

Lampiran 1: Kuesioner

### **KUESIONER PENELITIAN**

Pengaruh Potongan Harga, Keragaman Produk dan Location Terhadap Keputusan  
Pembelian Konsumen (Studi Kasus Pada Konsumen Jelas Cafe Sukorejo)

#### **IDENTITAS RESPONDEN**

Nama: .....

Usia: .....

Jenis Kelamin: .....

Sekolah/Pekerjaan: .....

#### **DAFTAR KUESIONER**

Mohon untuk memberikan tanda (√) pada setiap pernyataan yang anda pilih

Keterangan:

SS: Sangat Setuju

S: Setuju

N: Netral

TS: Tidak Setuju

STS: Sangat Tidak Setuju

No	Potongan Harga (X <sub>1</sub> )	SS	S	N	TS	STS
1.	Promo Pembelian potongan harga sangat tepat sebagai media promosi di Jelas Cafe Sukorejo					

2.	Saya lebih suka dengan promo pembelian potongan harga kuantitas di jelas cafe sukorejo					
3.	Saya lebih suka dengan promo pembelian potongan harga musiman di jelas cafe sukorejo					
4.	Saya Tertarik dengan promo pembelian potongan harga					
5.	Media sosial seperti facebook, instagram, dan whatsapp lebih menarik digunakan untuk iklan promo pembelian potongan harga di Jelas Cafe Sukorejo					

No	Keragaman Produk (X <sub>2</sub> )	SS	S	N	TS	STS
1.	Banyak jenis minuman yang di tawarkan di Jelas Cafe Sukorejo					
2.	Banyak jenis makanan ringan yang ditawarkan di Jelas Cafe Sukorejo					
3.	Produk di Jelas Cafe Sukorejo selalu memiliki banyak jenis menu yang berbeda					
4.	Jelas Cafe Sukorejo memiliki sejumlah standar kualitas umum dalam kategori kedai kopi dengan keberagaman yang luas yang dapat dikatakan mempunyai kedalaman (depth) yang baik					
5.	Produk – produk di Jelas Cafe Sukorejo memiliki kualitas standart umum yang dapat memberikan manfaat bagi konsumen					

No	Location (X <sub>3</sub> )	SS	S	N	TS	STS
1.	Lokasi Jelas Cafe Sukorejo mudah dijangkau sarana transportasi umum					
2.	Lokasi Jelas Cafe Sukorejo dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal					
3.	Banyak orang berlalu lalang di Jelas Cafe Sukorejo					
4.	Tempat parkir di Jelas Cafe Sukorejo sangat luas dan nyaman					

5.	Jelas Cafe Sukorejo tersedia tempat yang cukup luas untuk perluasan usaha di kemudian hari					
----	--	--	--	--	--	--

No	Keputusan Pembelian Konsumen (Y)	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya memilih produk yang dipromokan karena produk yang di promokan produk favorit saya					
2.	Saya tertarik dengan adanya promo pembelian potongan harga di Jelas Cafe Sukorejo					
3.	Saya selalu membeli produk yang di promokan					
4.	Saya akan membeli produk yang di promokan saat promo pembelian tersebut berlaku					
5.	Saya akan membeli produk yang di promokan lagi setelah saya merasakan kualitas produk yang dipromokan					

## Lampiran 2: Uji Validitas

**Potongan Harga (X<sub>1</sub>)**

		<b>Correlations</b>				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5
X1.1	Pearson Correlation	1	,697**	,530**	,418**	,202*
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,029
	N	116	116	116	116	116
X1.2	Pearson Correlation	,697**	1	,526**	,463**	,190*
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,041
	N	116	116	116	116	116
X1.3	Pearson Correlation	,530**	,526**	1	,483**	,305**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,001
	N	116	116	116	116	116
X1.4	Pearson Correlation	,418**	,463**	,483**	1	,402**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	116	116	116	116	116
X1.5	Pearson Correlation	,202*	,190*	,305**	,402**	1
	Sig. (2-tailed)	,029	,041	,001	,000	
	N	116	116	116	116	116

