

DAFTAR PUSTAKA

- Assauri, Sofjan. 2004. **Manajemen Pemasaran**. Jakarta: Penerbit Raja Grafindo Persada.
- Engel, J.F. 2006. **Perilaku Konsumen 1HC**. Jakarta : Penerbit Bina Rupa Aksara.
- Griffin, Jill. 2006. **Costumer Loyalty : Menumbuhkan dan mempertahankan Pelanggan**, terjemahan: Dwi Kartini Yahya . Jakarta : Penerbit Erlangga
- Ghozali, Imam. (2009). **Desain Penelitian eksperimental dengan Program SPSS**. Semarang : Penerbit BP-UNDIP.
- Hamid, Abdul , 2004. **Pedoman Penulisan Skripsi**, Jakarta : Penerbit FEIS.
- Kotler, Philip. 2000. **Manajemen Pemasaran, Analisis perencanaan, Implementasi, dan pengendalian**, Jakarta : Penerbit Salemba Empat.
- _____ 2001 **Manajemen Pemasaran di Indonesia**. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- _____ 2008. **Marketing Management**. United State of America : **Prentice Hall**.
- Rangkuti, Freddy. 2003. **Measuring Consumer Satisfaction**. Jakarta : Penerbit Gramedia Pustaka Utama.
- Saladin Djaslim. 2003. **Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan. Pelaksanaan, dan Pengendalian**. Bandung : Penerbit Linda Karya.
- Sugiyono. 2008. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Tedjakusuma, Ritawati, Hartini, Sri Muryani. 2003. **Analisis Faktor-faktor Yang Memperngaruhi Prilaku Konsumen Dalam Pembelian Air Minum Mineral di Kotamadya Surabaya**. Universitas Airlangga, Surabaya
- Sangadji, E.M, 2013. **Perilaku Konsumen**. Yogyakarta :Penerbit Andi.
- Sugiharto. 2001. **Teknik Sampling**. Jakarta ; Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2006. **Metode Penelitian Bisnis**. Bandung : Penerbit Alfabeta.
- Sumarwan, U. 2011. **Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran**. Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.

_____ 2004. **Perilaku Konsumen** Bogor : Penerbit Ghalia Indonesia.

Stanton, W.J dan Lamato. 2005. **Prinsip-Prinsip Pemasaran** Jilid Satu. Jakarta : Penerbit Erlangga.

_____ 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran** Jilid Satu. Jakarta : Penerbit Erlangga.

Tjiptono, Fandy. 2008. **Strategi Pemasaran, edisi kedua**. Yogyakarta : Penerbit Andi.

Walker dan Larreche. 2002. **Manajemen Pemasaran : Suatu pendekatan strategi dengan orientasi global**. Jakarta : Penerbit Erlangga.



The image features a large, faint watermark of the Universitas Medan Area logo in the background. The logo is circular and contains the text 'UNIVERSITAS' at the top and 'MEDAN AREA' at the bottom. In the center, there is a stylized emblem with a star above it and the letters 'U' and 'M' stacked vertically. Below the emblem is an open book. The word 'Lampiran' is superimposed over the center of the logo in a large, bold, black serif font.

Lampiran

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

Kepada,
Responden yang terhormat

Saya Siti Raudha, mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul “**Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Delfi Hot Cocoa Di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan.**”

Mohon kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner penelitian ini dengan baik. Atas partisipasi saudara, saya ucapkan terima kasih.

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Berilah tanda (√) pada jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara.

No	Skala Ukur	Keterangan
1	SS	Sangat Setuju
2	S	Setuju
3	RR	Ragu-Ragu
4	TS	Tidak Setuju
5	STS	Sangat Tidak Setuju

Identitas Responden

Nama :
Jenis Kelamin :
Umur :
Pekerjaan :
Frekuensi Pembelian : A. 1 s/d 2 kali
B. > 2 kali

Pertanyaan Variabel Harga

NO	Item	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga Delfi Hot cocoa sesuai dengan kualitasnya					
2	Harga Delfi Hot cocoa relative terjangkau bagi konsumen					
3	Harga Delfi Hot cocoa bersaing dengan produk minuman lainnya					
4	Harga yang ditawarkan Delfi Hot Cocoa meyakinkan anda untuk membeli produk					
5	Harga Delfi Hot Cocoa sesuai dengan daya beli konsumen di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan					

