

Lampiran 1  
Kisi-kisi koesioner

No	Variabel	Indikator	Pertanyaan kuesioner
1	Lokasi	Akses	1. Keterjangkauan suatu lokasi Warkop Brewok II Malang dapat mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian
		Visibilitas	2. Warkop Brewok II Malang dapat dilihat dengan jelas dari kejauhan
		Lalu lintas	3. Kelancaran akses menuju lokasi Warkop Brewok II Malang sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen
		Tempat Parkir	4. Warkop Brewok II Malang menyediakan lahan parkir yang cukup luas dan sangat aman
		Ekspansi	5. Warkop Brewok II Malang mempunyai ukuran bangunan yang cukup luas
		Lingkungan	6. Lokasi Warkop Brewok II Malang yang dekat dengan lingkungan masyarakat memudahkan konsumen untuk datang
		Persaingan	7. Produk yang dijual di Warkop Brewok II Malang memiliki perbedaan dengan pedagang yang lain
		Peraturan Pemerintah	8. Terdapat pajak retribusi di lokasi Warkop Brewok II Malang
2	Harga	Harga Terjangkau	1. Harga produk di Warkop Brewok II Malang terjangkau

			2. Harga produk di Warkop Brewok II Malang sesuai dengan daya beli konsumen
		Kesesuaian Harga dengan Kualitas	3. Harga produk di Warkop Brewok II Malang sesuai dengan kualitas rasa 4. Harga produk di Warkop Brewok II Malang sesuai dengan porsinya
		Harga memiliki Daya Saing dengan produk lain	5. Harga produk di Warkop Brewok II Malang ini lebih murah dibandingkan di tempat lain 6. harga produk di Warkop Brewok II Malang mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis
3	Kualitas Pelayanan	Bukti fisik	1. Kinerja di Warkop Brewok II Malang dapat menghasilkan pelayanan yang akurat 2. Warkop Brewok II Malang dapat melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan terpercaya
		Empati	3. Warkop Brewok II Malang memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan yang diharapkan 4. Dengan perhatian yang diberikan oleh pelayan Warkop Brewok II Malang dapat membuat konsumen mengambil keputusan untuk membeli
		Daya tanggap	5. Karyawan di Warkop Brewok II Malang selalu tepat waktu dalam memenuhi permintaan konsumen 6. Konsumen di Warkop Brewok II Malang membutuhkan ketepatan

			karyawan dalam memenuhi permintaan
		Kehandalan	<p>7. Karyawan di Warkop Brewok II Malang tanggap dalam menanggapi keluhan pembeli</p> <p>8. Konsumen di Warkop Brewok II Malang membutuhkan pelayanan yang tanggap dalam setiap permintaan</p>
		Jaminan	<p>9. Empati yang diberikan pelayan Warkop Brewok II Malang yang baik dapat menarik perhatian seorang konsumen untuk melakukan pembelian</p> <p>10. Pemberian perhatian khusus kepada konsumen di Warkop Brewok II Malang sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen</p>
4	Keputusan pembelian	pemantapan akan informasi dari sebuah produk	<p>1. Tertarik untuk membeli di Warkop Brewok II Malang karena tersedia banyak produk</p> <p>2. Berminat untuk membeli di Warkop Brewok II Malang karena keinginan saya</p>
		Kemantapan akan pembelian produk	<p>3. Bersedia merekomendasikan produk Warkop Brewok II Malang kepada orang lain</p> <p>4. Membantu memberikan informasi dan menyarankan Warkop Brewok II Malang sebagai tempat bersantai di waktu luang</p>

		Kemantapan akan manfaat penjualan	<p>5. Saya memilih Warkop Brewok II Malang dalam memenuhi kebutuhan saya</p> <p>6. Warkop Brewok II Malang lebih menarik perhatian saya</p>
		Kemantapan akan pembelian ulang produk	<p>7. Saya menanyakan informasi produk di Warkop Brewok II Malang kepada orang yang sudah mencobanya</p> <p>8. Saya tertarik membeli di Warkop Brewok II Malang setelah mendapatkan informasi dari teman atau kerabat</p>

Lampiran 2  
Lembar Koesioner

### KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat, saya Agriansyah, mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi (STIE) Malangkuçeçwara Malang Program Studi Manajemen, dalam rangka penyusunan skripsi dengan judul **“Pengaruh Lokasi, Harga Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan pembelian Konsumen Di Warkop Brewok II Malang”**. Bersama ini, saya memohon kesediaannya untuk mengisi kuesioner yang telah saya sediakan. Atas perhatian dan waktunya saya ucapkan terima kasih.

