



LAMPIRAN 1
Kuesioner Penelitian



**KUESIONER PENELITIAN
PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER**

Yth . Bapak/Ibu/Saudara/I
Karyawan/Karyawati Roti Ceria
Jember

Dengan hormat,

Dengan ini peneliti Muslihah Tata Viki Widita mahasiswa Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Jember, memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini. Jawaban Anda akan menjadi masukan yang sangat berharga bagi kepentingan penelitian peneliti ini.

Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan skripsi sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisa bagaimana “Pengaruh Kualitas Produk, *Personal Selling*, dan *Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Roti Ceria Jember”.

Jawaban yang Anda berikan tidak dinilai benar atau salah, tetapi penelitian sangat mengharapkan kejujuran dan keikhlasan Anda dalam menjawab setiap pertanyaan kuesioner yang disediakan.

Demi kepentingan penelitian, peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas Anda sebagai responden. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas partisipasinya dan kejujuran Anda dalam mensukseskan penelitian ini.

Hormat Peneliti,

Muslihah Tata Viki Widita

C. Kuesioner Penelitian

Pertanyaan ; “Pengaruh Kualitas Produk, *Personal Selling*, dan *Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Roti Ceria Jember .”

A. KUALITAS PRODUK (X₁)

NO.	KUALITAS PRODUK	SS	S	N	TS	STS
1.	Roti ceria selalu menjaga daya tahan produknya agar sesuai dengan kebutuhan.					
2.	Roti ceria selalu menjaga kebersihan produknya agar tetap higienis.					
3.	Roti ceria tidak menggunakan bahan pengawet.					

B. PENJUALAN PERSONAL (X₂)

NO.	PENJUALAN PERSONAL	SS	S	N	TS	STS
1.	Roti Ceria mempunyai karyawan yang berpenampilan baik.					
2.	Roti Ceria mempunyai karyawan yang memiliki kemampuan dalam melayani pelanggan baik.					
3.	Roti Ceria mempunyai karyawan dengan kemampuan dalam menjelaskan produk bagi pelanggan baik.					
4.	Roti Ceria mempunyai karyawan yang dapat mengidentifikasi konsumen baru / lama secara baik.					

C. PROMOSI (X₃)

NO.	PROMOSI	SS	S	N	TS	STS
1.	Roti Ceria dapat diketahui keberadaannya melalui koran.					
2.	Roti Ceria dapat diketahui keberadaannya melalui facebook.					
3.	Roti Ceria dapat diketahui keberadaannya karena ajakan teman.					

D. KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO.	KEPUTUSAN PEMBELIAN	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya melakukan pembelian berdasarkan adanya informasi dan masalah yang terkait dengan kebutuhan.					
2.	Saya melakukan pembelian berdasarkan adanya evaluasi sebelum melakukan proses pembelian.					
3.	Saya melakukan pembelian berdasarkan adanya rekomendasi.					





LAMPIRAN II

**Data Responden dan Rekapitulasi
Kuesioner**

No	Identitas Responden		
	Jenis Kelamin	Usia	Pengalaman Pembelian
1	Laki-laki	25	2 kali
2	Perempuan	20	Lebih dari 4 kali
3	Perempuan	36	3 kali
4	Laki laki	28	4 kali
5	Perempuan	23	3 kali
6	Perempuan	26	Lebih dari 4 kali
7	Laki-laki	27	2 kali
8	Perempuan	40	Lebih dari 4 kali
9	Perempuan	30	3 kali
10	Laki-laki	26	3 kali
11	Perempuan	18	Lebih dari 4 kali
12	Laki-laki	34	Lebih dari 4 kali
13	Perempuan	20	3 kali
14	Perempuan	31	2 kali
15	Perempuan	19	4 kali
16	Perempuan	30	Lebih dari 4 kali
17	Perempuan	39	3 kali
18	Perempuan	38	Lebih dari 4 kali
19	Perempuan	21	4 kali
20	Perempuan	29	Lebih dari 4 kali
21	Perempuan	36	2 kali
22	Perempuan	46	2 kali
23	Perempuan	23	4 kali
24	Perempuan	26	Lebih dari 4 kali
25	Perempuan	37	3 kali
26	Laki-laki	25	Lebih dari 4 kali
27	Laki-laki	35	4 kali
28	Perempuan	24	3 kali
29	Laki-laki	24	Lebih dari 4 kali
30	Laki-laki	35	Lebih dari 4 kali
31	Laki-laki	43	3 kali
32	Laki-laki	30	2 kali
33	Laki-laki	28	4 kali
34	Laki-laki	19	Lebih dari 4 kali
35	Perempuan	23	3 kali
36	Perempuan	37	4 kali
37	Laki-laki	25	Lebih dari 4 kali
38	Perempuan	29	2 kali
39	Perempuan	27	Lebih dari 4 kali
40	Laki-laki	40	3 kali
41	Laki-laki	22	Lebih dari 4 kali

