**Lampiran 1. Prakuisioner Penelitian**

**PRA-KUISIONER PENELITIAN**

Bapak/Ibu/saudara/i yang terhormat, Saya bernama Julia Chandra, Mahasiswi Program Sarjana Administrasi Bisnis Kwik Kian Gie School of Business sedang melakukan penelitian untuk menyusun skripsi yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN PRODUK MINUMAN BUBBLE TEA KOI Thé ”.** Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/saudara/i untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar agar informasi yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan dan tercapainya hasil yang diinginkan. Informasi yang diterima dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Atas perhatian Bapak/Ibu/saudara/i saya ucapkan terima kasih.

**Petunjuk Pengisian** : tandailah pada salah satu jawaban yang Anda pilih di bawah ini.

1. **IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :

**Jenis Kelamin**

a. Wanita b. Pria

**Usia**

a. < 17 tahun d. 31 - 40 tahun

b. 17 - 23 tahun e. > 40 tahun

c. 24 - 30 tahun

**Daerah Tempat tinggal / Domisili**

1. Jakarta Utara
2. Jakarta Selatan
3. Jakarta Barat
4. Jakarta Timur
5. Lainnya

**Status**

a. Menikah b. Belum menikah

**Lanjutan Lampiran 1.**

**Pekerjaan**

a. Mahasiswa/pelajar

b. PNS e.Tidak bekerja

c. Pegawai swasta f. Lainnya

d. Wiraswasta

**Rata-Rata pendapatan perbulan**

a. < Rp 500 ribu

b. Rp 500 ribu - 1 juta

c. Rp 1 juta – 1,5 juta

d. Rp 1,5 juta - 2 juta e. Rp > 2 juta

1. **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN Pertanyaan** : Seberapa penting faktor-faktor ini mempengaruhi preferensi Anda untuk menjadi konsumen bubble tea KOI Thé?

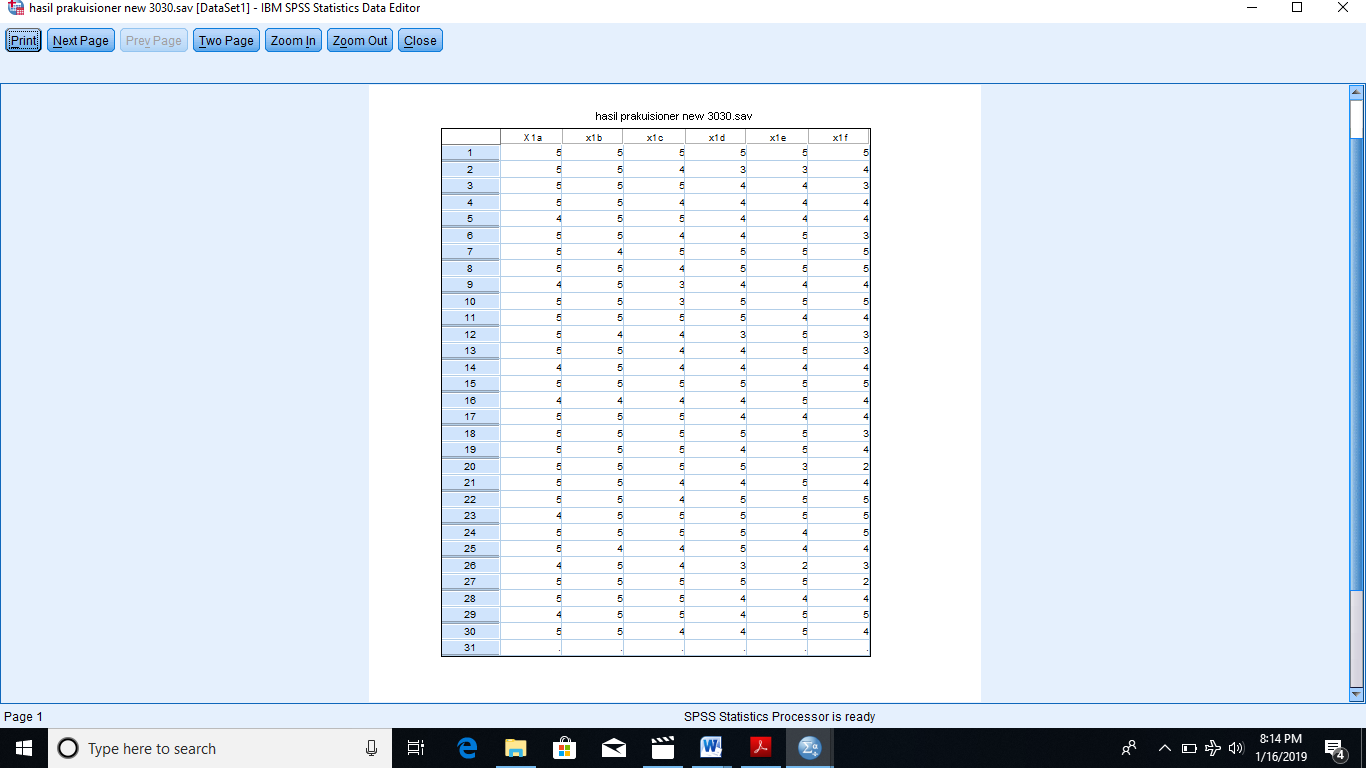
**Petunjuk** : Mohon diisi sesuai dengan member tanda (X) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pendapat Anda.

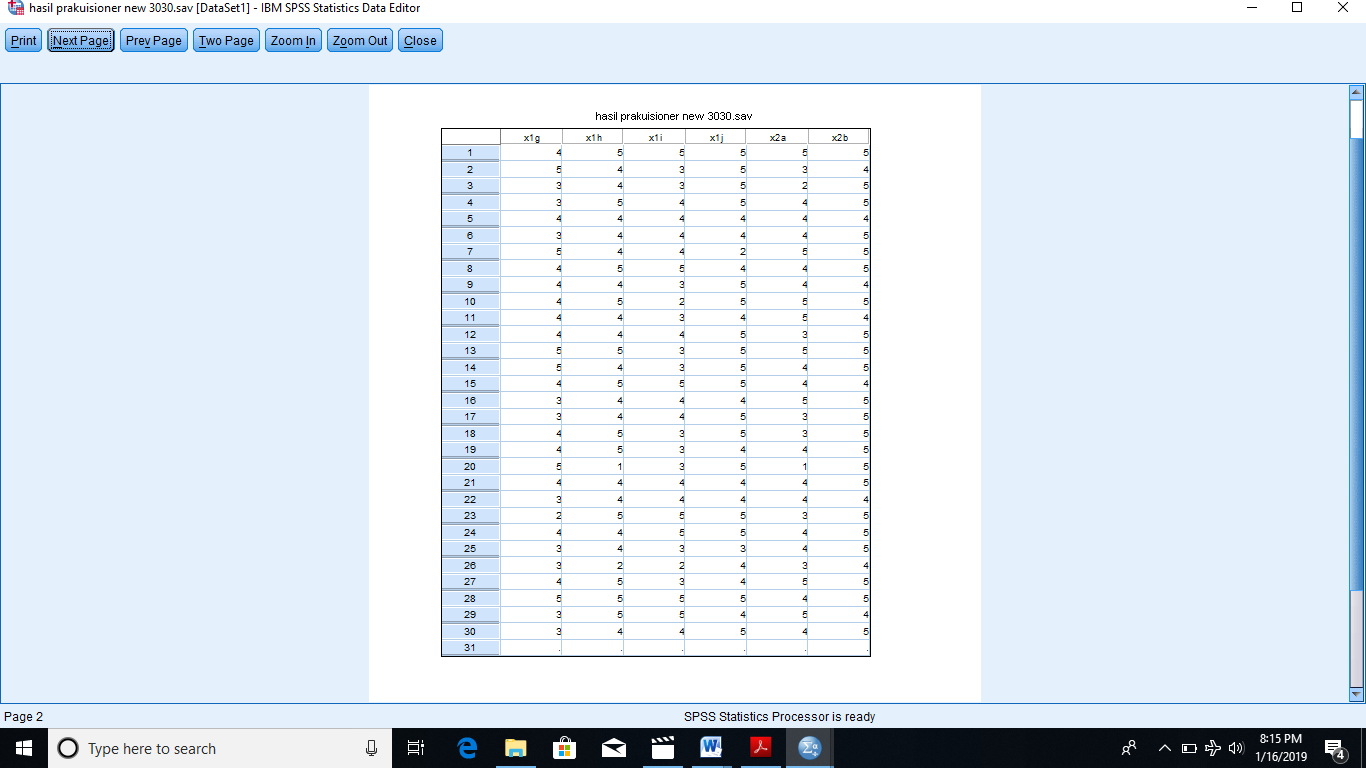
**Keterangan** : SP : Sangat Penting TP : Tidak Penting P : Penting CP : Cukup Penting STP : Sangat Tidak Penting

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Atribut | Tingkat Kepentingan | | | | |
| SP | P | CP | TP | STP |
| **Produk** | | | | | | |
| 1 | Cita rasa produk |  |  |  |  |  |
| 2 | Produk yang higienis |  |  |  |  |  |
| 3 | Variasi rasa produk |  |  |  |  |  |
| 4 | Penyajian yang menarik |  |  |  |  |  |
| 5 | Ukuran isi |  |  |  |  |  |
| 6 | Desain kemasan produk |  |  |  |  |  |
| 7 | Variasi kemasan produk |  |  |  |  |  |
| 8 | Kemudahan kemasan untuk dibuka |  |  |  |  |  |
| 9 | Merk produk yang terkenal |  |  |  |  |  |
| 10 | Ketersediaan produk |  |  |  |  |  |
| **Layanan** | | | | | | |
| 11 | Penampilan fisik karyawan yang rapih |  |  |  |  |  |
| 12 | Pelayanan yang cepat |  |  |  |  |  |
| 13 | Layanan sesuai yang dijanjikan |  |  |  |  |  |
| 14 | Karyawan bersedia menerima keluhan konsumen |  |  |  |  |  |
| **Harga** | | | | | | |
| 15 | Harga yang terjangkau |  |  |  |  |  |
| 16 | Kesesuaian harga dengan porsi produk |  |  |  |  |  |
| 17 | Kesesuaian harga dengan kualitas produk |  |  |  |  |  |
| 18 | Potongan harga |  |  |  |  |  |
| **Lokasi** | | | | | | |
| 19 | Kemudahan menjangkau lokasi penjualan |  |  |  |  |  |
| 20 | Tampilan lokasi penjualan yang menarik |  |  |  |  |  |
| 21 | Suasana yang nyaman |  |  |  |  |  |
| 22 | Kebersihan lokasi penjualan |  |  |  |  |  |
| 23 | Desain interior yang menarik |  |  |  |  |  |
| 24 | Display produk |  |  |  |  |  |
| **Promosi** | | | | | | |
| 25 | Iklan di media cetak / elektronik |  |  |  |  |  |
| 26 | Iklan yang menarik |  |  |  |  |  |
| 27 | Pemberian *free sample* |  |  |  |  |  |
| 28 | Katalog produk |  |  |  |  |  |
| 29 | Pencantuman merk / logo perusahaan |  |  |  |  |  |
| 30 | Pemberian hadiah / bonus produk |  |  |  |  |  |

