

## LAMPIRAN

### Lampiran 1 kuesioner

Dengan Hormat.

Perkenalkan Nama Saya Occa Putri Ade Wulandari, mahasiswa Jurusan Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya. Dalam rangka menyelesaikan tugas akhir sebagai syarat mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 (S1), maka saya sedang melakukan penelitian dengan judul **“Pengaruh Word Of Mouth, Sales Promotion, Dan Relationship Marketing Terhadap Keputusan Pembelian Di Dunkin Donuts Cabang Rumah Sakit Unair Surabaya”**. Oleh karena itu saya mengharapkan ketersediaan saudara/saudari untuk mengisi kuesioner dengan sebenar-benarnya.

Hormat Saya

Occa Putri Ade W

Apakah anda pernah melakukan transaksi pembelian di Dunkin Donut’s cabang rumah sakit unair Surabaya?

- Ya
- Tidak

### Identitas Responden

1. Nama Lengkap :

#### Jenis Kelamin

- Laki-laki
- Perempuan

#### Usia

- 15 – 20 tahun
- >20 – 30 tahun
- >30 – 40 tahun
- >40 – 50 tahun
- >50 – 60 tahun
- >60 tahun

#### Pekerjaan :

- Mahasiswa
- Pegawai Swasta
- Pegawai Negeri

#### Pendapatan :

- < Rp500.000
- Rp500.000 - Rp1.000.000
- Rp1.000.000 - Rp 2.000.000

○ Wiraswasta

○ Rp2.000.000 - Rp 3.000.000

### Petunjuk Pengisian Kuesioner

Sebelum mengisi kuesioner ini, mohon dibaca terlebih dahulu petunjuk dibawah ini. Pilihlah jawaban yang menurut anda paling sesuai, dengan memberi checklis pada kolom jawaban yang tersedia. Anda dapat memilih salah satu jawaban yang menurut anda paling tepat dengan keterangan sebagai berikut

Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

<b>Variabel <i>Word of Mouth</i></b>					
<b>Pertanyaan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>KS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
<b>Indikator <i>Talkers</i> (Pembicara)</b> 1. Saya mengetahui produk Dukin Donut's melalui informasi yang saya dapatkan dari orang-orang seperti (keluarga, kerabat, kenalan, teman atau informan lainnya)					
<b>Indikator <i>Topics</i> (Topik)</b> 2. Seseorang informan menceritakan hal-hal yang positif tentang produk dan layananan Dunkin Donut's kepada saya.					
<b>Indikator <i>Tools</i> (Alat)</b> 3. Seseorang menyampaikan informasi mengenai Dunkin Donut's kepada saya dibantu melalui bantuan media sosial seperti (wa, fb, instagram, x dll)					

<p><b>Indikator <i>Talking Part</i> (partisipan)</b></p> <p>4. Saat seseorang memberikan informasi kepada saya didalam suatu percakapan. Saya juga melihat adanya pihak Dunkin Donut's maupun informan lainnya yang juga ikut berpartisipasi memberikan komentar ysng positif tentang produk Dunkin Donut's.</p>					
<p><b>Indikator <i>Tracking</i> (Pengawasan)</b></p> <p>5. Menurut Saya pihak Dunkin Donut's juga memantau serta merespon setiap informasi pada layanan konsumen baik melalui media sosial, mention dan via e-mail.</p>					

<b>Variabel <i>Sales Promotion</i> (X2)</b>					
<b>Pertanyaan</b>	<b>1 STS</b>	<b>2 TS</b>	<b>3 KS</b>	<b>4 S</b>	<b>5 SS</b>
<p><b>Indikator <i>Contest and sweepstakes</i> (Kontes dan Undian)</b></p> <p>1. Setiap Bulannya Dunkin Donut's Mengadakan Kontes Dengan Hadiah Yang Menarik . Saya Tertarik Untuk Mengikuti Kontes Atau Undian Tersebut</p>					
<p><b>Indikator <i>Coupons</i> (kupon)</b></p> <p>2. Saya Mendapatkan Voucher kupon Promo Oleh Dunkin Donut's Setelah melakukan transaksi Pembelian dengan Paket Tertentu</p>					
<p><b>Indikator <i>Diskon</i></b></p> <p>3. Setiap melakukan transaksi pembelian. Saya Mendapatkan Potongan Harga Promo Penjualan Yang Diberikan Oleh Dunkin Donut's</p>					

<b>Indikator Price pack</b> (Kesepakatan harga kemasan)					
	4. Saya bisa mendapatkan produk gratis atau menebus murah produk, dengan melakukan kesepakatan pembelian tertentu.				