#### **A. Karakteristik Responden**

1. Nama : .....
2. Jenis Kelamin :
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan

3. Umur : .....tahun

4. Pekerjaan : .....

## **B. Daftar Pertanyaan**

Berilah tanda (√) pada jawaban yang menurut saudara/i sesuai berdasarkan penelitian dibawah ini

Keterangan :

STS :Sangat Tidak Setuju

TS :Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

### C. Kuesioner Pernyataan

#### 1. Lokasi

Pertanyaan kuesioner	STS	TS	N	S	SS
1. Keterjangkauan suatu lokasi Warkop Brewok II Malang dapat mempermudah konsumen untuk melakukan pembelian					
2. Warkop Brewok II Malang dapat dilihat dengan jelas dari kejauhan					
3. Kelancaran akses menuju lokasi Warkop Brewok II Malang sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen					
4. Warkop Brewok II Malang menyediakan lahan parkir yang cukup luas dan sangat aman					
5. Warkop Brewok II Malang mempunyai ukuran bangunan yang cukup luas					
6. Lokasi Warkop Brewok II Malang yang dekat dengan lingkungan masyarakat memudahkan konsumen untuk datang					
7. Produk yang dijual di Warkop Brewok II Malang memiliki perbedaan dengan pedagang yang lain					
8. Terdapat pajak retribusi di lokasi Warkop Brewok II Malang					

#### 2. Harga

Pertanyaan kuesioner	STS	TS	N	S	SS
1. Harga produk di Warkop Brewok II Malang terjangkau					
2. Harga produk di Warkop Brewok II Malang sesuai dengan daya beli konsumen					
3. Harga produk di Warkop Brewok II Malang sesuai dengan kualitas rasa					

4. Harga produk di Warkop Brewok II Malang sesuai dengan porsinya					
5. Harga produk di Warkop Brewok II Malang ini lebih murah dibandingkan di tempat lain					
6. harga produk di Warkop Brewok II Malang mampu bersaing dengan produk lain yang sejenis					

### 3. Kualitas Pelayanan

Pertanyaan kuesioner	STS	TS	N	S	SS
1. Kinerja di Warkop Brewok II Malang dapat menghasilkan pelayanan yang akurat					
2. Warkop Brewok II Malang dapat melaksanakan pelayanan yang dijanjikan dengan terpercaya					
3. Warkop Brewok II Malang memenuhi kebutuhan konsumen sesuai dengan yang diharapkan					
4. Dengan perhatian yang diberikan oleh pelayan Warkop Brewok II Malang dapat membuat konsumen mengambil keputusan untuk membeli					
5. Karyawan di Warkop Brewok II Malang selalu tepat waktu dalam memenuhi permintaan konsumen					
6. Konsumen di Warkop Brewok II Malang membutuhkan ketepatan karyawan dalam memenuhi permintaan					
7. Karyawan di Warkop Brewok II Malang tanggap dalam menanggapi keluhan pembeli					
8. Konsumen di Warkop Brewok II Malang membutuhkan pelayanan yang tanggap dalam setiap permintaan					

9. Empati yang diberikan pelayan Warkop Brewok II Malang yang baik dapat menarik perhatian seorang konsumen untuk melakukan pembelian					
10. Pemberian perhatian khusus kepada konsumen di Warkop Brewok II Malang sangat mempengaruhi keputusan pembelian konsumen					

4. Keputusan pembelian

Pertanyaan kuesioner	STS	TS	N	S	SS
1. Saya tertarik untuk membeli di Warkop Brewok II Malang karena tersedia banyak produk					
2. Saya berminat untuk membeli di Warkop Brewok II Malang karena keinginan saya					
3. Saya bersedia merekomendasikan produk Warkop Brewok II Malang kepada orang lain					
4. Saya membantu memberikan informasi dan menyarankan Warkop Brewok II Malang sebagai tempat bersantai di waktu luang					
5. Saya memilih Warkop Brewok II Malang dalam memenuhi kebutuhan saya					
6. Warkop Brewok II Malang lebih menarik perhatian saya					
7. Saya menanyakan informasi produk di Warkop Brewok II Malang kepada orang yang sudah mencobanya					
8. Saya tertarik membeli di Warkop Brewok II Malang setelah mendapatkan informasi dari teman atau kerabat					