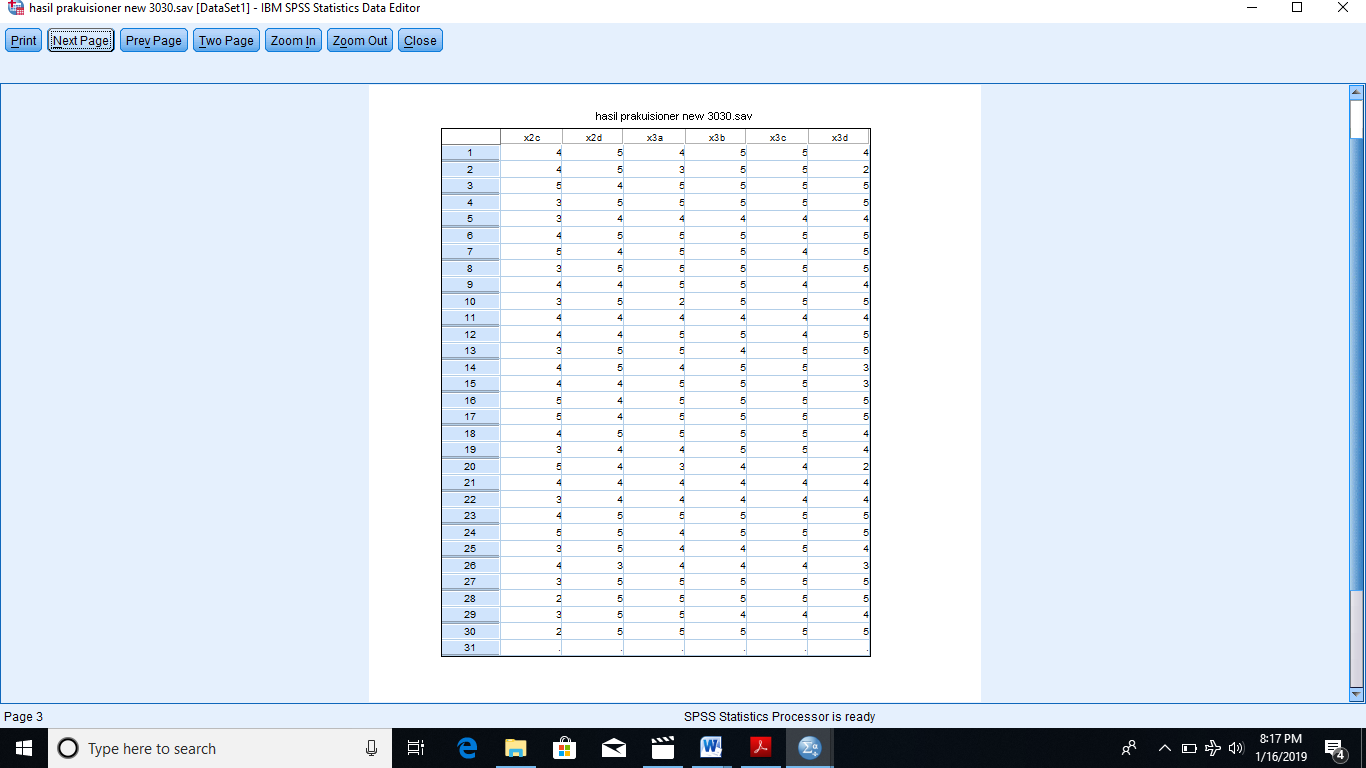
Terima KaTerima Kasih Atas Kesediaan Anda Dalam Mengisi Kuisioner Ini ☺

