.0	100.0	

Promosi Penjualan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1.0	1.0	1.0
	2	12	3.1	3.1	4.2
	3	76	19.8	19.8	24.0
	4	223	58.1	58.1	82.0
	5	69	18.0	18.0	100.0
Total		384	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Dimensi Variabel Keputusan Konsumen (Y)

Pengenalan masalah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	.5	.5	.5
	2	15	3.9	3.9	4.4
	3	67	17.4	17.4	21.9
	4	260	67.7	67.7	89.6
	5	40	10.4	10.4	100.0
Total		384	100.0	100.0	

Pencarian informasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	1.0	1.0	1.0
	2	8	2.1	2.1	3.1
	3	32	8.3	8.3	11.5
	4	290	75.5	75.5	87.0
	5	50	13.0	13.0	100.0
Total		384	100.0	100.0	

Keputusan pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	8	2.1	2.1	2.1
	2	20	5.2	5.2	7.3
	3	80	20.8	20.8	28.1
	4	211	54.9	54.9	83.1
	5	65	16.9	16.9	100.0
Total		384	100.0	100.0	

Perilaku pasca pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	11	2.9	2.9	2.9
	2	5	1.3	1.3	4.2
	3	71	18.5	18.5	22.7
	4	255	66.4	66.4	89.1
	5	42	10.9	10.9	100.0
Total		384	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Indikator Variabel Harga (X1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	2.1	2.1	2.1
	2	1	1.0	1.0	3.1
	3	4	4.2	4.2	7.3
	4	72	75.0	75.0	82.3
	5	17	17.7	17.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	13.5	13.5	13.5
	4	67	69.8	69.8	83.3
	5	16	16.7	16.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	16	16.7	16.7	17.7
	4	65	67.7	67.7	85.4
	5	14	14.6	14.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	2	2.1	2.1	3.1
	3	37	38.5	38.5	41.7
	4	49	51.0	51.0	92.7
	5	7	7.3	7.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	5	5.2	5.2	6.2
	4	59	61.5	61.5	67.7
	5	31	32.3	32.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	3	3.1	3.1	3.1
	4	59	61.5	61.5	64.6
	5	34	35.4	35.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	3	3.1	3.1	4.2
	3	39	40.6	40.6	44.8
	4	45	46.9	46.9	91.7

	5	8	8.3	8.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	4.2	4.2	4.2
	4	60	62.5	62.5	66.7
	5	32	33.3	33.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Indikator Variabel Promosi (X2)

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2.1	2.1	2.1
	4	66	68.8	68.8	70.8
	5	28	29.2	29.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.1	2.1	2.1
	3	6	6.2	6.2	8.3
	4	73	76.0	76.0	84.4
	5	15	15.6	15.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.1

	3	6	6.2	6.2	8.3
	4	73	76.0	76.0	84.4
	5	15	15.6	15.6	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	4	4.2	4.2	5.2
	3	5	5.2	5.2	10.4
	4	55	57.3	57.3	67.7
	5	31	32.3	32.3	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	5	5.2	5.2	6.2
	4	71	74.0	74.0	80.2
	5	19	19.8	19.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	3	8	8.3	8.3	9.4
	4	81	84.4	84.4	93.8
	5	6	6.2	6.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	5.2	5.2	5.2
	4	57	59.4	59.4	64.6
	5	34	35.4	35.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	3	4	4.2	4.2	5.2
	4	64	66.7	66.7	71.9
	5	27	28.1	28.1	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	2	2.1	2.1	3.1
	3	10	10.4	10.4	13.5
	4	66	68.8	68.8	82.3
	5	17	17.7	17.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	9	9.4	9.4	10.4
	4	68	70.8	70.8	81.2
	5	18	18.8	18.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	8.3	8.3	8.3
	3	37	38.5	38.5	46.9
	4	35	36.5	36.5	83.3
	5	16	16.7	16.7	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

X2.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	3.1	3.1	3.1
	2	1	1.0	1.0	4.2
	3	20	20.8	20.8	25.0
	4	54	56.2	56.2	81.2
	5	18	18.8	18.8	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Tabel Frekuensi Indikator Variabel Keputusan Konsumen (Y)**Y1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	8	8.3	8.3	9.4
	3	19	19.8	19.8	29.2
	4	59	61.5	61.5	90.6
	5	9	9.4	9.4	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	6	6.2	6.2	7.3
	4	71	74.0	74.0	81.2
	5	18	18.8	18.8	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	4	4.2	4.2	5.2
	3	30	31.2	31.2	36.5
	4	56	58.3	58.3	94.8
	5	5	5.2	5.2	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.1	2.1	2.1
	3	12	12.5	12.5	14.6
	4	74	77.1	77.1	91.7
	5	8	8.3	8.3	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	4	4.2	4.2	5.2
	4	68	70.8	70.8	76.0
	5	23	24.0	24.0	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Y1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	4	4.2	4.2	4.2
	2	4	4.2	4.2	8.3
	3	20	20.8	20.8	29.2
	4	59	61.5	61.5	90.6
	5	9	9.4	9.4	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Y1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	6	6.2	6.2	7.3
	4	84	87.5	87.5	94.8
	5	5	5.2	5.2	100.0
	Total		96	100.0	100.0