37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
38	5	5	5	5	5	5	3	5	38
39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
41	5	5	5	5	4	3	5	5	37
42	5	5	5	5	5	5	5	5	40
43	5	5	5	5	5	4	4	5	38
44	5	5	5	5	5	4	4	5	38
45	5	5	4	4	4	5	5	5	37
46	5	5	5	5	5	5	5	5	40
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40
48	5	5	5	5	5	4	4	3	36
49	4	4	4	4	4	4	4	3	31
50	4	4	4	4	4	4	4	4	32
51	5	5	5	5	4	3	4	4	35
52	4	4	4	5	3	4	5	5	34
53	4	4	4	4	4	4	4	5	33
54	4	4	4	5	4	4	4	5	34
55	5	5	5	5	4	4	4	5	37
56	5	5	5	5	4	4	4	5	37
57	5	5	5	5	4	4	4	4	36
58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	4	5	4	5	4	4	4	4	34
61	5	5	5	5	5	4	3	4	36
62	4	4	4	4	4	3	4	4	31
63	4	4	4	4	4	3	4	4	31
64	5	5	4	5	3	3	4	3	32
65	5	5	4	5	3	4	5	5	36
66	4	4	4	4	4	5	4	4	33
67	4	4	4	4	4	5	4	4	33
68	4	4	4	4	4	4	5	5	34
69	5	5	5	5	5	4	4	4	37
70	5	5	5	5	4	5	5	5	39
71	4	4	5	5	4	4	4	4	34
72	5	5	5	5	4	5	5	5	39
73	4	4	4	4	4	4	5	5	34
74	4	4	4	4	4	4	4	3	31
75	4	4	4	4	4	3	4	4	31
76	5	5	5	5	5	5	5	5	40
77	4	4	5	5	4	4	4	4	34

78	4	4	4	4	4	4	4	4	32
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	4	4	4	4	4	4	3	4	31
81	4	4	5	5	4	4	4	4	34
82	5	5	5	5	4	5	5	5	39
83	4	4	4	4	4	4	5	5	34
84	4	4	4	4	4	4	4	3	31
85	4	4	4	4	4	3	4	4	31
86	5	5	5	5	5	5	3	5	38

## 2. Harga

Responden	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	Total_X2
1	5	5	4	5	4	4	27
2	5	5	4	5	4	4	27
3	4	4	4	4	4	4	24
4	5	5	5	4	4	4	27
5	4	5	4	5	4	4	26
6	5	5	5	5	4	4	28
7	4	4	4	4	4	4	24
8	4	5	5	5	4	5	28
9	5	4	4	4	4	4	25
10	5	4	4	5	3	4	25
11	4	5	4	5	3	5	26
12	5	4	4	5	3	5	26
13	4	4	3	5	4	4	24
14	4	5	3	5	5	5	27
15	4	4	5	4	5	3	25
16	4	4	5	3	3	4	23
17	4	4	4	4	5	3	24
18	5	4	4	4	4	4	25
19	5	5	5	5	5	5	30
20	3	5	5	5	5	5	28
21	4	5	5	5	5	5	29
22	5	5	5	4	5	4	28
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	5	5	5	5	30
25	4	5	4	4	4	4	25
26	4	4	4	4	5	5	26
27	4	4	3	4	5	5	25
28	3	3	4	5	4	5	24

29	4	4	4	4	5	4	25
30	4	4	4	5	4	5	26
31	4	4	4	4	4	5	25
32	4	4	3	4	4	4	23
33	4	4	3	3	4	3	21
34	5	5	5	5	5	4	29
35	4	4	4	5	4	4	25
36	5	5	5	5	5	5	30
37	5	5	5	5	5	5	30
38	5	5	5	5	5	5	30
39	5	5	5	5	5	5	30
40	4	4	4	4	4	4	24
41	5	5	5	5	5	4	29
42	5	5	5	5	5	5	30
43	5	5	5	5	5	5	30
44	5	5	5	5	5	5	30
45	4	4	4	5	5	4	26
46	5	5	5	5	5	5	30
47	5	5	3	5	5	5	28
48	4	5	3	5	3	5	25
49	4	3	4	4	3	4	22
50	5	5	5	4	4	4	27
51	4	4	4	5	4	4	25
52	3	5	4	4	5	3	24
53	5	5	5	4	5	4	28
54	5	5	5	4	5	4	28
55	5	5	5	5	5	4	29
56	4	4	4	5	5	4	26
57	4	4	4	5	4	4	25
58	4	4	5	4	4	4	25
59	4	4	5	4	4	4	25
60	4	4	4	4	4	4	24
61	4	3	4	5	4	5	25
62	3	4	5	4	4	4	24
63	3	4	5	4	4	4	24
64	3	4	3	5	3	3	21
65	5	5	5	5	5	3	28
66	5	4	4	4	4	4	25
67	4	4	5	4	4	4	25
68	5	4	5	4	5	4	27
69	4	4	4	5	4	5	26

70	5	5	5	5	5	4	29
71	4	3	4	4	4	4	23
72	4	4	5	5	5	4	27
73	5	4	5	4	5	4	27
74	3	3	4	4	3	4	21
75	4	3	5	4	4	4	24
76	5	5	5	5	5	5	30
77	4	4	4	4	4	4	24
78	4	4	4	4	4	4	24
79	4	4	4	4	4	4	24
80	4	4	4	4	4	4	24
81	4	3	4	4	4	4	23
82	4	4	5	5	5	4	27
83	5	4	5	4	5	4	27
84	3	3	4	4	3	4	21
85	4	3	5	4	4	4	24
86	5	5	5	5	5	5	30

