

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian**KUESIONER PENELITIAN****PENGARUH KUALITAS PELAYANAN, FASILITAS, HARGA DAN
ONLINE MARKETING TERHADAP KEPUASAN KONSUMEN
(Survey Pada UMKM Seblak di Kota Tasikmalaya)**

Berikut adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang **“Pengaruh Kualitas Pelayanan, Fasilitas, Harga dan *Online Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian”**. Sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di Universitas Siliwangi, maka dengan ini saya mengharapkan bantuan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pernyataan yang peneliti sertakan di bawah ini.

Agar memperoleh masukan yang berarti, saya berharap kuesioner diisi dengan keadaan sebenarnya. Semua sumber dan data yang diperoleh dijamin kerahasiannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian.

Atas perhatian dan bantuannya menjadi responden, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

**Muhammad Rayka Yazhar Alwasi
NPM. 203401195**

Lampiran 1: Lanjutan

A. Kualitas Pelayanan

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Tangible						
1	Fasilitas yang disediakan UMKM Seblak sudah bersih dan rapi					
2	Penampilan karyawan UMKM Seblak rapi dan profesional					
3	Peralatan yang digunakan oleh UMKM Seblak terlihat modern dan terawat					
Empathy						
4	Karyawan UMKM Seblak menunjukkan perhatian yang tulus kepada pelanggan					
5	Karyawan UMKM Seblak mendengarkan kebutuhan dan keluhan pelanggan dengan baik					
6	Pelayanan yang diberikan UMKM Seblak sesuai dengan kebutuhan individu pelanggan					
Responsiveness						
7	Karyawan UMKM Seblak cepat tanggap dalam melayani pelanggan					
8	Karyawan UMKM Seblak segera menangani setiap keluhan atau masalah pelanggan					
9	Pelayanan yang diberikan UMKM Seblak dilakukan dengan sigap dan tepat waktu					
Reliability						
10	UMKM Seblak selalu memberikan pelayanan yang konsisten kepada pelanggan					
11	Karyawan UMKM Seblak dapat diandalkan dalam memenuhi janji pelayanan					
12	UMKM Seblak memberikan produk sesuai dengan standar yang dijanjikan					
Assurance						
13	Karyawan UMKM Seblak memiliki pengetahuan yang cukup dalam melayani pelanggan					
14	Pelanggan merasa aman saat bertransaksi di UMKM Seblak					
15	Karyawan UMKM Seblak mampu memberikan jaminan kepuasan pelayanan kepada pelanggan					

B. Fasilitas

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Ruangan tempat usaha UMKM Seblak nyaman dan menyenangkan.					
2	Pencahayaan di ruangan usaha UMKM Seblak cukup dan tidak mengganggu.					
3	Suhu ruangan di tempat UMKM Seblak sesuai dan mendukung kenyamanan pelanggan.					
4	UMKM Seblak menyediakan perlengkapan yang memadai untuk memudahkan pelanggan.					
5	Peralatan yang digunakan oleh UMKM Seblak berfungsi dengan baik dan aman.					
6	Perlengkapan yang tersedia di UMKM Seblak selalu siap digunakan tanpa masalah.					
7	Desain interior tempat UMKM Seblak terlihat rapi dan teratur.					
8	Tata letak produk di UMKM Seblak memudahkan pelanggan untuk memilih dan membeli.					
9	Tempat duduk dan meja di UMKM Seblak diatur dengan baik sehingga nyaman digunakan.					
10	Fasilitas umum seperti toilet dan tempat cuci tangan di UMKM Seblak bersih dan terawat.					
11	Tempat sampah di UMKM Seblak selalu tersedia dan mudah diakses.					
12	Area parkir di UMKM Seblak dijaga kebersihannya dan cukup luas.					

