

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

“Pengaruh Physical Evidence, Persepsi Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mr Suprek Cab Dharmawangsa Surabaya”

Kepada Responden yang terhormat, Assalamu’alaikum Wr.Wb

Salam sejahtera bagi kita semua, Syalom, Om Swastiastu Namo Buddhaya Salam Kebijakan. Perkenalkan Saya Nindya Kirana Rahma Nazihah Mahasiswa Program Studi Administrasi Bisnis Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul “ Pengaruh Physical Evidence, Persepsi Harga, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Mr Suprek Surabaya”. Oleh karena itu di perlukan dukungan dan partisipasi dari teman – teman untuk meluangkan waktu mengisi kuesioner ini dengan sejujurnya. Semua informasi yang diberikan akan dirahasiakan dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis, untuk memenuhi tugas akhir sebagai salah satu syarat kelulusan. Adapun kriteria untuk menjadi responden dalam penelitian ini yaitu

1. Konsumen atau pelanggan yang berusia 10 – 50 tahun
2. Konsumen atau pelanggan yang sudah pernah membeli ayam Mr Suprek
3. Konsumen atau pelanggan yang sudah berkunjung di Mr Suprek Surabaya

Oleh karena itu, saya selaku peneliti mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari meluangkan waktunya untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Atas perhatian dan ketersediaannya dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

- Laki-laki
 Perempuan

Usia :

- 10-25 Tahun 35-43 Tahun
 26-34 Tahun 44-50 Tahun

Pekerjaan :

- Pelajar/Mahasiswa

- ✓ Ibu Rumah Tangga
- ✓ Karyawan Swasta
- ✓ Pegawai Negeri Sipil...

pendapatan:

- < Rp 500.000
- Rp 500.000 - < Rp 2.000.000
- Rp 2.000.000 - < Rp 3.500.000
- Rp 3.500.000 - < Rp 5.000.000
- > Rp 5.000.000

Apakah Saudara pernah bertransaksi atau melakukan pembelian Mr Suprek Surabaya?

- Ya
- Tidak

B. Petunjuk Pengisian

Berikan jawaban pada pernyataan berikut ini sesuai dengan pendapat Saudara, dengan cara memberi tanda (✓) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut ini:

SS : Sangat Setuju (5)

S : Setuju (4)

KS : Kurang Setuju (3)

TS : Tidak Setuju (2)

STS :SangatTidak
Setuju(1)

C. Daftar Pernyataan

Pengaruh Physical Evidence, *Persepsi Harga*, dan *Kualitas Pelayanan* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Mr Suprek Cab Dharmawangsa Surabaya

1. Physical Evidence (X1)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Variabel Physical Evidence						
Fasilitas Eksterior						
1.	Mr Suprek Di Surabaya menyediakan lokasi parkir yang cukup					
2.	Mr. Suprek Pucang memiliki Pemandangan dari luar nampak bersih dan nyaman dilihat					
3.	Mr. Suprek Pucang Tampilan desain restoran dari luar nampak menarik perhatian saya					
4.	Mr Suprek di Surabaya mudah dikenali lingkungan sekitar					
Fasilitas Interior						
5.	Mr. Suprek Surabaya Gambar dan hiasan pada dinding-dinding sangat instragamable.					
6.	Mr. Suprek Surabaya memiliki Tata letak ruang tersusun sangat rapi dan sesuai manfaatnya masing- masing.					
7.	Mr Suprek Surabaya memiliki tata letak pencahayaan dan musik yang bagus					
Other Tangible						
8.	Pakaian yang dikenakan karyawan Mr. Suprek Pucang sesuai dengan ciri khasnya yang berwarna merah.					
9..	Rincian harga pada nota pembayaran terlihat jelas.					

2. Persepsi Harga (X2)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Variabel Persepsi Harga						
Keterjangkauan harga						
1.	Harga makanan pada Mr Suprek sangat terjangkau oleh konsumen					
2.	Harga bervariasi sesuai dengan ukuran produk di Mr Suprek Surabaya					
Kesesuaian harga dengan kualitas produk						
3.	Harga yang ditetapkan Mr Suprek sesuai dengan kualitas produk					
4.	Harga makanan dan minuman Mr Suprek sesuai dengan rasanya					
Kesesuaian harga dengan manfaat						
5.	Harga makanan Mr Suprek sesuai dengan manfaat yang dirasakan oleh konsumen.					
6.	Porsi makanan sebanding dengan harga yang dibayarkan					
Daya Saing Harga						
7.	Harga makanan yang dapat bersaing dengan rumah makan lainnya					
8.	Harga yang ditetapkan lebih murah dibandingkan dengan rumah makan lainnya.					