**Lampiran 2. Hasil Tabulasi Prakuisioner**

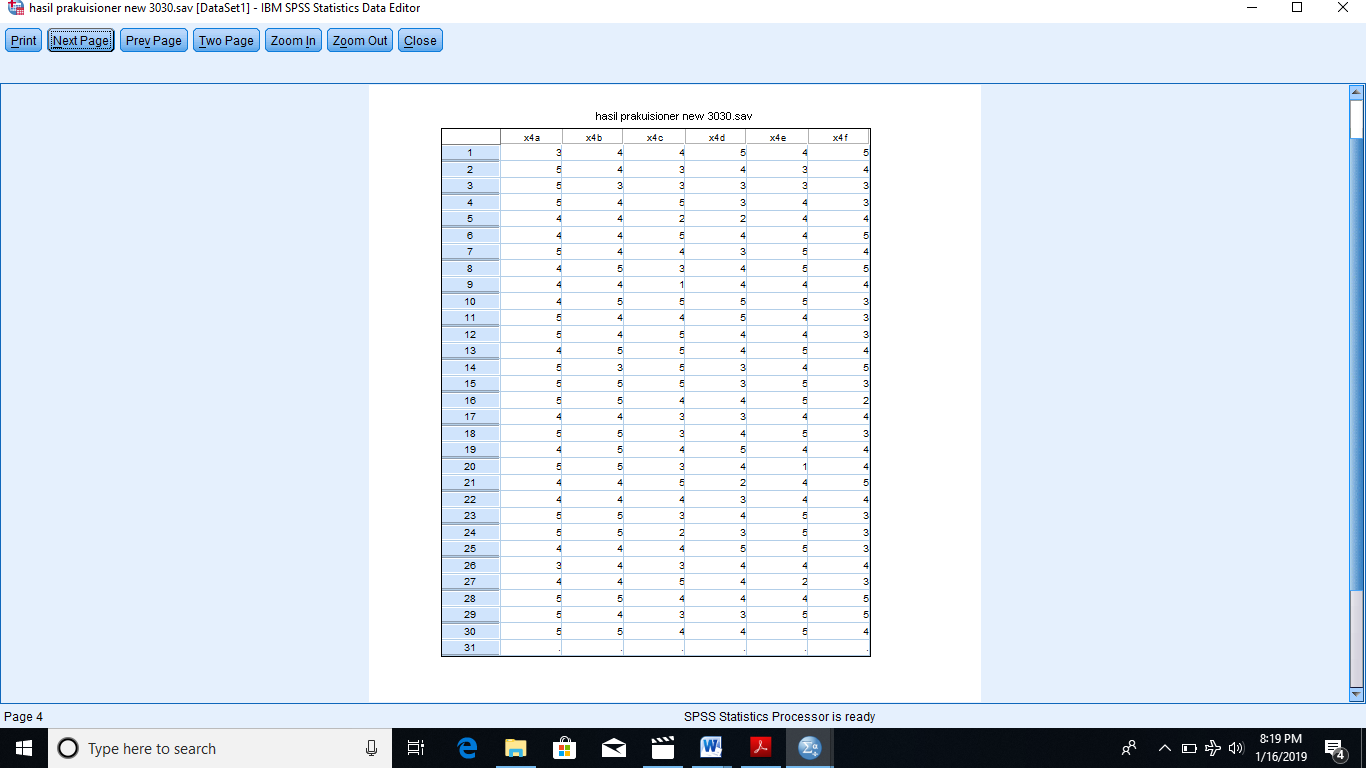


**Lanjutan Lampiran 2.**

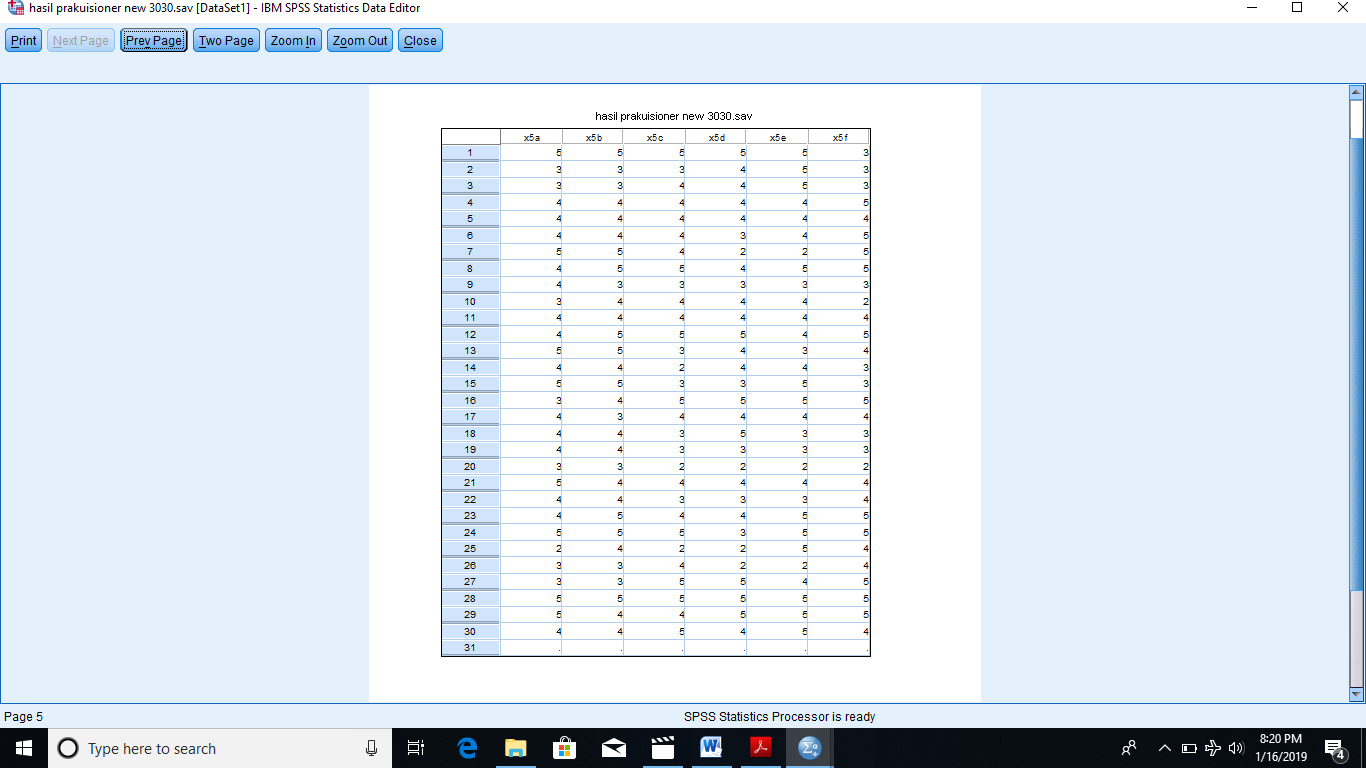
**Lanjutan Lampiran 2.**



**Lanjutan Lampiran 2.**



**Lanjutan Lampiran 2.**



**Lampiran 3. Kuisioner Penelitian**

**KUISIONER PENELITIAN**

Bapak/Ibu/saudara/i yang terhormat, Saya bernama Julia Chandra, Mahasiswi Program Sarjana Administrasi Bisnis Kwik Kian Gie School of Business sedang melakukan penelitian untuk menyusun skripsi yang berjudul **“ANALISIS FAKTOR-FAKTOR PREFERENSI KONSUMEN DALAM PEMBELIAN MINUMAN BUBBLE TEA KOI Thé”.** Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/saudara/i untuk berpartisipasi mengisi kuesioner ini secara lengkap dan benar agar informasi yang disajikan dapat dipertanggungjawabkan dan tercapainya hasil yang diinginkan. Informasi yang diterima dari kuesioner ini bersifat rahasia dan hanya digunakan untuk kepentingan akademis. Atas perhatian Bapak/Ibu/saudara/i saya ucapkan terima kasih.

**Petunjuk Pengisian** : tandailah pada salah satu jawaban yang Anda pilih di bawah ini.

1. **IDENTITAS RESPONDEN**

Nama :

**Jenis Kelamin**

a. Wanita b. Pria

**Usia**

a. < 17 tahun d. 31 - 40 tahun

b. 17 - 23 tahun e. > 40 tahun

c. 24 - 30 tahun

**Daerah Tempat tinggal / Domisili**

1. Jakarta Utara
2. Jakarta Selatan
3. Jakarta Barat
4. Jakarta Timur
5. Lainnya

**Status**

a. Menikah b. Belum menikah

**Lanjutan Lampiran 3.**

**Pekerjaan**

a. Mahasiswa/pelajar

b. PNS e.Tidak bekerja

c. Pegawai swasta f. Lainnya

d. Wiraswasta

**Rata-Rata pendapatan perbulan**

a. < Rp 500 ribu

b. Rp 500 ribu - 1 juta

c. Rp 1 juta – 1,5 juta

d. Rp 1,5 juta - 2 juta e. Rp > 2 juta

1. **PROSES PENGAMBILAN KEPUTUSAN KONSUMEN**
2. **Pengenalan Kebutuhan**
3. Apa tujuan Anda membeli *bubble drink* merek KOI Thé?
4. Dikonsumsi langsung sebagai pengganti minuman
5. Harga yang terjangkau
6. Dijual kembali
7. Lainnya, sebutkan…
8. Apa manfaat yang Anda cari dari pembelian *bubble drink* KOI Thé tersebut?
9. Penghilang dahaga
10. Menambah selera makan
11. Kesehatan
12. Lainnya, sebutkan…
13. **Pencarian Informasi**
14. Dari mana Anda tahu tentang KOI Thé?

(Jawaban boleh lebih dari 1)

1. Mencari sendiri
2. Media massa (Koran/Majalah)
3. Keluarga/Saudara
4. Brosur/pamflet
5. Teman
6. Media elektronik
7. Lainnya, sebutkan…….
8. Jika Anda mendengar atau melihat promosi mengenai bubble drink KOI Thé, maka yang menjadi fokus perhatian Anda adalah?
9. Harga terjangkau
10. Rasa yang menyegarkan
11. Kemudahan mendapatkan produk
12. Banyaknya rasa yang ditawarkan
13. Bentuk dan ukuran produk
14. Merek yang sudah terkenal
15. Bagaimana iklan dan promosi tentang bubble drink KOI Thé mempengaruhi Anda?
16. Tertarik untuk mengetahui informasi lebih banyak
17. Tidak tertarik sama sekali
18. **Evaluasi Alternatif**
19. Pertimbangan apa yang Anda gunakan dalam memilih minuman yang akan dibeli dan dikonsumsi? (jawaban boleh lebih dari 1)
20. Harga terjangkau
21. Kemudahan mendapatkan produk
22. Banyaknya rasa yang ditawarkan
23. Bentuk dan ukuran produk
24. Merek yang sudah terkenal
25. Ketika Anda dihadapkan pada berbagai pilihan bubble tea yang ada, apakah bubble drink KOI Thé akan menjadi prioritas Anda?
    1. Ya
    2. Tidak
26. **Proses Pembelian**
27. Hal-hal apakah yang membuat Anda pertama kali memutuskan untuk membeli bubble tea KOI Thé? (Jawaban boleh lebih dari 1)
28. Harga terjangkau
29. Produk yang berkualitas
30. Merek yang sudah dikenal
31. Rasa yang enak
32. Ukuran produk
33. Bentuk produk
34. Banyaknya rasa
35. Bagaimana cara Anda memutuskan memilih bubble tea KOI Thé sebagai produk yang akan dibeli dan dikonsumsi?
36. Direncanakan
37. Mendadak (tidak direncanakan)
38. Apakah ada media yang mempengaruhi Anda untuk memilih bubble drink KOI Thé ?
39. Ya
40. Tidak
41. Jika“Ya”, media apa atau siapa saja yang paling mempengaruhi Anda? (Jawaban boleh lebih dari 1)
42. Keluarga/Saudara
43. Brosur/pamflet
44. Teman
45. Media massa (Koran/Majalah)
46. Media elektronik
47. Lainnya, sebutkan…….
48. Sudah berapa kali Anda membeli bubble drink KOI Thé?
49. Pertama kali
50. 2 kali
51. 3 kali
52. Lebih dari 3 kali
53. Berapa total biaya yang Anda keluarkan untuk setiap pembelian bubble drink KOI Thé?
54. 15.000 – 20.000
55. 20.000 – 30.000
56. > 30.000
57. **Hasil / Pasca Pembelian**
58. Apa yang Anda rasakan setelah melakukan transaksi pembelian bubble drink KOI Thé?
59. Sangat puas
60. Puas
61. Biasa saja
62. Kurang puas
63. Sangat tidak puas
64. Apakah Anda ada keinginan untuk beralih membeli bubble drink ke merek lain?
65. Ya
66. Tidak
67. Setelah Anda melakukan transaksi pembelian bubble drink KOI Thé, apakah Anda akan menyarankan untuk membeli dan mempromosikan kepada orang lain?
68. Ya
69. Tidak
70. Menurut Anda, apa keunggulan bubble drink KOI Thé? (Jawaban boleh lebih dari 1)
71. Harga
72. Rasa
73. Produk yang berkualitas
74. Ukuran kemasan
75. Bentuk produk
76. Banyaknya rasa yang ditawarkan
77. Jika harga bubble drink KOI Thé yang ditawarkan mengalami kenaikan, maka Anda?
78. Akan tetap menjadi konsumen bubble drink KOI Thé
79. Mencari produk bubble drink lain untuk dikonsumsi
80. **FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI PREFERENSI KONSUMEN Pertanyaan** : Seberapa penting faktor-faktor ini mempengaruhi preferensi Anda untuk menjadi konsumen bubble tea KOI Thé?

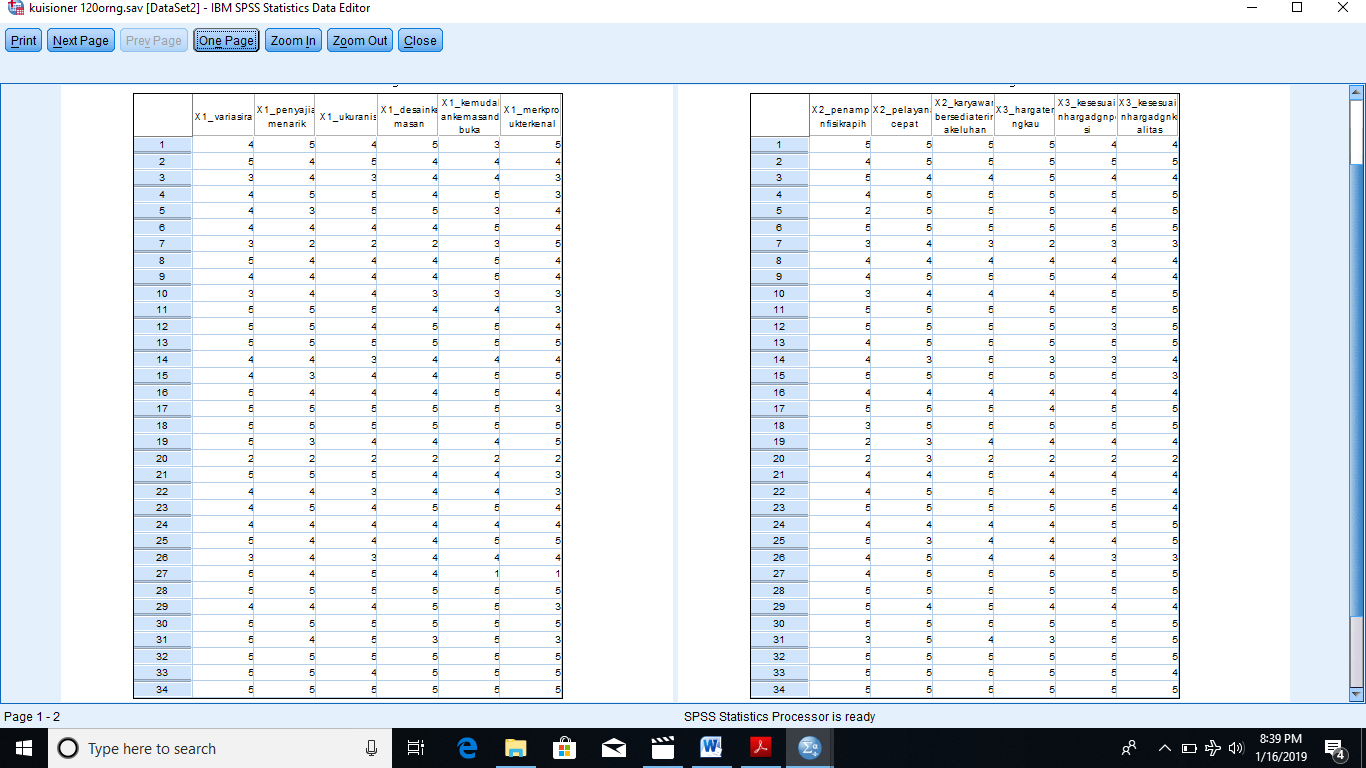
**Petunjuk** : Mohon diisi sesuai dengan member tanda (X) pada kolom yang telah disediakan sesuai dengan pendapat Anda.