Pertanyaan Variabel Kualitas Produk

NO	Item	SS	S	RR	TS	STS
1	Delfi Hot Cocoa merupakan minuman coklat instant yang mudah disajikan konsumen					
2	Delfi Hot cocoa memiliki tanggal batas kadaluarsa produk di kemasannya					
3	Delfi Hot Cocoa merupakan minuman coklat yang mengandung bahan baku coklat impor					
4	Delfi Hot cocoa memiliki rasa, wangi khas coklat yang lebih pekat daripada produk sejenis lainnya					
5	Delfi Hot Cocoa berstandar Internasional karena dibawah lisensi perusahaan coklat dunia "Delfi"					

Pertanyaan Variabel Keputusan Pembelian

NO	Item	SS	S	RR	TS	STS
1	Saya membeli Delfi Hot cocoa karena kebutuhan dan keinginan menikmati produk olahan coklat berkualitas					
2	Saya memperoleh informasi tentang Delfi Hot cocoa dari media dan lingkungan sekitar					
3	Saya memperoleh informasi tentang Delfi Hot cocoa dari media dan lingkungan sekitar					
4	Lokasi Delfi Hot cocoa mudah dijangkau di Supermarket Maju Bersama Glugur Medan					
5	Saya puas mengkonsumsi Delfi Hot cocoa					

Variabel X1 (Harga)						
No.	X1	X2	X3	X4	X5	TOTAL
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	3	5	18
4	5	5	4	4	5	23
5	5	5	4	4	4	22
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	3	19
8	4	4	4	4	4	20
9	4	3	5	2	4	18
10	4	4	3	4	5	20
11	4	5	5	5	4	23
12	4	4	4	5	5	22
13	4	4	4	4	5	21
14	4	4	4	4	3	19
15	4	5	4	4	3	20
16	4	4	4	4	5	21
17	4	3	4	3	4	18
18	5	3	4	3	4	19
19	5	5	5	5	4	24
20	4	4	5	5	5	23
21	3	4	4	5	5	21
22	4	4	5	4	5	22
23	5	4	5	4	5	23
24	5	4	4	5	3	21
25	5	4	4	5	4	22
26	5	4	4	4	4	21
27	4	4	3	4	4	19
28	4	3	4	4	5	20
29	3	4	5	4	3	19
30	5	4	5	4	5	23
31	5	4	5	5	4	23
32	4	4	5	5	5	23
33	4	5	4	4	5	22
34	4	3	5	4	3	19
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20
37	4	3	5	3	5	18
38	5	5	4	5	4	24
39	5	5	4	5	4	24
40	5	5	3	5	3	20
41	4	4	4	4	4	21
42	4	4	4	4	4	20
43	5	4	5	4	5	22
44	4	4	5	4	5	21
45	3	4	3	4	3	19
47	4	4	4	4	4	20
48	4	3	3	3	5	18
49	5	5	4	4	5	23

50	5	5	4	4	4	22
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	3	19
53	4	4	4	4	4	20
54	4	3	5	2	4	18
55	4	4	3	4	5	20
56	4	5	5	5	4	23
57	4	4	4	5	5	22
58	4	4	4	4	5	21
59	4	4	4	4	3	19
60	4	5	4	4	3	20
61	4	4	4	4	5	21
62	4	3	4	3	4	18
63	5	3	4	3	4	19
64	5	5	5	5	4	24
65	4	4	5	5	5	23
66	3	4	4	5	5	21
67	4	4	5	4	5	22
68	5	4	5	4	5	23
69	5	4	4	5	3	21
70	5	4	4	5	4	22
71	5	4	4	4	4	21
72	4	4	3	4	4	19
73	4	3	4	4	5	20
74	3	4	5	4	3	19
75	5	4	5	4	5	23
76	5	4	5	5	4	23
77	4	4	5	5	5	23
78	4	5	4	4	5	22
79	4	3	5	4	3	19
80	4	4	4	4	4	20
81	4	4	4	4	4	20
82	4	3	5	3	5	18
83	5	5	4	5	4	24
84	5	5	4	5	4	24
85	5	5	3	5	3	20
86	4	4	4	4	4	21
87	4	4	4	4	4	20
88	5	4	5	4	5	22
89	4	4	5	4	5	21
90	3	4	3	4	3	19
91	5	5	3	5	3	20
92	4	4	4	4	4	21

