

## DAFTAR PUSTAKA

- Basu Swastha, dan T. Handi Handoko, *Manajemen Pemasaran : Analisis Perilaku Konsumen*, BPFE, Yogyakarta, 2001.
- Burhan Nurgiyantoro, Gunawan, Marzuki, *Statistik Terapan untuk Penelitian Ilmu-ilmu Sosial*, Gadjah Mada University Press, 2000.
- Irawaran Suardtono, DR, *Metode Penelitian Sosial*, Remaja Rosdakarya, Bandung, 1999.
- J. Paul Peter dan Jerry C. Olson, *Consumer Behavior (Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran)*, Alih Bahasa Domas Sihombing, Erlangga, Jakarta, 1999.
- Nugroho J. Setiadi, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media, Edisi 1, Cetakan 1, Jakarta, 2003.
- Philip Kotler dan Gery Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Bahasa Indonesia, Prenhalindo, Jakarta, 1997.
- Sutrisno Hadi, *Statistik 2*, Andi Offset, Yogyakarta, 1991.

### Harga

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Mahal	16	16.0	16.0	16.0
Sedang	43	43.0	43.0	59.0
Murah	31	31.0	31.0	90.0
Sangat Murah	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Lokasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Strategis	6	6.0	6.0	6.0
Cukup Strategis	12	12.0	12.0	18.0
Strategis	58	58.0	58.0	76.0
Sangat Strategis	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Promosi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Jarang	12	12.0	12.0	12.0
Kadang-kadang	50	50.0	50.0	62.0
Sering	29	29.0	29.0	91.0
Sangat Sering	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Keputusan Konsumen

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Netral	13	13.0	13.0	13.0
Setuju	71	71.0	71.0	84.0
Sangat Setuju	16	16.0	16.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

## Frequency Table

### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	33	33.0	33.0	33.0
	Wanita	67	67.0	67.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Jenis Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	40	40.0	40.0	40.0
	Pegawai Negeri	12	12.0	12.0	52.0
	Pegawai Swasta	23	23.0	23.0	75.0
	Wiraswasta	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Tingkat Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTA	36	36.0	36.0	36.0
	D3	21	21.0	21.0	57.0
	S1	31	31.0	31.0	88.0
	S2	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Tingkat Pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 2 juta	67	67.0	67.0	67.0
	2 - 4 jut	28	28.0	28.0	95.0
	> 4 jt	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sedikit	8	8.0	8.0	8.0
	Cukup	30	30.0	30.0	38.0
	Beragam	45	45.0	45.0	83.0
	Sangat Lengkap	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

## Regression

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Keputusan Konsumen	3.8083	.4541	100
Produk	3.5080	.6441	100
Harga	3.3400	.6586	100
Lokasi	3.8492	.5526	100
Promosi	3.3067	.7118	100

### Correlations

		Keputusan Konsumen	Produk	Harga
Pearson Correlation	Keputusan Konsumen	1.000	.408	.464
	Produk	.408	1.000	-.021
	Harga	.464	-.021	1.000
	Lokasi	.217	-.097	.090
	Promosi	.443	.172	.156
Sig. (1-tailed)	Keputusan Konsumen	.	.000	.000
	Produk	.000	.	.419
	Harga	.000	.419	.
	Lokasi	.015	.167	.186
	Promosi	.000	.043	.061
N	Keputusan Konsumen	100	100	100
	Produk	100	100	100
	Harga	100	100	100
	Lokasi	100	100	100
	Promosi	100	100	100

### Correlations

		Lokasi	Promosi
Pearson Correlation	Keputusan Konsumen	.217	.443
	Produk	-.097	.172
	Harga	.090	.156
	Lokasi	1.000	.046
	Promosi	.046	1.000
Sig. (1-tailed)	Keputusan Konsumen	.015	.000
	Produk	.167	.043
	Harga	.186	.061
	Lokasi	.	.325
	Promosi	.325	.
N	Keputusan Konsumen	100	100
	Produk	100	100
	Harga	100	100
	Lokasi	100	100
	Promosi	100	100