**Keterangan** : SP : Sangat Penting TP : Tidak Penting P : Penting CP : Cukup Penting STP : Sangat Tidak Penting

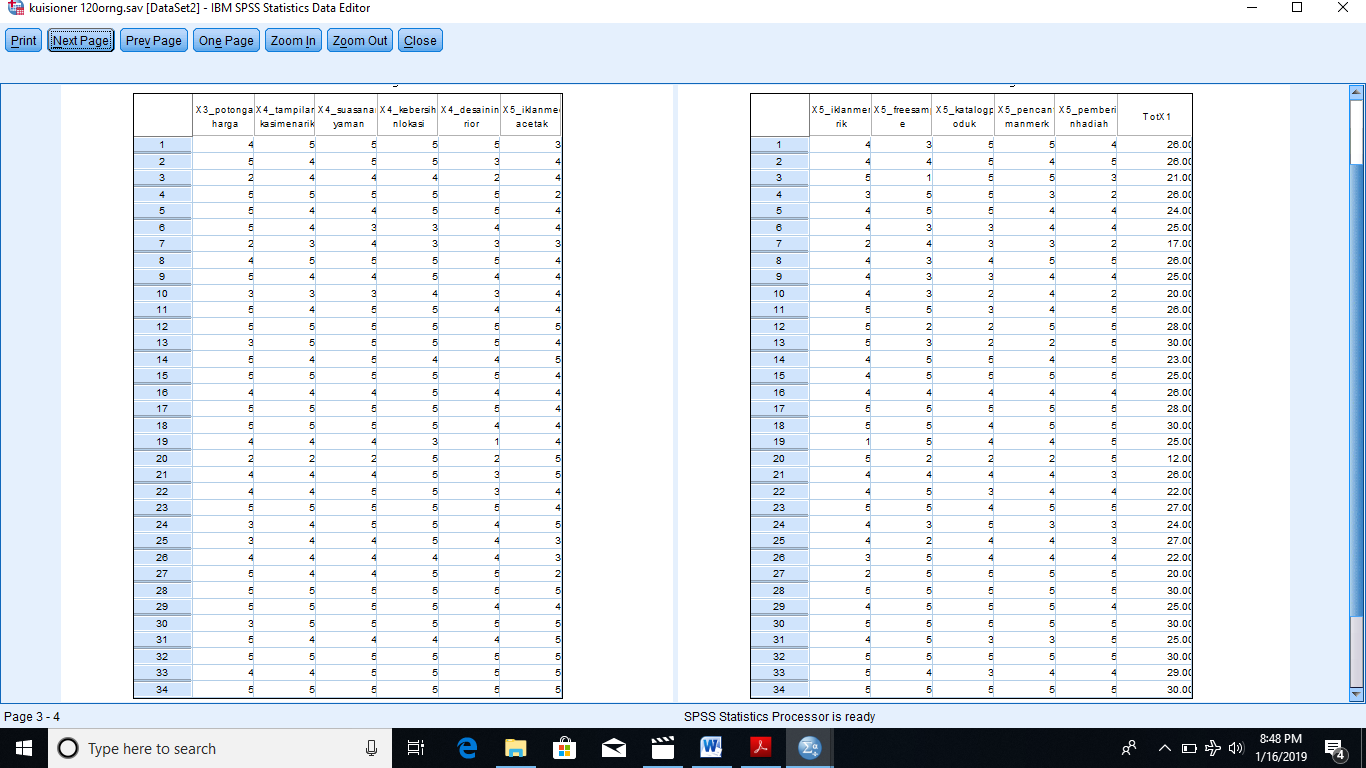
|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| No. | Atribut | Tingkat Kepentingan | | | | |
| SP | P | CP | TP | STP |
| **Produk** | | | | | | |
| 1 | Variasi Rasa Produk |  |  |  |  |  |
| 2 | Penyajian yang menarik |  |  |  |  |  |
| 3 | Ukuran isi |  |  |  |  |  |
| 4 | Desain kemasan produk |  |  |  |  |  |
| 5 | Kemudahan kemasan untuk dibuka |  |  |  |  |  |
| 6 | Merk produk yang terkenal |  |  |  |  |  |
| **Layanan** | | | | | | |
| 7 | Penampilan fisik karyawan yang rapih |  |  |  |  |  |
| 8 | Pelayanan yang cepat |  |  |  |  |  |
| 9 | Karyawan bersedia menerima keluhan konsumen |  |  |  |  |  |
| **Harga** | | | | | | |
| 10 | Harga yang terjangkau |  |  |  |  |  |
| 11 | Kesesuaian harga dengan porsi produk |  |  |  |  |  |
| 12 | Kesesuaian harga dengan kualitas produk |  |  |  |  |  |
| 13 | Potongan harga |  |  |  |  |  |
| **Distribusi** | | | | | | |
| 14 | Tampilan lokasi penjualan yang menarik |  |  |  |  |  |
| 15 | Suasana yang nyaman |  |  |  |  |  |
| 16 | Kebersihan lokasi penjualan |  |  |  |  |  |
| 17 | Desain interior yang menarik |  |  |  |  |  |
| **Promosi** | | | | | | |
| 18 | Iklan di media cetak / elektronik |  |  |  |  |  |
| 19 | Iklan yang menarik |  |  |  |  |  |
| 20 | Pemberian *free sample* |  |  |  |  |  |
| 21 | Katalog produk |  |  |  |  |  |
| 22 | Pencantuman merk / logo perusahaan |  |  |  |  |  |
| 23 | Pemberian hadiah / bonus produk |  |  |  |  |  |

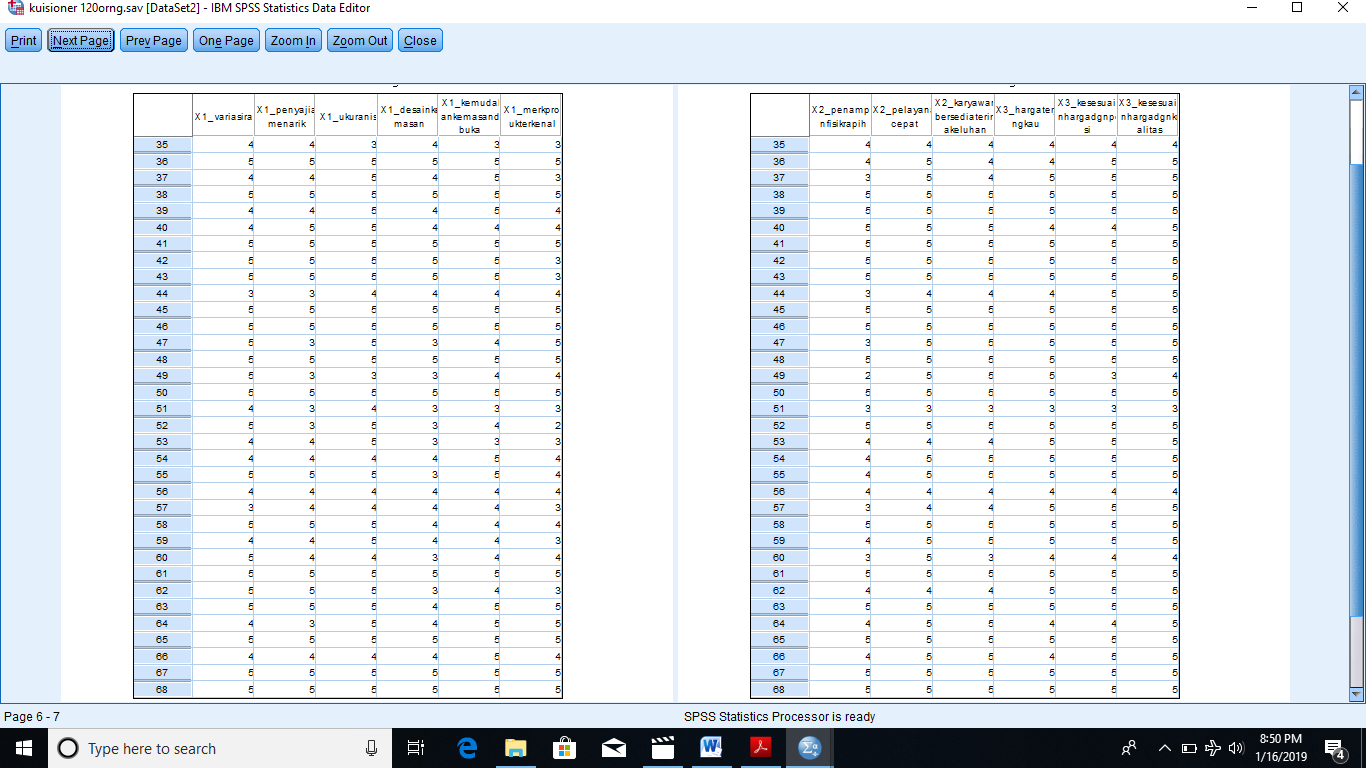
TTerima Kasih Atas Kesediaan Anda Dalam Mengisi Kuisioner Ini ☺

