

LAMPIRAN

Lampiran 1. Lembar Pengajuan judul



LEMBAR PENGAJUAN JUDUL SKRIPSI / TUGAS AKHIR

1. NAMA MAHASISWA : MOHAMMAD ADIP OKTA ARDIANSYAH
2. NPM : 18.1.02.02.0119
3. FAK./PRODI : FEB MANAJEMEN
4. JUDUL YANG DI AJUKAN :
PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMBING DI ABS CENTER (studi kasus pada konsumen ABS center di desa Kedungdowo-Nganjuk)

5. RENCANA RUMUSAN MASALAH/ PERTANYAAN PENELITIAN :

- 1) Bagaimana Pengaruh Faktor Budaya Terhadap Keputusan Pembelian Kambing di ABS Center
- 2) Bagaimana Pengaruh Faktor Sosial Terhadap Keputusan Pembelian Kambing di ABS Center
- 3) Bagaimana Pengaruh Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kambing di ABS Center
- 4) Bagaimana Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kambing di ABS Center

6. RENCANA MODEL / DESAIN PENELITIAN :

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif yang memiliki pengertian sebagai metode penelitian yang menggunakan analisis statistik karena data penelitian berupa angka-angka. Alat yang digunakan dalam proses penggalan data ini adalah menggunakan kuisioner dengan tujuan pencarian informasi kepada responden dapat mewakili populasi.

Kediri, 29 Maret 2022
MAHASISWA

MOHAMMAD ADIP OKTA A
NPM. 18.1.02.02.0119

MENYETUJUI

PEMBIMBING 1

DIAN KUSUMANINGTYAS, S.E., M.M
NIDN : 0703108302

PEMBIMBING 2

M. ZUHDI SASONGKO, SE., Ak., M.MT
NIDN : 0709097606

MENGETAHUI
KAPRODI,

BESAN MARLINA, M.M.
NIDN. 0721058605



Lampiran 2. Instrumen Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

Kepada :

Yth. Sdr/i Konsumen

ABS Center.

Kuesioner Penelitian

PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMBING DI ABS CENTER

(Studi Kasus Pada Konsumen ABS Center di Desa Kedungdowo – Nganjuk)

Saudara/i Responden Yang Terhormat,

Kuesioner ini dibuat dalam rangka menunjang kegiatan penelitian yang dilakukan oleh peneliti selaku Mahasiswa S1 Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Nusantara PGRI Kediri tentang Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kambing di ABS Center (Studi Kasus Pada Konsumen ABS Center di Desa Kedungdowo – Nganjuk)

Atas bantuan dan kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Mohammad Adip Okta Ardiansyah

Mohon berikan tanda (√) pada kolom yang tersedia dengan jawaban yang bapak/Ibu/Saudara/i anggap sesuai dengan kondisi yang berlaku.

1. Jenis Kelamin : a. Laki-laki b. Perempuan
2. Usia :
- a. > 25 tahun
- a. 18 – 25 tahun
- b. <18 tahun
3. Pekerjaan :
- a. Pelajar / mahasiswa b. Wiraswasta
- c. Pegawai Negeri d. Pegawai Swasta
- e. Lainnya, yaitu

Petunjuk :

Pilihlah jawaban dengan memberi tanda checklist (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai. Adapun makna tanda tersebut adalah sebagai berikut :

Kuesioner

Skala respon adalah sebagai berikut:

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

NO	Pertanyaan	1	2	3	4	5
Y						
1.	1) Membeli Kambing di ABS Center karena banyak pilihannya. 2) Membeli Kambing di ABS Center karena lokasi yang tidak terlalu jauh.					
2.	1) Saya membeli untuk keperluan Qurban / Aqiqah 2) Saya membeli Kambing untuk dternak.					
3.	1) Saya membeli di ABS Center, karena dapat memenuhi jumlah kebutuhan. 2) Saya membeli sesuai kebutuhan Aqiqah.					
X1						
4.	1) Saya membeli di ABS Center, karena mayoritas masyarakat membeli disana. 2) Masyarakat memiliki pendapat positif terhadap ABS Center sehingga memutuskan membeli disana.					
5.	1) Saya membeli di ABS Center karena lokasi yang mudah dijangkau. 2) Saya membeli di ABS Center karena dipengaruhi budaya keluarga yang membeli disana.					

