

L

A

M

P

I

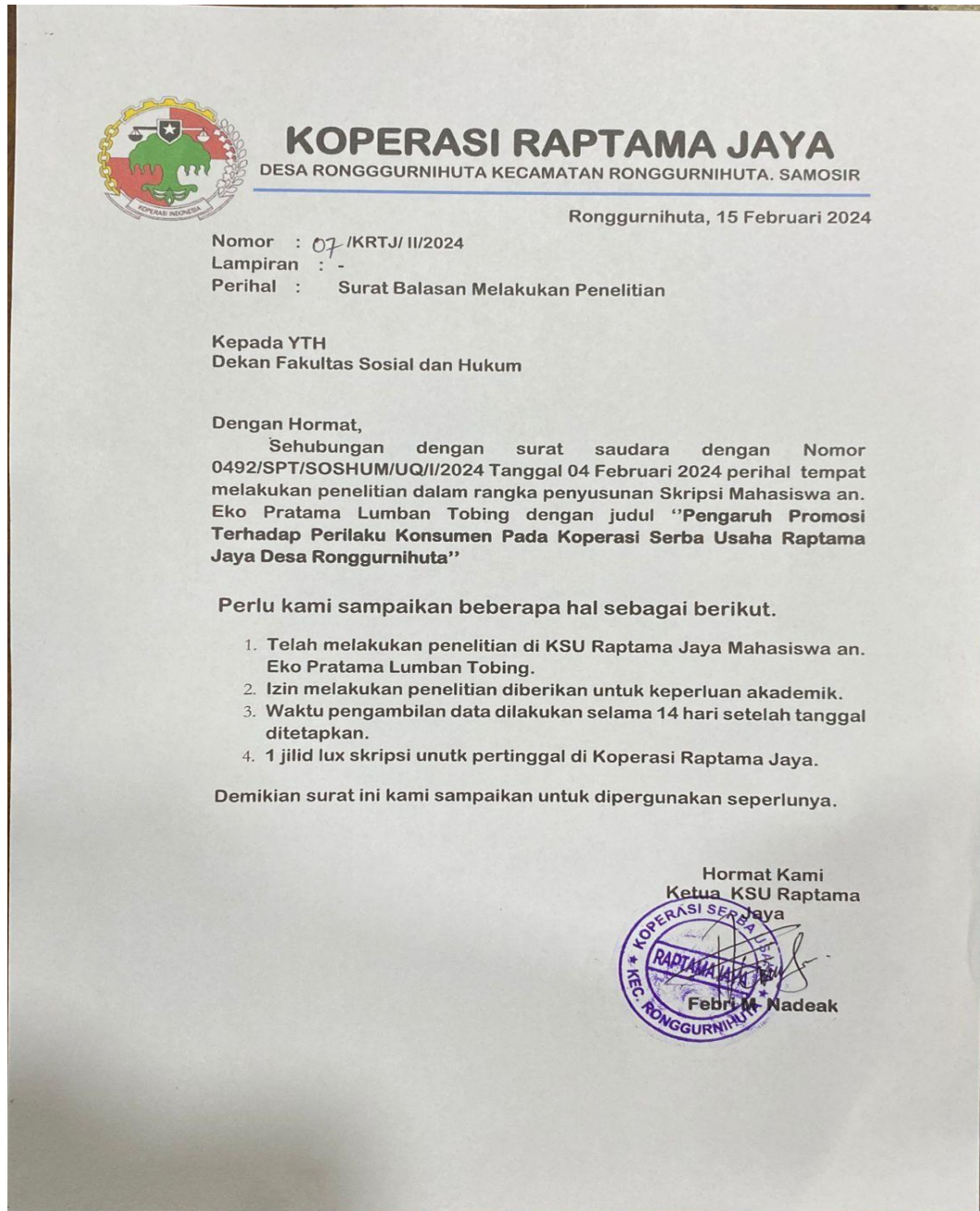
R

A

N



Lampiran 1



Lampiran 2**INSTRUMEN PENELITIAN****Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu menggunakan penyebaran kuesioner (angket). Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Dimana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai angket yang ditentukan yaitu:

Bobot Nilai Angket

JAWABAN RESPONDEN	NILAI
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber Data

Sumber data adalah sumber atau asal mula data yang diperoleh. Sumber data dalam penelitian yaitu data kuantitatif. Data kuantitatif merupakan data yang diperoleh dari penyebaran angket kuesioner yang diolah dengan statistika. Kuantitatif ini berupa angka-angka yang berasal dari pengukuran dengan menggunakan skala terhadap variabel-variabel yang ada dalam penelitian

KUESIONER

PENGARUH PROMOSI TERHADAP PERILAKU KONSUMEN PADA KOPERASI SERBA USAHA RAPTAMA JAYA DESA RONGGURNIHUTA

Saudara/saudari responden yang terhormat, dalam rangka pengumpulan data untuk sebuah penelitian dan kepentingan ilmiah, saya mohon kesediaannya menjawab dan mengisi beberapa pertanyaan/ Pernyataan dari kuesioner yang diberikan dibawah ini.

1. Data Responden

Isilah dengan memberi tanda (✓) pada jawaban yang telah tersedia.

1) Jenis Kelamin

- Laki-laki
 Perempuan

2) Usia Anda Sekarang tahun

- 17-20 tahun
 21-30 tahun
 31-40 tahun

2. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Berilah tanda *Chek List* (✓) pada kolom yang anda anggap sesuai. Setiap responden hanya diperbolehkan memilih satu jawaban.

Penilaian Hasil Kuisisioner

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

3. Pernyataan

1) PROMOSI (X)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Pemasaran Langsung (<i>Direct Selling</i>)						
1.	Anggota dapat berkomunikasi langsung dengan pembeli melalui <i>word of mouth</i> .					
2.	Saya merasa bahwa melalui pemasaran langsung dari koperasi ini berguna dan relevan bagi saya					
Promosi Penjualan (<i>Sales Promotion</i>)						
3.	Promosi penjualan yang diberikan oleh koperasi serba usaha ini membuat saya merasa bahwa mereka peduli terhadap kepuasan anggota					
4.	Saya merasa bahwa promosi penjualan dari koperasi serba usaha ini memberikan nilai tambah bagi pembelian saya					
Hubungan Masyarakat dan Publisitas (<i>Public Relation and Publicity</i>)						
5.	Saya merasa bahwa upaya hubungan masyarakat dan publisitas dari koperasi serba usaha ini memberikan manfaat dalam jangka panjang					
6.	Saya merasa publisitas dari koperasi serba usaha ini membantu dalam meningkatkan kepercayaan masyarakat					

2) PERILAKU KONSUMEN (Y)

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
Merek Produk						
1.	Saya memiliki kepercayaan yang tinggi terhadap merek produk yang ditawarkan oleh koperasi serba usaha ini					
2.	Saya merasa bahwa merek produk yang ditawarkan memberikan kepuasan dalam pengalaman penggunaan					
Perasaan Seseorang Terhadap Produk						
3.	Koperasi serba usaha ini menyediakan produk-produk kualitas dan sesuai dengan harapan saya					
4.	Saya merasa senang dengan pengalaman menggunakan produk dari koperasi serba usaha ini					
Kenyamanan						
5.	Suasana di koperasi serba usaha ini ramah dan nyaman					
6.	Koperasi serba usaha ini memiliki kebijakan pengambilan barang yang adil dan mudah dipahami					