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Lokasi, Harga, <sup>a</sup> Produk		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.724 <sup>a</sup>	.524	.504	.3197	1.630

a. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi, Harga, Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10.704	4	2.676	26.179	.000 <sup>a</sup>
	Residual	9.711	95	.102		
	Total	20.415	99			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi, Harga, Produk

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.636	.344		1.847	.068
	Produk	.271	.051	.384	5.308	.000
	Harga	.280	.050	.406	5.643	.000
	Lokasi	.168	.059	.204	2.856	.005
	Promosi	.194	.046	.305	4.180	.000

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

Model		Correlations			Collinearity Statistics	
		Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)					
	Produk	.408	.478	.376	.958	1.044
	Harga	.464	.501	.399	.967	1.034
	Lokasi	.217	.281	.202	.980	1.020
	Promosi	.443	.394	.296	.943	1.061

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumen

## Heteroskedastisitas

### Correlations

	Produk	Harga	Lokasi	Promosi	Standardized Residual
Spearman's rho	Produk	-.033	-.146	.229*	-.090
		.745	.147	.022	.373
	N	100	100	100	100
	Harga	1.000	.169	.076	.045
			.092	.451	.660
	N	100	100	100	100
	Lokasi	.169	1.000	.048	.116
		.092		.633	.250
	N	100	100	100	100
	Promosi	.076	.048	1.000	.008
		.451	.633		.936
	N	100	100	100	100
	Standardized Residual	.045	.116	.008	1.000
		.660	.250	.936	
	N	100	100	100	100

\*. Correlation is significant at the .05 level (2-tailed).

## Multikolinieritas

- - - P A R T I A L C O R R E L A T I O N C O E F F I C I E N T S - -

Controlling for.. ZRE\_1

	X1	X2	X3	X4
X1	1.0000 ( 0) P= .	-.0208 ( .97) P= .838	-.0975 ( .97) P= .337	.1722 ( .97) P= .088
X2	-.0208 ( .97) P= .838	1.0000 ( 0) P= .	.0904 ( .97) P= .374	.1555 ( .97) P= .124
X3	-.0975 ( .97) P= .337	.0904 ( .97) P= .374	1.0000 ( 0) P= .	.0460 ( .97) P= .651
X4	.1722 ( .97) P= .088	.1555 ( .97) P= .124	.0460 ( .97) P= .651	1.0000 ( 0) P= .

(Coefficient / (D.F.) / 2-tailed Significance)