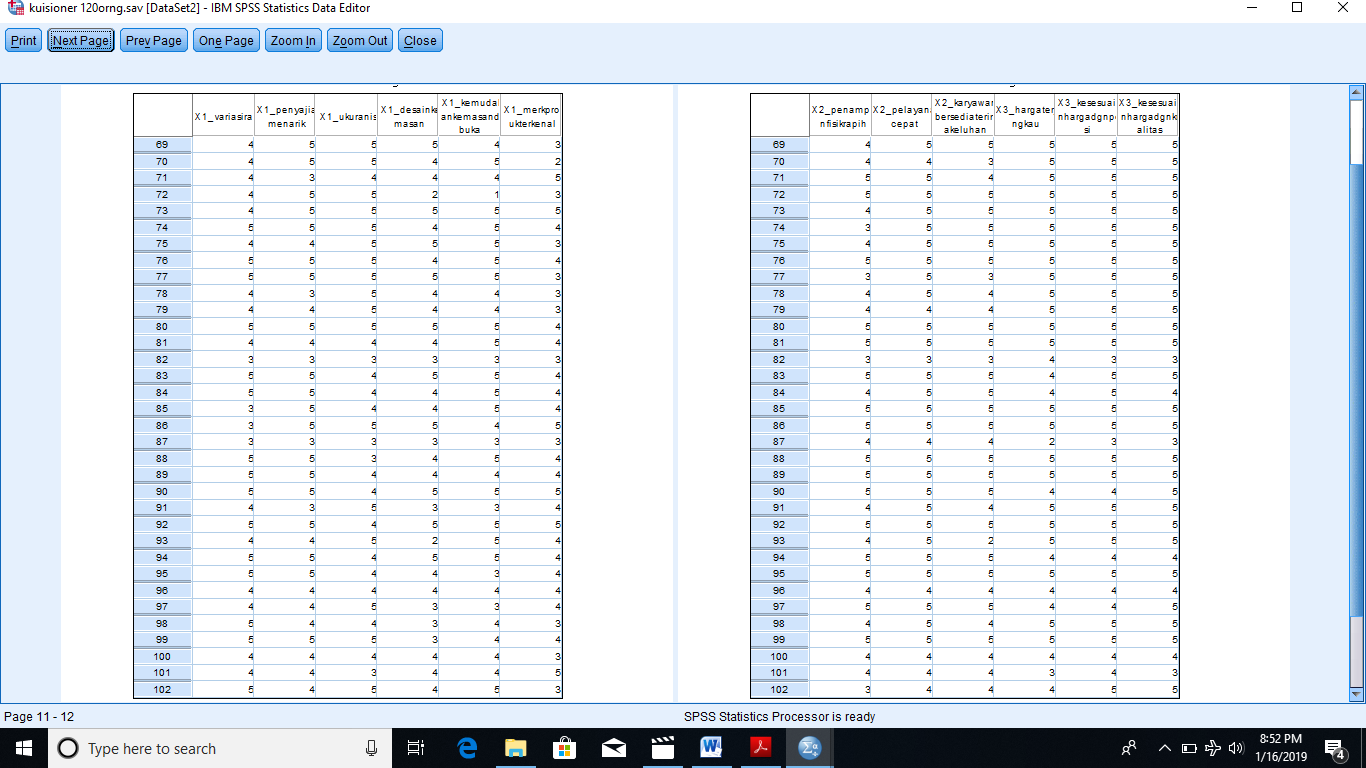
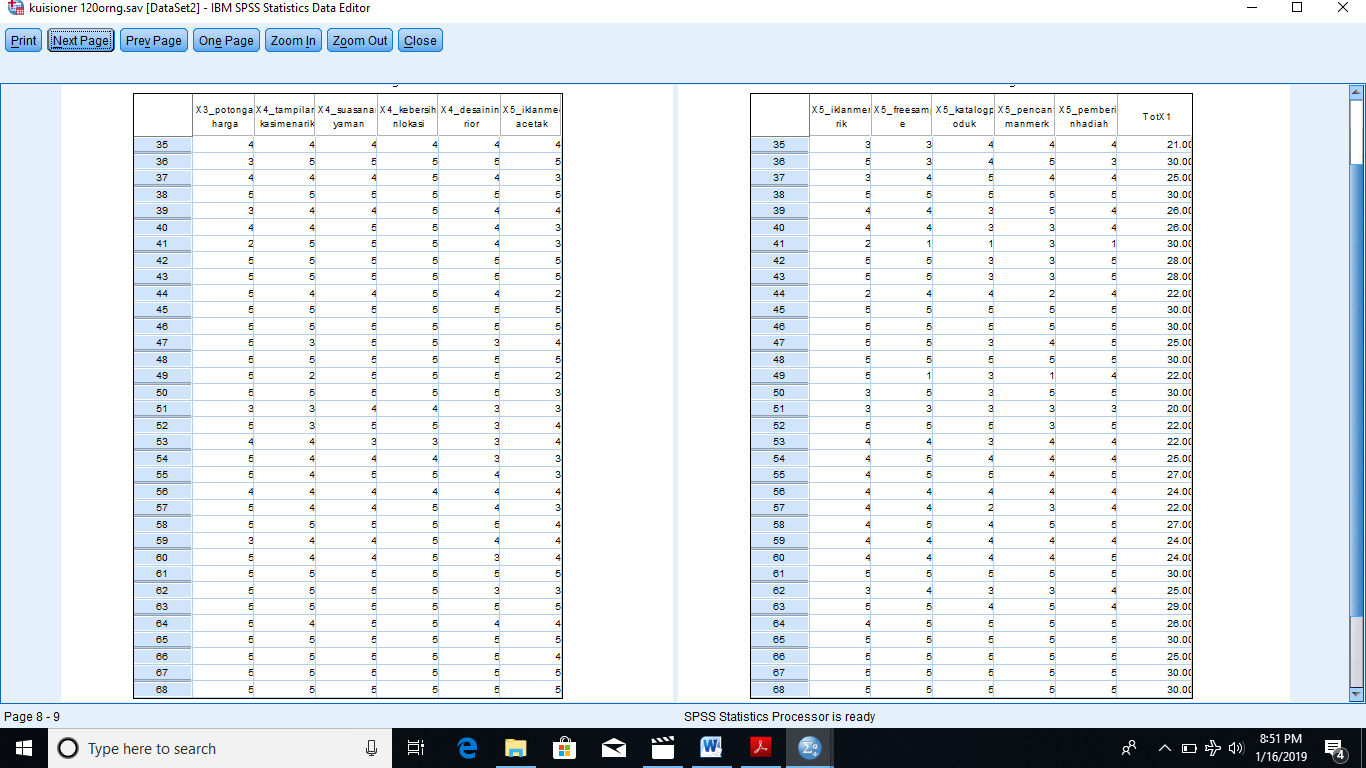
# Lampiran 4. Hasil Tabulasi Kuisioner