C. Harga

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Harga seblak yang ditawarkan UMKM terjangkau untuk semua kalangan.					
2	Saya merasa tidak keberatan dengan harga seblak yang ditetapkan oleh UMKM.					
3	Harga seblak yang dijual sesuai dengan anggaran yang saya miliki.					
4	Kualitas seblak yang saya dapatkan sebanding dengan harganya.					
5	Saya merasa puas dengan kualitas produk yang saya terima dibandingkan dengan harganya.					
6	Harga yang ditawarkan sesuai dengan rasa dan kualitas bahan seblak.					
7	Harga seblak di UMKM ini lebih kompetitif dibandingkan dengan tempat lain.					
8	Saya lebih memilih membeli seblak di UMKM ini karena harganya lebih bersaing.					
9	UMKM Seblak ini menawarkan harga yang lebih baik dibandingkan pesaing lainnya.					
10	Manfaat yang saya dapatkan dari seblak ini sebanding dengan harga yang saya bayar.					
11	Harga seblak ini sesuai dengan kepuasan yang saya rasakan setelah mengonsumsinya.					
12	Saya merasa mendapatkan nilai yang baik atas uang yang saya keluarkan untuk membeli seblak di UMKM ini.					

D. Online Marketing

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Saya sering melihat promosi UMKM Seblak ini di media sosial.					
2	Iklan online dari UMKM Seblak mudah dikenali dan menarik perhatian saya.					
3	Nama dan logo UMKM Seblak ini mudah diingat karena sering muncul di platform online.					
4	Saya memutuskan untuk membeli seblak setelah melihat iklan online dari UMKM ini.					
5	Proses pembelian melalui platform online dari UMKM Seblak ini mudah dan efisien.					
6	Saya sering melakukan pembelian ulang karena promosi online yang menarik dari UMKM Seblak.					
7	UMKM Seblak aktif berinteraksi dengan pelanggan di media sosial.					
8	Saya merasa dihargai ketika UMKM Seblak membalas komentar atau pesan saya di platform online.					
9	UMKM Seblak sering memberikan informasi atau konten yang bermanfaat di media sosial.					

E. Kepuasan Konsumen

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1	Produk seblak yang saya beli memenuhi harapan saya.					
2	Kualitas pelayanan di UMKM Seblak ini sesuai dengan yang saya harapkan.					
3	Harga seblak yang ditawarkan sesuai dengan harapan saya terhadap produk yang diterima.					
4	Saya berencana untuk membeli seblak dari UMKM ini lagi di masa mendatang.					
5	Saya merasa puas dengan pembelian saya sehingga ingin kembali membeli di UMKM Seblak ini.					
6	Pengalaman positif saya membuat saya ingin menjadi pelanggan tetap UMKM Seblak ini.					
7	Saya akan merekomendasikan UMKM Seblak ini kepada teman dan keluarga.					
8	Saya merasa yakin untuk merekomendasikan produk dari UMKM Seblak ini kepada orang lain.					
9	Pengalaman saya dengan UMKM Seblak ini cukup baik sehingga saya akan merekomendasikannya kepada orang lain.					

Lampiran 2: Hasil Uji Validitas dengan Menggunakan Eviews

Variabel X1 Kualitas Pelayanan

Covariance Analysis: Ordinary
Date: 10/06/24 Time: 10:52
Sample: 1 415
Included observations: 415

