

LAMPIRAN I

KUESIONER

PENGARUH STRATEGI PROMOSI DAN HARGA TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN PAKAIAN BAYI MEREK SNOBY PADA PT. PUTERA RAJA SEJAHTERA MEDAN

Kepada Yang terhormat konsumen PT. Putera Raja Sejahtera
Bapak/Ibu/Sdr(i)
Di - Tempat

Konsumen PT. Putera Raja Sejahtera Yang Terhormat,

Saya Sri Ramayani adalah mahasiswa pada Fakultas Ekonomi jurusan manajemen Universitas Medan Area, yang sedang melakukan penelitian mengenai : “Pengaruh Strategi Promosi Dan Harga Terhadap Minat Beli Konsumen Pakaian Bayi Merek Snnoby Pada Pt. Putera Raja Sejahtera Medan.”

Untuk itu, saya mengharapkan kesediaan dari Bapak/Ibu/Sdr (i) untuk menjawab kuesioner ini sesuai dengan petunjuk yang tersedia. Semua informasi yang Bapak/Ibu/Sdr (i) berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk tujuan penelitian ini.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Sdr (i) dalam menjawab kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Medan, Februari 2016

(Sri Ramayani)

BAGIAN A

1. Nama _____
2. Umur _____ tahun
- 3.
4. Jenis Kelamin : laki-laki wanita

BAGIAN B

Mohon anda memberi tanda centang (✓) nomor yang disediakan sesuai dengan penilaian anda dan prioritas anda dalam menilai setiap item pertanyaan. Kriteria penilaiannya adalah sebagai berikut :

- a. SS : Sangat setuju : skor 5
- b. S : setuju : skor 4
- c. KS : kurang setuju : skor 3
- d. TS : Tidak setuju : skor 2
- e. STS : sangat tidak setuju : skor 1

STRATEGI PROMOSI (X1)

No	Pernyataan	Ops				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Iklan yang di tayang oleh PT. Putera Raja Sejahtera menarik dan jelas					
2.	Wiraniaga memberikan informasi produk kepada konsumen dengan baik					
3.	Promosi penjualan yang ada meyakinkan konsumen sebelum membeli produk					
4.	Para wiraniaga membantu konsumen dalam memilih dan menemukan produk yang akan mereka beli					

HARGA (X2)

No	Pernyataan	Ops				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga pakaian bayi yang ditawarkan oleh PT. Putera Raja Sejahtera terjangkau					
2.	Konsumen lebih membeli pakaian bayi merek snobby karena harganya yang bersaing					
3.	PT. Putera Raja Sejahtera menawarkan harga sesuai dengan kualitas					
4.	PT. Putera Raja Sejahtera memberikan potongan harga kepada konsumen yang membeli pakaian bayi merek snobby					

MINAT BELI (Y)

No	Pernyataan	Ops				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Konsumen membeli pakaian bayi merek snobby karena sesuai dengan kebutuhan					
2.	Setelah membeli pakaian bayi merek snobby konsumen akan merefrensikan kelebihan produk pada orang lain					
3.	Konsumen membeli pakaian bayi merek snobby karena cantik dan menarik					
4.	Sebelum membeli pakaian bayi merek snobby konsumen mencari informasi tentang produk					