<b>Variabel Relationship Marketing (X3)</b>					
<b>Pertanyaan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>KS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
<b>Indikator Attraction (Daya tarik)</b> 1. saya merasa dunkin donut menawarkan banyak keuntungan ketika menjadi pelanggan yang membuat saya tertarik untuk menjadi member.					
<b>Indikator Retention (Penjagaan)</b> 2. saya merasa dunkin donut memberikan penjagaan kepada para pelanggan dengan meningkatkan kualitas pelayanan dan produk					
<b>Indikator Enchancement (Peningkatan hubungan)</b> 3. saya merasa dunkin donut terus memperkuat hubungannya dengan pelanggan melalui program loyalitas yang memberikan reward dan promosi khusus.					

<b>Variabel Keputusan Pembelian (Y)</b>					
<b>Pertanyaan</b>	<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>	<b>5</b>
	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>KS</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>

<p><b>Indikator Individu (Personal)</b></p> <p>1. Saya secara personal membeli produk Dunkin Donut's dikarenakan saya menyukai produk tersebut.</p>					
<p><b>Indikator Psychological (Psikologis)</b></p> <p>2. Saya termotivasi membeli produk Dunkin Donut's dikarenakan pengaruh sosial saya oleh teman, kerabat dan keluarga saya</p>					
<p><b>Indikator Sosial</b></p> <p>3. Saya membeli produk Dunkin Donut's karena mendapatkan rekomendasi produk dari lingkungan sosial saya seperti teman, keluarga, kerabat, teman dan kelompok organisasi saya.</p>					

## Lampiran 2 Uji Validitas & Reabilitas

### a. Variabel Wom (X1)

**Correlations**

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_TOTAL
X1_1	Pearson Correlation	1	.790**	.501**	.594**	.667**	.789**
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1_2	Pearson Correlation	.790**	1	.717**	.727**	.768**	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1_3	Pearson Correlation	.501**	.717**	1	.783**	.759**	.864**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1_4	Pearson Correlation	.594**	.727**	.783**	1	.913**	.918**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1_5	Pearson Correlation	.667**	.768**	.759**	.913**	1	.935**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30
X1_TOTAL	Pearson Correlation	.789**	.900**	.864**	.918**	.935**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	5

**b. Variabel Sales Promotion (X2)**

**Correlations**

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_Total
X2_1	Pearson Correlation	1	.609**	.589**	.648**	.824**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2_2	Pearson Correlation	.609**	1	.771**	.865**	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2_3	Pearson Correlation	.589**	.771**	1	.792**	.873**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30
X2_4	Pearson Correlation	.648**	.865**	.792**	1	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30
X2_Total	Pearson Correlation	.824**	.911**	.873**	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

### c. Validitas Relationship Marketing

**Correlations**

		X3_1	X3_2	X3_3	X3_Total
X3_1	Pearson Correlation	1	.756**	.629**	.918**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30
X3_2	Pearson Correlation	.756**	1	.605**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30
X3_3	Pearson Correlation	.629**	.605**	1	.824**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30
X3_Total	Pearson Correlation	.918**	.897**	.824**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	3



#### d. Validitas Keputusan Pembelian

		KP_1	KP_2	KP_3	KP_Total
KP_1	Pearson Correlation	1	.682**	.458*	.862**
	Sig. (2-tailed)		.000	.011	.000
	N	30	30	30	30
KP_2	Pearson Correlation	.682**	1	.565**	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000
	N	30	30	30	30
KP_3	Pearson Correlation	.458*	.565**	1	.776**
	Sig. (2-tailed)	.011	.001		.000
	N	30	30	30	30
KP_Total	Pearson Correlation	.862**	.892**	.776**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30