Variabel X2 (Kualitas Produk)						
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total
1	4	4	4	4	4	20
2	4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	3	5	18
4	5	5	4	4	5	23
5	5	5	4	4	4	22
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	3	19
8	4	4	4	4	4	20
9	4	3	5	2	4	18
10	4	4	3	4	5	20
11	4	5	5	5	4	23
12	4	4	4	5	5	22
13	4	4	4	4	5	21
14	4	4	4	4	3	19
15	4	5	4	4	3	20
16	4	4	4	4	5	21
17	4	3	4	3	4	18
18	5	3	4	3	4	19
19	5	5	5	5	4	24
20	4	4	5	5	5	23
21	3	4	4	5	5	21
22	4	4	5	4	5	22
23	5	4	5	4	5	23
24	5	4	4	5	3	21
25	5	4	4	5	4	22
26	5	4	4	4	4	21
27	4	4	3	4	4	19
28	4	3	4	4	5	20
29	3	4	5	4	3	19
30	5	4	5	4	5	23
31	5	4	5	5	4	23
32	4	4	5	5	5	23
33	4	5	4	4	5	22
34	4	3	5	4	3	19
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20
37	4	3	5	3	5	18
38	5	5	4	5	4	24
39	5	5	4	5	4	24
40	5	5	3	5	3	20
41	4	4	4	4	4	21
42	4	4	4	4	4	20
43	5	4	5	4	5	22
44	4	4	5	4	5	21
45	3	4	3	4	3	19
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20

48	4	3	3	3	5	18
49	5	5	4	4	5	23
50	5	5	4	4	4	22
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	3	19
53	4	4	4	4	4	20
54	4	3	5	2	4	18
55	4	4	3	4	5	20
56	4	5	5	5	4	23
57	4	4	4	5	5	22
58	4	4	4	4	5	21
59	4	4	4	4	3	19
60	4	5	4	4	3	20
61	4	4	4	4	5	21
62	4	3	4	3	4	18
63	5	3	4	3	4	19
64	5	5	5	5	4	24
65	4	4	5	5	5	23
66	3	4	4	5	5	21
67	4	4	5	4	5	22
68	5	4	5	4	5	23
69	5	4	4	5	3	21
70	5	4	4	5	4	22
71	5	4	4	4	4	21
72	4	4	3	4	4	19
73	4	3	4	4	5	20
74	3	4	5	4	3	19
75	5	4	5	4	5	23
76	5	4	5	5	4	23
77	4	4	5	5	5	23
78	4	5	4	4	5	22
79	4	3	5	4	3	19
80	4	4	4	4	4	20
81	4	4	4	4	4	20
82	4	3	5	3	5	18
83	5	5	4	5	4	24
84	5	5	4	5	4	24
85	5	5	3	5	3	20
86	4	4	4	4	4	21
87	4	4	4	4	4	20
88	5	4	5	4	5	22
89	4	4	5	4	5	21
90	3	4	3	4	3	19
91	5	5	3	5	3	20
92	4	4	4	4	4	21

