



**LAMPIRAN 1**

**HASIL PRA SURVEY**

Survey pengunjung Mr. Pancake guna untuk mengetahui alasan yang mendasari keputusan pembelian di Mr. Pancake Semarang.

Minggu, 1 juni 2014

17:00 WIB

Pertanyaan :

1. Nama Pancake? 4. Kenapa memilih berkunjung ke Mr. Pancake?

2. Usia ? 5. Bersama siapa anda ke Mr. Pancake ?

3. Pekerjaan

1. Dinna, 30th, Dosen

Tempatnya enak buat kumpul makan bareng sama keluarga, makanannya juga enak rasanya, cocoklah sama harganya mahal tapi makananya enak.

2. Nafi, 24 th, PNS

Pengen nyoba aja karna katanya tempatnya enak buat dinner sama pacar, suasananya tenang dan gak berisik juga jadi enak buat quality time.

3. Ghani, 28th, wiraswasta

Makanan di Mr. Pancake supaya perut kenyang dan di sisni juga banyak anak gaulnya juga, harganya juga sesuai dengan kantongku.

4. Lusi, 22 th, Mahasiswa

Ke Mr. Pancake sama temen-temen. Karena makananya enak apalagi pancakenya, ya walaupun harganya emang agak mahal tapi sebanding sama rasa makanannya.

5. Amanda, 35 th, Karyawan Swasta

Saya kesini sama suami dan anak-anak saya (7th dan 5th). Makan disini karena makananya enak, saya sudah lebih 2 kali makan disini.

6. Arya, 27 th, wiraswasta

Saya kesini sama pacar saya, ke Mr. Pancake karena kata temen enak makannya dan tempatnya juga enak, makanya saya ingin coba.

7. Danny, 25 th, Karyawan Swasta

Sama pacar ke Mr.Pancake, pengen nyoba-nyoba aja kok keliatannya enak dengan ciri khas pancakenya.

8. Devi, 17 th, pelajar

Ke sini sama temen-temen, saya ke Mr. Pancake karena tempat hang out sama temen-temen yang enak, bisa narsis foto-foto juga karena tempatnya yang bagus.

9. Ninda, 22 th, Mahasiswa

Ke Mr. Pancake sama temen-temen , ke Mr. Pancake karena suasana yang cozy, enak buat nongkrong apalagi aku kan suka pancake jadi pas kalau aku ke Mr. Pancake, soalnya pancake yang enak Cuma di sini.

10. Dhewina, 17 th, Pelajar

Ke Mr. Pancake sama temen-temen dan pacar juga. Ke Mr. Pancake pas pertama karena liat tempatnya kok classic kaya bangunan peninggalan Belanda gitu, unik menurut saya terus enak buat nongkrong juga dan pas udah nyoba kesana itu gak Cuma tempatnya yang bagus tapi makanannya juga enak.

#### HASIL SURVEY

Pengunjung Mr. Pancake berkunjung ke Mr. Pancake karena tempatnya yang enak buat nongkrong dan *hangout* serta untuk ber- *quality time* baik sama keluarga, pacar atau pun sama teman-temannya. Mereka ke Mr. Pancake juga karena menu yang disajikan dan makanannya yang enak-enak biarpun dari segi harga di Mr. Pancake lumayan mahal tapi mereka sangat puas karena sebanding dengan makanan yang didapatkan.



**LAMPIRAN 2**  
**KUESIONER**

## KUESIONER

Sehubungan dengan penyelesaian tugas akhir atau skripsi yang sedang saya lakukan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang, maka saya melakukan penelitian dengan judul : **ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA dan ATMOSFIR TOKO (SUASANA TOKO) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN**

**(Studi Kasus pada Mr. Pancake Resto Taman Beringin Semarang)**

Adapun salah satu cara untuk mendapatkan data adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Peneliti menjamin kerahasiaan atas jawaban yang diberikan responden dan jawaban atas kuesioner ini hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ini. Untuk itu saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu dan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini sebagai data yang akan dipergunakan dalam penelitian. Atas kesediaan dan kerjasamanya, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti

(Intan Sukma Dewi)

Berilah jawaban dari pernyataan berikut sesuai dengan pendapat anda, dengan cara memberi tanda (√) pada kolom yang tersedia.