" . " is printed if a coefficient cannot be computed

REKAPITULASI DATA 100 RESPONDEN

Rsp.	JK	Pek	Pend	Pendp	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1	X2.1	X2.2	X2	X3.1	X3.2	X3.3
1	2	4	1	1	4	5	5	5	4	4.60	3	2	2.50	4	4	4
2	2	1	3	1	4	4	3	4	4	3.80	3	3	3.00	4	4	3
3	2	2	2	1	4	4	4	4	4	4.00	3	3	3.00	4	4	3
4	2	1	3	2	3	3	4	5	3	3.60	3	3	3.00	5	4	4
5	2	4	1	1	3	4	3	4	3	3.40	3	2	2.50	4	3	4
6	1	1	3	1	3	4	3	4	4	3.60	2	3	2.50	4	4	4
7	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3.00	4	5	4.50	5	4	5
8	2	1	1	1	3	4	4	3	2	3.20	3	5	4.00	4	5	4
9	2	4	3	2	4	5	5	4	3	4.20	3	3	3.00	4	4	4
10	1	2	1	1	3	5	4	4	4	4.00	3	4	3.50	4	4	3
11	1	3	1	1	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	5	3	3
12	1	4	1	2	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4
13	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2.20	4	5	4.50	4	3	5
14	2	1	2	1	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5.00	5	5	4
15	2	4	1	1	3	4	4	3	3	3.40	3	5	4.00	5	3	3
16	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2.40	3	2	2.50	5	4	5
17	1	1	1	1	3	3	3	3	2	2.80	3	3	3.00	4	4	5
18	2	1	3	1	3	3	3	2	2	2.60	3	5	4.00	5	4	5
19	2	1	1	1	4	3	3	4	2	3.20	4	5	4.50	5	4	4
20	1	2	2	1	5	5	5	5	2	4.40	4	4	4.00	3	3	2
21	2	3	3	2	3	4	3	4	3	3.40	3	3	3.00	5	3	3
22	1	2	3	1	4	4	4	4	5	4.20	3	3	3.00	4	4	3
23	2	4	2	2	3	3	3	3	2	2.80	3	3	3.00	4	4	5
24	1	1	2	1	3	3	4	4	2	3.20	4	5	4.50	5	4	4
25	1	3	4	3	5	5	5	5	3	4.60	4	3	3.50	3	3	4
26	2	3	4	2	4	4	4	3	3	3.60	3	4	3.50	4	3	4
27	2	1	3	1	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	4
28	2	1	1	1	4	5	5	4	2	4.00	3	5	4.00	5	5	3
29	1	4	1	1	4	4	4	4	3	3.80	3	3	3.00	4	3	4
30	2	3	3	1	4	4	4	4	3	3.80	3	4	3.50	5	4	4
31	2	1	2	1	4	4	4	4	4	4.00	3	3	3.00	4	4	3
32	2	1	1	2	3	3	4	5	3	3.60	3	3	3.00	5	4	4
33	2	4	1	1	3	4	3	4	3	3.40	3	2	2.50	4	3	4
34	1	1	3	1	3	4	3	4	4	3.60	2	3	2.50	4	4	4
35	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3.00	4	4	4.00	5	4	4
36	2	1	1	1	3	4	4	3	2	3.20	3	5	4.00	4	5	4
37	2	4	3	2	4	5	5	4	3	4.20	3	3	3.00	2	2	3
38	1	2	1	1	3	5	4	4	4	4.00	3	4	3.50	4	4	3
39	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	5	3	3
40	2	4	3	1	4	5	5	5	4	4.60	3	2	2.50	2	2	3
41	2	1	1	1	4	4	3	4	4	3.80	3	3	3.00	4	4	3
42	2	4	2	1	4	4	4	4	4	4.00	3	3	3.00	4	4	3
43	2	4	1	2	3	3	4	5	3	3.60	3	3	3.00	5	4	4
44	2	4	1	1	3	4	3	4	3	3.40	3	2	2.50	4	3	4
45	1	1	3	1	3	4	3	4	4	3.60	2	3	2.50	4	4	4
46	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	5	4	1
47	2	1	1	1	3	4	4	3	2	3.20	3	5	4.00	4	5	4
48	2	4	3	2	4	5	5	4	3	4.20	3	3	3.00	4	4	4
49	1	2	1	1	3	5	4	4	4	4.00	3	4	3.50	4	4	3
50	1	2	2	1	3	3	3	3	3	3.00	3	5	3.00	4	4	3
51	1	4	2	2	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4