3. Kualitas Pelayanan (X3)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Variabel Kualitas Pelayanan						
Realiability (keandalan)						
1.	Menurut saya pelayanan pada Mr Suprek Surabaya sigap melayani konsumen atau pelanggan dan memberikan pelayanan yang baik					
2.	Menurut saya pelayanan yang berada di Mr Suprek Surabaya dapat memberikan sesuai dengan kebutuhan konsumen saat pesan makanan.					
Responstveness (daya tanggap)						
3.	Menurut saya pelayanan yang berada Mr Suprek CabPucang Surabaya tanggap dalam menjelaskan produk makanan dan minuman yang tidak diketahui oleh konsumen					
Assurance (jaminan)						
4.	Menurut saya pelayanan di Mr Suprek CabPucang Surabaya dapat bersedia mengganti makanan dan/ minuman jika terjadi hal yang tidak diinginkan					
5.	Menurut saya di Mr Suprek akan memberikan jaminan keamanan parkir aman					
Empaty (empati)						
6.	Menurut saya pelayanan di Mr Suprek Surabaya memberikan Keramahan dan kesopanan saat menanggapi kritik dan saran					
Tangible (bukti fisik)						
7.	Menurut saya kondisi ruangan Mr Suprek Surabaya tertata rapi, bersih, dan nyaman					
8.	Menurut saya MrSuprek memiliki fasilitas wastafel dan toilet yang disediakan dengan baik.					

4. Keputusan Pembelian (Y)

No.	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Variabel Keputusan Pembelian						
Kemantapan membeli setelah mengetahui informasi produk						
1.	Saya memutuskan membeli makan di Mr Suprek karena harga yang dikenakan terjangkau					
2.	Saya memutuskan melakukan membeli ulang karena banyak konsumen yang menyukai produknya.					
3.	Saya memutuskan membeli produk di Mr Suprek banyak variasi menu pilihan terfavorit konsumen.					
4.	Saya mengetahui semua informasi produk dari brosur yang disebarakan oleh karyawan Mr Suprek Surabaya.					
Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai						
5.	Saya memutuskan membeli produk makanan di Mr Suprek karena produknya terjamin dan berkualitas					
6.	Saya membeli produk di Mr Suprek karena Produk Ayam Geprek sangat di sukai oleh pelanggan.					
Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan						
7.	Saya memutuskan untuk membeli Ayam Geprek di Mr Suprek Surabaya setelah mencari informasi terlebih dahulu mengenai produk yang akan saya beli					
8.	Saya memutuskan membeli setelah melihat banyak konsumen yang membeli Mr Suprek di Surabaya					
Membeli karena mendapat rekomendasi dari orang lain						
9.	Saya memutuskan membeli dan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk Ayam Geprek di MrSuprek Surabaya					
10.	Saya memutuskan membeli dan akan mengajak teman maupun keluarga untuk membeli Ayam Geprek di Mr Suprek Surabaya .					

Lampiran 2 Tabulasi Data

1. Physical Evidence (X¹)

No Responde n	Pernyataan									Total Score	Rata - Rata Score
	1	2	3	4	5	6	7	8	9		
1	4	4	4	5	4	4	4	5	5	39	4,33
2	4	4	4	4	5	6	5	4	5	41	4,56
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4,00
4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	40	4,44
5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	41	4,56
6	4	5	4	3	4	4	4	4	4	36	4,00
7	4	4	5	4	5	4	4	4	4	38	4,22
8	4	4	4	4	5	5	5	5	5	41	4,56
9	4	5	5	4	5	4	3	4	4	38	4,22
10	5	4	5	5	5	4	4	5	5	42	4,67
11	5	5	5	5	4	4	4	4	5	41	4,56
12	5	4	5	4	4	5	4	5	5	41	4,56
13	4	5	4	4	4	4	5	4	5	39	4,33
14	5	5	4	4	4	4	5	4	5	40	4,44
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4,00
16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5,00
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5,00
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4,00
19	5	4	4	5	4	4	4	5	5	40	4,44
20	5	5	4	4	5	5	5	4	5	42	4,67
21	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4,13
22	5	4	4	4	4	4	4	4	4	37	4,11
23	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38	4,22
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4,00
25	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40	4,44
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4,00
27	4	5	5	5	4	5	5	4	4	41	8,20
28	4	5	4	5	4	5	4	5	4	40	4,44
29	4	4	4	5	4	5	5	5	5	41	4,56