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

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

### Keragaman Produk (X<sub>2</sub>)

		<b>Correlations</b>				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5
X2.1	Pearson Correlation	1	,719**	,510**	,439**	,254**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,006
	N	116	116	116	116	116
X2.2	Pearson Correlation	,719**	1	,645**	,415**	,292**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001
	N	116	116	116	116	116
X2.3	Pearson Correlation	,510**	,645**	1	,522**	,440**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	116	116	116	116	116
X2.4	Pearson Correlation	,439**	,415**	,522**	1	,581**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	116	116	116	116	116
X2.5	Pearson Correlation	,254**	,292**	,440**	,581**	1
	Sig. (2-tailed)	,006	,001	,000	,000	
	N	116	116	116	116	116

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

### Location (X<sub>3</sub>)

#### Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5
X3.1	Pearson Correlation	1	,444**	,394**	,174	,242**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,061	,009
	N	116	116	116	116	116
X3.2	Pearson Correlation	,444**	1	,127	,357**	,317**
	Sig. (2-tailed)	,000		,175	,000	,001
	N	116	116	116	116	116
X3.3	Pearson Correlation	,394**	,127	1	,281**	,322**
	Sig. (2-tailed)	,000	,175		,002	,000
	N	116	116	116	116	116
X3.4	Pearson Correlation	,174	,357**	,281**	1	,395**
	Sig. (2-tailed)	,061	,000	,002		,000
	N	116	116	116	116	116
X3.5	Pearson Correlation	,242**	,317**	,322**	,395**	1
	Sig. (2-tailed)	,009	,001	,000	,000	
	N	116	116	116	116	116

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

### Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

		Correlations				
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5
Y1	Pearson Correlation	1	,528**	,573**	,388**	,329**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116
Y2	Pearson Correlation	,528**	1	,538**	,438**	,376**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	116	116	116	116	116
Y3	Pearson Correlation	,573**	,538**	1	,571**	,469**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	116	116	116	116	116
Y4	Pearson Correlation	,388**	,438**	,571**	1	,591**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	116	116	116	116	116
Y5	Pearson Correlation	,329**	,376**	,469**	,591**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	116	116	116	116	116

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

## Lampiran 3: Uji Reliabilitas

**Potongan Harga (X<sub>1</sub>)****Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,777	5

**Keragaman Produk (X<sub>2</sub>)****Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,820	5

**Location (X<sub>3</sub>)****Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,686	5

**Keputusan Pembelian Konsumen (Y)****Reliability Statistics**

Cronbach's	
Alpha	N of Items
,821	5

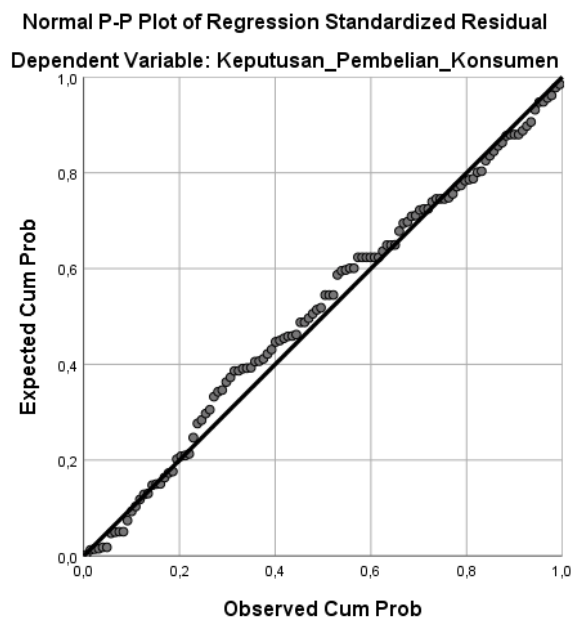


## Lampiran 4: Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		116
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,92546334
Most Extreme Differences	Absolute	,074
	Positive	,038
	Negative	-,074
Test Statistic		,074
Asymp. Sig. (2-tailed)		,159 <sup>c</sup>

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.