Lampiran 3

HASIL KUESIONER RESPONDEN

Hasil Kuesioner Pernyataan X

No. Responden	Promosi (variabel X)						TOTAL
	1	2	3	4	5	6	
1	5	5	5	5	5	4	29
2	5	5	5	5	4	5	29
3	5	4	5	5	4	5	28
4	5	5	5	4	4	5	28
5	5	5	5	4	5	5	29
6	4	5	4	4	4	4	25
7	4	5	4	3	5	4	25
8	4	4	5	4	5	5	27
9	5	4	4	5	4	5	27
10	4	5	3	5	4	5	26
11	4	5	4	5	4	5	27
12	4	5	4	5	4	5	27
13	4	5	4	3	4	5	25
14	3	4	4	5	4	5	25
15	4	4	5	5	4	5	27
16	4	5	4	5	5	5	28
17	4	5	5	4	5	5	28
18	4	5	4	5	4	4	26
19	4	5	4	5	5	5	28
20	4	5	5	4	5	4	27
21	4	5	4	4	5	5	27
22	4	5	5	4	5	5	28
23	4	5	4	4	5	4	26
24	4	5	5	5	4	4	27
25	4	4	4	5	5	4	26
26	4	5	4	5	4	5	27
27	4	5	5	4	5	4	27
28	5	5	5	5	5	5	30
29	4	5	4	4	5	5	27
30	5	5	4	5	5	5	29
31	4	5	4	5	5	4	27
32	4	4	5	5	5	4	27
33	4	5	4	4	4	4	25
34	5	4	4	5	5	4	27
35	4	5	5	4	5	5	28
36	5	4	5	4	4	5	27
37	4	5	5	5	5	4	28
38	4	4	4	5	4	4	25
39	4	4	4	4	4	4	24

40	4	5	4	5	4	5	27
41	4	4	5	5	5	5	28
42	3	4	4	4	4	5	24
43	4	5	4	4	5	5	27
44	4	5	5	4	4	5	27
45	4	5	4	5	4	5	27
46	4	5	4	4	5	5	27
47	4	4	5	5	5	5	28
48	5	4	4	5	4	5	27
49	4	4	5	5	4	5	27
50	4	4	5	5	4	5	27
51	5	5	5	5	5	5	30
52	4	5	4	4	5	5	27
53	4	4	5	4	4	5	26
54	4	5	4	5	4	4	26
55	4	5	4	5	5	5	28
56	4	5	4	5	4	5	27
57	4	5	5	4	5	4	27
58	4	5	5	4	4	5	27
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	5	4	5	4	4	26



Lampiran 4

Hasil Kuesioner Pernyataan Y

Perilaku Konsumen (Y)						TOTAL
1	2	3	4	5	6	
5	5	5	4	3	5	27
5	5	4	5	5	5	29
5	5	5	5	5	4	29
3	5	5	4	5	3	25
5	5	5	5	4	5	29
5	4	5	4	4	5	27
3	3	5	4	4	5	24
3	5	4	4	5	5	26
3	4	4	5	5	5	26
4	5	4	5	3	4	25
3	4	4	5	4	5	25
4	4	5	5	5	5	28
3	5	2	4	5	5	24
4	5	4	3	4	5	25
4	5	5	5	5	4	28
4	5	4	5	5	5	28
4	5	5	5	5	5	29
4	4	5	5	5	4	27
4	5	4	4	4	5	26
5	4	5	5	4	5	28
4	4	4	5	5	4	26
4	5	5	5	5	5	29
4	5	4	5	5	4	27
4	4	5	4	4	4	25
4	5	5	5	5	4	28
4	5	4	5	4	5	27
5	5	4	5	4	4	27
4	5	5	4	4	5	27
4	5	5	5	4	4	27
5	4	4	4	5	4	26
5	5	4	4	5	4	27
4	4	5	4	4	4	25
4	5	5	4	4	4	26
4	5	5	5	4	4	27
4	4	5	5	4	4	26
5	5	5	4	5	5	29
4	5	4	4	4	4	25
3	4	5	4	4	4	24
3	4	4	5	5	4	25
4	4	5	5	5	4	27
4	5	5	5	5	5	29

4	5	4	4	5	4	26
5	4	5	4	4	5	27
4	5	5	5	4	4	27
4	5	4	5	5	4	27
4	5	4	5	4	5	27
5	5	4	5	4	5	28
4	5	4	4	5	5	27
4	5	5	5	4	4	27
4	4	4	5	4	5	26
4	4	4	5	5	5	27
4	5	4	3	5	5	26
4	5	5	4	5	5	28
4	5	4	4	4	5	26
4	5	5	4	4	5	27
3	4	5	5	4	5	26
4	5	4	5	4	5	27
4	4	5	5	5	5	28
3	5	4	4	5	5	26
4	5	5	5	5	5	29



