

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner

Responden Yth,

Saya Heribertus Bimo Krisdianto. Mahasiswa FEB (Fakultas Ekonomi dan Bisnis) Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Saya bermaksud mengadakan penelitian mengenai “Pengaruh *Word of mouth* (W.O.M) Terhadap Keputusan Pembelian” Studi pada Toko *Virgin Cake & Bakery* cabang Tlogosari di Kota Semarang. Dalam rangka penyusunan skripsi sebagai persyaratan memperoleh gelar kesarjanaan. Untuk ini kami mohon bantuan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/I untuk mengisi kuesioner ini. Segala informasi Bapak/Ibu/Saudara/I berikan, akan kami jaga kerahasiaannya dan hanya dipakai untuk kepentingan akademis. Atas kesediaannya meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner kami mengucapkan terima kasih.

SCREENING QUESTIONS

Silahkan memberi tanda (X) pada jawaban pilihan anda.

1. Apakah anda berusia di atas 15 tahun? Jika Ya, Silahkan Jawab Pertanyaan Selanjutnya
 - a) Ya (Lanjutkan ke bagian selanjutnya)
 - b) Tidak (Stop dan Terima kasih)

2. Apakah anda tahu Toko *Virgin Cake & Bakery* Cabang Tlogosari dari orang lain? Jika Ya, Silahkan Jawab Pertanyaan Selanjutnya
 - a) Ya (Lanjutkan ke bagian selanjutnya)
 - b) Tidak (Stop dan Terima kasih)

3. Apakah anda pernah membeli dan mengkonsumsi produk *Virgin Cake & Bakery*?
 - a) Ya (Lanjutkan ke bagian selanjutnya)
 - b) Tidak (Stop dan Terimakasih)

4. Sudah berapa lama anda mendengar dan mengkonsumsi produk dari Toko *Virgin Cake & Bakery* cabang Tlogosari
- Kurang dari 1 Tahun
 - 1 tahun sampai dengan kurang dari 2 tahun
 - 2 tahun sampai dengan kurang dari 3 tahun
 - 3 tahun sampai dengan kurang dari 5 tahun
 - 5 tahun atau lebih
5. Apakah anda mengkonsumsi produk *Virgin Cake & Bakery* berdasarkan atas rekomendasi dari teman, keluarga, atau kerabat yang pernah membeli dan mengkonsumsi produk tersebut?
- Ya
 - Tidak

DATA DIRI RESPONDEN

Berilah Tanda (X) pada jawaban pilihan anda

- Nama Lengkap
- Jenis Kelamin
 - Laki-laki
 - Perempuan
- Usia
 - 15 – 20 tahun
 - 21 – 25
 - 26 – 30
 - 31 – 35
 - > 35 tahun
- Pekerjaan
 - Pelajar / Mahasiswa
 - Pegawai Swasta

- c) PNS
 - d) Wiraswasta/Wirausaha
 - e) Lainnya...
5. Berapa jumlah pemasukan dalam satu bulan?
- a) Kurang dari Rp 1.000.000
 - b) Rp 1.000.000 sampai kurang dari Rp 3.000.000 dalam sebulan
 - c) Rp 3.000.000 sampai kurang dari Rp 5.000.000 dalam sebulan
 - d) Rp 5.000.000 sampai kurang dari Rp 7.000.000 dalam sebulan
 - e) Rp 7.000.000 atau lebih

PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

Jawablah masing-masing pertanyaan di bawah ini sesuai dengan penilaian anda. Berilah jawaban pada pertanyaan – pertanyaan berikut dengan cara memberi tanda (x) pada salah satu kolom tersedia sesuai dengan pendapat anda.

STS (Sangat Tidak Setuju)	TS (Tidak Setuju)	N (Netral)	S (Setuju)	SS (Sangat Setuju)
-------------------------------------	-----------------------------	----------------------	----------------------	------------------------------

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Word of Mouth (VOLUME)						
6.	Sering mendengar produk Virgin <i>Cake & Bakery</i> dalam percakapan sehari-hari.					
7.	Sering mendapat rekomendasi dari orang lain yang pernah mengkonsumsi produk Virgin <i>Cake & Bakery</i> .					