66	5	5	4	4	4	4	5	4	35	4,38
67	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4,25
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
69	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
70	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
71	4	4	4	4	5	5	5	5	36	4,50
72	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
73	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
75	4	4	5	4	5	5	4	5	36	4,50
76	4	4	5	4	5	5	4	5	36	4,50
77	4	4	5	5	5	4	5	4	36	4,50
78	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4,50
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
80	4	4	4	4	4	5	5	5	35	4,38
81	4	4	4	5	5	5	5	5	37	4,63
82	4	5	4	5	4	4	5	5	36	4,50
83	5	5	4	5	4	4	5	5	37	4,63
84	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4,88
85	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
86	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4,88
87	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
88	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
89	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
90	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
91	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
92	5	5	4	5	4	5	5	4	37	4,63
93	4	4	4	4	5	4	4	5	34	4,25
94	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4,50
95	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
96	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
Total Score									3399	
Rata - Rata Score										4,49

64	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
65	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
66	4	5	5	5	4	5	4	4	36	8,00
67	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
68	4	4	4	4	4	4	4	4	32	7,11
69	4	5	4	4	4	5	4	4	34	4,25
70	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4,13
71	4	4	4	5	5	5	5	5	37	4,63
72	5	4	5	5	5	5	4	5	38	4,75
73	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
74	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
75	4	5	4	5	4	5	4	5	36	4,50
76	4	4	4	4	4	4	4	5	33	4,13
77	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4,25
78	5	4	5	4	5	4	5	4	36	4,50
79	4	4	5	5	4	4	4	5	35	4,38
80	5	4	5	4	5	4	5	4	36	4,50
81	5	4	4	5	5	5	5	5	38	4,75
82	5	4	5	4	5	4	4	5	36	4,50
83	5	4	5	5	4	5	4	5	37	4,63
84	5	5	4	5	5	5	5	5	39	4,88
85	5	5	5	5	5	5	5	4	39	4,88
86	4	5	4	5	5	4	5	5	37	4,63
87	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
88	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
89	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
90	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
91	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
92	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
93	4	4	4	4	5	5	5	5	36	4,50
94	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
95	4	4	4	4	4	4	4	4	32	4,00
96	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5,00
Total Score									3414	
Rata - Rata Score										4,51

D.Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No Responden	Pernyataan										Total Score	Rata - Rata Score
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
1	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	46	4,60
2	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	47	4,70
3	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	45	4,50
4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	46	4,60
5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	44	4,40
6	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4,10
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,00
8	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45	4,50
9	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	44	4,40
10	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5,00
11	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	46	4,60
12	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	45	4,50
13	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	47	4,70
14	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	45	4,50
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,00
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,00
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5,00
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,00
19	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	46	4,60
20	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	45	4,50
21	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4,10
22	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45	4,50
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5,00
24	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,00
25	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	42	4,20

57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39	4,00
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,00
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,00
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5,00
61	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42	4,20
62	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	44	4,40
63	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41	4,10
64	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	45	4,50
65	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44	4,40
66	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41	4,10
67	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	44	4,40
68	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	43	4,30
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,00
70	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41	4,10
71	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49	4,90
72	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	48	4,80
73	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	46	4,60
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,00
75	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46	4,60
76	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41	4,10
77	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	46	4,60
78	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	44	4,40
79	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49	4,90
80	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48	4,80
81	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	48	4,80
82	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	46	4,60
83	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	46	4,60
84	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49	4,90
85	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45	4,50
86	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45	4,50
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,00
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5,00
89	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48	4,80
90	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,00
91	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	45	4,50
92	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	45	4,50
93	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	45	4,50
94	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5,00
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5,00
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4,00
Total Score										4297		
Rata - Rata Score											4,48	

