

LAMPIRAN

KUESIONER PENELITIAN

Pengaruh Diskon Terhadap Pembelian Tidak Terencana

Kuesioner ini merupakan salah satu proses dari penelitian yang saya lakukan untuk menyelesaikan tugas akhir saya. Saya meminta kesediaan bapak/ibu/saudara/saudari untuk dapat menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner ini yang berisikan pertanyaan-pertanyaan mengenai diskon dan pembelian tidak terencana. Atas kesediaan bapak/ibu/saudara/saudari, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan berikut, silahkan berikan tanda centang pada salah satu jawaban sesuai dengan kondisi bapak/ibu/saudara/saudari.

1. Nama : _____
2. Usia : < 16 tahun 16-20 tahun
 21-25 tahun 26-30 tahun
 31-35 tahun 36-40 tahun
 Lainnya, sebutkan (tahun)
3. Jenis kelamin : Pria Wanita

4. Tingkat Pendidikan : SD SMP
 SMA/SMK
 Diploma (D1, D2, D3 atau D4)
 S1 S2 S3
5. Berapa kali berkunjung ke ADA Swalayan Majapahit Kota Semarang dalam satu bulan terakhir?
- 1x 2x 3x > 4x
6. Dalam satu bulan terakhir ini, apakah anda membeli produk yang tidak anda rencanakan saat berbelanja?
- Tidak
- Ya, sebutkan jenis produknya dan berikan alasan (bisa > 1 produk)
- (.....
.....
.....
.....)
7. Apakah anda selalu membuat daftar belanja?
- Selalu Sering kadang-kadang/jarang
 Tidak Pernah
8. Uang saku perbulan : < Rp 300.000 Rp 300.000 – Rp450.000
 Rp 500.000 – Rp 950.000 Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000
 > Rp 2.000.000

(keterangan: pertanyaan ini hanya untuk pelajar dan mahasiswa)

9. Pekerjaan : Staf pemerintahan Wirausaha
 Mahasiswa Pelajar
 Guru Karyawan Dosen
 Lainnya, sebutkan (_____)

10. Tingkat pendapatan perbulan :
- Rp 1.000.000- Rp 1.950.000 Rp 2.000.000- Rp 2.950.000
 Rp 3.000.000- Rp 3.950.000 Rp 4.000.000-Rp5.000.000
 > Rp 5.000.000

(keterangan: pertanyaan ini hanya untuk responden yang sudah bekerja)

11. Apakah anda tahu terhadap program diskon yang ditawarkan oleh ADA Swalayan Majapahit Kota Semarang?
 Tidak
 Ya (Instagram, Facebook, Brosur, Spanduk, lainnya.....)
12. Apakah anda tahu besarnya diskon yang ditawarkan oleh ADA Swalayan Majapahit Kota Semarang?
 Tidak Ya, berapa besarnya (.....)

Untuk pertanyaan yang terdapat di dalam tabel, silakan memberikan tanda (✓) pada jawaban yang dipilih, dengan keterangan sebagai berikut:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Besarnya diskon yang berikan berarti bagi saya.					
2.	Periode diskon yang ditawarkan biasanya berlangsung lama (kira-kira 1 bulan).					
3.	Diskon yang diberikan pada produk dapat menghemat pengeluaran belanja saya.					
4.	Saya sering membeli suatu produk yang menarik perhatian saya secara cepat walaupun belum direncanakan sebelumnya.					
5.	Saya sering membeli barang promosi walaupun tidak direncanakan sebelumnya.					
6.	Saya sering membeli barang yang ditata di tempat yang strategis dan mencuri pandangan saya, walaupun saya belum merencanakan sebelumnya.					
7.	Saya membeli produk yang terlihat unik dan membuat saya senang walaupun belum direncanakan sebelumnya.					



6.83% PLAGIARISM
APPROXIMATELY

4.42% IN QUOTES

Report #12975119

BAB I PENDAHULUAN Latar Belakang Ritel merupakan mata rantai yang cukup penting dalam pendistribusian barang kepada konsumen, karena ritel yang akan menyampaikan barang kepada konsumen akhir secara langsung. Menurut Levy dan Weitz dalam (Nurmawati, 2012) retailing (ritel) adalah kegiatan atau usaha untuk menambah nilai guna suatu barang dan jasa yang dijual langsung kepada konsumen akhir untuk digunakan untuk memenuhi kebutuhan pribadi atau rumah tangga. Penambahan nilai pada barang ditunjukkan dengan adanya pelayanan konsumen dan penataan barang yang menarik dalam suatu ritel. Ritel di Indonesia saat ini telah berkembang yang dipengaruhi adanya pergeseran gaya hidup tradisional ke modern. Dilansir dari (Richard, 2019) penjualan ritel modern ditaksir mencapai Rp 256 triliun pada tahun 2019 atau mengalami kenaikan 10% dari tahun sebelumnya. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan minat konsumen pada ritel modern. Hal itu memicu perusahaan-perusahaan ritel modern bersaing untuk