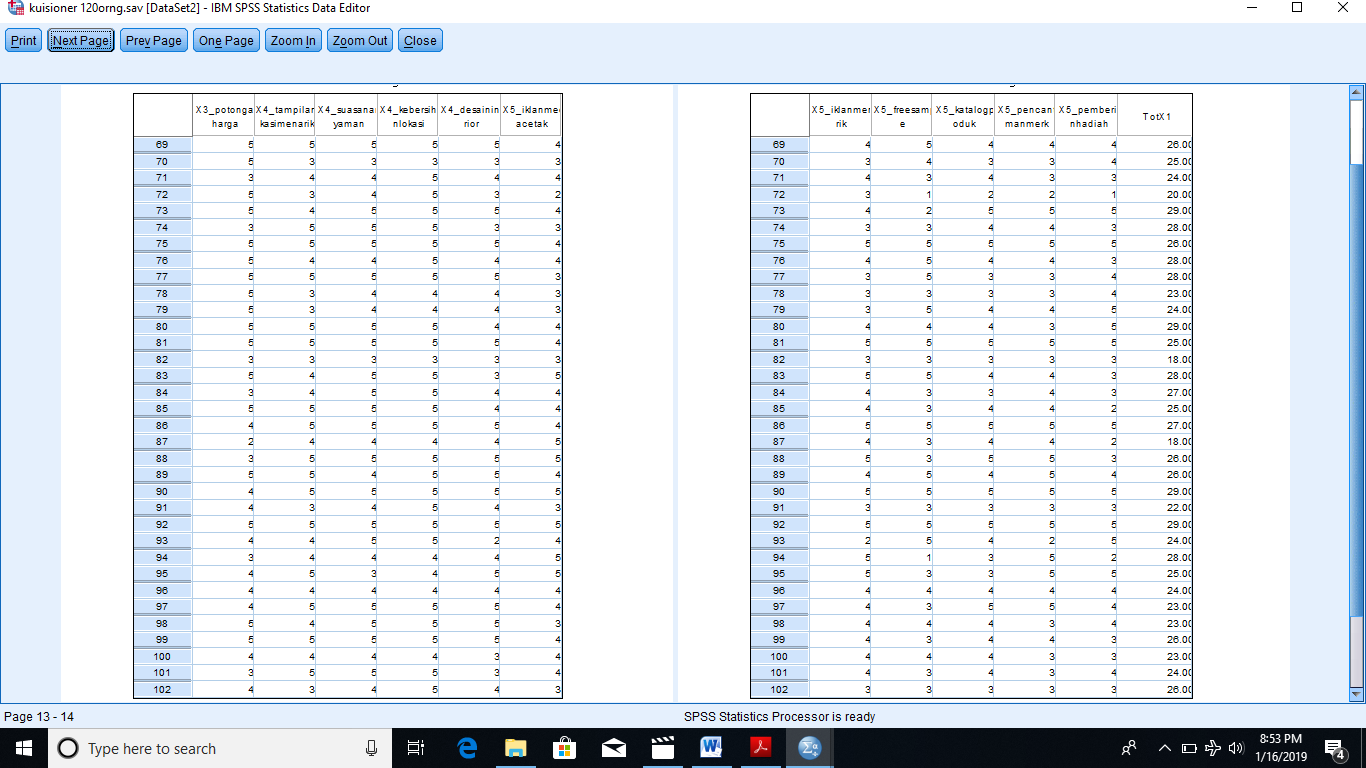


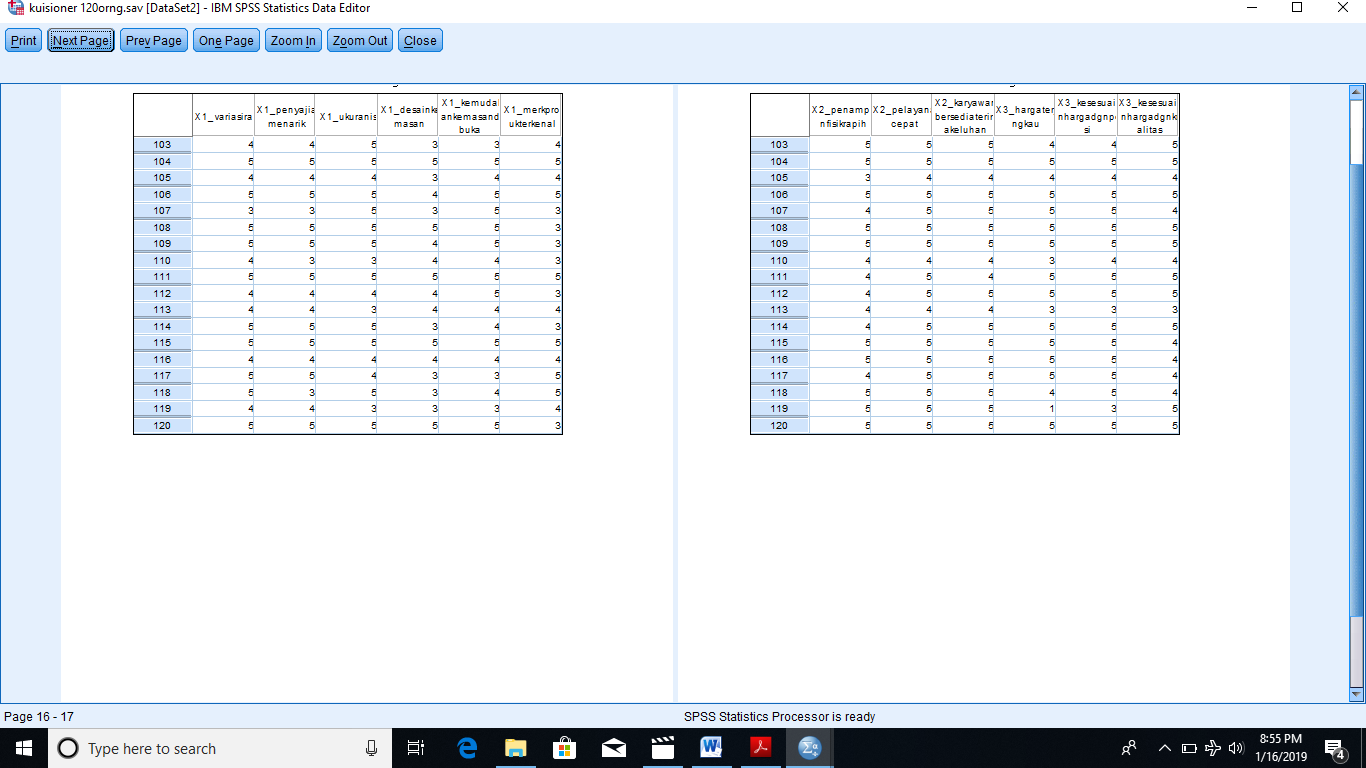
**Lanjutan Lampiran 4.**

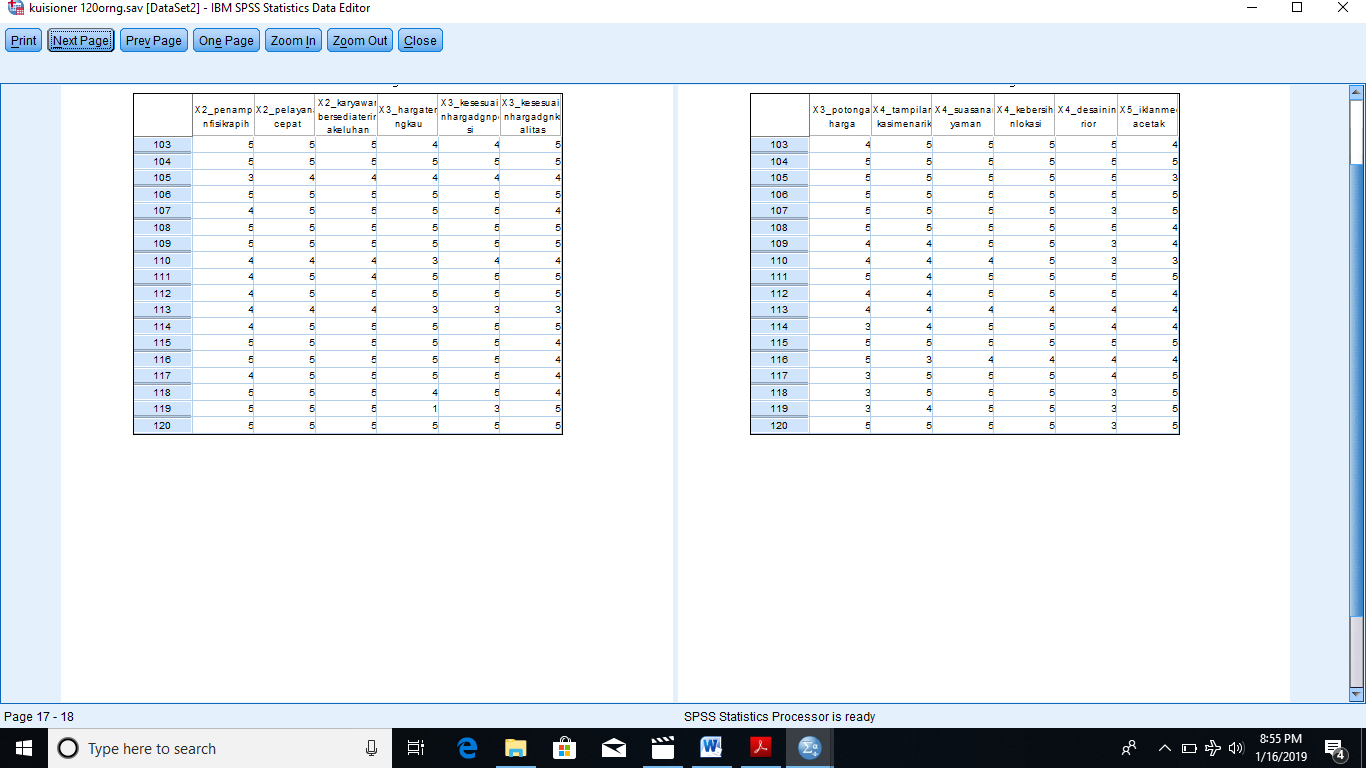


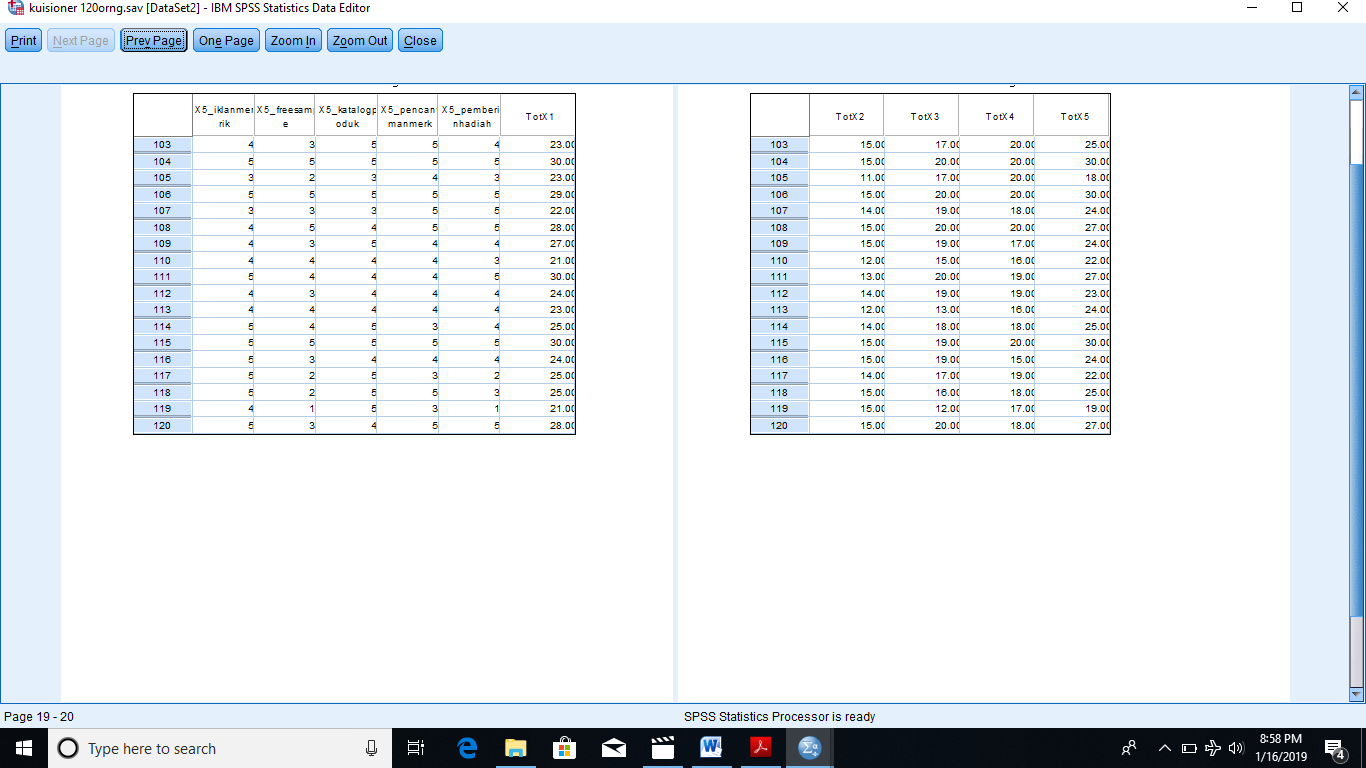


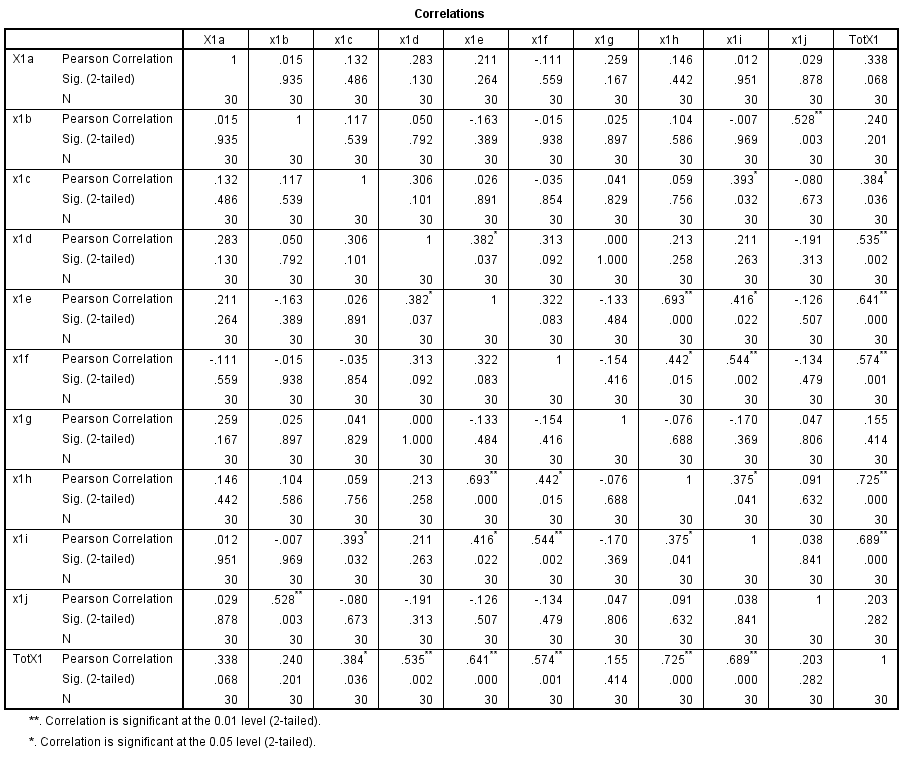


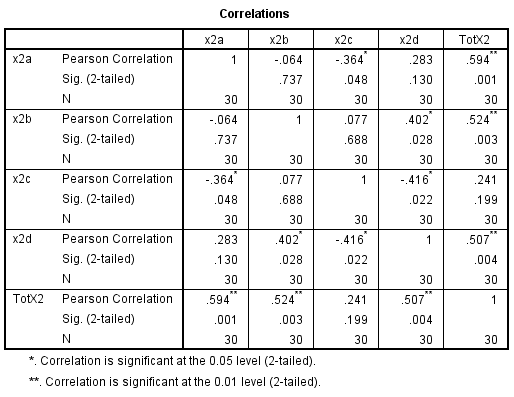


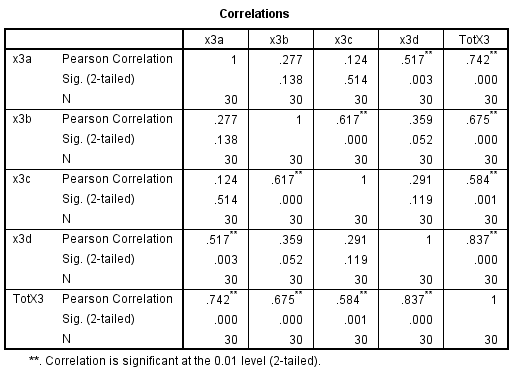


