

LAMPIRAN 1:
Pengantar Kuesioner,
Petunjuk Pengisian,
dan Kuisisioner
Penelitian

Pengantar Kuesioner



Komparasi Strategi Pemasaran Dengan pendekatan *Marketing Mix* Pada Roti Ceria Dan Roti Fatimah Di Talangsari Jember

Kepada Yth.

Sdr/i. Pelanggan Roti Ceria
di tempat

Berkaitan dengan kegiatan penelitian yang saya lakukan dengan judul “Komparasi Strategi Pemasaran Dengan pendekatan *Marketing Mix* Pada Roti Ceria Dan Roti Fatimah Di Talangsari Jember”) sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Jember, maka dengan ini saya mengharapkan bantuan saudara untuk mengisi daftar Pernyataan yang saya sertakan di bawah ini.

Agar memperoleh masukan yang berarti, saya berharap kuesioner ini diisi dengan keadaan yang sebenarnya. Semua sumber dan data yang diperoleh dijamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan bantuannya saya mengucapkan banyak terima kasih.

Ningrum Windi Wijayanti
NIM. 1510411043

Petunjuk Pengisian:

Berilah tanda chek list (√) pada jawaban yang dipilih.

1. Pendapat anda sangat setuju (SS)
2. Pendapat anda setuju (S)
3. Pendapat anda kurang setuju (KS)
4. Pendapat anda tidak setuju (TS)

Identitas responden

1. Usia :
2. Jenis Kelamin :
3. Pendidikan Terakhir :
4. Menggunakan Sejak :



1. Product Roti Ceria

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Rasa dan bentuk roti ceria bermacam-macam					
2	Rasa roti ceria enak					
3	Kebersihan roti ceria terjaga					
4	Roti ceria memiliki garansi					

2. Price Roti Ceria

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Harga roti ceria terjangkau					
2	Harga roti ceria memiliki daya saing dengan roti lain					
3	Harga sesuai dengan jenis					
4	Ada diskon setiap membeli roti ceria dengan jumlah banyak					

3. Place Roti Ceria

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Outlet roti ceria mudah dijangkau					
2	Transportasi mudah menuju outlet roti ceria					
3	Roti ceria memiliki ruang lingkup yang cukup luas					
4	Ketersediaan outlet di wilayah Jember					

4. Promotions Roti Ceria

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Promosi dilakukan dengan baik oleh pihak Roti Ceria					
2	Pemasaran langsung pada calon konsumen Roti Ceria					
3	Penggunaan iklan atau media untuk mempromosikan produk Roti Ceria					
4	Pihak Roti Ceria menyebarkan brosur kepada calon pelanggannya					

Keterangan:

Berilah tanda cek list (√) pada jawaban yang dipilih.

1. Pendapat anda sangat setuju (SS)
2. Pendapat anda setuju (S)
3. Pendapat anda kurang setuju (KS)
4. Pendapat anda tidak setuju (TS)

Pengantar Kuesioner



Komparasi Strategi Pemasaran Dengan pendekatan *Marketing Mix* Pada Roti Ceria Dan Roti Fatimah Di Talangsari Jember

Kepada Yth.

Sdr/i. Pelanggan Roti Fatimah
di tempat

Berkaitan dengan kegiatan penelitian yang saya lakukan dengan judul “Komparasi Strategi Pemasaran Dengan pendekatan *Marketing Mix* Pada Roti Ceria Dan Roti Fatimah Di Talangsari Jember”) sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Universitas Muhammadiyah Jember, maka dengan ini saya mengharapkan bantuan saudara untuk mengisi daftar Pernyataan yang saya sertakan di bawah ini.

Agar memperoleh masukan yang berarti, saya berharap kuesioner ini diisi dengan keadaan yang sebenarnya. Semua sumber dan data yang diperoleh dijamin kerahasiaannya.

Atas perhatian dan bantuannya saya mengucapkan banyak terima kasih.

