



Program Studi Manajemen
Fakultas Bisnis, Hukum, dan Ilmu Sosial
Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

KUISIONER PENELITIAN

Peran Perceived Value, Customer Satisfaction, dan Brand Preference Terhadap Peningkatan Repurchase Intention Pada Produk Fast Food

Bersama ini, saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar kuesioner yang saya berikan. Informasi yang anda berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatian yang anda berikan, saya ucapkan terima kasih.

A. DATA RESPONDEN

Berilah tanda (X) pada pilihan jawaban yang sesuai dengan diri anda

Nama :

Jenis Kelamin:

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

Usia:

- a. 17 - 22 Tahun
- b. 23 - 27 Tahun
- c. 28 - 32 Tahun
- d. > 33 Tahun

Pekerjaan :

- a. Pelajar / Mahasiswa
- b. Karyawan
- c. Wirausaha
- d. Lainnya

Apakah saudara/i pernah melakukan pembelian di *Richeese Factory* Sidoarjo?

- a. Iya
- b. Tidak

Frekuensi Pembelian :

- a. 1 kali
- b. 2 kali
- c. ≥ 3 kali

B. PETUNJUK PENGISIAN KUESIONER

1. Pilihlah salah satu jawaban yang anda anggap paling sesuai dengan pendapat anda.
2. Berilah tanda ($\sqrt{}$) pada salah satu pilihan jawaban yang sudah tersedia

Keterangan :

1. STS : Sangat Tidak Setuju
2. TS : Tidak Setuju
3. N : Netral
4. S : Setuju
5. SS : Sangat Setuju

C. DAFTAR PERNYATAAN

1. *Perceived Value*

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya merasa bangga saat membeli dan mengkonsumsi produk <i>Richeese Factory</i>					
2	Makan di <i>Richeese Factory</i> memberikan pengakuan sosial yang lebih baik bagi diri saya					
3	Menu produk yang ada di <i>Richeese Factory</i> menyediakan porsi yang sesuai dengan kebutuhan konsumen					
4	Kualitas produk <i>Richeese Factory</i> sesuai dengan harga pembelian					

2. *Customer Satisfaction*

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya melakukan hal yang tepat dengan membeli produk <i>Richeese Factory</i> dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan saya					
2	Pengalaman mengkonsumsi produk <i>Richeese Factory</i> memberikan perasaan senang pada diri saya					
3	Saya merasa puas dengan pengalaman membeli dan mengkonsumsi produk <i>Richeese Factory</i>					
4	Saya akan merekomendasikan produk <i>Richeese Factory</i> kepada teman atau kerabat berdasarkan pengalaman positif yang saya miliki					

3. Brand Preference

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya mempertimbangkan merek <i>Richeese Factory</i> sebagai pilihan utama ketika saya berencana melakukan pembelian produk dalam kategori yang sama					
2	Saya merasa bahwa <i>Richeese Factory</i> memiliki keunggulan dibandingkan merek makanan cepat saji pesaing, sehingga saya ingin tetap membeli produk					
3	Saya lebih suka memilih merek <i>Richeese Factory</i> dibandingkan merek lain					

4. Repurchase Intention

No.	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1	Saya akan membeli kembali produk <i>Richeese Factory</i> di masa depan / dalam waktu dekat					
2	Saya akan terus melakukan pembelian sekurangnya dengan jumlah yang sama, untuk produk <i>Richeese Factory</i> di masa mendatang					
3	Saya dengan sebenarnya membeli produk <i>Richeese Factory</i> berulang kali dalam periode waktu lalu					
4	Saya cenderung untuk tetap membeli produk <i>Richeese Factory</i> daripada mencoba merek baru atau tidak dikenal dalam kategori yang sama					

LAMPIRAN

DATA RESPONDEN DARI KUISIONER

[illegible]

4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3
4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	5
4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5
3	3	4	5	5	4	4	4	3	3	5	5	3	3	4
3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	3	4
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	3	3	3
3	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4
2	1	1	4	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	3	5	5	5	4	3	3	3	4	3	3	4
4	4	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	4	5	5	4	5	4	3	3	4	4	4	3	3
4	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	5
4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3
3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3
4	1	4	3	5	3	3	3	1	5	1	5	5	5	5
2	1	3	3	3	3	3	1	1	1	1	1	3	1	1
4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5
4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	2	4	2	3	3
5	4	5	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5
4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	3
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4
4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4

[illegible]

4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
3	4	3	3	3	5	2	2	3	3	4	3	4	2	2
4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5
4	1	4	2	4	4	3	2	2	2	1	3	2	2	2
3	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	4
4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4
3	3	3	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3
4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5
4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4
4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4
2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4
5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3
4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	3	4	3	4	4

LAMPIRAN

HASIL OLAH DATA

1. Analisis model pengukuran (outer model)

Outer loadings

Outer loadings - Matrix				
	BP	CS	PV	RI
BP1	0.913			
BP2	0.874			
BP3	0.850			
CS1		0.833		
CS2		0.833		
CS3		0.876		
CS4		0.867		
PV1			0.820	
PV2			0.853	
PV3			0.810	
PV4			0.752	
RI1				0.897
RI2				0.845
RI3				0.885
RI4				0.901

Construct reliability and validity

Construct reliability and validity - Overview				
		Zoom (100%)		
		Copy to Excel		Copy to R
	Cronbach's alpha	Composite reliability (rho_a)	Composite reliability (rho_c)	Average variance extracted (AVE)
BP	0.853	0.857	0.911	0.773
CS	0.875	0.883	0.914	0.727
PV	0.824	0.830	0.884	0.655
RI	0.905	0.907	0.934	0.779

Discriminant validity

Discriminant validity - Fornell-Larcker criterion

	BP	CS	PV	RI
BP	0.879			
CS	0.714	0.853		
PV	0.803	0.754	0.810	
RI	0.770	0.804	0.773	0.882

2. Analisis model struktural (inner model)

R square

R-square - Overview

[Zoom](#) (100%)

[Copy to Excel](#)

[Copy to R](#)

	R-square	R-square adjusted
BP	0.673	0.666
RI	0.738	0.730

Path coefficient

Path coefficients - Mean, STDEV, T values, p values

[Zoom](#) (100%)

[Copy to Excel](#)

[Copy to R](#)

	Original sample (O)	Sample mean (M)	Standard deviation (STDEV)	T statistics (O/STDEV)	P values
BP → RI	0.284	0.285	0.103	2.768	0.006
CS → BP	0.251	0.245	0.086	2.914	0.004
CS → RI	0.441	0.442	0.077	5.736	0.000
PV → BP	0.614	0.618	0.077	8.028	0.000
PV → RI	0.213	0.211	0.098	2.174	0.030