Lampiran 3 Uji Reliabilitas

A. Physical Evidence (x¹)

		Correlations									
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	,400*	,463**	,550**	,482**	,463**	,520**	,550**	,373*	,727**
	Sig. (2-tailed)		,029	,010	,002	,007	,010	,003	,002	,042	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	,400*	1	,309	,400*	,614**	,463**	,520**	,400*	,533**	,705**
	Sig. (2-tailed)	,029		,097	,029	,000	,010	,003	,029	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	,463**	,309	1	,309	,406*	,365*	,401*	,309	,099	,554**
	Sig. (2-tailed)	,010	,097		,097	,026	,047	,028	,097	,604	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	,550**	,400*	,309	1	,351	,463**	,676**	,850**	,533**	,773**
	Sig. (2-tailed)	,002	,029	,097		,057	,010	,000	,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	,482**	,614**	,406*	,351	1	,406*	,730**	,482**	,608**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,007	,000	,026	,057		,026	,000	,007	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	,463**	,463**	,365*	,463**	,406*	1	,401*	,463**	,428*	,671**
	Sig. (2-tailed)	,010	,010	,047	,010	,026		,028	,010	,018	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	,520**	,520**	,401*	,676**	,730**	,401*	1	,676**	,610**	,839**
	Sig. (2-tailed)	,003	,003	,028	,000	,000	,028		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8	Pearson Correlation	,550**	,400*	,309	,850**	,482**	,463**	,676**	1	,693**	,818**
	Sig. (2-tailed)	,002	,029	,097	,000	,007	,010	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9	Pearson Correlation	,373*	,533**	,099	,533**	,608**	,428*	,610**	,693**	1	,737**
	Sig. (2-tailed)	,042	,002	,604	,002	,000	,018	,000	,000		,000

N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total Pearson Correlation	,727**	,705**	,554**	,773**	,778**	,671**	,839**	,818**	,737**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,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).

B. Variabel Persepsi Harga (X2)

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	Total
X2.1 Pearson Correlation	1	,451*	,308	,522**	,313	,451*	,403*	,731**	,708**
Sig. (2-tailed)		,012	,097	,003	,092	,012	,027	,000	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.2 Pearson Correlation	,451*	1	,709**	,508**	,398*	,426*	,479**	,713**	,786**
Sig. (2-tailed)	,012		,000	,004	,029	,019	,007	,000	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.3 Pearson Correlation	,308	,709**	1	,653**	,499**	,558**	,572**	,558**	,811**
Sig. (2-tailed)	,097	,000		,000	,005	,001	,001	,001	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.4 Pearson Correlation	,522**	,508**	,653**	1	,193	,367*	,302	,649**	,709**
Sig. (2-tailed)	,003	,004	,000		,307	,046	,105	,000	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.5 Pearson Correlation	,313	,398*	,499**	,193	1	,725**	,535**	,398*	,668**
Sig. (2-tailed)	,092	,029	,005	,307		,000	,002	,029	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.6 Pearson Correlation	,451*	,426*	,558**	,367*	,725**	1	,479**	,426*	,737**
Sig. (2-tailed)	,012	,019	,001	,046	,000		,007	,019	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.7 Pearson Correlation	,403*	,479**	,572**	,302	,535**	,479**	1	,479**	,712**
Sig. (2-tailed)	,027	,007	,001	,105	,002	,007		,007	,000

N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X2.8 Pearson Correlation	,731**	,713**	,558**	,649**	,398*	,426*	,479**	1	,835**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,029	,019	,007		,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Total Pearson Correlation	,708**	,786**	,811**	,709**	,668**	,737**	,712**	,835**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	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).

C. Kualitas Pelayanan (X³)

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	totsl
X3.1 Pearson Correlation	1	,444*	,583**	,802**	,439*	,356	,600**	,505**	,792**
Sig. (2-tailed)		,014	,001	,000	,015	,053	,000	,004	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.2 Pearson Correlation	,444*	1	,583**	,356	,302	,356	,600**	,505**	,697**
Sig. (2-tailed)	,014		,001	,053	,105	,053	,000	,004	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.3 Pearson Correlation	,583**	,583**	1	,356	,165	,653**	,464**	,356	,697**
Sig. (2-tailed)	,001	,001		,053	,384	,000	,010	,053	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.4 Pearson Correlation	,802**	,356	,356	1	,426*	,365*	,554**	,683**	,756**
Sig. (2-tailed)	,000	,053	,053		,019	,047	,001	,000	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.5 Pearson Correlation	,439*	,302	,165	,426*	1	,426*	,503**	,426*	,619**
Sig. (2-tailed)	,015	,105	,384	,019		,019	,005	,019	,000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.6 Pearson Correlation	,356	,356	,653**	,365*	,426*	1	,700**	,683**	,756**
Sig. (2-tailed)	,053	,053	,000	,047	,019		,000	,000	,000