52	2	3	2	2	3	2	2	2	2	2.20	3	3	3.00	4	5	4
53	2	1	2	1	5	5	5	5	5	5.00	5	5	5.00	3	2	3
54	2	2	1	1	3	4	4	3	3	3.40	3	5	4.00	5	3	3
55	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2.40	3	2	2.50	5	4	4
56	1	1	3	1	3	3	3	3	2	2.80	3	3	3.00	4	4	5
57	2	1	1	1	3	3	3	2	2	2.60	3	5	4.00	5	4	5
58	2	1	1	1	4	3	3	4	2	3.20	4	5	4.50	5	4	4
59	1	1	2	1	5	5	5	5	2	4.40	4	4	4.00	5	5	4
60	2	3	1	2	3	4	3	4	3	3.40	3	3	3.00	5	3	3
61	1	3	1	1	4	4	4	4	5	4.20	3	3	3.00	3	4	3
62	2	4	2	2	3	3	3	3	2	2.80	3	3	3.00	4	4	5
63	1	1	2	1	3	3	4	4	2	3.20	4	5	4.50	5	4	4
64	1	3	4	3	5	5	5	5	3	4.60	4	3	3.50	3	3	4
65	2	3	4	2	4	4	4	3	3	3.60	3	4	3.50	4	3	4
66	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	4	4	4
67	2	1	1	1	4	5	5	4	2	4.00	3	5	4.00	5	5	3
68	1	4	3	1	4	4	4	4	3	3.80	3	3	3.00	4	3	4
69	2	3	3	1	4	4	4	4	3	3.80	3	4	3.50	5	4	4
70	2	4	2	1	4	4	4	4	4	4.00	3	3	3.00	4	4	3
71	2	4	3	2	3	3	4	5	3	3.60	3	3	3.00	5	4	4
72	2	4	1	1	3	4	3	4	3	3.40	3	2	2.50	4	3	4
73	1	1	3	1	3	4	3	4	4	3.60	2	3	2.50	4	4	4
74	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	5	4	5
75	2	1	1	1	3	4	4	3	2	3.20	3	5	4.00	4	5	4
76	2	4	3	2	4	5	5	4	3	4.20	3	3	3.00	4	4	4
77	1	2	2	1	3	5	4	4	4	4.00	3	4	3.50	4	4	3
78	1	1	2	1	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	5	3	3
79	2	4	2	1	4	5	5	5	4	4.60	3	2	2.50	4	4	4
80	2	1	3	1	4	4	3	4	4	3.80	3	3	3.00	4	4	3
81	2	1	2	1	4	4	4	4	4	4.00	3	3	3.00	4	4	3
82	2	2	3	2	3	3	4	5	3	3.60	3	3	3.00	5	4	4
83	2	4	1	1	3	4	3	4	3	3.40	3	2	2.50	4	3	4
84	1	1	3	1	3	4	3	4	4	3.60	2	3	2.50	4	4	4
85	2	3	4	2	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	5	4	5
86	2	1	1	1	3	4	4	3	2	3.20	3	5	4.00	4	5	4
87	2	4	3	2	4	5	5	4	3	4.20	3	3	3.00	4	4	4
88	1	2	1	1	3	5	4	4	4	4.00	3	4	3.50	4	4	3
89	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3.00	3	3	3.00	5	3	3
90	1	4	1	2	4	4	4	4	4	4.00	4	4	4.00	4	4	4
91	2	3	3	2	3	2	2	2	2	2.20	3	3	3.00	2	3	2
92	2	1	2	1	2	2	2	3	2	2.20	5	5	5.00	2	3	4
93	2	1	3	1	3	4	4	3	3	3.40	3	5	4.00	5	3	3
94	2	3	4	3	3	3	2	2	2	2.40	3	2	2.50	3	2	4
95	1	1	3	1	3	3	3	3	2	2.80	3	3	3.00	4	4	2
96	2	1	3	1	3	3	3	2	2	2.60	3	5	4.00	2	3	2
97	2	1	1	1	4	3	3	4	2	3.20	4	5	4.50	2	3	2
98	1	2	2	1	2	2	3	3	2	2.40	4	4	4.00	5	5	4
99	2	3	1	2	3	4	3	4	3	3.40	3	3	3.00	5	3	3
100	1	1	3	1	4	4	4	4	5	4.20	3	3	3.00	4	4	3
Rata-rata					3.43	3.78	3.62	3.67	3.04	3.51	3.17	3.51	3.34	4.18	3.75	3.66