Correlation Probability	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_15	X1	X1_8	X1_9	X1_10	X1_11	X1_12	X1_13	X1_14
X1_1	1.000000 -----													
X1_2	-0.252570 0.0000	1.000000 -----												
X1_3	0.096223 0.0501	0.107616 0.0284	1.000000 -----											
X1_4	0.921424 0.0000	-0.271555 0.0000	0.079417 0.1062	1.000000 -----										
X1_5	-0.251595 0.0000	0.908432 0.0000	0.111274 0.0234	-0.256240 0.0000	1.000000 -----									
X1_6	0.046395 0.3458	0.041460 0.3996	0.848675 0.0000	0.023175 0.6378	0.049882 0.3107									
X1_7	0.940941 0.0000	-0.244310 0.0000	0.093904 0.0560	0.914570 0.0000	-0.226238 0.0000									
X1_8	-0.236794 0.0000	0.925278 0.0000	0.118965 0.0153	-0.255633 0.0000	0.909548 0.0000		1.000000 -----							
X1_9	0.076763 0.1184	0.096377 0.0498	0.933190 0.0000	0.061896 0.2083	0.106506 0.0301		0.105580 0.0315	1.000000 -----						
X1_10	0.934875 0.0000	-0.244310 0.0000	0.101742 0.0383	0.920567 0.0000	-0.258669 0.0000		-0.207952 0.0000	0.085066 0.0835	1.000000 -----					
X1_11	-0.253203 0.0000	0.920472 0.0000	0.097324 0.0476	-0.279780 0.0000	0.880028 0.0000		0.912561 0.0000	0.102538 0.0368	-0.221745 0.0000	1.000000 -----				
X1_12	0.070636 0.1509	0.087831 0.0739	0.940747 0.0000	0.045225 0.3581	0.070011 0.1545		0.107940 0.0279	0.945865 0.0000	0.092704 0.0592	0.088839 0.0706	1.000000 -----			
X1_13	0.930381 0.0000	-0.245346 0.0000	0.087329 0.0756	0.886107 0.0000	-0.236244 0.0000		-0.226830 0.0000	0.102364 0.0371	0.932484 0.0000	-0.211074 0.0000	0.093963 0.0558	1.000000 -----		
X1_14	-0.260933 0.0000	0.939418 0.0000	0.081083 0.0990	-0.291788 0.0000	0.887941 0.0000		0.943369 0.0000	0.074560 0.1294	-0.249593 0.0000	0.900193 0.0000	0.111945 0.0226	-0.247613 0.0000	1.000000 -----	
X1_15	0.070919 0.1493	0.066150 0.1786	0.895029 0.0000	0.042647 0.3862	0.070611 0.1510	1.000000 -----	0.062532 0.2036	0.893276 0.0000	0.065752 0.1813	0.053104 0.2804	0.918221 0.0000	0.061589 0.2105	0.073953 0.1326	
X1	0.452068 0.0000	0.460968 0.0000	0.724846 0.0000	0.416074 0.0000	0.453077 0.0000	0.686542 0.0000	1.000000 -----	0.478872 0.0000	0.719774 0.0000	0.465930 0.0000	0.460514 0.0000	0.721282 0.0000	0.461719 0.0000	0.453577 0.0000

Variabel X2 Fasilitas

Covariance Analysis: Ordinary

Date: 10/06/24 Time: 10:54

Sample: 1 415

Included observations: 415

Correlation													
Probability	X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	X2_9	X2_10	X2_11	X2_12	X2
X2_1	1.000000 -----												
X2_2	-0.291252 0.0000	1.000000 -----											
X2_3	0.081271 0.0983	0.032442 0.5099	1.000000 -----										
X2_4	0.932751 0.0000	-0.299084 0.0000	0.051259 0.2975	1.000000 -----									
X2_5	-0.232523 0.0000	0.893547 0.0000	0.102603 0.0367	-0.245033 0.0000	1.000000 -----								
X2_6	0.087488 0.0750	0.063352 0.1978	0.912921 0.0000	0.047335 0.3361	0.061803 0.2090	1.000000 -----							
X2_7	0.861543 0.0000	-0.267760 0.0000	0.043567 0.3760	0.852675 0.0000	-0.244026 0.0000	0.075608 0.1241	1.000000 -----						
X2_8	-0.250528 0.0000	0.879832 0.0000	0.059336 0.2278	-0.260360 0.0000	0.891027 0.0000	0.089686 0.0680	-0.218178 0.0000	1.000000 -----					
X2_9	0.097833 0.0464	0.066844 0.1741	0.904462 0.0000	0.066151 0.1786	0.085224 0.0829	0.921539 0.0000	0.096171 0.0503	0.092197 0.0606	1.000000 -----				
X2_10	0.912612 0.0000	-0.300692 0.0000	0.042314 0.3899	0.918816 0.0000	-0.276203 0.0000	0.057240 0.2446	0.888464 0.0000	-0.240386 0.0000	0.078797 0.1090	1.000000 -----			
X2_11	-0.235829 0.0000	0.858421 0.0000	0.073125 0.1370	-0.283861 0.0000	0.844370 0.0000	0.128544 0.0088	-0.230433 0.0000	0.874116 0.0000	0.097634 0.0468	-0.288425 0.0000	1.000000 -----		
X2_12	0.064585 0.1891	0.039996 0.4164	0.910543 0.0000	0.066612 0.1756	0.072840 0.1385	0.881277 0.0000	0.035414 0.4718	0.090404 0.0658	0.907740 0.0000	0.063294 0.1982	0.043829 0.3731	1.000000 -----	
X2	0.457204 0.0000	0.404765 0.0000	0.699199 0.0000	0.428048 0.0000	0.448600 0.0000	0.716113 0.0000	0.436377 0.0000	0.456652 0.0000	0.729620 0.0000	0.429517 0.0000	0.438636 0.0000	0.692971 0.0000	1.000000 -----

