

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN

Perihal : Mohon bantuan pengisian

Kuesioner Kepada Yth : Bapak/ Ibu,

Saudara/ i

Di tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan Skripsi sebagai salah satu syarat kelulusan program Strata 1 Manajemen di Program Studi Manajemen IIB Darmajaya, Saya:

Nama : FAKHRUDIN RABBANI

NPM : 1812110486

Sedang melakukan penelitian yang berjudul **“PENGARUH STORE ATMOSPHERE, HARGA DAN SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA WARUNG UPDATE DI BANDAR LAMPUNG”** Oleh karena itu saya mohon kesediaan bapak/ibu,saudara/i untuk mengisi kusioner di bawah ini dengan jujur dan benar. Data atau informasi yang terkumpul akan saya jaga kerahasiaanya dan di gunakan hanya untuk kepentingan penyusunan skripsi ini semata. Atas perhatian bapak/ibu, saudara/i saya ucapkan terima kasih.

Bandar Lampung, Januari 2023

Peneliti

FAKHRUDIN RABBANI

NPM. 1812110486

Panduan pengisian pernyataan :

1. Jawablah pernyataan yang diajukan dibawah ini dengan benar dan jujur.
2. Pernyataan harus dijawab semua jangan sampai ada yang terlewatkan, agardata dapat sepenuhnya di olah oleh peneliti.
3. Berilah tanda (√) pada jawaban yang telah disediakan oleh peneliti.
4. Keterangan : STS (Sangat Tidak Setuju)

TS (TidakSetuju)

N (Netral)

S (Setuju)

SS (Sangat Setuju)

IDENTITAS RESPONDEN

1. Jenis Kelamin : Laki-laki Perempuan

2. Usia : 20 – 25 Tahun

: 26 – 30 Tahun

: 31 – 40 Tahun

3. Tingkat Pendidikan : SMP

: SMA/SMK

: Diploma

: Sarjana (S1)

Kriteria Penilaian :

STS	Sangat Tidak Setuju	1
TS	Tidak Setuju	2
N	Netral	3
S	Setuju	4
SS	Sangat Setuju	5

DAFTAR PERNYATAAN

<i>Store Atmosphere</i>						
No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
<i>Store Exterior</i>						
1	Desain bangunan pada kafe Warung Update memberikan kesan unik					
2	Desain bangunan di kafe Warung Update menimbulkan hasrat untuk berbelanja					
<i>General Interior</i>						
3	Dekorasi pada kafe Warung Update sesuai dengan konsep kafe					
4	Tersedia daftar menu yang beragam di kafe Warung Update					
<i>Store Layout</i>						
5	Ruangan kafe Warung Update cukup luas					
6	Layout ruangan di kafe Warung Update nyaman					
<i>Interior Display</i>						
7	Interior pajangan makanan di kafe Warung Update menarik					
8	Dekorasi pada kafe Warung Update indah dipandang					
Harga						
No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
Keterjangkauan Harga						
1	Harga produk Warung Update sesuai dengan kualitas yang ada					
2	Harga produk bervariasi					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
3	Harga produk Warung Update sesuai dengan manfaat yang dirasakan					
4	Harga produk sesuai dengan hasil yang diinginkan					

Daya saing harga						
5	Harga produk Warung Update dapat dijangkau oleh semua konsumen					
6	Harga produk Warung Update lebih murah dibandingkan dengan kafe lain					
Kesesuaian dengan manfaat						
7	Harga produk memiliki manfaat yang bagus dibandingkan dengan produk yang lain					
8	Harga produk dapat bersaing dengan produk lain					
Sales promotion						
No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
Frekuensi penjualan						
1	Warung Update melakukan promosi penjualan melalui media sosial					
2	Mendapatkan informasi terupdate mengenai produk melalui promosi yang dilakukan Warung Update					
Kualitas promosi						
3	Promosi produk-produk baru Warung Update di Instagram menarik minat untuk melakukan pembelian					
4	Kertarikan membeli di Warung Update karena rekomendasi pembeli sebelumnya					
Ketepatan waktu atau kesesuaian sasaran						
5	Munculnya minat untuk membeli karena adanya promo					
6	Produk yang ditawarkan oleh Warung Update membuat semakin mudah untuk membeli produk					
Event sponsorship						
7	Membeli produk Warung Update karna setiap pembelian mendapatkan produk yang baik					
8	Melakukan pembelian produk Warung Update karna adanya penawaran menarik					