4	5	4	4.33	2	2	2	2.00	3	4	2	3	3	4	3	3.14
2	2	3	2.50	2	2	3	2.33	5	4	5	4	5	4	3	4.29
4	4	4	3.83	3	2	3	2.67	4	4	4	3	4	5	4	4.00
5	4	4	4.33	3	2	2	2.33	2	4	3	2	3	4	3	3.00
3	3	4	3.83	3	3	3	3.00	3	4	3	3	3	4	4	3.43
5	4	4	4.50	2	2	2	2.00	3	4	3	3	3	4	4	3.43
5	5	4	4.50	3	2	5	3.33	5	5	3	4	5	5	5	4.57
5	5	5	4.83	4	4	4	4.00	4	5	4	5	5	5	4	4.57
3	3	4	3.50	3	3	3	3.00	3	4	4	3	4	4	3	3.57
4	3	3	3.33	2	2	2	2.00	3	4	3	4	4	3	3	3.43
5	5	4	4.50	2	2	2	2.00	4	4	3	4	3	3	3	3.43
4	4	4	4.17	4	4	5	4.33	5	4	4	5	4	4	5	4.43
3	3	3	3.17	2	2	3	2.33	3	3	3	4	4	3	5	3.57
4	4	5	4.00	3	2	3	2.67	4	4	3	3	4	4	4	3.71
4	4	3	3.83	3	3	3	3.00	4	4	4	3	3	4	4	3.71
5	5	5	4.67	4	4	5	4.33	4	5	5	5	4	4	5	4.57
4	3	3	3.50	4	4	4	4.00	3	4	4	5	5	4	4	4.14
4	4	4	4.17	3	3	4	3.33	3	4	5	4	5	4	4	4.14
4	4	4	3.83	4	3	4	3.67	4	3	5	4	3	3	5	3.86
4	5	4	4.33	3	3	3	3.00	4	4	4	4	4	4	4	4.00
3	5	4	3.83	3	3	4	3.33	4	4	3	4	4	4	3	3.71
3	5	4	4.00	4	4	4	4.00	4	5	4	4	4	3	4	4.00
4	4	4	4.33	3	3	3	3.00	4	4	4	4	4	4	4	4.00
4	4	4	4.17	3	3	3	3.00	4	4	3	4	3	5	5	4.00
4	4	5	4.17	3	3	4	3.33	4	4	4	4	4	4	4	4.00
4	4	3	3.67	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4.00
3	3	3	3.33	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3	3.00
4	4	4	4.00	3	3	2	2.67	2	4	4	4	2	4	4	3.43
4	4	4	3.83	4	3	4	3.67	4	3	5	4	3	3	3	3.57
4	4	4	3.83	4	3	4	3.67	4	3	5	4	3	3	5	3.86
4	5	4	4.33	3	3	3	3.00	4	4	4	4	4	4	4	4.00
3	5	4	3.83	3	3	4	3.33	4	4	3	2	2	4	3	3.14
3	5	4	4.00	4	4	4	4.00	4	2	4	4	3	3	4	3.43
4	5	4	4.50	3	3	3	3.00	4	4	4	4	4	4	4	4.00
4	4	4	4.17	3	3	3	3.00	4	4	3	4	3	3	3	3.43
4	4	3	3.83	3	3	4	3.33	4	4	4	4	4	4	4	4.00
4	4	3	3.67	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4.00
3	3	3	3.33	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3	3.00
4	4	4	4.00	4	4	4	4.00	4	4	4	4	4	4	4	4.00
2	2	4	2.50	5	5	4	4.67	3	4	2	3	3	4	3	3.14
2	2	3	2.67	5	5	5	5.00	3	3	4	3	3	5	3	3.43
4	4	4	3.83	3	2	3	2.67	4	4	4	3	4	5	4	4.00
3	3	3	3.00	3	4	4	3.67	4	4	4	5	4	4	5	4.29
3	3	4	3.33	3	3	3	3.00	3	4	3	3	3	4	4	3.43
2	2	4	2.50	2	2	2	2.00	3	4	3	3	3	4	4	3.43
3	3	2	2.50	3	2	5	3.33	5	5	3	4	5	5	5	4.57
5	5	5	4.83	4	4	4	4.00	4	4	3	3	2	3	2	3.00
3	3	4	3.50	3	3	3	3.00	3	3	3	3	3	3	3	3.00
4	4	4	3.83	2	2	2	2.00	3	3	3	3	3	3	3	3.00
3.76	4.00	3.75	3.85	3.29	3.14	3.49	3.31	3.77	3.86	3.79	3.77	3.75	3.84	3.88	3.81

Kepada Yth.