Ningrum Windi Wijayanti
NIM. 1510411043

1. Product Roti Fatimah

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Rasa dan bentuk roti fatimah bermacam-macam					
2	Rasa roti fatimah enak					
3	Kebersihan roti fatimah terjaga					
4	Roti fatimah memiliki garansi					

2. Price Roti Fatimah

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Harga roti fatimah terjangkau					
2	Harga roti fatimah memiliki daya saing dengan roti lain					
3	Harga sesuai dengan jenis					
4	Ada diskon setiap membeli roti fatimah dengan jumlah banyak					

3. Place Roti Fatimah

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Outlet roti fatimah mudah dijangkau					
2	Transportasi mudah menuju outlet roti fatimah					
3	Roti fatimah memiliki ruang lingkup yang cukup luas					
4	Ketersediaan outlet di wilayah Jember					

4. Promotions Roti Fatimah

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1	Promosi dilakukan dengan baik oleh pihak Roti Fatimah					
2	Pemasaran langsung pada calon konsumen Roti Fatimah					
3	Penggunaan iklan atau media untuk mempromosikan produk Roti Fatimah					
4	Pihak Roti Fatimah menyebarkan brosur kepada calon pelanggannya					

Keterangan:

Berilah tanda cek list (√) pada jawaban yang dipilih.

1. Pendapat anda sangat setuju (SS)
2. Pendapat anda setuju (S)
3. Pendapat anda kurang setuju (KS)
4. Pendapat anda tidak setuju (TS)

LAMPIRAN 2:
Hasil output
karakteristik responden

Statistics

JENIS KELAMIN	USIA	PENDIDIKAN	MENGGUNKAN SEJAK
80	80	80	80
0	0	0	0

JENIS KELAMIN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
LAKI-LAKI	31	38,8	38,8	38,8
Valid PEREMPUAN	49	61,3	61,3	100,0
Total	80	100,0	100,0	

USIA

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
21-30	49	61,3	61,3	61,3
Valid 31-40	31	38,8	38,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	

PENDIDIKAN

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
SMA	45	56,3	56,3	56,3
DIPLOMA	15	18,8	18,8	75,0
Valid SARJANA	20	25,0	25,0	100,0
Total	80	100,0	100,0	

menggunakan_sejak

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
< 2 tahun	41	51,3	51,3	51,3
Valid > 2 tahun	39	48,8	48,8	100,0
Total	80	100,0	100,0	





Lampiran 3

Rekapitulasi Kuesioner

NO	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4
1	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
2	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	17	4	4	4	4	16
3	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18
4	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	4	4	4	16	4	3	3	3	13	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
6	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16
7	3	3	3	3	12	5	4	4	4	17	3	4	4	5	16	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
9	5	2	5	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
10	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
11	4	5	4	5	18	5	5	5	5	20	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
12	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
13	5	5	5	5	20	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
14	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
15	3	3	3	3	12	5	5	5	5	20	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16
16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
17	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	3	4	5	5	17	4	4	4	4	16
18	4	4	4	4	16	5	5	2	3	15	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
19	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	5	4	3	4	16	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	5	17	4	4	4	5	17
21	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
22	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	5	5	4	2	16	4	4	4	4	16
23	4	3	3	3	13	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
24	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
25	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
26	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
27	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
28	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
29	5	5	5	5	20	4	5	5	4	18	5	4	4	5	18	4	4	5	5	18
30	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17
31	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
32	4	3	4	3	14	4	4	4	5	17	4	4	4	3	15	4	4	4	3	15
33	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	4	5	5	19
34	4	4	4	4	16	5	5	2	5	17	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17
35	4	4	4	3	15	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
36	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17	4	4	4	4	16
37	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18
38	5	5	4	4	18	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
39	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
40	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18
41	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
42	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
43	2	5	5	5	17	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
44	4	5	5	5	18	5	4	4	4	17	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
45	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
46	5	5	4	4	18	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
47	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
48	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19
49	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18
50	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
51	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18
52	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
53	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
54	2	5	5	5	17	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
55	4	5	5	5	18	5	4	4	4	17	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
56	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
57	5	5	4	4	18	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
58	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
59	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19
60	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18
61	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
62	5	5	5	5	19	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
63	2	5	5	5	17	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
64	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
65	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
66	5	5	4	4	18	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
67	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
68	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19
69	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18

70	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
71	4	5	4	5	18	4	5	4	5	18	5	4	4	5	18	5	4	4	5	18
72	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
73	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18	5	5	5	5	20	5	4	4	5	18
74	2	5	5	5	17	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
75	4	5	5	4	18	5	4	4	4	17	4	4	4	3	15	4	4	4	4	16
76	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
77	5	5	4	4	18	4	4	4	3	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
78	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	4	4	18
79	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19	4	5	5	5	19
80	4	4	5	5	18	5	5	4	4	18	4	4	5	5	18	4	4	5	5	18



LAMPIRAN 4:

Frekuensi Pernyataan

Responden



Frekuensi Pernyataan Responden

Produk (X1)

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	5.0	5.0	5.0
	3	2	2.5	2.5	7.5
	4	44	55.0	55.0	62.5
	5	30	37.5	37.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.3	1.3	1.3
	3	6	7.5	7.5	8.8
	4	38	47.5	47.5	56.3
	5	35	43.8	43.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	5	6.3	6.3	6.3
Valid 4	46	57.5	57.5	63.7
5	29	36.3	36.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	8	10.0	10.0	10.0
Valid 4	44	55.0	55.0	65.0
5	28	35.0	35.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Harga (X2)

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
4	42	52.5	52.5	52.5
Valid 5	38	47.5	47.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	1	1.3	1.3	1.3
4	50	62.5	62.5	63.7
5	29	36.3	36.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	2.5	2.5	2.5
3	1	1.3	1.3	3.8
4	60	75.0	75.0	78.8
5	17	21.3	21.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	7	8.8	8.8	8.8
4	51	63.7	63.7	72.5
5	22	27.5	27.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Lokasi (X3)

Statistics

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2.5	2.5	2.5
	4	40	50.0	50.0	52.5
	5	38	47.5	47.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	1	1.3	1.3	1.3
	4	51	63.7	63.7	65.0
	5	28	35.0	35.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	2.5	2.5	2.5
	4	49	61.3	61.3	63.7
	5	29	36.3	36.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	1.3	1.3	1.3
3	10	12.5	12.5	13.8
Valid 4	30	37.5	37.5	51.2
5	39	48.8	48.8	100.0
Total	80	100.0	100.0	

Promosi (X4)

Statistics

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0

X4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
4	47	58.8	58.8	58.8
Valid 5	33	41.3	41.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X4.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
4	60	75.0	75.0	75.0
Valid 5	20	25.0	25.0	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X4.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
4	59	73.8	73.8	73.8
Valid 5	21	26.3	26.3	100.0
Total	80	100.0	100.0	

X4.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	1	1.3	1.3	1.3
Valid 4	45	56.3	56.3	57.5
5	34	42.5	42.5	100.0
Total	80	100.0	100.0	





LAMPIRAN 5:

Hasil Uji Validitas

Produk (X1)

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.210	.147	.110	.530**
	Sig. (2-tailed)		.062	.192	.333	.000
	N	80	80	80	80	80
X1.2	Pearson Correlation	.210	1	.609**	.577**	.806**
	Sig. (2-tailed)	.062		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X1.3	Pearson Correlation	.147	.609**	1	.763**	.824**
	Sig. (2-tailed)	.192	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X1.4	Pearson Correlation	.110	.577**	.763**	1	.803**
	Sig. (2-tailed)	.333	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80
X1	Pearson Correlation	.530**	.806**	.824**	.803**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80

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

Harga (X2)

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.583**	.150	.257*	.648**
	Sig. (2-tailed)		.000	.184	.021	.000
	N	80	80	80	80	80
X2.2	Pearson Correlation	.583**	1	.308**	.511**	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000		.006	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X2.3	Pearson Correlation	.150	.308**	1	.586**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.184	.006		.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X2.4	Pearson Correlation	.257*	.511**	.586**	1	.811**
	Sig. (2-tailed)	.021	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80
X2	Pearson Correlation	.648**	.796**	.707**	.811**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80

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

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

Lokasi (X3)

		Correlations				
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.453**	.256*	.243*	.600**
	Sig. (2-tailed)		.000	.022	.030	.000
	N	80	80	80	80	80
X3.2	Pearson Correlation	.453**	1	.761**	.538**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X3.3	Pearson Correlation	.256*	.761**	1	.674**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X3.4	Pearson Correlation	.243*	.538**	.674**	1	.826**
	Sig. (2-tailed)	.030	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80
X3	Pearson Correlation	.600**	.852**	.852**	.826**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80

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

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

Promosi (X4)

		Correlations				
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.337**	.135	.215	.587**
	Sig. (2-tailed)		.002	.233	.055	.000
	N	80	80	80	80	80
X4.2	Pearson Correlation	.337**	1	.574**	.433**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X4.3	Pearson Correlation	.135	.574**	1	.623**	.782**
	Sig. (2-tailed)	.233	.000		.000	.000
	N	80	80	80	80	80
X4.4	Pearson Correlation	.215	.433**	.623**	1	.787**
	Sig. (2-tailed)	.055	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80
X4	Pearson Correlation	.587**	.780**	.782**	.787**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80