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

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

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.852	3

**Lampiran 3 Uji Asumsi Klasik**

**a.Uji Normalitas**

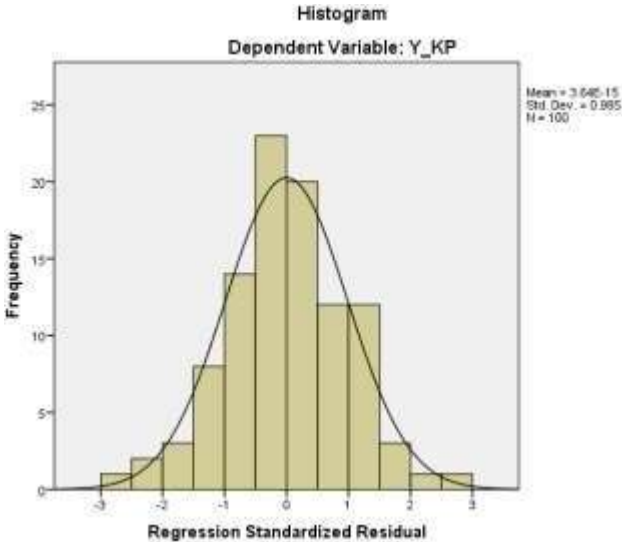
One sample Kolmogorov-Smirnov

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

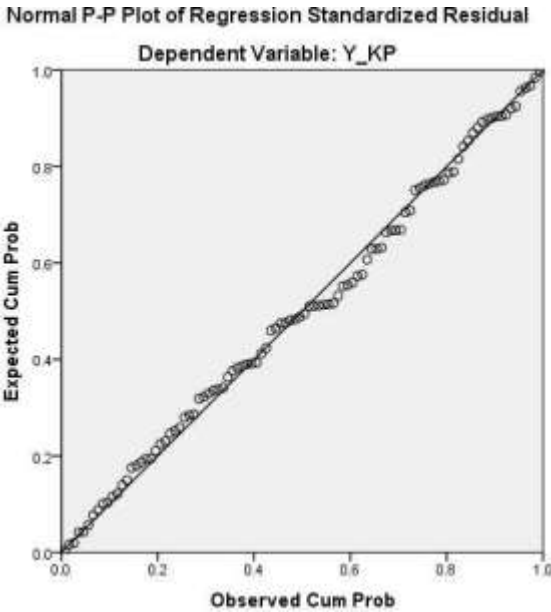
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.10376082
Most Extreme Differences	Absolute	.050
	Positive	.050
	Negative	-.040
Test Statistic		.050
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

# Uji Normalitas Model Histogram



# Uji P-Plot



## Uji Multikolonieritas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	5.347	.620		8.622	.000		
WOM	.219	.033	.478	6.729	.000	.936	1.068
Sales promotion	.054	.026	.159	2.076	.041	.799	1.252
Relationship Marketing	.171	.037	.365	4.647	.000	.762	1.312