Lampiran 5

Uji Validitas dan Reliabilitas

Hasil Uji Validitas Variabel X

Correlations

		Promosi	X2	X3	X4	X5	X6	xtotal
Promosi	Pearson Correlation	1	,013	,268*	,175	,086	,104	,604**
	Sig. (2-tailed)		,920	,038	,182	,514	,429	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X2	Pearson Correlation	,013	1	-,142	-,183	,228	-,025	,302*
	Sig. (2-tailed)	,920		,279	,162	,079	,848	,019
	N	60	60	60	60	60	60	60
X3	Pearson Correlation	,268*	-,142	1	-,075	,185	,090	,515**
	Sig. (2-tailed)	,038	,279		,568	,157	,496	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X4	Pearson Correlation	,175	-,183	-,075	1	-,146	,042	,354**
	Sig. (2-tailed)	,182	,162	,568		,264	,750	,006
	N	60	60	60	60	60	60	60
X5	Pearson Correlation	,086	,228	,185	-,146	1	-,094	,470**
	Sig. (2-tailed)	,514	,079	,157	,264		,473	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
X6	Pearson Correlation	,104	-,025	,090	,042	-,094	1	,405**
	Sig. (2-tailed)	,429	,848	,496	,750	,473		,001
	N	60	60	60	60	60	60	60
xtotal	Pearson Correlation	,604**	,302*	,515**	,354**	,470**	,405**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,019	,000	,006	,000	,001	
	N	60	60	60	60	60	60	60

*. 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
,622	7

Sumber : Pengelolahan data dengan program SPSS 23

Correlations

		PrilakuKonsumen	y2	y3	y4	y5	y6	yttotal
PrilakuKonsumen	Pearson Correlation	1	,200	,186	,044	-,144	,045	,583**
	Sig. (2-tailed)		,126	,154	,737	,273	,731	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
y2	Pearson Correlation	,200	1	-,193	-,084	,046	-,006	,366**
	Sig. (2-tailed)	,126		,139	,521	,724	,963	,004
	N	60	60	60	60	60	60	60
y3	Pearson Correlation	,186	-,193	1	,126	-,150	-,160	,377**
	Sig. (2-tailed)	,154	,139		,339	,251	,222	,003
	N	60	60	60	60	60	60	60
y4	Pearson Correlation	,044	-,084	,126	1	,085	-,096	,457**
	Sig. (2-tailed)	,737	,521	,339		,520	,467	,000
	N	60	60	60	60	60	60	60
y5	Pearson Correlation	-,144	,046	-,150	,085	1	-,049	,320*
	Sig. (2-tailed)	,273	,724	,251	,520		,712	,013
	N	60	60	60	60	60	60	60
y6	Pearson Correlation	,045	-,006	-,160	-,096	-,049	1	,280*
	Sig. (2-tailed)	,731	,963	,222	,467	,712		,030
	N	60	60	60	60	60	60	60
yttotal	Pearson Correlation	,583**	,366**	,377**	,457**	,320*	,280*	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,004	,003	,000	,013	,030	
	N	60	60	60	60	60	60	60

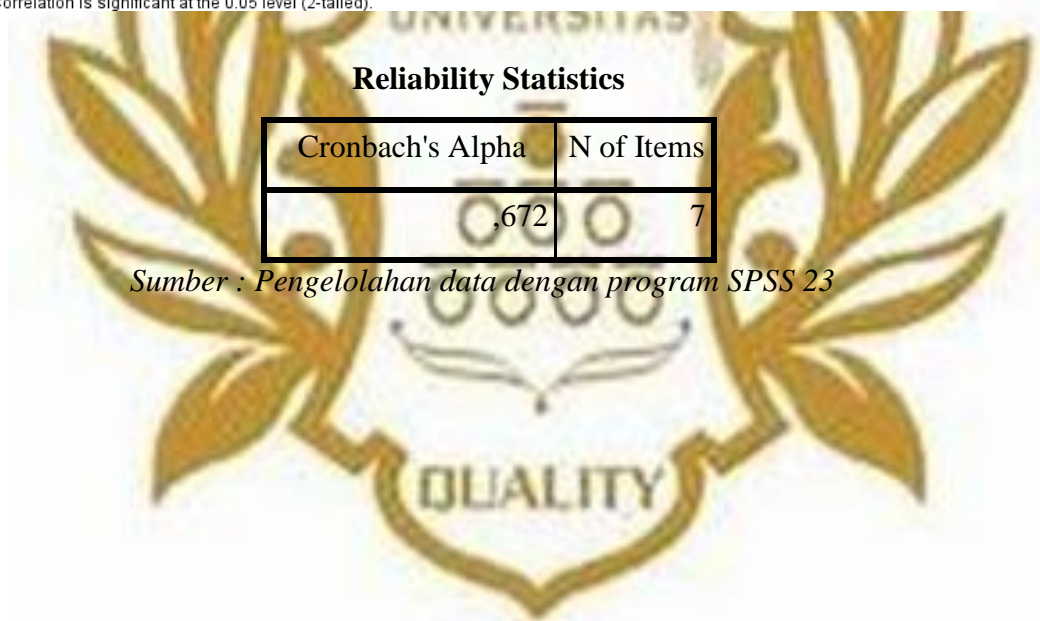
** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,672	7

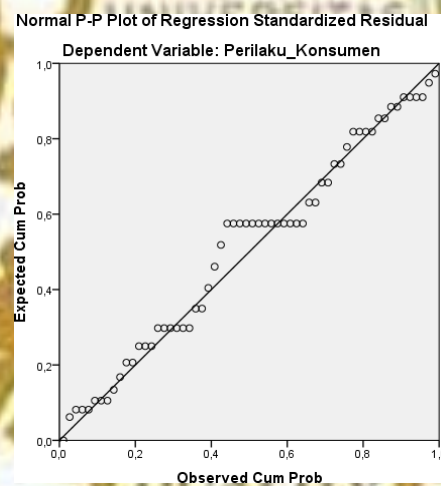
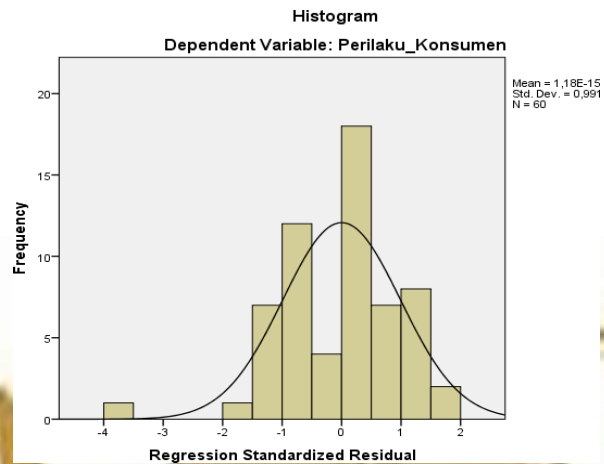
Sumber : Pengelolahan data dengan program SPSS 23



Lampiran 6

Uji Asumsi Klasik

1. Hasil Uji Normalitas



2. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,599	1,815		,330	,743
	Promosi	,060	,067	,116	,892	,376

Sumber : Hasil olah data SPSS 23

Uji Ketepatan Model

1. Hasil Uji Analisis Regresi Sederhana

2. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,159	3,308		4,583	,000
	X	,431	,123	,419	3,513	,001

a. Dependent Variable: Y

Sumber : Hasil olah data SPSS 23

3. Hasil Uji t

4. Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	15,159	3,308		4,583	,000
	X	,431	,123	,419	3,513	,000

a. Dependent Variable: y

Sumber : Hasil olah data SPSS 22