- STS : Sangat Tidak Setuju
- TS : Tidak Setuju
- N : Netral
- S : Setuju
- SS : Sangat Setuju

NAMA :

ALAMAT :

JENIS KELAMIN : L / P

USIA :

Silanglah yang sesuai dengan pilihan Anda!

1. Pekerjaan :

- a. Karyawan
- b. Pegawai Negri
- c. Wiraswasta
- d. Pelajar / mahasiswa
- e. Lain - lain

No	Keterangan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
	<b>Produk</b>					
1	Mr. Pancake Resto Semarang mempunyai banyak <i>variant</i> menu yang ditawarkan (keragaman menu).					
2	Produk yang ditawarkan di Mr. Pancake mempunyai cita rasa produk yang berbeda dari pesaingnya.					
3	Mr. Pancake Resto Semarang mempunyai banyak pilihan menu makanan yang menarik untuk dicoba					
4.	Menu makanan di Mr. Pancake mempunyai rasa yang enak.					
	<b>Harga</b>					
5.	Harga yang dibayar sebanding dengan kualitas menu yang dinikmati.					
6.	Biaya yang dikeluarkan sebanding dengan kepuasan yang didapatkan di restoran ini.					
7.	Adanya potongan harga yang ditawarkan di Mr. Pancake Semarang menarik minat beli konsumen					
	<b>Atmosfir Toko (suasana toko)</b>					
8.	Mr. Pancake Resto Semarang mempunyai bangunan <i>restaurant</i> yang unik dengan konsep kolonial Belanda sehingga dapat memberikan kesan yang berbeda dibenak konsumen saat mengunjungi Mr. Pancake Resto Semarang.					
9.	Mr. Pancake Resto Semarang mempunyai desain ruangan yang menarik dengan penataan atribut-atribut yang memberikan kesan klasik moderen.					
10.	Penataan meja dan kursi di Mr. Pancake yang rapi dapat membuat nyaman pengunjung saat berkunjung ke Mr. Pancake.					
11.	Area parkir motor dan mobil yang aman, sehingga pengunjung akan merasa nyaman saat makan .					

No	Keterangan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
12.	Pencahayaan yang ada di Mr.Pancake membuat kesan yang mewah untuk tokonya.					
13.	Aroma pada ruangan Mr. Pancake yang harum dapat mempengaruhi kenyamanan pengunjung.					
14.	Pemutaran musik di Mr. Pancake semarang dapat mempengaruhi emosional pengunjung sehingga pengunjung merasa nyaman					
15.	Mr. Pancake merupakan tempat yang nyaman untuk hangout.					
	<b>Keputusan Pembelian</b>					
16.	Membeli karena Produk yang ditawarkan di Mr. Pancake Semarang mempunyai kualitas produk yang baik.					
17.	Melakukan pembelian di Mr. Pancake Restoran Semarang karena harga yang terjangkau.					
18.	Melakukan pembelian di Mr. Pancake Semarang karena dianggap sebagai restoran yang mempunyai suasana toko yang beda dari pesaingnya dengan mengusung konsep kolonial Belanda.					