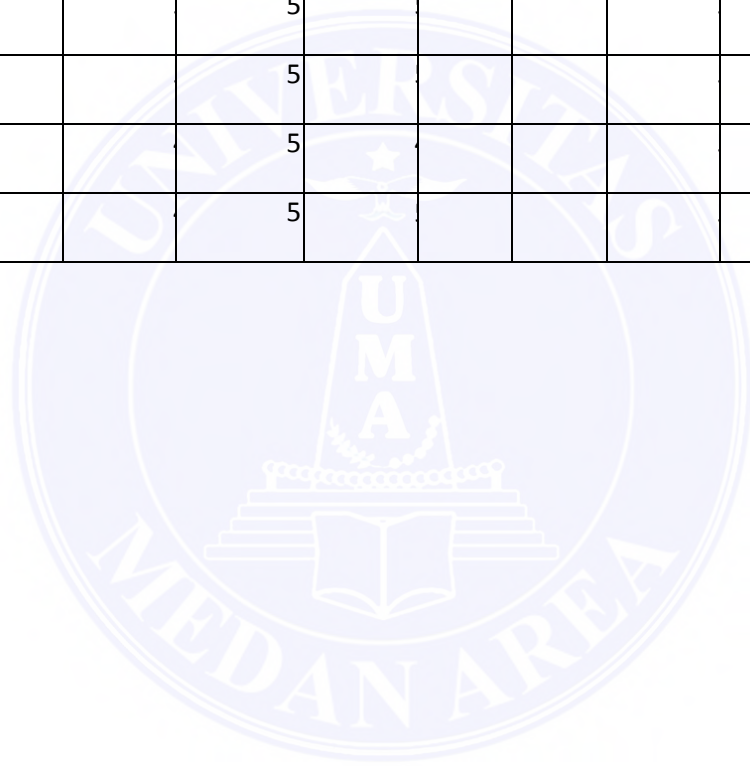
LAMPIRAN II

HASIL JAWABAN RESPONDEN

Strategi promosi(x1)				Harga (x2)				Minat Beli (Y)			
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
			4								
			5								
			4								
			5								
			4								
			4								
			4								
			4								
			4								
			5								
			4								
			4								
			4								
			4								
			4								
			4								
			4								
			4								
			4								
			4								
			4								
			4								
			5								

			5							
			3							
			5							
			4							
			5							
			5							
			4							
			4							
			3							
			3							
			4							
			5							
			4							
			5							
			4							
			4							
			3							
			4							
			4							
			4							
			5							
			5							
			4							

			4								
			3								
			3								
			5								
			4								
			5								
			5								
			5								
			5								
			5								



LAMPIRAN III

HASIL PENGELOLAHAN DATA SPSS

1. FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN

Strategi Promosi (X1)

q1

	Fre quency	Pe rcent	Valid Percent	Cumul ative Percent
,00	7	13,0	13,0	13,0
,00	31	57,4	57,4	70,4
,00	16	29,6	29,6	100,0
otal	54	100,0	100,0	

q2

	Fre quency	Pe rcent	Valid Percent	Cumul ative Percent
,00	3	5,6	5,6	5,6
,00	8	14,8	14,8	20,4
,00	28	51,9	51,9	72,2
,00	15	27,8	27,8	100,0
otal	54	100,0	100,0	

q3

	Fre quency	Pe rcent	Valid Percent	Cumul ative Percent
,00	7	13,0	13,0	13,0
,00	27	50,0	50,0	63,0
,00	20	37,0	37,0	100,0
otal	54	100,0	100,0	

q4

	Fre quency	Pe rcent	Valid Percent	Cumul ative Percent
,00	6	11,1	11,1	11,1
,00	30	55,6	55,6	66,7
,00	18	33,3	33,3	100,0
otal	54	100,0	100,0	

Harga (X2)

q5

	Fre quency	Pe rcent	Valid Percent	Cumul ative Percent
,00	1	1,9	1,9	1,9
,00	7	13,0	13,0	14,8
,00	21	38,9	38,9	53,7

,00	25	46,3	46,3	100,0
total	54	100,0	100,0	

q6

	Fre quency	Pe rcent	Valid Percent	Cumul ative Percent
,00	13	24,1	24,1	24,1
,00	16	29,6	29,6	53,7
valid ,00	25	46,3	46,3	100,0
total	54	100,0	100,0	

q7

	Fre quency	Pe rcent	Valid Percent	Cumul ative Percent
,00	3	5,6	5,6	5,6
,00	10	18,5	18,5	24,1
valid ,00	20	37,0	37,0	61,1
,00	21	38,9	38,9	100,0
total	54	100,0	100,0	

q8

	Fre quency	Pe rcent	Valid Percent	Cumul ative Percent
--	---------------	-------------	------------------	------------------------