42	Laki-laki	20	2 kali
43	Perempuan	35	Lebih dari 4 kali
44	Perempuan	39	4 kali
45	Perempuan	29	3 kali
46	Perempuan	21	Lebih dari 4 kali
47	Perempuan	36	4 kali
48	Laki-laki	22	2 kali
49	Laki-laki	26	Lebih dari 4 kali
50	Laki-laki	37	3 kali
51	Laki-laki	28	4 kali
52	Laki-laki	19	Lebih dari 4 kali
53	Perempuan	29	2 kali
54	Perempuan	48	Lebih dari 4 kali
55	Laki-laki	36	3 kali
56	Perempuan	30	Lebih dari 4 kali
57	Perempuan	20	4 kali
58	Laki-laki	34	2 kali
59	Perempuan	39	Lebih dari 4 kali
60	Perempuan	17	Lebih dari 4 kali
61	Perempuan	33	2 kali
62	Perempuan	28	3 kali
63	Perempuan	36	Lebih dari 4 kali
64	Perempuan	27	4 kali
65	Perempuan	24	Lebih dari 4 kali
66	Perempuan	20	3 kali
67	Laki-laki	37	Lebih dari 4 kali
68	Perempuan	28	4 kali
69	Perempuan	29	2 kali
70	Perempuan	19	2 kali
71	Perempuan	36	Lebih dari 4 kali
72	Laki-laki	18	3 kali
73	Laki-laki	30	2 kali
74	Perempuan	39	Lebih dari 4 kali
75	Perempuan	22	3 kali
76	Laki-laki	34	Lebih dari 4 kali
77	Laki-laki	40	2 kali
78	Perempuan	31	Lebih dari 4 kali
79	Perempuan	20	4 kali
80	Perempuan	36	2 kali



LAMPIRAN III

Frekuensi Pertanyaan Responden

1. Kualitas Produk (X1)

Statistics

		X1.1	X1.2	X1.3
N	Valid	80	80	80
	Missing	0	0	0
Sum		348	349	325

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.2	1.2	1.2
	3	5	6.2	6.2	7.5
	4	39	48.8	48.8	56.2
	5	35	43.8	43.8	100.0
Total		80	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	8.8	8.8	8.8
	4	37	46.2	46.2	55.0
	5	36	45.0	45.0	100.0
Total		80	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.5	2.5	2.5
	3	15	18.8	18.8	21.2
	4	39	48.8	48.8	70.0
	5	24	30.0	30.0	100.0
Total		80	100.0	100.0	

2. Personal Selling (X2)

Statistics

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
N	Valid	80	80	80	80
	Missing	0	0	0	0
Sum		330	329	334	331

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	11.2	11.2	11.2
	4	52	65.0	65.0	76.2
	5	19	23.8	23.8	100.0
Total		80	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.2	1.2	1.2
	3	9	11.2	11.2	12.5
	4	50	62.5	62.5	75.0
	5	20	25.0	25.0	100.0
Total		80	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	8.8	8.8	8.8
	4	52	65.0	65.0	73.8
	5	21	26.2	26.2	100.0
Total		80	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	4	5.0	5.0	5.0
	4	61	76.2	76.2	81.2
	5	15	18.8	18.8	100.0
Total		80	100.0	100.0	

3. Promotion (X3)**Statistics**

		X3.1	X3.2	X3.3
N	Valid	80	80	80
	Missing	0	0	0
Sum		301	329	328

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	10.0	10.0	10.0
	3	15	18.8	18.8	28.8
	4	45	56.2	56.2	85.0
	5	12	15.0	15.0	100.0
Total		80	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	2.5	2.5	2.5
	3	9	11.2	11.2	13.8
	4	47	58.8	58.8	72.5
	5	22	27.5	27.5	100.0
Total		80	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.2	1.2	1.2
	2	1	1.2	1.2	2.5
	3	9	11.2	11.2	13.8
	4	47	58.8	58.8	72.5
	5	22	27.5	27.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

4. Keputusan Pembelian (Y)

Statistics

		Y.1	Y.2	Y.3
N	Valid	80	80	80
	Missing	0	0	0
Sum		324	324	344

Y.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.2	1.2	1.2
	2	3	3.8	3.8	5.0
	3	8	10.0	10.0	15.0
	4	47	58.8	58.8	73.8
	5	21	26.2	26.2	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.2	1.2	1.2
	2	4	5.0	5.0	6.2
	3	8	10.0	10.0	16.2
	4	44	55.0	55.0	71.2
	5	23	28.8	28.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	1.2	1.2	1.2
	3	7	8.8	8.8	10.0
	4	38	47.5	47.5	57.5
	5	34	42.5	42.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	