a. Dependent Variable: Y\_KPD

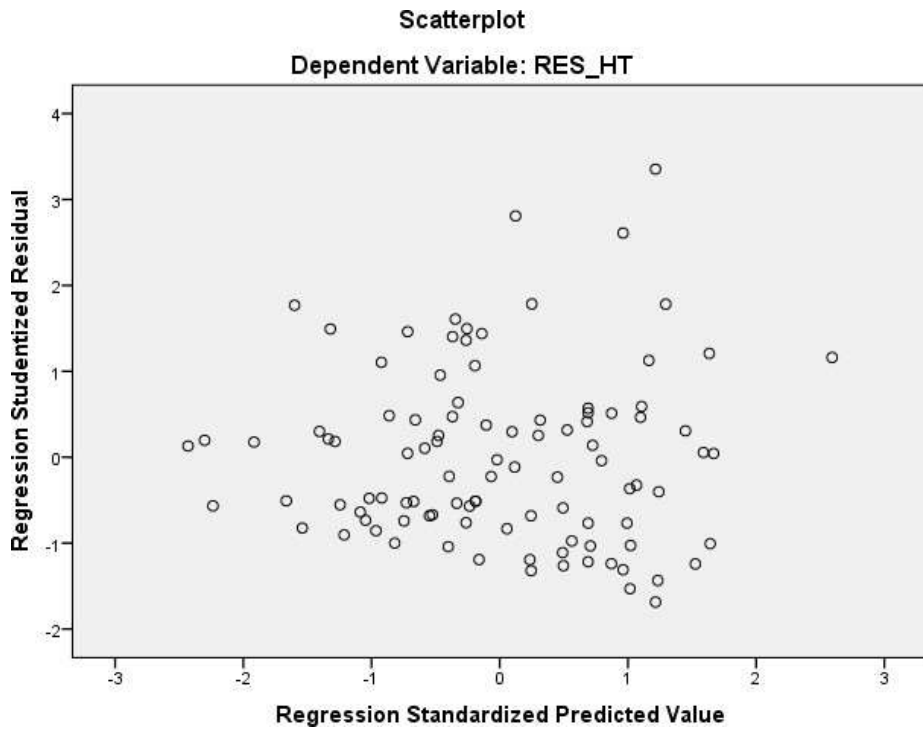
## Uji Heterokedasitas

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

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.086	.108		.804	.424
WOM	-.009	.006	-.153	-1.508	.135
Sales promotion	.005	.004	.120	1.092	.277
Relationship Marketing	.011	.006	.198	1.763	.081

a. Dependent Variable: RES\_HT

## Uji Scatterplot



## Uji Linearitas

### Linearitas -Wom (X1)

**ANOVA Table**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * X1_WOM	Between Groups	(Combined)	73.012	11	6.637	1.396	.189
		Linearity	39.317	1	39.317	8.270	.005
		Deviation from Linearity	33.695	10	3.369	.709	.714
Within Groups			418.378	88	4.754		
Total			491.390	99			

### Uji Linearitas Sales Promotion (X2)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * X2_Sales Promotion	Between Groups	(Combined) Linearity	60.303 .382	14 1	4.307 .382	.849 .075	.615 .784
		Deviation from Linearity	59.921	13	4.609	.909	.547
	Within Groups		431.087	85	5.072		
	Total		491.390	99			

### Uji Linearitas\_Relationship Marketing (X3)

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian * X3_Relationship Marketing	Between Groups	(Combined) Linearity	23.123 .414	9 1	2.569 .414	.494 .080	.875 .778
		Deviation from Linearity	22.708	8	2.839	.546	.819
	Within Groups		468.267	90	5.203		
	Total		491.390	99			

#### Lampiran 4. Uji Regresi linear Berganda

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.347	.620		8.622	.000
	WOM	.219	.033	.478	6.729	.000
	Sales promotion	.054	.026	.159	2.076	.041
	Relationship Marketing	.171	.037	.365	4.647	.000

a. Dependent Variable: Y\_KPD

#### Uji Hipotesis

##### Uji t

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

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5.347	.620		8.622	.000
	WOM	.219	.033	.478	6.729	.000
	Sales promotion	.054	.026	.159	2.076	.041
	Relationship Marketing	.171	.037	.365	4.647	.000

a. Dependent Variable: Y\_KPD

## Uji F

ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	65.663	3	21.888	38.738	.000 <sup>b</sup>
	Residual	54.241	96	.565		
	Total	119.904	99			

a. Dependent Variable: Y\_KPD

b. Predictors: (Constant), Relationship Marketing, WOM, Sales promotion

## Uji R<sup>2</sup>


Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.740 <sup>a</sup>	.548	.533	.752

a. Predictors: (Constant), X3\_RM, X2\_SPD, WOM



## Lampiran Bukti Surat Bimbingan


**UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAQ) SURABAYA**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**  
 Program Studi : • Administrasi Publik • Administrasi Bisnis • Ilmu Komunikasi  
 • Magister Administrasi Publik • Magister Ilmu Komunikasi • Doktor Ilmu Administrasi  
 Gedung F, 101, J. Semolowaru 4E Surabaya (60118)  
 Telp. 031-5991742, 5931820 psw. 138 email : fkip@untag-sby.ac.id