Variabel Y (Keputusan Pembelian)						
No.	X1	X2	X3	X4	X5	Total
1	4	4	3	3	4	18
2	4	4	4	4	4	20
3	4	3	3	3	5	18
4	5	5	4	4	5	23
5	5	5	4	4	4	22
6	4	4	4	4	4	20
7	4	4	4	4	3	19
8	4	4	4	4	4	20
9	4	3	5	2	4	18
10	4	4	3	4	5	20
11	4	5	5	5	4	23
12	4	4	4	5	5	22
13	4	4	4	4	5	21
14	4	4	4	4	3	19
15	4	5	4	4	3	20
16	4	4	4	4	5	21
17	4	3	4	3	4	18
18	5	3	4	3	4	19
19	5	5	5	5	4	24
20	4	4	5	5	5	23
21	3	4	4	5	5	21
22	4	4	5	4	5	22
23	5	4	5	4	5	23
24	5	4	4	5	3	21
25	5	4	4	5	4	22
26	5	4	4	4	4	21
27	4	4	3	4	4	19
28	4	3	4	4	5	20
29	3	4	5	4	3	19
30	5	4	5	4	5	23
31	5	4	5	5	4	23
32	4	4	5	5	5	23
33	4	5	4	4	5	22
34	4	3	5	4	3	19
35	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	4	20
37	4	3	5	3	5	18
38	5	5	4	5	4	24
39	5	5	4	5	4	24
40	5	5	3	5	3	20
41	4	4	4	4	4	21
42	4	4	4	4	4	20
43	5	4	5	4	5	22
44	4	4	5	4	5	21
45	3	4	3	4	3	19
46	4	4	4	4	4	20
47	4	4	4	4	4	20

48	4	3	3	3	5	18
49	5	5	4	4	5	23
50	5	5	4	4	4	22
51	4	4	4	4	4	20
52	4	4	4	4	3	19
53	4	4	4	4	4	20
54	4	3	5	2	4	18
55	4	4	3	4	5	20
56	4	5	5	5	4	23
57	4	4	4	5	5	22
58	4	4	4	4	5	21
59	4	4	4	4	3	19
60	4	5	4	4	3	20
61	4	4	4	4	5	21
62	4	3	4	3	4	18
63	5	3	4	3	4	19
64	5	5	5	5	4	24
65	4	4	5	5	5	23
66	3	4	4	5	5	21
67	4	4	5	4	5	22
68	5	4	5	4	5	23
69	5	4	4	5	3	21
70	5	4	4	5	4	22
71	5	4	4	4	4	21
72	4	4	3	4	4	19
73	4	3	4	4	5	20
74	3	4	5	4	3	19
75	5	4	5	4	5	23
76	5	4	5	5	4	23
77	4	4	5	5	5	23
78	4	5	4	4	5	22
79	4	3	5	4	3	19
80	4	4	4	4	4	20
81	4	4	4	4	4	20
82	4	3	5	3	5	18
83	5	5	4	5	4	24
84	5	5	4	5	4	24
85	5	5	3	5	3	20
86	4	4	4	4	4	21
87	4	4	4	4	4	20
88	5	4	5	4	5	22
89	4	4	5	4	5	21
90	3	4	3	4	3	19
91	5	5	3	5	3	20
92	4	4	4	4	4	21

Lampiran 3. Hasil Uji Deskriptif

Variabel Harga (X1)

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.09	1.09	1.09
	3	4	4.35	4.35	5.44
	4	51	55.43	55.43	60.87
	5	26	39.13	39.13	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	11.96	11.96	11.96
	4	54	58.69	58.69	70.65
	5	27	29.35	29.35	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	20.66	20.66	20.66
	4	51	55.43	55.43	76.09
	5	22	23.91	23.91	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X1.4

					Cumulative
--	--	--	--	--	------------

		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	2	1	1.09	1.09	1.09
	3	7	7.61	7.61	8.70
	4	49	53.26	53.26	61.96
	5	35	38.04	38.04	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	14.13	14.13	14.13
	4	54	58.70	58.70	72.83
	5	25	27.17	27.17	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

b. Variabel kualitas produk

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	14.13	14.13	14.13
	4	46	50.00	50.00	64.13
	5	33	35.87	35.87	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	5.43	5.43	5.43

	4	41	44.57	44.57	50.00
	5	46	50.00	50.00	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	7	7.61	7.61	7.61
	4	59	64.13	64.13	71.74
	5	26	28.26	28.26	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	9	19.78	19.78	19.78
	4	61	66.30	66.30	86.08
	5	22	23.92	23.92	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.08	1.08	1.08
	3	12	13.04	13.04	14.12
	4	50	54.35	54.35	68.47
	5	29	31.52	31.52	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