,00	3	5,6	5,6	5,6
,00	9	16,7	16,7	22,2
alid ,00	11	20,4	20,4	42,6
,00	31	57,4	57,4	100,0
otal	54	100,0	100,0	

Minat Beli (Y)

q9

	Fre quency	Pe rcent	Valid Percent	Cumul ative Percent
,00	7	13,0	13,0	13,0
,00	27	50,0	50,0	63,0
alid ,00	20	37,0	37,0	100,0
otal	54	100,0	100,0	

q10

	Fre quency	Pe rcent	Valid Percent	Cumul ative Percent
,00	6	11,1	11,1	11,1
alid ,00	30	55,6	55,6	66,7
,00	18	33,3	33,3	100,0

total	54	100,0
-------	----	-------

q11

	Fre quency	Pe rcent	Valid Percent	Cumul ative Percent
,00	2	3,7	3,7	3,7
,00	31	57,4	57,4	61,1
,00	21	38,9	38,9	100,0
total	54	100,0	100,0	

q12

	Fre quency	Pe rcent	Valid Percent	Cumul ative Percent
,00	13	24,1	24,1	24,1
,00	16	29,6	29,6	53,7
,00	25	46,3	46,3	100,0
total	54	100,0	100,0	

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

Strategi promosi (X1)

**Reliability
Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,849	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	11,8000	1,457	,886	,716
2	11,8000	2,171	,513	,875
3	11,9333	1,495	,627	,860
4	11,8667	1,695	,823	,758

Harga (X2)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,733	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
5	12,3333	1,952	,660	,607

6	12,13 33	1,838	,609	,622
7	12,13 33	2,267	,504	,693
8	12,00 00	1,714	,423	,775

MINAT BELI (Y)

Reliability Statistics

Cronb ach's Alpha	N of Items
,855	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corre cted Item- Total Correlation	Cron bach's Alpha if Item Deleted
9	12,46 67	2,695	,757	,790
10	12,20 00	2,886	,656	,837
11	12,13 33	2,695	,875	,737
12	12,20 00	3,743	,543	,874

Model Summary^b

Model	Sum of Squares	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
				R Square Change	F	df1	df2	Sig. F Change	
1	870,757 ^a	,748	1,02323	,757	9,526		1	,000	,792

a. Predictors: (Constant), harga, strategipromosi

b. Dependent Variable: minatbeli

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	166,529	2	83,264	79,526	,000 ^b
	Residual	53,397	51	1,047		
	Total	219,926	53			

a. Dependent Variable: minatbeli

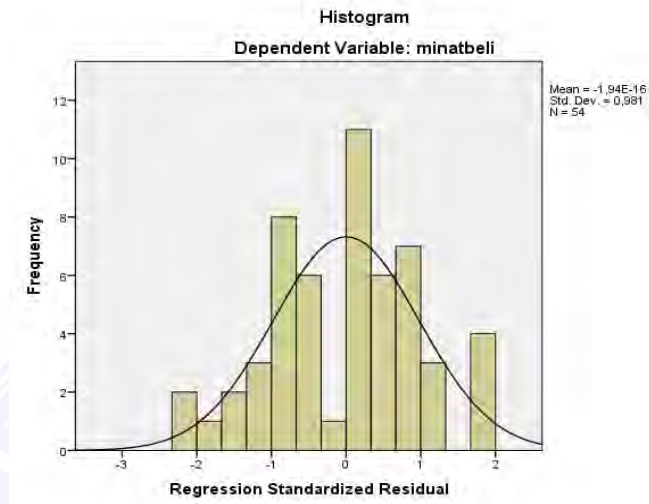
b. Predictors: (Constant), harga, strategipromosi

Coefficients^a

Model	Mod	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error				Beta	Zero-order	Partial	Part	Tolerance
1	(Constant)	,3262	,102		,961	,005					
1	Strategi Promosi	,491	,085	,542	,749	,000	,818	,627	,397	,536	,866

arga	h	,	,405	,302	000	774	516	297	536	,866
------	---	---	------	------	-----	-----	-----	-----	-----	------

a. Dependent Variable: minatbeli



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