Bapak / Ibu / Sdr Konsumen

Di tempat

### **PERMOHONAN MENJAWAB KUESIONER**

Penelitian ini ditujukan untuk skripsi yang merupakan syarat dalam meraih gelar sarjana untuk jenjang S1. Adapun tujuannya adalah untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi konsumen dalam memilih pusat perbelanjaan Ramai Mall sebagai tempat berbelanja di Yogyakarta.

Demi tercapainya tujuan penelitian ini, kami mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk membantu penelitian ini dengan memberikan jawaban atas angket pertanyaan yang telah disediakan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Atas kesediaan bapak ibu, kami mengucapkan terima kasih, apabila ada sikap kami yang kurang berkenan, kami mohon maaf yang sebesar-besarnya.

Yogyakarta, Oktober 2004

Peneliti

(Sylvanto DM)

## DAFTAR PERTANYAAN

### I. Identitas Responden

Berilah tanda silang (x) pada jawaban yang anda pilih.

1. Apa jenis kelamin anda ?

- a. Pria                      b. Wanita

2. Apa pekerjaan anda saat ini ?

- a. Pelajar / Mahasiswa      c. Pegawai Swasta  
b. Pegawai Negeri              d. Wiraswasta

3. Apa pendidikan anda saat ini.

- a. SLTA                          c. S1  
b. D3                              d. S2

4. Berapa pendapatan rata - rata anda per bulan ?

- a. < Rp 2.000.000,00  
b. Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00  
c. > Rp 4.000.000,00

11. Masing - masing pertanyaan sudah disediakan alternatif jawaban. Anda tinggal memilih salah satu alternatif jawaban dengan memberikan tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih.

### 1. Indikator Produk

1. Bagaimana kualitas produk yang dijual di Ramai Mall Yogyakarta
  - a. sangat berkualitas
  - b. berkualitas
  - c. cukup berkualitas
  - d. tidak berkualitas
  - e. sangat tidak berkualitas
2. Bagaimana variasi produk yang dijual di Ramai Mall Yogyakarta
  - a. sangat variasi
  - b. variasi
  - c. cukup variasi
  - d. tidak variasi
  - e. sangat tidak variasi
3. Bagaimana garansi produk yang dijual di Ramai Mall Yogyakarta
  - a. Semua digaransi
  - b. Digaransi sebagian besar
  - c. Digaransi untuk produk tertentu
  - d. digaransi sebagian kecil
  - e. tidak ada yang digaransi
4. Apakah produk yang dicari hanya dijual di Ramai Mall Yogyakarta
  - a. sangat setuju
  - b. setuju
  - c. netral
  - d. tidak setuju
  - e. sangat tidak setuju
5. Bagaimana dengan keaslian barang yang dijual di Ramai Mall Yogyakarta
  - a. Semua asli
  - b. Asli sebagian besar
  - c. Asli untuk produk-produk tertentu
  - d. asli untuk sebagian kecil
  - e. tidak ada yang asli

### 2. Indikator Harga

1. Bagaimana harga produk yang dijual di Ramai Mall Yogyakarta
  - a. sangat murah
  - b. murah
  - c. sedang
  - d. mahal
  - e. sangat mahal
2. Bagaimana dengan diskon untuk produk yang dijual di Ramai Mall Yogyakarta
  - a. Terdapat banyak diskon
  - b. Diskon untuk sebagian besar barang
  - c. Kadang-kadang terdapat diskon
  - d. Diskon untuk barang tertentu
  - e. Tidak ada diskon