### 3. Kualitas Pelayanan

Responden	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	Total_X3
1	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
2	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47
3	4	4	4	5	4	3	4	4	3	3	38
4	4	5	4	5	4	4	5	4	2	3	40
5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	43
6	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	45
7	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	39
8	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	44
9	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	43
10	5	4	4	5	4	4	3	3	5	5	42
11	5	5	5	5	5	5	3	3	4	4	44
12	5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	45
13	5	5	4	4	4	3	3	4	4	4	40
14	5	5	5	5	5	3	3	5	4	4	44
15	4	4	4	4	3	4	4	5	3	3	38
16	2	4	3	3	4	4	4	3	4	4	35
17	4	5	5	5	3	3	4	5	3	3	40
18	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
19	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
20	5	5	5	5	0	5	5	5	5	5	45

21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
22	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
23	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47
24	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	47
25	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
26	4	4	4	5	5	4	4	5	3	3	41
27	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	43
28	5	5	4	5	5	5	4	4	1	5	43
29	4	4	4	4	4	4	5	5	2	3	39
30	5	5	5	5	5	4	4	4	2	3	42
31	4	4	3	4	5	4	3	4	2	3	36
32	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
33	3	3	4	4	3	4	4	4	5	5	39
34	5	5	5	5	4	2	5	5	4	4	44
35	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	44
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
38	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	48
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
41	5	5	5	5	4	2	5	5	4	4	44
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
43	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
44	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
45	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
46	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
47	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	48
48	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	44
49	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
51	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	42
52	4	4	4	5	2	4	5	5	4	4	41
53	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
54	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	44
55	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	47
56	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	45
57	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	44
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
60	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
61	5	5	5	5	5	4	3	4	3	3	42

62	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	37
63	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	37
64	5	5	4	5	3	3	4	3	4	4	40
65	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	46
66	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	43
67	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	41
68	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
69	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	45
70	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
71	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
72	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	47
73	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44
74	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
75	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	37
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	42
80	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	41
81	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	38
82	5	5	4	5	3	3	4	3	4	4	40
83	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	46
84	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	42
85	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	40
86	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	44

#### 4. Keputusan pembelian

Responden	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	Y.8	Total_Y
1	4	5	4	5	5	4	4	4	35
2	5	4	5	5	4	5	5	5	38
3	4	3	4	5	4	4	4	3	31
4	5	4	5	5	5	5	5	5	39
5	4	4	4	5	4	5	5	5	36
6	4	5	4	5	4	5	5	5	37
7	4	3	4	5	4	4	4	4	32
8	4	5	4	4	5	5	4	5	36
9	3	5	4	5	4	4	4	4	33
10	3	5	3	5	4	3	4	3	30
11	5	4	3	5	5	5	3	5	35
12	5	5	4	5	5	5	4	5	38





54	4	4	4	5	4	3	5	4	33
55	5	4	4	5	5	5	5	5	38
56	5	4	4	5	5	5	5	5	38
57	5	4	4	5	5	5	5	5	38
58	4	4	4	4	4	4	4	4	32
59	4	4	4	4	4	4	4	4	32
60	4	5	4	5	5	4	4	5	36
61	4	4	3	5	5	4	4	5	34
62	4	4	4	4	4	4	4	4	32
63	3	4	4	4	4	4	3	4	30
64	3	4	4	5	5	3	4	5	33
65	3	4	5	5	5	3	4	5	34
66	4	4	4	4	4	3	4	3	30
67	5	5	4	4	4	5	5	5	37
68	5	5	5	4	4	5	4	4	36
69	4	4	4	5	5	4	4	5	35
70	5	5	5	5	5	5	4	5	39
71	4	4	4	5	4	4	4	4	33
72	5	4	5	5	5	5	5	5	39
73	4	3	5	4	4	4	3	4	31
74	4	3	4	4	4	4	4	5	32
75	5	4	4	4	4	5	4	5	35
76	4	5	5	5	5	3	3	4	34
77	3	4	4	5	4	4	3	5	32
78	5	4	4	4	4	5	5	5	36
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	4	4	3	4	4	4	4	4	31
81	4	4	4	5	4	4	4	4	33
82	5	4	5	5	5	5	5	5	39
83	4	3	5	4	4	4	3	4	31
84	4	3	4	4	4	4	4	5	32
85	5	4	4	4	4	5	4	5	35
86	5	5	3	5	5	5	5	5	38