LAMPIRAN IV
Hasil Output SPSS
Versi 23.0



LAMPIRAN V
Tabel r Product Moment dan Tabel
Distribusi t

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 2018

Tabel Distribusi t			
Df	0,1	0,05	0,025
1	3.0777	6.3138	12.7062
2	1.8856	2.9200	4.3027
3	1.6377	2.3534	3.1824
4	1.5332	2.1318	2.7764
5	1.4759	2.0150	2.5706
6	1.4398	1.9432	2.4469
7	1.4149	1.8946	2.3646
8	1.3968	1.8595	2.3060
9	1.3830	1.8331	2.2622
10	1.3722	1.8125	2.2281
11	1.3634	1.7959	2.2010
12	1.3562	1.7823	2.1788
13	1.3502	1.7709	2.1604
14	1.3450	1.7613	2.1448
15	1.3406	1.7531	2.1314
16	1.3368	1.7459	2.1199
17	1.3334	1.7396	2.1098
18	1.3304	1.7341	2.1009
19	1.3277	1.7291	2.0930
20	1.3253	1.7247	2.0860
21	1.3232	1.7207	2.0796
22	1.3212	1.7171	2.0739
23	1.3195	1.7139	2.0687
24	1.3178	1.7109	2.0639
25	1.3163	1.7081	2.0595
26	1.3150	1.7056	2.0555
27	1.3137	1.7033	2.0518
28	1.3125	1.7011	2.0484
29	1.3114	1.6991	2.0452
30	1.3104	1.6973	2.0423
31	1.3095	1.6955	2.0395
32	1.3086	1.6939	2.0369
33	1.3077	1.6924	2.0345
34	1.3070	1.6909	2.0322
35	1.3062	1.6896	2.0301
36	1.3055	1.6883	2.0281
37	1.3049	1.6871	2.0262
38	1.3042	1.6860	2.0244
39	1.3036	1.6849	2.0227
40	1.3031	1.6839	2.0211
41	1.3025	1.6829	2.0195
42	1.3020	1.6820	2.0181
43	1.3016	1.6811	2.0167
44	1.3011	1.6802	2.0154
45	1.3006	1.6794	2.0141
46	1.3002	1.6787	2.0129

47	1.2998	1.6779	2.0117
48	1.2994	1.6772	2.0106
49	1.2991	1.6766	2.0096
50	1.2987	1.6759	2.0086
51	1.2984	1.6753	2.0076
52	1.2980	1.6747	2.0066
53	1.2977	1.6741	2.0057
54	1.2974	1.6736	2.0049
55	1.2971	1.6730	2.0040
56	1.2969	1.6725	2.0032
57	1.2966	1.6720	2.0025
58	1.2963	1.6716	2.0017
59	1.2961	1.6711	2.0010
60	1.2958	1.6706	2.0003
61	1.2956	1.6702	1.9996
62	1.2954	1.6698	1.9990
63	1.2951	1.6694	1.9983
64	1.2949	1.6690	1.9977
65	1.2947	1.6686	1.9971
66	1.2945	1.6683	1.9966
67	1.2943	1.6679	1.9960
68	1.2941	1.6676	1.9955
69	1.2939	1.6672	1.9949
70	1.2938	1.6669	1.9944
71	1.2936	1.6666	1.9939
72	1.2934	1.6663	1.9935
73	1.2933	1.6660	1.9930
74	1.2931	1.6657	1.9925
75	1.2929	1.6654	1.9921
76	1.2928	1.6652	1.9917
77	1.2926	1.6649	1.9913
78	1.2925	1.6646	1.9908
79	1.2924	1.6644	1.9905
80	1.2922	1.6641	1.9901
81	1.2921	1.6639	1.9897
82	1.2920	1.6636	1.9893
83	1.2918	1.6634	1.9890
84	1.2917	1.6632	1.9886
85	1.2916	1.6630	1.9883
86	1.2915	1.6628	1.9879
87	1.2914	1.6626	1.9876
88	1.2912	1.6624	1.9873
89	1.2911	1.6622	1.987
90	1.291	1.662	1.9867
91	1.2909	1.6618	1.9864
92	1.2908	1.6616	1.9861
93	1.2907	1.6614	1.9858
94	1.2906	1.6612	1.9855

95	1.2905	1.6611	1.9853
96	1.2904	1.6609	1.985
97	1.2903	1.6607	1.9847
98	1.2902	1.6606	1.9845
99	1.2902	1.6604	1.9842
100	1.2901	1.6602	1.984

Sumber: Data primer yang diolah 2018





LAMPIRAN VII
Dokumentasi

1. Dokumentasi Saat Bersama Manajer Roti Ceria Jember



2. Dokumentasi Konsumen Pada Saat Pengisian Kuesioner Roti Ceria Jember



3. Dokumentasi Prosesing Pengemasan Roti Ceria Jember



4. Dokumentasi Produk Sekaligus Kotak Bungkus Roti Ceria Jember