### 3. Indikator Tempat/Lokasi

1. Apakah letak toko Ramai Mall Yogyakarta strategis
  - a. Sangat strategis
  - b. Strategis
  - c. Kurang strategis
  - d. Tidak strategis
  - e. Sangat tidak strategis

2. Apakah ruang di dalam toko Ramai Mall Yogyakarta nyaman
  - a. Sangat nyaman
  - b. Nyaman
  - c. Kurang nyaman
  - d. Tidak nyaman
  - e. Sangat tidak nyaman
3. Apakah tempat parkir toko Ramai Mall Yogyakarta cukup luas
  - a. Sangat luas
  - b. Luas
  - c. Kurang luas
  - d. Tidak luas
  - e. Sangat tidak luas
4. Apakah pelayanan yang diberikan oleh karyawan toko Ramai Mall Yogyakarta memuaskan
  - a. Sangat memuaskan
  - b. Memuaskan
  - c. Kurang memuaskan
  - d. Tidak memuaskan
  - e. Sangat tidak memuaskan
5. Apakah pengaturan barang dan ruangan toko Ramai Mall Yogyakarta membantu konsumen dalam mencari dan mengambil barang
  - a. Sangat membantu
  - b. Membantu
  - c. Kurang membantu
  - d. Tidak membantu
  - e. Sangat tidak membantu
6. Apakah keamanan di tempat parkir dan ruangan toko Ramai Mall Yogyakarta terjamin
  - a. Sangat terjamin
  - b. Terjamin
  - c. Kurang terjamin
  - d. Tidak terjamin
  - e. Sangat tidak terjamin

#### 4. Indikator Promosi

1. Apakah iklan sering dilakukan oleh toko Ramai Mall Yogyakarta
  - a. Sangat sering
  - b. Sering
  - c. Kadang-kadang saja
  - d. Jarang dilakukan
  - e. Tidak pernah dilakukan
2. Apakah sering dilakukan undian berhadiah oleh toko Ramai Mall Yogyakarta
  - a. Sangat sering
  - b. Sering
  - c. Kadang-kadang saja
  - d. Jarang dilakukan
  - e. Tidak pernah dilakukan
3. Apakah iklan dilakukan oleh toko Ramai Mall Yogyakarta dapat mempengaruhi konsumen
  - a. Sangat mempengaruhi
  - b. Mempengaruhi
  - c. Kadang-kadang berpengaruh
  - d. Mempengaruhi sebagian kecil
  - e. Tidak ada yang berpengaruh

## 5. Keputusan Memilih Ramai Mall

1. Konsumen memilih Ramai Mall Yogyakarta karena harga yang ditawarkan murah
  - a. Sangat setuju
  - b. setuju
  - c. Kadang-kadang setuju
  - d. tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
2. Konsumen memilih Ramai Mall Yogyakarta karena letaknya yang strategis
  - a. Sangat setuju
  - b. setuju
  - c. Kadang-kadang setuju
  - d. tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
3. Konsumen memilih Ramai Mall Yogyakarta karena sistem pembayarannya dapat dilakukan dengan kartu kredit dan uang cash.
  - a. Sangat setuju
  - b. setuju
  - c. Kadang-kadang setuju
  - d. tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
4. Konsumen memilih Ramai Mall Yogyakarta karena barangnya berkualitas
  - a. Sangat setuju
  - b. setuju
  - c. Kadang-kadang setuju
  - d. tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
5. Konsumen memilih Ramai Mall Yogyakarta karena terdapat banyak diskon
  - a. Sangat setuju
  - b. setuju
  - c. Kadang-kadang setuju
  - d. tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
6. Konsumen memilih Ramai Mall Yogyakarta karena bisa sambil rekreasi
  - a. Sangat setuju
  - b. setuju
  - c. Kadang-kadang setuju
  - d. tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
7. Konsumen memilih Ramai Mall Yogyakarta karena mempunyai brand image yang bagus
  - a. Sangat setuju
  - b. setuju
  - c. Kadang-kadang setuju
  - d. tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju