



Lampiran 1

Kepada Yth,

Bapak/Ibu/Sdr/1 : Pengunjung Bakso dan Mie Ayam Mbah Sastro di tempat.

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Teriring salam dan do'a semoga bapak/ibu/sdr/I pengunjung Bakso dan Mie Ayam Mbah Sastro mendapatkan rahmat dari Allah SWT dan sukses menjalankan aktivitas sehari-hari. Amin

Dalam rangka pelaksanaan tugas akhir sarjana, maka saya :

Nama : Syaiful Mizanj

Nim : 17414335

Fakultas : Ekonomi

Jurusan : Manajemen

Perguruan Tinggi : Universitas Muhammadiyah Ponorogo

Bermaksud untuk melaksanakan penelitian mengenai **“Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Store Atmosfer Terhadap Keputusan Pembelian Bakso dan Mie Ayam Mbah Sastro di Pacitan”**. Oleh karena itu saya mohon kesediaan waktunya mengisi kuisioner ini sehingga dapat membantu penelitian saya.

Demikian surat pengantar ini saya buat, atas bantuan dan kesediaan bapak/ibu/sdr/i untuk membantu, saya ucapkan terimakasih.

Wasalamu'alaikum Wr. Wb

Hormat Saya

Syaiful Mizanj
17414335

Petunjuk : Isilah identitas di bawah ini dengan jujur dan jika kurang faham maka tanyakanlah pada pada peneliti. Atas bantuan Bapak/Ibu/Sdr/i saya ucapkan terimakasih.

Berikan tanda (x) untuk pertanyaan di bawah ini, sudah berapa kali Bapak/Ibu/Sdr/i berkunjung dan membeli di Bakso dan Mie Ayam Mbah Sastro (termasuk saat ini) ?

- i. Satu kali
- ii. Dua kali atau lebih

1. Identitas Responden

Berikan tanda (x) untuk jawaban pilihan ganda.

1. Nama :
2. Agama :
3. Jenis Kelamin :
4. Usia :
5. Pendidikan terakhir :
 - a. SLTA/SEDERAJAT
 - b. Akademi (D/I, D/II, D/III)
 - c. Sarjana
 - d. S2
 - e. S3
6. Pekerjaan
 - a. Ibu Rumah Tangga
 - b. Pelajar (Mahasiswa)
 - c. Karyawan (Swasta/Negeri)
 - d. Wirausaha
 - e. Wiraswasta
 - f. Lainnya

Tanggal Pengisian :

Tanda Tangan Responden

2. Pernyataan

Berilah tanda (√) pada kolom jawaban yang menurut Bapak/Ibu/Sdr/i paling sesuai atau paling tepat.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

3. Produk

No	Uraian Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Desain penyajian menarik					
2	Toping yang simpel					
3	Produknya higienis					
4	Bumbunya pas dan terasa					
5	Dagingnya terasa pada bakso dan empuk pada mie ayam					

4. Harga

No	Uraian Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Harga setiap menu makanan terjangkau					
2	Harga bakso dan mie ayam yang lebih murah dibandingkan dengan warung bakso dan mie ayam yang lain					
3	Harga bervariasi tergantung jenis makanan yang di pesan					
4	Harga sesuai dengan rasa					

5	Harga sesuai dengan fasilitas yang disajikan					
---	--	--	--	--	--	--

5. Store Atmosfer

No	Uraian Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Pencahayaan yang cukup					
2	Lokasi yang terjangkau					
3	Saya nyaman di warung bakso dan mie ayam Mbah Sastro					
4	Tempat yang terjaga kebersihannya					
5	Tempat makan dan memesan makanan yang tertata rapi					

6. Keputusan Pembelian

No	Uraian Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya ingin melakukan pembelian kembali					
2	Saya melakukan pembelian karena informasi dari mulut ke mulut					
3	Saya melakukan pembelian karena harga lebih murah dibandingkan dengan yang lain					
4	Saya melakukan pembelian karena tempatnya bersih					
5	Saya melakukan pembelian karena tempat yang terjangkau					

Lampiran 2

UJI VALIDITAS

1. Kualitas Produk

		Correlations					
		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	jumlah_x1
x1.1	Pearson Correlation	1	.416**	.287**	.171	.212*	.628**
	Sig. (2-tailed)		.000	.004	.089	.035	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.2	Pearson Correlation	.416**	1	.469**	.231*	.404**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.021	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.3	Pearson Correlation	.287**	.469**	1	.347**	.150	.711**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000		.000	.137	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.4	Pearson Correlation	.171	.231*	.347**	1	.350**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.089	.021	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x1.5	Pearson Correlation	.212*	.404**	.150	.350**	1	.599**
	Sig. (2-tailed)	.035	.000	.137	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
jumlah_x1	Pearson Correlation	.628**	.743**	.711**	.640**	.599**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Harga

		Correlations					
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	Jumlah_x2
x2.1	Pearson Correlation	1	.355**	.016	.239*	.166	.502**
	Sig. (2-tailed)		.000	.876	.017	.098	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	.355**	1	.469**	.211*	.094	.691**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.035	.352	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.3	Pearson Correlation	.016	.469**	1	.379**	.146	.675**
	Sig. (2-tailed)	.876	.000		.000	.148	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.4	Pearson Correlation	.239*	.211*	.379**	1	.424**	.689**
	Sig. (2-tailed)	.017	.035	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x2.5	Pearson Correlation	.166	.094	.146	.424**	1	.593**
	Sig. (2-tailed)	.098	.352	.148	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Jumlah_x2	Pearson Correlation	.502**	.691**	.675**	.689**	.593**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



3. Store Atmosfer

		Correlations					
		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	Jumlah_x3
x3.1	Pearson Correlation	1	.399**	.304**	.171	.212*	.630**
	Sig. (2-tailed)		.000	.002	.089	.035	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x3.2	Pearson Correlation	.399**	1	.494**	.215*	.382**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.032	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x3.3	Pearson Correlation	.304**	.494**	1	.334**	.169	.722**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000		.001	.094	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x3.4	Pearson Correlation	.171	.215*	.334**	1	.350**	.633**
	Sig. (2-tailed)	.089	.032	.001		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
x3.5	Pearson Correlation	.212*	.382**	.169	.350**	1	.601**
	Sig. (2-tailed)	.035	.000	.094	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Jumlah_x3	Pearson Correlation	.630**	.734**	.722**	.633**	.601**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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



4. Keputusan Pembelian

		Correlations					
		y1	y2	y3	y4	y5	Jumlah_y
y1	Pearson Correlation	1	.388**	.016	.209*	.166	.504**
	Sig. (2-tailed)		.000	.876	.037	.098	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y2	Pearson Correlation	.388**	1	.441**	.199*	.117	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.047	.246	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y3	Pearson Correlation	.016	.441**	1	.388**	.146	.666**
	Sig. (2-tailed)	.876	.000		.000	.148	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y4	Pearson Correlation	.209*	.199*	.388**	1	.439**	.688**
	Sig. (2-tailed)	.037	.047	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
y5	Pearson Correlation	.166	.117	.146	.439**	1	.602**
	Sig. (2-tailed)	.098	.246	.148	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Jumlah_y	Pearson Correlation	.504**	.693**	.666**	.688**	.602**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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