C. Variabel Keputusan Pembelian

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	6.52	6.52	6.52
	4	47	51.09	51.09	57.61
	5	39	42.39	42.39	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	11	11.96	11.96	11.96
	4	60	65.22	65.22	77.18
	5	21	22.82	22.82	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	14.13	14.13	14.13
	4	50	54.35	54.35	68.48
	5	29	31.52	31.52	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	21	22.83	22.83	22.83
	4	41	44.56	44.56	67.39
	5	30	32.61	32.61	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	1.08	1.08	1.08
	3	8	8.70	8.70	9.78
	4	56	60.87	60.87	70.65
	5	27	29.35	29.35	100.0
	Total	92	100.0	100.0	

Lampiran 4. Hasil Uji Validitas

		TOTAL
HARGA1	Pearson Correlation	.564
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	30
HARGA2	Pearson Correlation	.582
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
HARGA3	Pearson Correlation	.492
	Sig. (2-tailed)	.006
	N	30
HARGA4	Pearson Correlation	.359
	Sig. (2-tailed)	.051
	N	30
HARGA5	Pearson Correlation	.483
	Sig. (2-tailed)	.007
	N	30
PRODUK1	Pearson Correlation	.511
	Sig. (2-tailed)	.004
	N	30
PRODUK2	Pearson Correlation	.626
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
PRODUK3	Pearson Correlation	.720
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30

	Sig. (2-tailed)	.063
	N	30
PRODUK5	Pearson Correlation	.675
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
PEMBELIAN1	Pearson Correlation	.556
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
PEMBELIAN2	Pearson Correlation	.698
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
PEMBELIAN3	Pearson Correlation	.439
	Sig. (2-tailed)	.015
	N	30
PEMBELIAN4	Pearson Correlation	.580
	Sig. (2-tailed)	.001
	N	30
PEMBELIAN5	Pearson Correlation	.546
	Sig. (2-tailed)	.002
	N	30
TOTAL	Pearson Correlation	.1
	Sig. (2-tailed)	.1
	N	30

Lampiran 5. Hasil Uji Reliabilitas

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KUALITASPROD UK, HARGA ^a		Enter

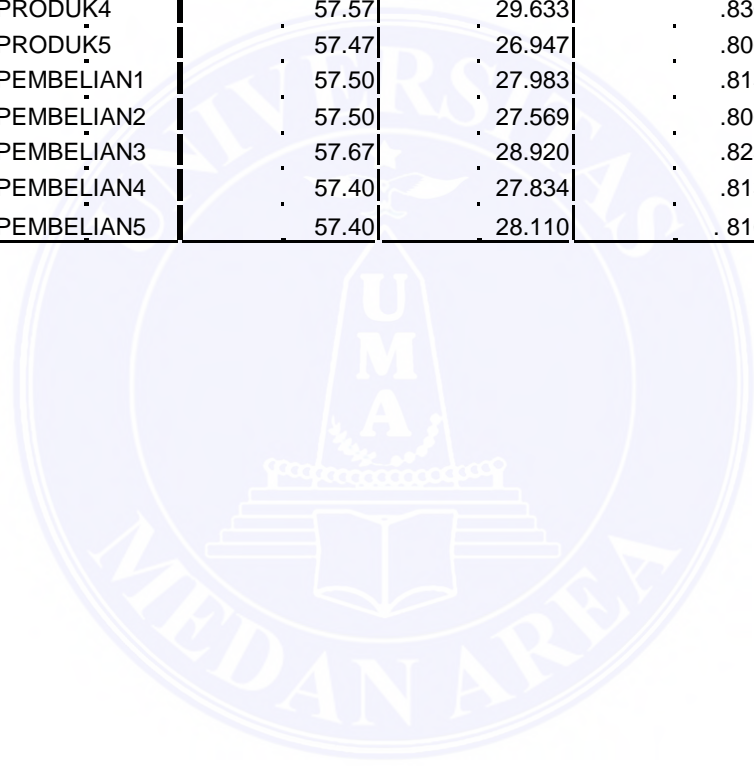
a. All requested variables entered.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	15