Y1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	5	5.2	5.2	6.2
	4	74	77.1	77.1	83.3
	5	16	16.7	16.7	100.0
	Total		96	100.0	100.0

Y1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	2	2.1	2.1	3.1
	4	55	57.3	57.3	60.4
	5	38	39.6	39.6	100.0
	Total				

Y1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	2	2.1	2.1	3.1
	4	55	57.3	57.3	60.4
	5	38	39.6	39.6	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Y1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	4	4.2	4.2	5.2
	3	12	12.5	12.5	17.7
	4	64	66.7	66.7	84.4
	5	15	15.6	15.6	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Y1.11

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	7.3	7.3	7.3
	3	14	14.6	14.6	21.9
	4	67	69.8	69.8	91.7
	5	8	8.3	8.3	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Y1.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	7	7.3	7.3	7.3
	2	8	8.3	8.3	15.6
	3	52	54.2	54.2	69.8

	4	25	26.0	26.0	95.8
	5	4	4.2	4.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Y1.13

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	2	1	1.0	1.0	2.1
	3	7	7.3	7.3	9.4
	4	62	64.6	64.6	74.0
	5	25	26.0	26.0	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Y1.14

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.0	1.0	1.0
	3	21	21.9	21.9	22.9
	4	69	71.9	71.9	94.8
	5	5	5.2	5.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Y1.15

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.0	1.0	1.0
	3	12	12.5	12.5	13.5
	4	77	80.2	80.2	93.8
	5	6	6.2	6.2	100.0
	Total	96	100.0	100.0	

Y1.16

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	9	9.4	9.4	9.4
	2	3	3.1	3.1	12.5
	3	31	32.3	32.3	44.8
	4	47	49.0	49.0	93.8
	5	6	6.2	6.2	100.0
Total		96	100.0	100.0	

Lampiran Uji Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.717	9

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.720	13

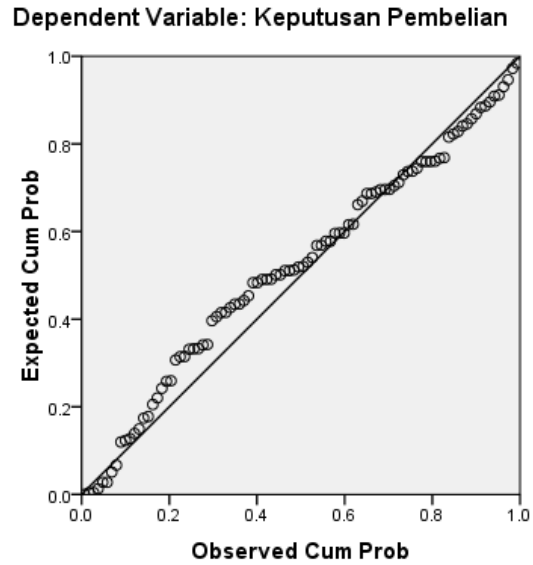
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.730	17

Lampiran Uji Asumsi Klasik

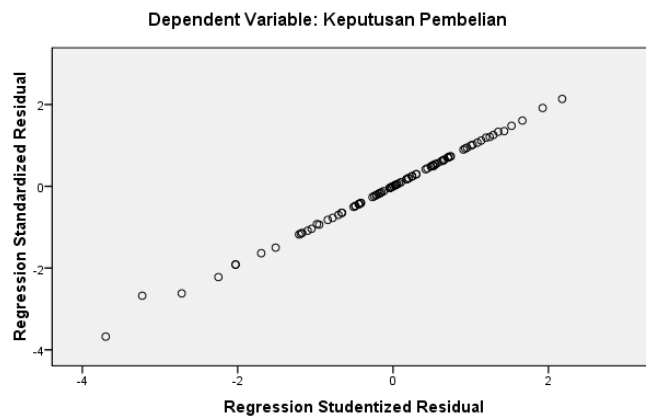
Uji Normalitas

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot



Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	14.486	6.852		2.114	.037		
Harga	.104	.166	.050	.624	.534	.957	1.045
Promosi	.902	.114	.638	7.926	.000	.957	1.045

Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	14.486	6.852		2.114	.037		
Harga	.104	.166	.050	.624	.534	.957	1.045
Promosi	.902	.114	.638	7.926	.000	.957	1.045

Uji Persial (Uji t)

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	14.486	6.852		2.114	.037
Harga	.104	.166	.050	.624	.534
Promosi	.902	.114	.638	7.926	.000

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	1163.948	2	581.974	34.111	.000 ^a
Residual	1586.677	93	17.061		
Total	2750.625	95			

Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.651 ^a	.423	.411	4.131