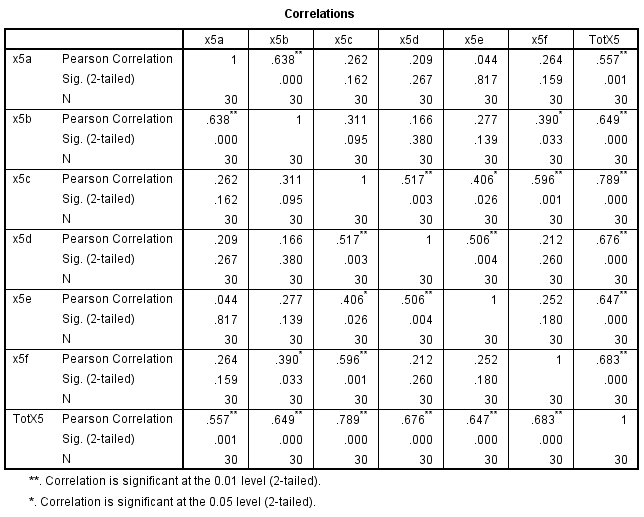
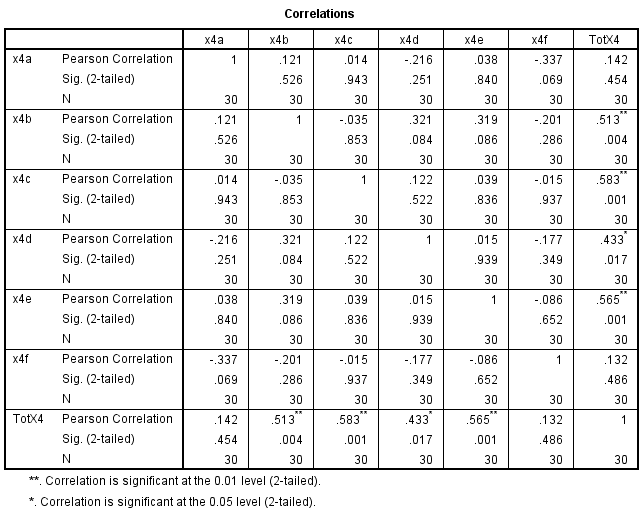




**Lampiran 5. Perhitungan Uji Validitas**







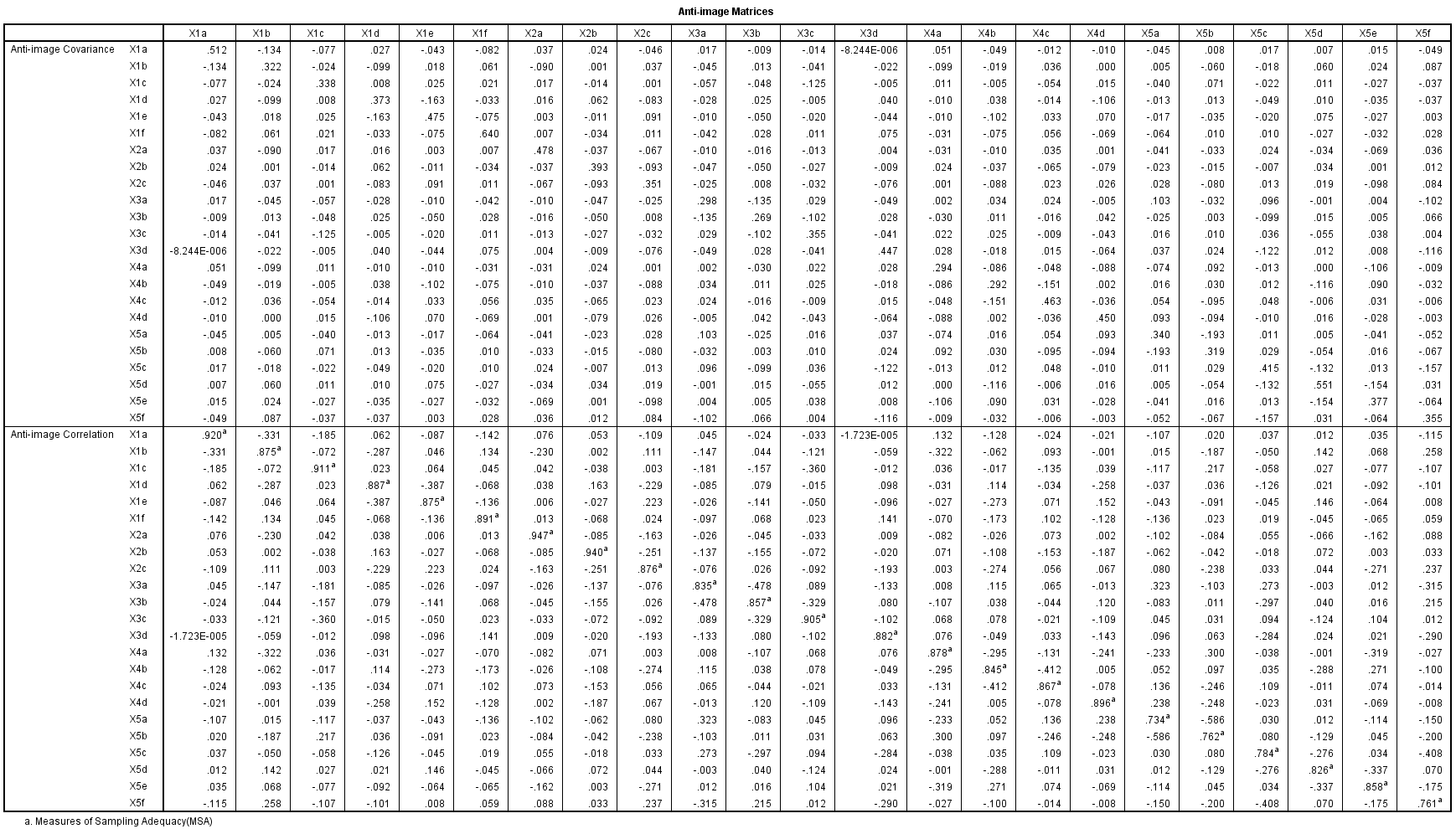
**Lampiran 6. Perhitungan Uji Reliabilitas**

|  |  |
| --- | --- |
| **Reliability Statistics** | |
| Cronbach's Alpha | N of Items |
| .870 | 23 |