---

**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**

Nama : Occa Putri Ade Wulandari  
 NBI : 1122000034  
 Program Studi : Administrasi Niaga  
 Dosen Pembimbing I : Dra. Ni Made Ida Pratiwi, M.M.  
 Dosen Pembimbing II : Drs. Uti Chairuz M. Nasution, M.S.  
 Judul Skripsi : Pengaruh Word Of Mouth, Sales Promotion dan Relationship Marketing terhadap keputusan pembelian di Dunkin'Donuts Cabang Rumah Sakit Unsur Surabaya

No	Tanggal	Isi/Pertemuan	Pembimbing	
			Paraf Dosen I	Paraf Dosen II
1	6/5/24	Judul Acc	Dr	
2	14 Mei 24	bab I Acc		Dr
3	20 Mei 24	bab I Acc & her 6		
4	28/5/24	Bab I Acc dan penambahan Catatan	Dr	
5	3 Apr	Bab II Perbaiki		Dr
6	25 Apr 24	Bab I Acc		
7	26 Apr 24	Bab II Revisi front	Dr	
8	30 Apr 24	Bab III Revisi		Dr
9	2 Mei 24	Bab III Acc & her 6		
10	2/5/24	Bab I Acc	Dr	
11	9/5/24	Bab III tambahan uji $R^2$ + Kuesioner Acc	Dr	
12	15 Mei 24	Bab IV Perbaiki		Dr
13	16 Mei 24	Bab IV Acc		Dr
14	17/6/24	Bab IV Revisi revisi	Dr	



## Lampiran Surat Keterangan Turnitin



UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH  
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya  
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

### SURAT KETERANGAN

Nomor: 342/K/LOD/V/2024

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom

NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Occa Putri Ade Wulandari

NBI : 1122000034

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk Bab 1,4,5 skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.

Surat Keterangan ini di berikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran ujian skripsi".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 30 Mei 2024

Mengetahui

Kepala Lab. Otoda,



Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

Moh. Dey Prayogo, S.I.kom., M.I.Kom

## Lampiran Revisi

PROGRAM STUDI ADMINISTRASI NIAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Occa Putri Ade Wulandari

NIM : 1122000034

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 12 Juni 2024

Judul Skripsi : PENGARUH WORD OF MOUTH, SALES PROMOTION, DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DUNKIN DONUTS CABANG RUMAH SAKIT UNAIR SURABAYA

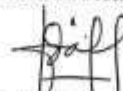
Catatan Perbaikan:

- Abstrak 1 spasi
- Daftar pustaka 1 spasi antar 2 spasi

Surabaya, <sup>20/6 '24</sup>.....  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,



Revisi dari Dosen Penguji,



(Ni Made (da P))

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Occa Putri Ade Wulandari

NIM : 1122000034

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 12 Juni 2024

Judul Skripsi : PENGARUH WORD OF MOUTH, SALES PROMOTION, DAN RELATIONSHIP MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DUNKIN DONUTS CABANG RUMAH SAKIT UNAIR SURABAYA

Catatan Perbaikan:

Analisis uji  $R^2$  (hal 91)  
pembahasan  
tabel 4.13 indikator 1 ? (hal 77)

Surabaya, 21 Juni  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

### LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Occa Putri Ade Wulandari

NIM : 1122000034

Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 12 Juni 2024

Judul Skripsi : PENGARUH WORD OF MOUTH, SALES PROMOTION, DAN RELATIONSHIP  
MARKETING TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI DUNKIN DONUTS  
CABANG RUMAH SAKIT UNAIR SURABAYA

Catatan Perbaikan:

- ~~• Menulis Indikator Pembelian~~
- ~~• Rumusan Indikator~~ ✓
- ~~• Daftar Isi~~

Surabaya, .....  
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,



Revisi dari Dosen Penguji



Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.