Keputusan Pembelian						
No	Pernyataan	STS	TS	CS	S	SS
Mengenal Kebutuhan						
1	Tersedia Informasi tentang promosi di Warung Update					
2	Promo Warung Update memberikan pilihan yang bervariasi					
Pencarian Informasi						
3	Sosial media <i>instagram</i> Warung Update media yang efektif dalam membantu proses pencarian informasi promo					
4	Sosial media <i>instagram</i> Warung Update media yang update dalam memberikan informasi tentang promo terbaru					
Evaluasi Alternative						
5	Warung Update memiliki kelebihan dibandingkan kafe lain					
6	Promosi produk di kafe Warung Update sesuai kebutuhan					
Keputusan Pembelian						
7	Melakukan pembelian di kafe Warung Update karena sesuai dengan kebutuhan					
8	Merasa puas dalam melakukan pembelian di kafe Warung Update					
Pasca Pembelian						
9	Merekomendasikan kafe Warung Update kepada orang lain					
10	Melakukan pembelian di kafe Warung Update dimasa yang akan datang					

X2.P1	X2.P2	X2.P3	X2.P4	X2.P5	X2.P6	X2.P7	X2.P8	TOTAL
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	3	4	31
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	3	4	4	3	3	3	27
5	4	4	4	4	4	4	4	33
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	3	3	4	3	3	4	3	27
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	4	5	4	4	4	4	4	33
4	4	5	4	5	4	4	5	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	3	4	4	4	4	31
4	4	5	4	4	5	5	4	35
3	4	4	4	3	4	3	4	29
4	4	4	4	4	4	4	5	33
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	5	3	32
5	2	4	4	4	4	4	3	30
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	5	5	34
4	4	4	4	5	4	4	4	33
3	3	4	3	3	4	3	4	27
3	4	4	4	4	5	3	4	31
4	4	4	4	5	4	3	5	33
3	4	3	4	4	4	4	3	29
4	4	3	4	4	4	5	4	32
4	4	4	4	3	5	4	4	32
4	4	4	4	5	5	5	5	36
2	2	3	4	3	3	3	3	23
1	1	3	2	3	3	2	3	18

Variabel Keputusan Pembelian (X4)

Y.P1	Y.P2	Y.P3	Y.P4	Y.P5	Y.P6	Y.P7	Y.P8	Y.P9	Y.P10	TOTAL
4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	47
5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	44
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	48
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	33
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	43
4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46
4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	38
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	3	5	4	5	5	5	5	4	44
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	5	4	5	5	3	3	3	3	4	39
5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	43
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
4	4	3	4	4	5	5	5	5	5	44
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	38
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	46
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	4	4	3	3	3	3	4	35
4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	44
3	3	4	4	4	4	4	4	4	5	39
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	44
4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
4	4	3	5	5	4	5	5	4	4	43
4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	45
4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	39
5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	45
5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	46
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
5	5	4	4	5	3	3	3	3	4	39
5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	45

Y.P1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Y.9	Y.10	TOTAL
4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	46
4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	43
5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	45
4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	45
4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	39
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	40
5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	40
5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	39
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	45
5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	43
4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	36
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
5	4	3	5	5	3	3	4	4	3	39
4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	44
4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	43
4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	44
4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	41
4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	44
4	4	4	5	3	5	4	4	4	4	41
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	43
4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	43
4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	41
4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	41
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
3	4	3	4	4	5	5	3	5	3	39
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	42
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	34
4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
4	4	3	2	4	3	4	4	3	4	35
1	2	1	1	1	2	3	3	2	3	19

Lampiran 3 Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Persentase
1	Laki-laki	52	61%
2	Perempuan	33	39%
	Jumlah	85	100%

Lampiran 4 Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Persentase
1	15-20 Tahun	6	7%
2	20-25 Tahun	52	61%
3	25-30 Tahun	24	28%
4	30-35 Tahun	3	4%
5	35>	0	0
	Jumlah	85	100%

Lampiran 5 Hasil Jawaban Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

No	Tingkat pendidikan	Jumlah	Persentase
1	SMP	1	1%
2	SMA	9	11%
3	Diploma	2	2%
4	Sarjana	39	46%
5	Telah Bekerja	34	40%
	Jumlah	85	100%

**Lampiran 6 Deskripsi Jawaban Responden dari Variabel
Variabel *Store Atmosphere* (X1)**

NO	Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Desain bangunan pada kafe Warung Update memberikan kesan unik	0	0,0 0	1	1,1 8	5	5,8 8	7	82,3 5	9	10,5 9
2	Desain bangunan di kafe Warung Update menimbulkan hasrat untuk berbelanja	0	0,0 0	1	1,1 8	1	1,1 8	7	87,0 6	9	10,5 9
3	Dekorasi pada kafe Warung Update sesuai dengan konsep kafe	0	0,0 0	1	1,1 8	6	7,0 6	4	55,2 9	3	36,4 7
4	Tersedia daftar menu yang beragam di kafe Warung Update	1	1,1 8	1	1,1 8	5	5,8 8	4	49,4 1	3	42,3 5
5	Ruangan kafe Warung Update cukup luas	0	0,0 0	1	1,1 8	4	4,7 1	4	57,6 5	3	36,4 7
6	Layout ruangan di kafe Warung Update nyaman	0	0,0 0	1	1,1 8	7	8,2 4	5	62,3 5	2	28,2 4