## Lampiran 5: Uji Multikolinearitas

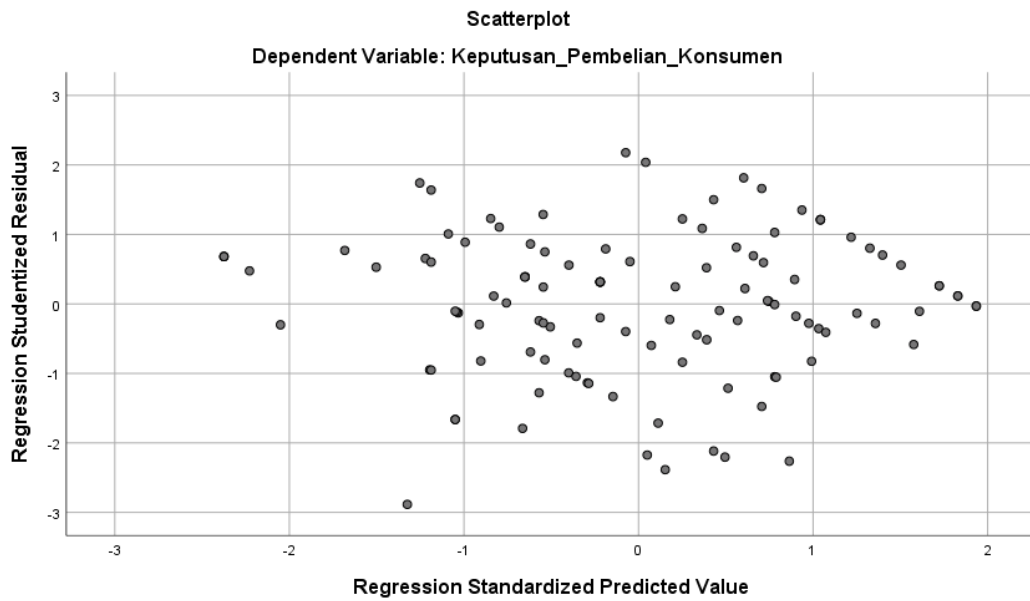
Model		Coefficients <sup>a</sup>					Collinearity Statistics	
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
		B	Std. Error	Beta				
1	(Constant)	-3,312	1,639		-2,021	,046		
	Potongan_Harga	,386	,086	,318	4,493	,000	,621	1,611
	Keragaman_Produk	,279	,085	,256	3,283	,001	,511	1,958
	Location	,470	,092	,377	5,094	,000	,566	1,766

a. Dependent Variable: Keputusan\_Pembelian\_Konsumen

## Lampiran 6: Uji Heteroskedastisitas

Model		Coefficients <sup>a</sup>			t	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,709	,982		2,758	,007
	Potongan_Harga	,048	,051	,108	,926	,356
	Keragaman_Produk	,021	,051	,053	,411	,682
	Location	-,129	,055	-,284	-2,323	,022

a. Dependent Variable: Abs\_RES



Lampiran 7: Regresi Linier Berganda

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,312	1,639		-2,021	,046
	Potongan Harga	,386	,086	,318	4,493	,000
	Keragaman Produk	,279	,085	,256	3,283	,001
	Location	,470	,092	,377	5,094	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

Lampiran 8: Uji Koefisien Determasi ( $R^2$ )

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
-------	---	----------	-------------------	----------------------------

1	,807 <sup>a</sup>	,652	,642	1,95108
---	-------------------	------	------	---------

a. Predictors: (Constant), Location, Potongan Harga, Keragaman Produk

#### Lampiran 9: Uji Parsial (Uji t)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3,312	1,639		-2,021	,046
	Potongan Harga	,386	,086	,318	4,493	,000
	Keragaman Produk	,279	,085	,256	3,283	,001
	Location	,470	,092	,377	5,094	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

#### Lampiran 10: Uji Simultan (Uji F)

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	797,510	3	265,837	69,834	,000 <sup>b</sup>
	Residual	426,352	112	3,807		
	Total	1223,862	115			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen

b. Predictors: (Constant), Location, Potongan Harga, Keragaman Produk