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

LAMPIRAN 6:

Hasil Uji Reliabilitas



Produk (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.708	.730	4

Harga (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.726	.727	4

Lokasi (X3)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.776	.792	4

Promosi (X4)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	80	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.708	.716	4

LAMPIRAN 7:
Hasil Uji Man Whitney
T test, uji Levene Test
& Kolmogorov-
Smirnov

Group Statistics

	Roti	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
X1	Roti Ceria	40	16.60	2.274	.359
	Roti Fatimah	40	17.65	1.331	.210
X2	Roti Ceria	40	17.33	1.760	.278
	Roti Fatimah	40	17.00	1.396	.221
X3	Roti Ceria	40	17.08	1.789	.283
	Roti Fatimah	40	17.85	1.791	.283
X4	Roti Ceria	40	17.03	1.493	.236
	Roti Fatimah	40	17.65	1.210	.191

Ranks

	Roti	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Produk	Roti Ceria	40	34.08	1363.00
	Roti Fatimah	40	46.93	1877.00
	Total	80		
Price	Roti Ceria	40	42.55	1702.00
	Roti Fatimah	40	38.45	1538.00
	Total	80		
Place	Roti Ceria	40	35.95	1438.00
	Roti Fatimah	40	45.05	1802.00
	Total	80		
Promosi	Roti Ceria	40	33.93	1357.00
	Roti Fatimah	40	47.08	1883.00
	Total	80		

Test Statistics^a

	Produk	Price	Place	Promosi
Mann-Whitney U	543.000	718.000	618.000	537.000
Wilcoxon W	1363.000	1538.000	1438.000	1357.000
Z	-2.545	-.814	-1.789	-2.625
Asymp. Sig. (2-tailed)	.011	.416	.074	.009

a. Grouping Variable: Roti

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Produk	Price	Place	Promosi	Roti
N		80	80	80	80	80
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	17.1250	17.1625	17.4625	17.3375	1.5000
	Std. Deviation	1.92502	1.58668	1.82072	1.38659	.50315
Most Extreme Differences	Absolute	.179	.193	.168	.208	.340
	Positive	.146	.193	.164	.208	.340
	Negative	-.179	-.144	-.168	-.155	-.340
Kolmogorov-Smirnov Z		1.605	1.727	1.505	1.857	3.039
Asymp. Sig. (2-tailed)		.012	.005	.022	.002	.000

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

LAMPIRAN 8:
Tabel r *Product Moment*

Tabel r product Moment (Sig = 0,05)

df	r	df	r	Df	r	df	r
1	0.9969	26	0.3739	51	0.2706	76	0.2227
2	0.9500	27	0.3673	52	0.2681	77	0.2213
3	0.8783	28	0.3610	53	0.2656	78	0.2199
4	0.8114	29	0.3550	54	0.2632	79	0.2165
5	0.7545	30	0.3494	55	0.2609	80	0.2162
6	0.7067	31	0.3440	56	0.2586	81	0.2159
7	0.6664	32	0.3388	57	0.2564	82	0.2146
8	0.6319	33	0.3388	58	0.2542	83	0.2133
9	0.6021	34	0.3291	59	0.2521	84	0.2120
10	0.5760	35	0.3246	60	0.2500	85	0.2108
11	0.5529	36	0.3202	61	0.2480	86	0.2096
12	0.5324	37	0.3160	62	0.2461	87	0.2084
13	0.5140	38	0.3120	63	0.2441	88	0.2072
14	0.4973	39	0.3081	64	0.2423	89	0.2061
15	0.4821	40	0.3044	65	0.2404	90	0.2050
16	0.4683	41	0.3008	66	0.2387	91	0.2039
17	0.4555	42	0.2973	67	0.2369	92	0.2028
18	0.4438	43	0.2940	68	0.2352	93	0.2017
19	0.4329	44	0.2907	69	0.2335	94	0.2006
20	0.4227	45	0.2876	70	0.2319	95	0.1996
21	0.4132	46	0.2845	71	0.2303	96	0.1986
22	0.4044	47	0.2816	72	0.2287	97	0.1975
23	0.3961	48	0.2787	73	0.2272	98	0.1966
24	0.3882	49	0.2759	74	0.2257	99	0.1956
25	0.3809	50	0.2732	75	0.2242	100	0.1946

Sumber: Data primer yang diolah 2019



LAMPIRAN 9:

Dokumentasi Penelitian

