Variabel X3 Harga

Covariance Analysis: Ordinary
Date: 10/06/24 Time: 10:55
Sample: 1 415
Included observations: 415

Correlation													
Probability	X3_1	X3_2	X3_3	X3_4	X3_5	X3_6	X3_7	X3_8	X3_9	X3_10	X3_11	X3_12	X3
X3_1	1.000000 -----												
X3_2	-0.220759 0.0000	1.000000 -----											
X3_3	0.087527 0.0749	0.100311 0.0411	1.000000 -----										
X3_4	0.062765 0.2019	0.073695 0.1339	0.824227 0.0000	1.000000 -----									
X3_5	0.782058 0.0000	-0.253943 0.0000	0.016042 0.7445	0.063071 0.1998	1.000000 -----								
X3_6	-0.360499 0.0000	0.856635 0.0000	0.051820 0.2923	0.064475 0.1899	-0.353429 0.0000	1.000000 -----							
X3_7	0.018061 0.7137	0.057205 0.2449	0.850676 0.0000	0.886623 0.0000	0.028156 0.5673	0.055286 0.2611	1.000000 -----						
X3_8	0.817849 0.0000	-0.204923 0.0000	0.034333 0.4855	0.053564 0.2763	0.855859 0.0000	-0.353111 0.0000	0.051356 0.2966	1.000000 -----					
X3_9	-0.372048 0.0000	0.835354 0.0000	0.037111 0.4509	0.071769 0.1444	-0.349249 0.0000	0.915408 0.0000	0.055890 0.2559	-0.320485 0.0000	1.000000 -----				
X3_10	0.027714 0.5734	0.079491 0.1059	0.825982 0.0000	0.903848 0.0000	0.016429 0.7386	0.071273 0.1472	0.921080 0.0000	0.045487 0.3553	0.055380 0.2603	1.000000 -----			
X3_11	-0.353027 0.0000	0.854359 0.0000	0.075385 0.1252	0.074487 0.1298	-0.344683 0.0000	0.927623 0.0000	0.079790 0.1046	-0.338062 0.0000	0.908730 0.0000	0.084290 0.0863	1.000000 -----		
X3_12	-0.232805 0.0000	-0.229628 0.0000	0.024442 0.6195	0.018811 0.7024	-0.336250 0.0000	-0.197020 0.0001	0.025516 0.6042	-0.263482 0.0000	-0.241649 0.0000	0.022759 0.6439	-0.185851 0.0001	1.000000 -----	
X3	0.207036 0.0000	0.488431 0.0000	0.751006 0.0000	0.780973 0.0000	0.172048 0.0004	0.440918 0.0000	0.770602 0.0000	0.223144 0.0000	0.422509 0.0000	0.774426 0.0000	0.461579 0.0000	-0.019874 0.6864	1.000000 -----