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **Item-Total Statistics** | | | | |
|  | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
| x1c | 91.53 | 89.292 | .105 | .873 |
| x1d | 91.63 | 87.551 | .238 | .870 |
| x1e | 91.53 | 80.395 | .716 | .857 |
| x1f | 92.00 | 83.379 | .416 | .866 |
| x1h | 91.73 | 77.926 | .770 | .853 |
| x1i | 92.23 | 80.047 | .620 | .859 |
| x2a | 92.07 | 80.823 | .532 | .862 |
| x2b | 91.23 | 87.909 | .334 | .868 |
| x2d | 91.47 | 85.223 | .509 | .864 |
| x3a | 91.53 | 84.533 | .407 | .866 |
| x3b | 91.27 | 87.306 | .391 | .867 |
| x3c | 91.30 | 86.907 | .424 | .867 |
| x3d | 91.70 | 79.666 | .645 | .858 |
| x4b | 91.63 | 87.275 | .290 | .869 |
| x4c | 92.20 | 85.614 | .210 | .875 |
| x4d | 92.23 | 90.392 | -.009 | .879 |
| x4e | 91.80 | 80.717 | .545 | .861 |
| x5a | 92.00 | 83.586 | .452 | .865 |
| x5b | 91.90 | 80.921 | .711 | .857 |
| x5c | 92.13 | 80.878 | .536 | .862 |
| x5d | 92.20 | 81.821 | .465 | .864 |
| x5e | 91.93 | 80.892 | .503 | .863 |
| x5f | 92.00 | 81.724 | .475 | .864 |

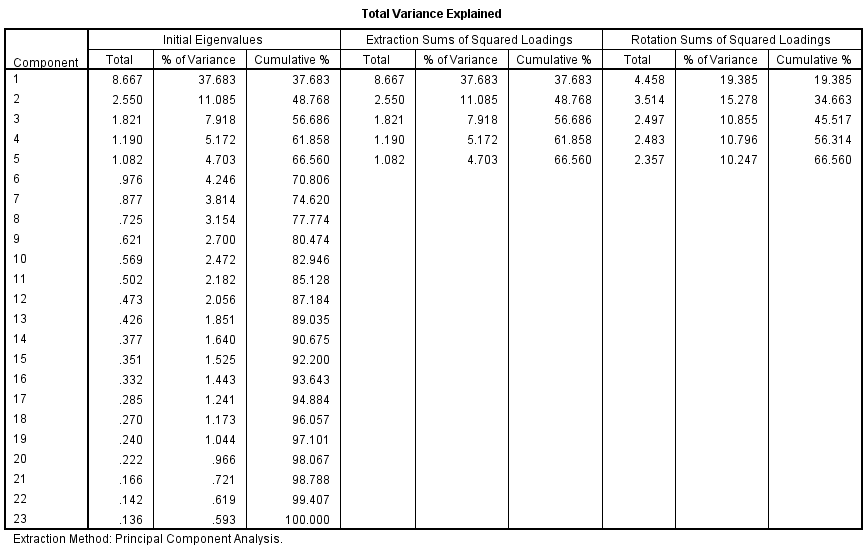
**Lampiran 7. Analisis Faktor**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **KMO and Bartlett's Test** | | |
| Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy. | | .865 |
| Bartlett's Test of Sphericity | Approx. Chi-Square | 1571.388 |
| df | 253 |
| Sig. | .000 |

**Lanjutan Lampiran 7.**

**Lanjutan Lampiran 7.**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Communalities** | | |
|  | Initial | Extraction |
| X1a | 1.000 | .532 |
| X1b | 1.000 | .691 |
| X1c | 1.000 | .700 |
| X1d | 1.000 | .644 |
| X1e | 1.000 | .689 |
| X1f | 1.000 | .518 |
| X2a | 1.000 | .684 |
| X2b | 1.000 | .673 |
| X2c | 1.000 | .690 |
| X3a | 1.000 | .703 |
| X3b | 1.000 | .740 |
| X3c | 1.000 | .706 |
| X3d | 1.000 | .672 |
| X4a | 1.000 | .632 |
| X4b | 1.000 | .826 |
| X4c | 1.000 | .713 |
| X4d | 1.000 | .485 |
| X5a | 1.000 | .660 |
| X5b | 1.000 | .576 |
| X5c | 1.000 | .742 |
| X5d | 1.000 | .611 |
| X5e | 1.000 | .681 |
| X5f | 1.000 | .742 |
| Extraction Method: Principal Component Analysis. | | |

**Lanjutan Lampiran 7.**

**Lanjutan Lampiran 7.**

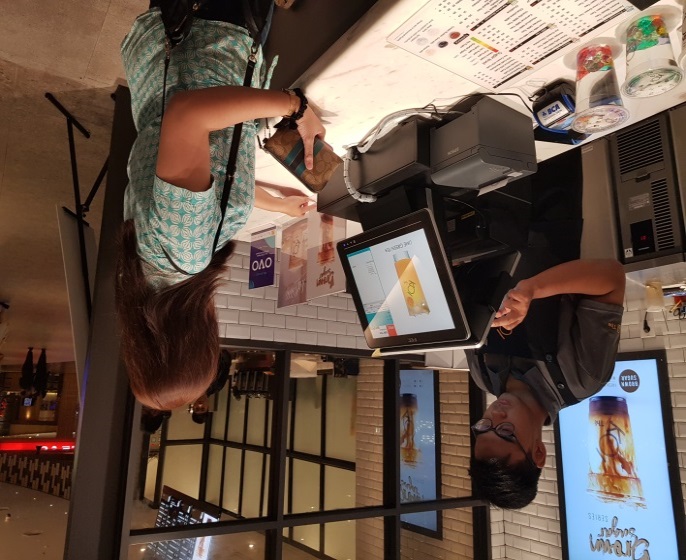
|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Component Matrixa** | | | | | |
|  | Component | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| X1a | .639 | -.087 | -.114 | -.122 | -.297 |
| X1b | .726 | -.045 | -.253 | -.300 | -.086 |
| X1c | .645 | -.529 | .001 | -.066 | .004 |
| X1d | .696 | .187 | .139 | -.270 | -.181 |
| X1e | .620 | .071 | .130 | -.237 | -.476 |
| X1f | .434 | .430 | -.105 | .015 | -.365 |
| X2a | .630 | .242 | -.284 | -.177 | .341 |
| X2b | .709 | -.200 | -.270 | .164 | .174 |
| X2c | .720 | .071 | -.253 | .115 | .300 |
| X3a | .635 | -.512 | -.005 | -.162 | .105 |
| X3b | .658 | -.517 | -.085 | -.161 | .076 |
| X3c | .632 | -.521 | -.143 | -.077 | .088 |
| X3d | .532 | -.370 | .474 | .141 | .087 |
| X4a | .735 | .265 | -.067 | .057 | -.113 |
| X4b | .699 | .109 | -.178 | .459 | -.288 |
| X4c | .563 | -.041 | -.283 | .536 | -.165 |
| X4d | .670 | .099 | -.001 | .161 | .021 |
| X5a | .431 | .620 | .039 | -.288 | .069 |
| X5b | .551 | .459 | -.054 | -.124 | .209 |
| X5c | .471 | -.102 | .710 | .074 | -.014 |
| X5d | .460 | .337 | .247 | .403 | .248 |
| X5e | .600 | .425 | .207 | -.088 | .301 |
| X5f | .492 | .005 | .705 | .027 | -.026 |
| Extraction Method: Principal Component Analysis. | | | | | |
| a. 5 components extracted. | | | | | |

**Lanjutan Lampiran 7.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Rotated Component Matrixa** | | | | | |
|  | Component | | | | |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| X1a | .435 | .135 | .233 | .070 | .516 |
| X1b | .567 | .372 | .127 | -.060 | .459 |
| X1c | .773 | -.002 | .154 | .237 | .148 |
| X1d | .269 | .413 | .065 | .276 | .566 |
| X1e | .249 | .134 | .103 | .249 | .733 |
| X1f | -.105 | .294 | .325 | -.008 | .561 |
| X2a | .360 | .713 | .156 | -.105 | .102 |
| X2b | .611 | .300 | .456 | .026 | .030 |
| X2c | .453 | .556 | .420 | .018 | .017 |
| X3a | .798 | .081 | .055 | .213 | .105 |
| X3b | .828 | .080 | .093 | .146 | .136 |
| X3c | .811 | .057 | .168 | .100 | .083 |
| X3d | .452 | .001 | .147 | .667 | -.005 |
| X4a | .217 | .461 | .413 | .154 | .422 |
| X4b | .207 | .165 | .784 | .120 | .357 |
| X4c | .264 | .061 | .788 | .011 | .140 |
| X4d | .285 | .366 | .415 | .233 | .210 |
| X5a | -.125 | .706 | -.028 | .069 | .373 |
| X5b | .069 | .708 | .146 | .069 | .207 |
| X5c | .168 | .082 | .042 | .828 | .141 |
| X5d | -.081 | .461 | .447 | .429 | -.092 |
| X5e | .072 | .730 | .101 | .340 | .130 |
| X5f | .113 | .165 | .024 | .812 | .203 |
| Extraction Method: Principal Component Analysis.  Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.a | | | | | |
| a. Rotation converged in 6 iterations. | | | | | |

**Lanjutan Lampiran 7.**

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Component Transformation Matrix** | | | | | |
| Component | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 |
| 1 | .582 | .491 | .408 | .315 | .394 |
| 2 | -.722 | .636 | .099 | -.085 | .240 |
| 3 | -.224 | -.084 | -.290 | .927 | -.004 |
| 4 | -.237 | -.231 | .843 | .184 | -.382 |
| 5 | .184 | .543 | -.171 | .037 | -.801 |
| Extraction Method: Principal Component Analysis.  Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization. | | | | | |

**Lampiran 8. Dokumentasi KOI Thé**

****

****



Peneliti melakukan wawancara dengan

salah satu Konsumen KOI Thé

Produk *bubble tea* KOI Thé

Lokasi penjualan *bubble tea* KOI Thé (cabang Mall of Indonesia)