Variabel Harga (X2)

N O	Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Harga produk Warung Update sesuai dengan kualitas yang ada	1	1,18	1	1,18	8	9,41	59	69,41	16	18,82
2	Harga produk bervariasi	1	1,18	2	2,35	7	8,24	59	69,41	16	18,82
3	Harga produk Warung Update sesuai dengan manfaat yang dirasakan	0	0,00	0	0,00	9	10,59	64	75,29	12	14,12
4	Harga produk sesuai dengan hasil yang diinginkan	0	0,00	1	1,18	5	5,88	69	81,18	10	11,76
5	Harga produk Warung Update dapat dijangkau oleh semua konsumen	0	0,00	0	0,00	9	10,59	63	74,12	13	15,29
6	Harga produk Warung Update lebih murah dibandingkan dengan kafe lain	0	0,00	0	0,00	7	8,24	65	76,47	13	15,29
7	Harga produk memiliki manfaat yang bagus dibandingkan dengan produk yang lain	0	0,00	1	1,18	11	12,94	58	68,24	15	17,65
8	Harga produk dapat bersaing dengan produk lain	0	0,00	0	0,00	10	11,76	59	69,41	16	18,82

Variabel Store Atmosphere (X3)

NO	Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%0	F	%	F	%	F	%
1	Warung Update melakukan promosi penjualan melalui media sosial	1	1,18	1	1,18	9	10,59	64	75,29	10	11,76
2	Mendapatkan informasi terupdate mengenai produk melalui promosi yang dilakukan Warung Update	1	1,18	1	1,18	9	10,59	53	62,35	21	24,71
3	Promosi produk-produk baru Warung Update di Instagram menarik minat untuk melakukan pembelian	1	1,18	1	1,18	6	7,06	66	77,65	11	12,94
4	Kertarikan membeli di Warung Update karena rekomendasi pembeli sebelumnya	1	1,18	1	1,18	0	0,00	70	82,35	13	15,29
5	Munculnya minat untuk membeli karena adanya promo	1	1,18	2	2,35	3	3,53	62	72,94	17	20,00
6	Produk yang ditawarkan oleh Warung Update membuat semakin mudah untuk membeli produk	1	1,18	1	1,18	7	8,24	58	68,24	18	21,18
7	Membeli produk Warung Update karna setiap pembelian mendapatkan produk yang baik	1	1,18	2	2,35	7	8,24	54	63,53	21	24,71
8	Melakukan pembelian produk Warung Update karna adanya penawaran menarik	1	1,18	1	1,18	3	3,53	58	68,24	22	25,88

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

NO	Pernyataan	STS		TS		N		S		SS	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	Tersedia Informasi tentang promosi di Warung Update	1	1,18	0	0,00	5	5,88	56	65,88	23	27,06
2	Promo Warung Update memberikan pilihan yang bervariasi	0	0,00	1	1,18	5	5,88	61	71,76	18	21,18
3	Sosial media <i>instagram</i> Warung Update media yang efektif dalam membantu proses pencarian informasi promo	1	1,18	0	0,00	12	14,12	60	70,59	12	14,12
4	Sosial media <i>instagram</i> Warung Update media yang update dalam memberikan informasi tentang promo terbaru	1	1,18	1	1,18	1	1,18	54	63,53	28	32,94
5	Warung Update memiliki kelebihan dibandingkan kafe lain	1	1,18	0	0,00	2	2,35	56	65,88	26	30,59
6	Promosi produk di kafe Warung Update sesuai kebutuhan	0	0,00	1	1,18	7	8,24	44	51,76	33	38,82
7	Melakukan pembelian di kafe Warung Update karena sesuai dengan kebutuhan	0	0,00	0	0,00	9	10,59	48	56,47	28	32,94
8	Merasa puas dalam melakukan pembelian di kafe Warung Update	0	0,00	0	0,00	7	8,24	54	63,53	24	28,24
9	Merekomendasikan kafe Warung Update kepada orang lain	0	0,00	1	1,18	14	16,47	41	48,24	29	34,12
10	Melakukan pembelian di	0	0,00	0	0,00	9	10,59	62	72,94	14	16,47

kafe Warung Update dimasa yang akan datang										
---	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

Lampiran 7 Suasana Kafe Warung Update pada bagian depan



Suasana Kafe Warung Update pada bagian dalam