8.	Sering melakukan diskusi dengan orang lain tentang produk <i>Virgin Cake & Bakery</i> .					
9.	Sering dipengaruhi teman tentang produk <i>Virgin Cake & Bakery</i>					
Word of Mouth (DISPERSION)						
10.	Sering mendengar apa yang dibicarakan oleh keluarga					
11.	Sering mendengar apa yang dibicarakan oleh tetangga.					
12.	Sering mendengar apa yang dibicarakan oleh orang kampus/kantor.					
13.	Sering mendengar apa yang dibicarakan oleh konsumen yang profesinya berbeda dengan saya.					
14.	Sering mendengar apa yang dibicarakan oleh konsumen yang pernah mengkonsumsi produk <i>Virgin Cake & Bakery</i> .					
Keputusan Pembelian (Benefit Association)						
15.	Membeli karena sesuai dengan kebutuhan					
16.	Merek "Virgin" tersebut lebih familiar dari merek-merek lainnya					
Keputusan Pembelian (Prioritas dalam membeli)						

17.	Membeli produk <i>Virgin Cake & Bakery</i> setelah membandingkan dengan produk lain					
18.	Membeli produk <i>Virgin Cake & Bakery</i> karena harganya terjangkau dibandingkan dengan produk lain.					
19.	Membeli karena memiliki kualitas yang baik dibandingkan dengan yang lainnya					
20.	Membeli karena <i>Virgin Cake & Bakery</i> selalu menawarkan produk-produk terbaru					
Keputusan Pembelian (Frekuensi Pembelian)						
21.	Melakukan pembelian ulang setelah puas dengan konsumsi awal					
22.	Saya selalu ingin membeli produk <i>Virgin Cake & Bakery</i> secara terus menerus setelah melakukan beberapa kali pembelian.					
23.	Saya membeli produk <i>Virgin Cake & Bakery</i> karena selalu menawarkan produk terupdate					

LAMPIRAN 2 . KARAKTERISTIK RESPONDEN

USIA

Kategori		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 - 20	6	6	6	6
	21 - 26	49	49	49	55
	26 - 30	10	10	10	65
	31 - 35	9	9	9	74
	> 35	26	26	26	100

JENIS KELAMIN

Kategori		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki – laki	35	35	35	35
	Perempuan	65	65	65	100
Total		100	100	100	

PROFESI

Kategori		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	30	30	30	30
	Pegawai Swasta	46	46	46	76
	PNS	14	14	14	90
	Wiraswasta/ Wirausaha	6	6	6	96
	Lain - lain	4	4	4	100
	Total	100	100	100	

LAMPIRAN 3. REKAPITULASI HASIL KUESIONER (Word of Mouth)

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	ΣX
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	5	5	4	5	5	4	3	3	3	37
3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	31
4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	29
5	4	4	5	4	5	4	2	4	4	36
6	5	5	4	3	2	2	2	3	2	28
7	4	4	4	3	4	3	4	4	4	34
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
9	2	4	4	2	4	4	4	4	4	32
10	5	5	4	4	5	2	4	4	5	38
11	3	4	4	4	4	4	3	4	4	34
12	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
13	4	5	3	4	3	2	3	5	3	32
14	5	4	4	4	3	3	4	3	3	33
15	4	4	4	4	4	4	3	3	4	34
16	5	5	4	5	4	4	5	5	5	42
17	5	5	5	3	5	3	3	3	4	36
18	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	ΣX
19	4	4	3	4	4	3	4	4	4	34
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
21	5	5	4	5	4	4	4	4	4	39
22	4	4	3	2	4	4	4	4	4	33
23	4	4	5	5	3	3	3	5	4	36
24	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
27	3	4	4	4	3	4	4	3	5	34
28	4	4	3	4	4	2	2	4	4	31
29	4	4	4	3	3	3	3	3	4	31
30	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
31	4	3	4	3	4	4	3	3	4	32
32	5	4	4	3	4	4	4	4	4	36
33	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
34	3	4	3	3	4	3	4	4	4	32
35	4	4	3	4	3	4	4	4	4	34
36	4	4	3	3	4	4	4	3	4	33
37	4	4	4	4	4	3	4	3	4	34
38	5	4	4	4	4	4	3	3	4	35