Y1.6	Pearson	,612**	,400*	,269	,427*	,512**	1	,294	,452*	,553**	,709**	,817**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,028	,150	,019	,004		,115	,012	,002	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.7	Pearson	,080	,171	,211	-,024	,479**	,294	1	,429*	,179	,247	,436*
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,674	,366	,263	,900	,007	,115		,018	,345	,188	,016
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.8	Pearson	,277	,263	,477**	,239	,380*	,452*	,429*	1	,422*	,380*	,671**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,138	,160	,008	,203	,038	,012	,018		,020	,038	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.9	Pearson	,239	,369*	,412*	,206	,328	,553**	,179	,422*	1	,328	,647**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,203	,045	,024	,274	,076	,002	,345	,020		,076	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Y1.10	Pearson	,515**	,327	,058	,255	,627**	,709**	,247	,380*	,328	1	,682**
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,004	,078	,760	,174	,000	,000	,188	,038	,076		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
total	Pearson	,672**	,690**	,629**	,481**	,627**	,817**	,436*	,671**	,647**	,682**	1
	Correlation											
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,007	,000	,000	,016	,000	,000	,000	
	N	30	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).

Variabel Physical Evidence (X1)

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.

Variabel Persepsi Harga (X2)

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.

Variabel Kualitas Pelayanan (X3)

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.

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

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.

Lampiran 4 Hasil analisis Data Asumsi Klasik

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		96
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,69114397
Most Extreme Differences	Absolute	,065
	Positive	,053
	Negative	-,065
Test Statistic		,065
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Multikolinieritas

Unstandardized Coefficients				Coefficients ^a			Collinearity Statistics	
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance	VIF
1	(Constant)	9,696	4,641		2,089	,039		
	Physical Evidence	-,096	,128	-,084	-,751	,454	,480	2,084
	Persepsi Harga	,715	,101	,565	7,098	,000	,953	1,049
	Kualitas Pelayanan	,381	,138	,311	2,754	,007	,473	2,115

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji linearitas

Physical Evidence (X1)

ANOVA Table

Sum of Squares		df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian *Physical Evidence	Between Groups (Combined)	127,334	10	12,733	,975
	Linearity	71,648	1	71,648	,022
	Deviation from Linearity	55,686	9	6,187	,474
Within Groups		1110,156	85	13,061	
Total		1237,490	95		

Persepsi Harga (X2)

ANOVA Table

Sum of Squares			df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian Persepsi Harga	*Between Groups (Combined)	607,412	8	75,926	10,484	,000
	Linearity	470,828	1	470,828	65,011	,000
	Deviation from Linearity	136,584	7	19,512	2,694	,014
	Within Groups	630,078	87	7,242		
	Total	1237,490	95			

Kualitas Pelayanan (X3)

ANOVA Table

Sum of Squares			df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian Kualitas Pelayanan	Between Groups (Combined)	282,682	8	35,335	3,220	,003
	*Groups Linearity	170,765	1	170,765	15,560	,000
	Deviation from Linearity	111,917	7	15,988	1,457	,193
	Within Groups	954,808	87	10,975		
	Total	1237,490	95			

Lampiran 5 Uji Hipotesis

Uji Regresi Linier Berganda]

Coefficients^a

Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients				
Model	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	
1	(Constant)	9,696	4,641		2,089	,039
	Physical Evidence	-,096	,128	-,084	-,751	,454
	Persepsi Harga	,715	,101	,565	7,098	,000
	Kualitas Pelayanan	,381	,138	,311	2,754	,007

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Parsial (t)

		Coefficients ^a				
Unstandardized Coefficients			Standardized Coefficients			
Model		B	Std. Error	Beta	T	Sig.
1	(Constant)	9,696	4,641		2,089	,039
	Physical Evidence	-,096	,128	-,084	-,751	,454
	Persepsi Harga	,715	,101	,565	7,098	,000
	Kualitas Pelayanan	,381	,138	,311	2,754	,007

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji Simultan (F)

		ANOVA ^a				
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	549,475	3	183,158	24,492	,000 ^b
	Residual	688,014	92	7,478		
	Total	1237,490	95			

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Physical Evidence

Uji Korelasi (uji r)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,666 ^a	,444	,426	2,735

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Physical Evidence

UJI DETERMINASI (R²)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,666 ^a	,444	,426	2,735

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Persepsi Harga, Physical Evidence