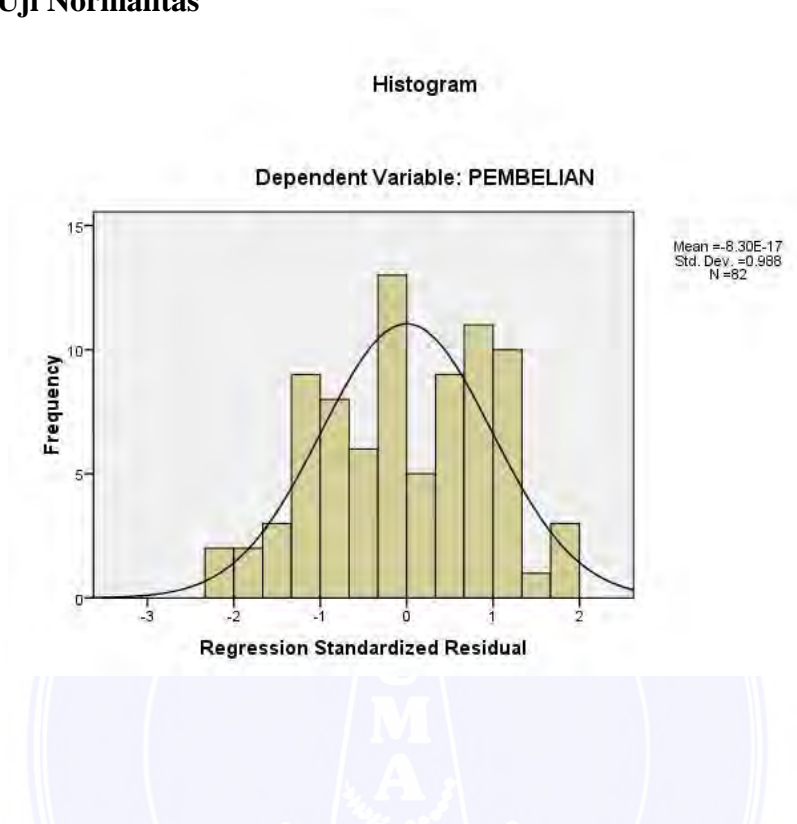
Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
HARGA1	57.60	28.179	.816	.440
HARGA2	57.67	28.368	.813	.507
HARGA3	57.60	28.524	.819	.390
HARGA4	57.60	29.559	.828	.246
HARGA5	57.57	28.323	.821	.370
PRODUK1	57.40	27.972	.820	
PRODUK2	57.70	27.321	.810	.539
PRODUK3	57.70	26.562	.802	.649
PRODUK4	57.57	29.633	.830	.225
PRODUK5	57.47	26.947	.806	.597
PEMBELIAN1	57.50	27.983	.815	.462
PEMBELIAN2	57.50	27.569	.806	.638
PEMBELIAN3	57.67	28.920	.823	.332
PEMBELIAN4	57.40	27.834	.813	.490
PEMBELIAN5	57.40	28.110	.816	.450

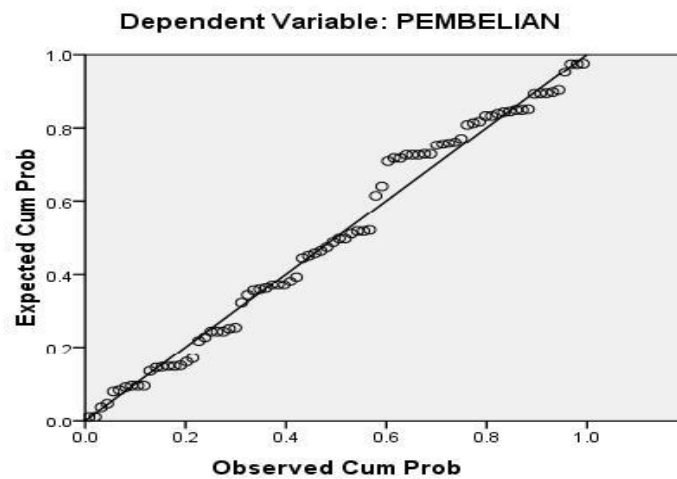


Lampiran 6. Hasil Uji Asumsi Klasik

1. Uji Normalitas



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Uji Multikolinieritas

Coefficientsa

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	HARGA	.908	1.012
	KUALITASPRODUK	.781	1.327

1. Dependent Variable: PEMBELIAN

Uji Heteroskedastisitas

Scatterplot