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	ΣX
39	5	5	5	4	5	5	5	5	5	44
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	4	4	5	4	4	3	4	4	4	36
42	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
43	4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
44	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28
45	3	4	3	3	3	3	4	3	3	29
46	4	4	4	4	3	3	4	3	4	33
47	4	4	3	4	4	4	4	4	3	34
48	4	4	5	5	4	5	4	4	4	39
49	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
50	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
51	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
52	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
54	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
55	5	5	4	5	5	4	4	4	4	40
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	ΣX
59	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
60	5	4	4	4	4	4	4	5	4	38
61	4	4	4	3	4	4	3	3	4	33
62	4	4	4	4	1	4	4	4	4	33
63	3	3	4	3	4	4	3	4	4	32
64	4	4	3	3	2	2	3	4	4	29
65	4	4	4	4	5	4	4	4	4	37
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
67	5	5	4	4	4	3	3	3	4	35
68	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
69	4	4	4	5	4	4	4	4	5	38
70	5	5	4	5	4	4	5	5	5	42
71	5	5	4	5	3	3	5	3	5	38
72	4	4	4	3	3	3	4	4	3	32
73	5	4	3	3	3	4	3	3	3	31
74	4	4	4	4	4	4	4	5	5	38
75	5	4	5	4	4	3	3	4	4	36
76	5	5	4	5	5	4	4	4	4	40
77	4	4	4	3	4	3	4	3	3	32
78	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	ΣX
79	4	4	2	4	4	2	4	3	3	30
80	5	5	5	5	5	3	4	4	4	40
81	5	5	4	4	5	4	4	5	5	41
82	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
83	4	5	4	5	4	4	4	4	4	38
84	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
86	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
87	4	4	4	4	5	4	4	5	4	38
88	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40
89	4	4	3	3	4	4	4	4	4	34
90	4	4	4	5	4	4	4	3	2	34
91	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
92	5	4	3	3	5	4	4	4	4	36
93	4	4	3	3	4	4	4	3	4	33
94	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39
95	4	4	4	4	4	4	4	4	5	37
96	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
97	5	5	4	4	5	4	5	5	4	41
98	4	3	4	4	4	4	4	4	3	34

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	ΣX
99	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
100	4	4	4	3	4	4	4	4	4	35

REKAPITULASI HASIL KUESIONER (Kep. Pembelian)

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	ΣY
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
3	4	4	4	4	3	3	5	3	3	33
4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	37
5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	39
6	4	3	3	3	3	3	4	4	2	29
7	5	4	4	3	4	4	4	4	3	35
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
9	4	4	2	4	2	2	4	4	2	28
10	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38
11	4	3	4	4	4	3	4	3	5	34
12	4	3	3	4	3	4	3	3	3	30
13	5	3	2	3	3	4	4	3	3	30
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	ΣY
16	5	4	5	4	4	5	5	4	5	41
17	5	3	3	2	3	4	4	3	4	31
18	5	5	3	3	5	4	5	3	3	36
19	4	5	4	5	4	4	4	4	3	37
20	4	3	3	4	3	3	3	3	4	30
21	5	5	4	5	4	4	4	4	4	39
22	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
23	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
24	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
25	4	4	3	3	3	3	3	3	3	29
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
27	4	5	4	3	5	5	4	3	3	36
28	4	4	4	3	4	3	4	4	4	34
29	4	3	4	4	3	3	3	3	3	30
30	5	5	4	5	4	4	5	4	4	40
31	5	4	4	4	2	4	4	3	4	34
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
33	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
34	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
35	4	4	4	5	5	3	4	3	3	35

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	ΣY
36	4	4	4	4	4	4	4	3	4	35
37	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
38	4	4	3	5	3	4	4	4	4	35
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
43	4	5	3	3	3	3	4	4	4	33
44	4	3	4	4	4	3	4	3	3	32
45	4	3	4	3	3	3	3	3	3	29
46	5	5	4	4	3	3	4	3	3	34
47	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
48	4	5	5	5	4	5	5	4	4	41
49	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
50	4	3	4	4	4	4	4	4	3	34
51	4	4	4	5	4	4	4	4	4	37
52	4	4	4	4	4	5	4	4	4	37
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
54	4	4	3	3	3	4	4	4	4	33
55	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	ΣY
56	4	4	4	4	3	3	4	4	4	34
57	4	4	4	5	4	4	4	3	4	36
58	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
59	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
61	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
62	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
63	4	3	3	3	3	3	4	3	3	29
64	4	4	3	3	3	3	4	4	4	32
65	5	4	5	4	4	4	4	4	4	38
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
67	4	5	4	5	4	4	4	3	3	36
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
69	4	4	4	5	5	4	5	4	4	39
70	5	5	5	5	4	4	5	5	5	43
71	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
72	2	4	4	4	5	4	3	3	3	32
73	4	3	4	4	3	4	4	3	3	32
74	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39
75	4	3	4	5	5	4	4	4	4	37

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	ΣY
76	4	4	4	5	5	5	5	5	4	41
77	3	3	4	4	4	4	4	4	4	34
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
79	4	5	3	3	4	3	3	3	3	31
80	5	4	5	4	3	5	5	5	5	41
81	5	5	5	5	4	4	5	4	5	42
82	3	3	4	4	4	3	4	4	4	33
83	5	4	4	4	4	4	5	4	4	38
84	5	5	4	5	4	4	4	4	4	39
85	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37
86	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
87	4	4	5	5	5	5	4	4	4	40
88	5	5	5	5	5	4	4	4	4	41
89	3	3	4	4	4	4	4	5	5	36
90	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
91	4	4	4	4	4	5	5	5	5	40
92	4	5	4	4	4	4	4	4	4	37
93	4	4	4	4	4	4	4	4	3	35
94	5	5	5	4	4	5	4	4	4	40
95	4	4	4	4	5	5	5	4	4	39

No	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	ΣY
96	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
97	5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
99	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
100	5	5	4	5	5	5	4	3	3	39



Lampiran 4. Uji Validitas

1. Uji Validitas Word of Mouth

		Correlations									
		VOLUME	VOLUME	VOLUME	VOLUME	DISPERSION	DISPERSION	DISPERSION	DISPERSION	DISPERSION	SKOR TOTAL
VOLUME	Pearson Correlation	1	.677**	.407*	.488**	.263	.015	.217	.182	.025	.582**
	Sig. (2-tailed)		.000	.026	.006	.160	.939	.250	.336	.894	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VOLUME	Pearson Correlation	.677**	1	.474**	.473**	.381*	.069	.248	.376*	.141	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000		.008	.008	.038	.718	.186	.041	.456	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VOLUME	Pearson Correlation	.407*	.474**	1	.406*	.384*	.424*	.168	.253	.291	.655**
	Sig. (2-tailed)	.026	.008		.026	.036	.019	.376	.177	.118	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
VOLUME	Pearson Correlation	.488**	.473**	.406*	1	.286	.276	.240	.416*	.281	.689**
	Sig. (2-tailed)	.006	.008	.026		.125	.140	.202	.022	.132	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DISPERSION	Pearson Correlation	.263	.381*	.384*	.286	1	.428*	.268	.261	.523**	.659**
	Sig. (2-tailed)	.160	.038	.036	.125		.018	.153	.164	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DISPERSION	Pearson Correlation	.015	.069	.424*	.276	.428*	1	.545**	.199	.424*	.597**
	Sig. (2-tailed)	.939	.718	.019	.140	.018		.002	.292	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DISPERSION	Pearson Correlation	.217	.248	.168	.240	.268	.545**	1	.425*	.570**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.250	.186	.376	.202	.153	.002		.019	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DISPERSION	Pearson Correlation	.182	.376*	.253	.416*	.261	.199	.425*	1	.407*	.604**
	Sig. (2-tailed)	.336	.041	.177	.022	.164	.292	.019		.026	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DISPERSION	Pearson Correlation	.025	.141	.291	.281	.523**	.424*	.570**	.407*	1	.630**
	Sig. (2-tailed)	.894	.456	.118	.132	.003	.019	.001	.026		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SKOR TOTAL	Pearson Correlation	.582**	.662**	.655**	.689**	.659**	.597**	.647**	.604**	.630**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

2. Uji Validitas Keputusan Pembelian

		Correlations									
		BENEFIT ASSOCIATIO N	BENEFIT ASSOCIATIO N	PRIORITAS DALAM MEMBELI	PRIORITAS DALAM MEMBELI	PRIORITAS DALAM MEMBELI	PRIORITAS DALAM MEMBELI	FREKUJENSI DALAM PEMBELIAN	FREKUJENSI DALAM PEMBELIAN	FREKUJENSI DALAM PEMBELIAN	SKOR Total Kep. Pembelian
BENEFIT ASSOCIATION	Pearson Correlation	1	.293	.151	.066	.315	.430*	.530**	.233	.210	.460*
	Sig. (2-tailed)		.116	.424	.730	.090	.018	.003	.215	.264	.010
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
BENEFIT ASSOCIATION	Pearson Correlation	.293	1	.511**	.455*	.701**	.557**	.495**	.567**	.331	.778**
	Sig. (2-tailed)	.116		.004	.011	.000	.001	.005	.001	.074	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PRIORITAS DALAM MEMBELI	Pearson Correlation	.151	.511**	1	.515**	.703**	.588**	.403*	.579**	.682**	.828**
	Sig. (2-tailed)	.424	.004		.004	.000	.001	.027	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PRIORITAS DALAM MEMBELI	Pearson Correlation	.066	.455*	.515**	1	.283	.225	.219	.562**	.386*	.604**
	Sig. (2-tailed)	.730	.011	.004		.130	.233	.245	.001	.035	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PRIORITAS DALAM MEMBELI	Pearson Correlation	.315	.701**	.703**	.283	1	.740**	.487**	.447*	.540**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.090	.000	.000	.130		.000	.006	.013	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
PRIORITAS DALAM MEMBELI	Pearson Correlation	.430*	.557**	.588**	.225	.740**	1	.394*	.399*	.554**	.772**
	Sig. (2-tailed)	.018	.001	.001	.233	.000		.031	.029	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
FREKUJENSI DALAM PEMBELIAN	Pearson Correlation	.530**	.495**	.403*	.219	.487**	.394*	1	.410*	.211	.621**
	Sig. (2-tailed)	.003	.005	.027	.245	.006	.031		.024	.263	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
FREKUJENSI DALAM PEMBELIAN	Pearson Correlation	.233	.567**	.579**	.562**	.447*	.399*	.410*	1	.422*	.721**
	Sig. (2-tailed)	.215	.001	.001	.001	.013	.029	.024		.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
FREKUJENSI DALAM PEMBELIAN	Pearson Correlation	.210	.331	.682**	.386*	.540**	.554**	.211	.422*	1	.711**
	Sig. (2-tailed)	.264	.074	.000	.035	.002	.002	.263	.020		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
SKOR Total Kep. Pembelian	Pearson Correlation	.460*	.778**	.828**	.604**	.829**	.772**	.621**	.721**	.711**	1
	Sig. (2-tailed)	.010	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Lampiran 5. Uji Reliabilitas (Word of Mouth)

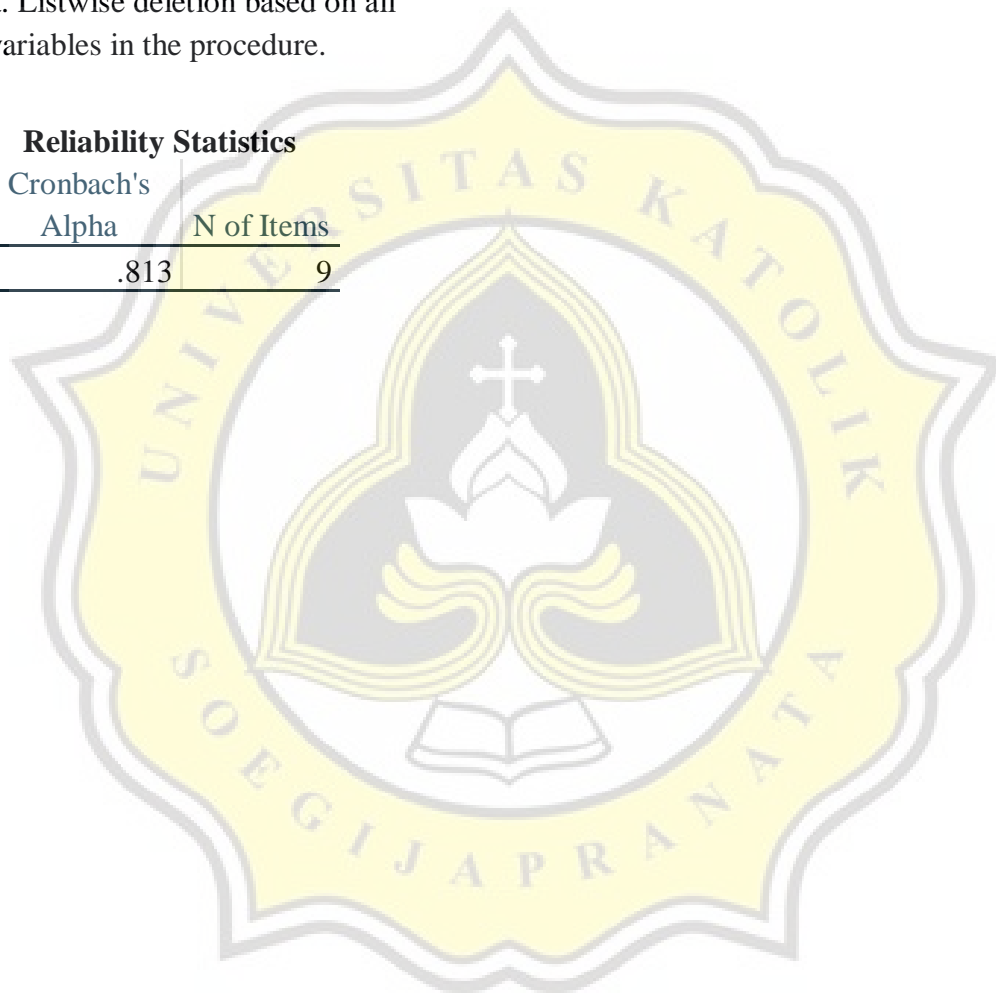
Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.813	9



Uji Reliabilitas (Keputusan Pembelian)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.873	9

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BENEFIT ASSOCIATION	30.97	18.309	.368	.877
BENEFIT ASSOCIATION	31.27	15.237	.692	.851
PRIORITAS DALAM MEMBELI	31.57	15.220	.765	.845
PRIORITAS DALAM MEMBELI	31.40	16.455	.474	.873
PRIORITAS DALAM MEMBELI	31.53	15.292	.768	.845
PRIORITAS DALAM MEMBELI	31.47	15.568	.692	.852
FREKUENSI DALAM PEMBELIAN	31.30	17.045	.526	.866
FREKUENSI DALAM PEMBELIAN	31.60	16.662	.649	.857
FREKUENSI DALAM PEMBELIAN	31.57	15.357	.594	.863

LAMPIRAN 6. ANALISIS REGRESI LINIER SEDERHANA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.852 ^a	.727	.724	2.009

a. Predictors: (Constant), Word of Mouth

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1051.766	1	1051.766	260.632	.000 ^b
	Residual	395.474	98	4.035		
	Total	1447.240	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Word of Mouth

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.485	1.917		2.861	.005
	Word of Mouth	.871	.054	.852	16.144	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 7 TABEL TABULASI SILANG

USIA * PEKERJAAN Crosstabulation

		PEKERJAAN					Total	
		Pelajar/Mahasiswa	Pegawai Swasta	PNS	WIRUSAHA/WIRASWASTA	LAIN-LAIN		
USIA	15-20	Count	5	1	0	0	0	6
		% of Total	5.0%	1.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.0%
	21-25	Count	25	22	1	1	0	49
		% of Total	25.0%	22.0%	1.0%	1.0%	0.0%	49.0%
	26-30	Count	0	8	0	1	1	10
		% of Total	0.0%	8.0%	0.0%	1.0%	1.0%	10.0%
	31-35	Count	0	5	1	2	1	9
		% of Total	0.0%	5.0%	1.0%	2.0%	1.0%	9.0%
	>35	Count	0	10	12	2	2	26
		% of Total	0.0%	10.0%	12.0%	2.0%	2.0%	26.0%
	Total	Count	30	46	14	6	4	100
		% of Total	30.0%	46.0%	14.0%	6.0%	4.0%	100.0%

USIA * GENDER Crosstabulation

		GENDER		Total	
		Laki-Laki	Perempuan		
USIA	15-20	Count	3	3	6
		% of Total	3.0%	3.0%	6.0%
	21-25	Count	23	26	49
		% of Total	23.0%	26.0%	49.0%
	26-30	Count	2	8	10
		% of Total	2.0%	8.0%	10.0%
	31-35	Count	2	7	9
		% of Total	2.0%	7.0%	9.0%
	>35	Count	5	21	26
		% of Total	5.0%	21.0%	26.0%
	Total	Count	35	65	100
		% of Total	35.0%	65.0%	100.0%

GENDER * PEKERJAAN Crosstabulation

		PEKERJAAN					Total	
		Pelajar/Mahasiswa	Pegawai Swasta	PNS	WIRUSAHA/WIRASWASTA	LAIN-LAIN		
GENDER	Laki-Laki	Count	18	14	2	1	0	35
		% of Total	18.0%	14.0%	2.0%	1.0%	0.0%	35.0%
	Perempuan	Count	12	32	12	5	4	65
		% of Total	12.0%	32.0%	12.0%	5.0%	4.0%	65.0%
Total	Count	30	46	14	6	4	100	
	% of Total	30.0%	46.0%	14.0%	6.0%	4.0%	100.0%	





9.72% PLAGIARISM APPROXIMATELY | **0.22% IN QUOTES**

Report #13913377

BAB 1 PENDAHULUAN 1.1 Latar Belakang Masalah Perkembangan dunia bisnis khususnya di bidang kuliner memicu munculnya pengusaha-pengusaha baru. Bisnis kuliner termasuk bisnis yang cukup menjanjikan karena berhubungan dengan kebutuhan dasar manusia, yaitu makan. Munculnya berbagai makanan yang unik, adanya wisata kuliner, dan tren kuliner sebagai gaya hidup masyarakat, menjadi bukti bahwa bisnis ini berkembang dengan pesat (Pamungkas dan Zuhroh, 2016). Seperti dalam (Wahyu, Ronald dan Amelia, 2014). Bisnis kuliner saat ini banyak menjanjikan peluang, akan tetapi di dalam-nya terdapat banyak tantangan. Suatu bisnis kuliner harus dapat bersaing dengan bisnis kuliner lainnya agar dapat bertahan dan bisa lebih maju. Oleh karena itu, pebisnis harus mengerti apa yang diinginkan dan dibutuhkan oleh konsumen dan harus memiliki keunggulan kompetitif agar dapat menarik para konsumen Pada hakikatnya kebutuhan konsumen akan mengalami perubahan seiring dengan perubahan yang terjadi pada berbagai aspek kehidupan. Perubahan tersebut akan