**LAMPIRAN 3**  
**HASIL CROSSTAB**

**usia \* jenis kelamin Crosstabulation**

			jenis kelamin		Total
			laki-laki	perempuan	
usia	16-21	Count	0	9	9
		% of Total	.0%	22.5%	22.5%
	22-27	Count	6	9	15
		% of Total	15.0%	22.5%	37.5%
	28-33	Count	5	4	9
		% of Total	12.5%	10.0%	22.5%
	34-39	Count	1	5	6
		% of Total	2.5%	12.5%	15.0%
	40-45	Count	1	0	1
		% of Total	2.5%	.0%	2.5%
Total		Count	13	27	40
		% of Total	32.5%	67.5%	100.0%

**jenis kelamin \* pekerjaan Crosstabulation**

			pekerjaan				Total
			karyawan	pegawai negeri	wiraswasta	pelajar/mahasiswa	
jenis kelamin	laki-laki	Count	7	2	0	4	13
		% of Total	17.5%	5.0%	.0%	10.0%	32.5%
	perempuan	Count	9	2	3	13	27
		% of Total	22.5%	5.0%	7.5%	32.5%	67.5%
Total		Count	16	4	3	17	40

**jenis kelamin \* pekerjaan Crosstabulation**

			pekerjaan				Total
			karyawan	pegawai negeri	wiraswasta	pelajar/mahasiswa	
jenis kelamin	laki-laki	Count	7	2	0	4	13
		% of Total	17.5%	5.0%	.0%	10.0%	32.5%
	perempuan	Count	9	2	3	13	27
		% of Total	22.5%	5.0%	7.5%	32.5%	67.5%
Total		Count	16	4	3	17	40
		% of Total	40.0%	10.0%	7.5%	42.5%	100.0%

**usia \* pekerjaan Crosstabulation**

			pekerjaan				Total
			karyawan	pegawai negeri	wiraswasta	pelajar/mahasiswa	
usia	16-21	Count	0	0	0	9	9
		% of Total	.0%	.0%	.0%	22.5%	22.5%
	22-27	Count	7	0	0	8	15
		% of Total	17.5%	.0%	.0%	20.0%	37.5%
	28-33	Count	6	2	1	0	9
		% of Total	15.0%	5.0%	2.5%	.0%	22.5%
	34-39	Count	3	1	2	0	6
		% of Total	7.5%	2.5%	5.0%	.0%	15.0%
	40-45	Count	0	1	0	0	1
		% of Total	.0%	2.5%	.0%	.0%	2.5%
Total		Count	16	4	3	17	40
		% of Total	40.0%	10.0%	7.5%	42.5%	100.0%



**LAMPIRAN 4**  
**HASIL UJI VALIDITAS DAN**  
**RELIABELITAS**

## PRODUK (X1)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.636	4

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x1	4.38	.667	40
x2	4.20	.648	40
x3	4.20	.516	40
x4	4.12	.686	40

## HARGA (X2)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	3

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x5	3.90	.871	40
x6	4.02	.768	40
x7	3.92	.656	40

### ATMOSFIR TOKO (SUASANA TOKO) (X3)

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	8

#### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x8	4.18	.549	40
x9	4.10	.672	40
x10	4.10	.632	40
x11	3.82	.844	40
x12	3.88	.686	40
x13	3.85	.622	40
x14	3.92	.829	40
x15	4.10	.709	40

## KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	40	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	40	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.810	3

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
x16	3.98	.620	40
x17	3.98	.768	40
x18	4.12	.723	40





**LAMPIRAN 5**

**HASIL ANALISIS REGRESI BERGANDA**

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	atmosfir grup, produk grup, harga grup <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: keputusan konsumen

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.701 <sup>a</sup>	.492	.450	.50925

a. Predictors: (Constant), atmosfir, produk, harga

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.039	3	3.013	11.618	.000 <sup>a</sup>
	Residual	9.336	36	.259		
	Total	18.375	39			

a. Predictors: (Constant), atmosfir, produk, harga

b. Dependent Variable: keputusan konsumen

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-.356	.769		-.462	.647
	produk	.418	.151	.365	2.774	.009
	harga	.049	.128	.057	.384	.703
	atmosfir	.567	.181	.449	3.124	.004

a. Dependent Variable: keputusan konsumen