Variabel X4 Online Marketing

Covariance Analysis: Ordinary

Date: 10/06/24 Time: 10:56

Sample: 1 415

Included observations: 415

Correlation Probability	X4_1	X4_2	X4_3	X4_4	X4_5	X4_6	X4_7	X4_8	X4_9	X4_10
X4_1	1.000000 -----									
X4_2	0.018561 0.7062	1.000000 -----								
X4_3	-0.214302 0.0000	0.043621 0.3754	1.000000 -----							
X4_4	0.788123 0.0000	0.018696 0.7041	-0.134679 0.0060	1.000000 -----						
X4_5	0.054758 0.2657	0.844195 0.0000	0.007952 0.8717	-0.008680 0.8601	1.000000 -----					
X4_6	-0.218234 0.0000	0.029209 0.5529	0.825217 0.0000	-0.140382 0.0042	-0.087879 0.0737	1.000000 -----				
X4_7	0.755592 0.0000	0.044912 0.3614	-0.161790 0.0009	0.830335 0.0000	-0.069746 0.1561	0.036768 0.4550	1.000000 -----			
X4_8	-0.026963 0.5839	0.844267 0.0000	0.063783 0.1947	-0.001742 0.9718	0.816122 0.0000	0.024260 0.6222	0.043433 0.3775	1.000000 -----		
X4_9	-0.167287 0.0006	0.042857 0.3839	0.810859 0.0000	-0.186049 0.0001	-0.005289 0.9145	0.794414 0.0000	-0.149202 0.0023	-0.009539 0.8464	1.000000 -----	
X4_10	0.415058 0.0000	0.657177 0.0000	0.467566 0.0000	0.451223 0.0000	0.587392 0.0000	0.470571 0.0000	0.487010 0.0000	0.631644 0.0000	0.443682 0.0000	1.000000 -----

Variabel Y Kepuasan Konsumen

Covariance Analysis: Ordinary

Date: 10/06/24 Time: 10:57

Sample: 1 415

Included observations: 415

Correlation Probability	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_10
Y_1	1.000000 -----									
Y_2	0.077860 0.1132	1.000000 -----								
Y_3	0.049259 0.3168	-0.370648 0.0000	1.000000 -----							
Y_4	0.893113 0.0000	0.010649 0.8288	0.029563 0.5481	1.000000 -----						
Y_5	0.050836 0.3015	0.907169 0.0000	-0.371771 0.0000	0.039622 0.4208	1.000000 -----					
Y_6	0.066903 0.1737	-0.357255 0.0000	0.932136 0.0000	0.053575 0.2762	-0.335946 0.0000	1.000000 -----				
Y_7	0.920745 0.0000	0.026072 0.5964	0.059804 0.2241	0.921596 0.0000	0.035610 0.4694	0.043481 0.3770	1.000000 -----			
Y_8	0.080438 0.1018	-0.369298 0.0000	0.926598 0.0000	0.052741 0.2838	-0.360100 0.0000	0.913284 0.0000	0.080764 0.1004	1.000000 -----		
Y_9	0.011834 0.8101	-0.309659 0.0000	-0.252772 0.0000	0.012192 0.8044	-0.269715 0.0000	-0.278226 0.0000	0.023157 0.6381	-0.222516 0.0000	1.000000 -----	
Y_10	0.814646 0.0000	0.112298 0.0221	0.431907 0.0000	0.782905 0.0000	0.135383 0.0057	0.438654 0.0000	0.807453 0.0000	0.460742 0.0000	0.038653 0.4323	1.000000 -----

Lampiran 3: Hasil Uji Reliabilitas dengan Menggunakan SPSS

Variabel X1 Kualitas Pelayanan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	415	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	415	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.830	15

Variabel X2 Fasilitas

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	415	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	415	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.773	12

Variabel X3 Harga

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	415	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	415	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.738	12

Variabel X4 *Online Marketing*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	415	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	415	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.754	9

Variabel Y Kepuasan Konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	415	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	415	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.784	9

