

KUESIONER

Kepada Yth. Bapak/Ibu
Konsumen Rie-Market Demang

Terima kasih atas ketersediaannya untuk berpartisipasi dan menjawab pertanyaan dalam kuisisioner yang saya ajukan. Daftar pertanyaan ini dimaksud untuk mengumpulkan data dalam rangka menyelesaikan Laporan Akhir yang berjudul: **Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mini Market Rie-Mart Demang.**

Semua informasi yang diberikan akan terjaga dengan aman dan tidak akan dipublikasikan. Maka dari itu, mohon ketersediaannya untuk mengisi jawaban secara lengkap. Atas perhatian dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

A. Identitas Responden

Sebelum anda memberikan jawaban terhadap beberapa pertanyaan di bawah ini, tulislah terlebih dahulu identitas anda dengan benar.

1. Nama :

2. Jenis Kelamin :
 - a. Perempuan
 - b. Laki-laki

3. Pekerjaan :
 - a. Mahasiswa
 - b. Pegawai/Karyawan
 - c. Ibu Rumah Tangga
 - d. Lain-lain

B. Petunjuk Pengisian

Berilah Tanda checklist (√) pada salah satu kolom jawaban yang sesuai dengan pendapat anda. Anda hanya dapat memilih satu jawaban untuk satu pertanyaan.

Keterangan:

- SS = Sangat Setuju
 S = Setuju
 R = Ragu-ragu
 TS = Tidak Setuju
 STS = Sangat Tidak Setuju

HARGA (*PRICE*) X1

No.	Pernyataan	Bobot Penilaian				
		STS (1)	TS (2)	CS (3)	S (4)	SS (5)
Harga (<i>Price</i>)						
1.	Penurunan Produk mempengaruhi pembelian					
2.	Produk di Rie-Mart memiliki harga yang lebih baik dari di tempat lain					
3.	Harga SUNLIGHT dari Unilever lebih ekonomis dibandingkan MAMA LEMON dari Produk Wings.					
4.	Harga Shampoo SUNSILK dari Unilever lebih ekonomis dibandingkan dengan Shampoo PANTENE dari Produk P&G.					
5.	Harga pasta gigi PEPSODENT dari Unilever lebih ekonomis dibandingkan dengan CIPTADENT.					

PRODUK (*PRODUCT*) X2

No.	Pernyataan	Bobot Penilaian				
		STS 1	TS 2	CS 3	S 4	SS 5
Produk (<i>Product</i>)						
1.	Produk Unilever merupakan produk yang terpercaya					
2.	Anda membeli produk Unilever karna kemasannya menarik					
3.	Anda menggunakan produk Unilever karna banyak orang yang menggunakan produk yg					

	sama					
4.	Produk Unilever memiliki citra yang baik di mata konsumen					
5.	Anda menggunakan produk Unilever karna sesuai dengan janji yg ditawarkan produk tersebut					

PROMOSI (*PROMOTION*) X3

No.	Pernyataan	Bobot Penilaian				
		STS 1	TS 2	CS 3	S 4	SS 5
Promosi (<i>Promotion</i>)						
1.	Anda membeli Produk Unilever dari Iklan yang ada di Televisi					
2.	Produk Unilever di Rie-Mart memberikan hadiah yang menarik					
3.	SPG (Sales Promotion Girl) Unilever di Rie-Mart bersikap ramah dalam melakukan Personal Selling					
4.	Menyediakan sampel untuk setiap Produk Unilever					
5.	Membeli Produk Unilever ketika sedang ada hadiah nya saja					

TEMPAT (*PLACE*) X4

No.	Pernyataan	Bobot Penilaian				
		STS 1	TS 2	CS 3	S 4	SS 5
Tempat (<i>Place</i>)						
1.	Pendistribusian Produk Unilever menyeluruh sehingga dapat ditemukan di Market mana pun					
2.	Lokasi Mini Market Rie-Mart Demang dekat dengan jalan raya sehingga mudah di akses					

3.	Lingkungan Mini Market Rie-Mart Demang yang aman membuat konsumen nyaman berbelanja dan memilih produk Unilever yg tersedia					
4.	Lahan Parkir nya luas sehingga jika terjadi kegiatan pengantaran produk Unilever tidak mengganggu lahan parkir bagi konsumen					
5.	Penempatan produk Unilever pada rak tertata rapi sehingga memudahkan konsumen dalam mengambil produk yang dibutuhkan					

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Variabel Y)

No.	Pernyataan	Bobot Penilaian				
		STS 1	TS 2	CS 3	S 4	SS 5
Keputusan Pembelian						
1.	Anda membeli produk Unilever untuk memenuhi kebutuhan keseharian Anda					
2.	Anda merasa puas terhadap produk Unilever yang Anda Gunakan					
3.	Anda membeli produk Unilever karena mutu yang tinggi dan aman digunakan					
4.	Anda merasa puas dengan produk Unilever dan tidak tertarik dengan produk merek lain					
5.	Anda membeli produk Unilever setelah membandingkan dengan kualitas merek yg lain					

PERHITUNGAN SPSS

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.757 ^a	.573	.555	.79592

a. Predictors: (Constant), Tempat (Place), Promosi (Promotion), Harga (Price), Produk (Product)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	80.658	4	20.165	31.831	.000 ^a
	Residual	60.182	95	.633		
	Total	140.840	99			

a. Predictors: (Constant), Tempat (Place), Promosi (Promotion), Harga (Price), Produk (Product)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.063	1.522		2.013	.047
	Harga (Price)	.190	.075	.235	2.858	.005
	Produk (Product)	.343	.067	.412	5.110	.000
	Promosi (Promotion)	.128	.070	.141	1.843	.068
	Tempat (Place)	.213	.063	.226	3.004	.003

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

(X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.633	5

(X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.709	5

(X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	5

(X4)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	5

(Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.603	5