Lampiran 3

UJI RELIABILITAS

1. Kualitas Produk

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.681	5

2. Harga

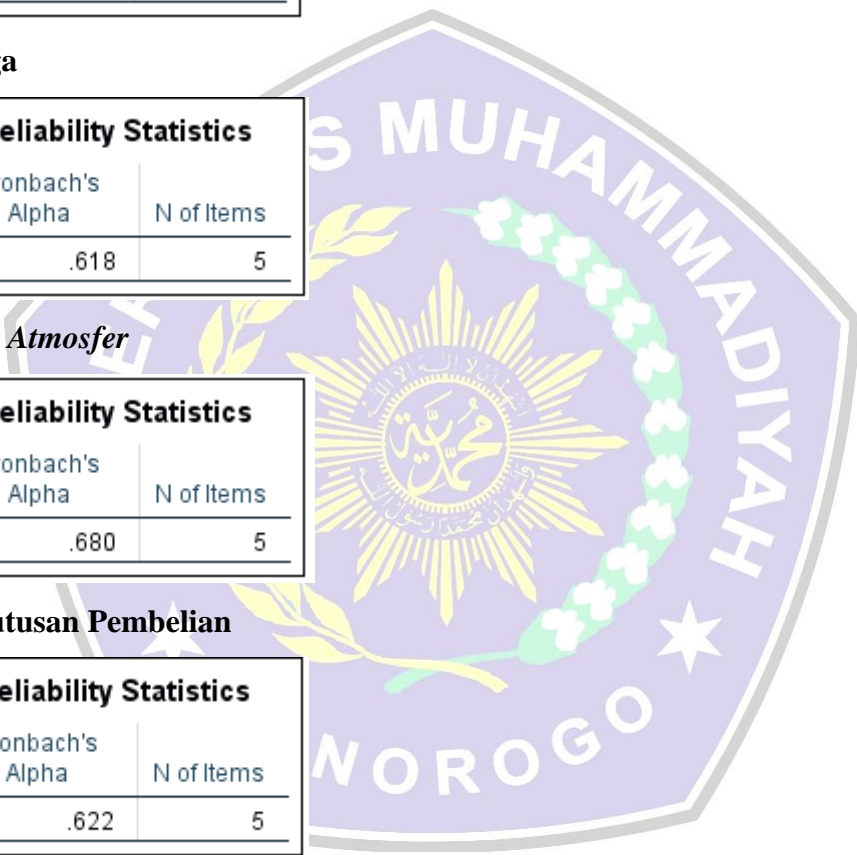
Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.618	5

3. Store Atmosfer

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.680	5

4. Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.622	5



Lampiran 4

UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.037	.305		-.121	.904
	Kualitas Produk	.497	.089	.579	5.575	.000
	Harga	.990	.014	.978	69.771	.000
	Store Atmosfer	-.486	.089	-.564	-5.454	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



Lampiran 5

UJI KOEFISIEN KORELASI

1. Uji Koefisien Korelasi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian

		Kualitas Produk	Keputusan Pembelian
Kualitas Produk	Pearson Correlation	1	.501**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.501**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

2. Uji Koefisien Korelasi Harga Terhadap Keputusan Pembelian

		Harga	Keputusan Pembelian
Harga	Pearson Correlation	1	.990**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.990**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

3. Uji Koefisien Korelasi *Store Atmosfer* Terhadap Keputusan Pembelian

Correlations			
		Store Atmosfer	Keputusan Pembelian
Store Atmosfer	Pearson Correlation	1	.485**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.485**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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



Lampiran 6

KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.993 ^a	.986	.985	.24807

a. Predictors: (Constant), Store Atmosfer, Harga, Kualitas Produk



Lampiran 7

UJI T

1. Pengaruh Variabel X₁ Terhadap Keputusan Pembelian

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.156	1.680		7.829	.000
	Kualitas Produk	.430	.075	.501	5.729	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Pengaruh Variabel X₂ Terhadap Keputusan Pembelian

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-.101	.322		-.314	.754
	Harga	1.003	.014	.990	71.241	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

3. Pengaruh Variabel X₃ Terhadap Keputusan Pembelian

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.387	1.710		7.826	.000
	Store Atmosfer	.419	.076	.485	5.493	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 8

UJI F

ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	407.802	3	135.934	2208.928	.000 ^b
	Residual	5.908	96	.062		
	Total	413.710	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Store Atmosfer, Harga, Kualitas Produk