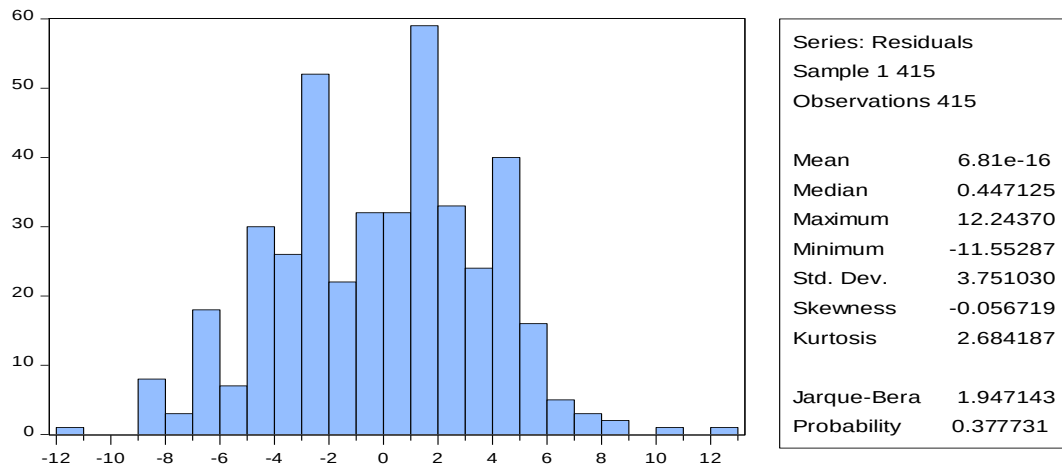
Lampiran 4: Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Dependent Variable: Y
 Method: Least Squares
 Date: 10/06/24 Time: 12:34
 Sample: 1 415
 Included observations: 415

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	1.779835	0.431259	4.127066	0.0000
Kualitas_Layanan	-0.081858	0.013759	-5.949418	0.0000
Fasilitas	-0.057537	0.017733	-3.244693	0.0013
Harga	0.864882	0.015546	55.63453	0.0000
Online_Marketing	0.004952	0.006666	0.742896	0.4580
R-squared	0.952143	Mean dependent var		33.11566
Adjusted R-squared	0.951677	S.D. dependent var		3.791819
S.E. of regression	0.833540	Akaike info criterion		2.485705
Sum squared resid	284.8633	Schwarz criterion		2.534238
Log likelihood	-510.7837	Hannan-Quinn criter.		2.504896
F-statistic	2039.320	Durbin-Watson stat		1.413481
Prob(F-statistic)	0.000000			

Lampiran 5 Hasil Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas



Uji Heteroskedastisitas

Heteroskedasticity Test: White

F-statistic	6.538967	Prob. F(14,400)	0.0000
Obs*R-squared	77.28969	Prob. Chi-Square(14)	0.0000
Scaled explained SS	348.9998	Prob. Chi-Square(14)	0.0000

Test Equation:

Dependent Variable: RESID^2

Method: Least Squares

Date: 10/06/24 Time: 13:18

Sample: 1 415

Included observations: 415

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	22.79884	8.415360	2.709193	0.0070
X1^2	0.003673	0.003734	0.983706	0.3259
X1*X2	0.003596	0.006551	0.548982	0.5833
X1*X3	-0.010100	0.008374	-1.206184	0.2285
X1*X4	-0.001829	0.008081	-0.226352	0.8210
X1	-0.152386	0.504639	-0.301970	0.7628
X2^2	-0.000116	0.008143	-0.014289	0.9886
X2*X3	-0.044921	0.013189	-3.405893	0.0007
X2*X4	-0.004864	0.009999	-0.486492	0.6269
X2	2.038796	0.612745	3.327314	0.0010
X3^2	0.060740	0.009498	6.395355	0.0000
X3*X4	0.006778	0.006031	1.123879	0.2617
X3	-2.983872	0.473813	-6.297574	0.0000
X4^2	-0.002911	0.002071	-1.405567	0.1606
X4	0.159072	0.198181	0.802662	0.4226
Prob(F-statistic)	0.000000			

Uji Multikolinearitas

Variance Inflation Factors

Date: 10/06/24 Time: 13:23

Sample: 1 415

Included observations: 415

Variable	Coefficient Variance	Uncentered VIF	Centered VIF
Kualitas_Layanan	0.000189	330.5089	6.611648
Fasilitas	0.000314	352.0487	6.864318
Harga	0.000242	283.1356	3.886306
Online_Marketing	4.44E-05	23.26888	1.039893
C	0.185984	111.0892	NA