6.	<p>1) Saya membeli di ABS Center karena dapat mencerminkan kelas sosial saya di masyarakat.</p> <p>2) Pendapatan saya menjadi pengaruh membeli kambing di ABS Center.</p>					
X2						
7.	<p>1) Saya membeli kambing di ABS Center karena pengaruh dari rekan saya.</p> <p>2) Saya membeli kambing di ABS Center tanpa tekanan atau paksaan siapapun.</p>					
8.	<p>1) Sebelum membeli kambing di ABS Center saya berusaha mempertimbangkan kepentingan keluarga.</p> <p>2) Saya membeli kambing di ABS Center pengaruh dari keluarga.</p>					
9.	<p>1) Peran dan status yang saya miliki bukan merupakan alasan untuk membeli kambing Qurban.</p> <p>2) Menurut saya, peran dan status dapat mempengaruhi keputusan pembelian.</p>					
X3						
10.	<p>1) Saya membeli kambing di ABS Center karena harga yang terjangkau.</p> <p>2) Saya membeli kambing sesuai kemampuan beli.</p>					

11.	1) Harga yang diberikan di ABS Center, sesuai dengan kualitas kambing. 2) Harga yang diberikan lebih rendah dari yang dipasaran.					
12.	1) Dapat memilih sesuai dengan kemampuan saya. 2) Saya mendapat potongan harga jika membeli dengan jumlah yang banayak.					

Lampiran 3. Data Penelitian Jenis Kelamin dan Usia

Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	38	78.0	78.0	78.0
Perempuan	11	22.0	22.0	100.0
Total	50	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 18 – 25	28.0	28.0	28.0	72.0
> 25	72.0	72.0	72.0	100.0
Total	100.0	100.0	100.0	

Lampiran 4. Data Penelitian Keputusan (Y)

KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)						
Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y
5	5	4	5	4	5	28
4	5	4	5	4	4	26
4	4	4	5	4	5	26
3	4	4	3	4	4	22
4	3	3	4	5	4	23
3	4	3	3	4	3	20
4	3	4	4	4	4	23
3	4	4	3	4	4	22
4	4	5	4	5	5	27
4	5	4	5	4	4	26
4	4	5	4	5	4	26
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	3	4	3	22
4	3	4	4	3	3	21
3	3	4	4	4	3	21
4	4	3	3	3	4	21
4	3	4	3	4	4	22
3	4	4	3	3	3	20
4	4	3	4	4	3	22
4	3	3	4	3	4	21
3	4	4	3	3	3	20
4	3	3	3	4	4	21
4	3	4	4	4	4	23
4	4	5	4	4	4	25
4	5	5	4	4	5	27
5	4	4	4	5	5	27
4	4	4	5	4	4	25
4	4	5	4	5	4	26
4	4	5	4	4	5	26
3	4	4	4	3	4	22
3	4	4	3	4	4	22
4	3	3	3	4	3	20
3	4	4	4	3	3	21
3	3	3	3	3	4	19
3	3	4	4	3	4	21
4	4	3	4	4	3	22
4	4	4	4	3	3	22
3	3	4	3	4	4	21
4	3	4	3	3	3	20
3	4	3	4	4	4	22
3	4	4	3	4	4	22
4	5	5	4	4	5	27
4	4	4	3	4	4	23
5	4	3	4	5	3	24
4	5	4	4	3	4	24
3	3	3	4	4	5	22
5	5	4	3	5	3	25
4	4	3	4	4	4	23
3	4	3	4	4	5	23
4	5	4	4	4	3	24

Lampiran 5. Data Penelitian Faktor Budaya (X1)

FAKTOR BUDAYA (X1)						
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
4	5	4	5	5	4	27
5	4	4	4	4	5	26
4	5	5	4	5	4	27
3	3	4	3	4	4	21
4	4	3	4	4	3	22
3	4	4	4	3	4	22
4	3	4	3	4	3	21
3	3	4	4	3	4	21
4	4	5	4	4	4	25
4	5	4	5	4	5	27
4	4	5	4	4	4	25
4	5	4	4	5	4	26
4	4	3	4	4	3	22
3	3	4	3	3	4	20
3	4	4	3	3	4	21
3	4	4	3	3	4	21
4	3	4	3	4	4	22
4	4	4	3	3	4	22
4	4	3	4	3	3	21
4	4	4	3	4	3	22
4	3	4	3	3	4	21
3	4	3	4	5	4	23
4	4	4	4	4	3	23
4	4	5	4	4	5	26
4	5	4	5	4	5	27
4	4	4	5	5	4	26
5	4	5	4	4	5	27
4	5	4	4	5	4	26
5	4	4	5	4	4	26
4	3	4	4	3	4	22
4	4	3	4	3	3	21
3	4	4	3	4	3	21
3	4	3	4	3	4	21
4	3	3	4	4	3	21
4	3	4	3	3	4	21
4	3	4	4	3	3	21
3	4	3	3	3	4	20
4	4	3	4	4	3	22
4	3	4	4	3	4	22
3	5	4	3	4	5	24
4	4	5	4	5	4	26
4	4	4	5	4	5	26
4	3	4	4	3	4	22
4	5	4	4	5	4	26
3	4	4	4	4	4	23
4	4	5	3	5	4	25
5	4	4	4	4	5	26
3	3	4	4	4	3	21
4	4	5	4	4	4	25
4	5	3	4	5	3	24

lampiran 6. Data Penelitian Faktor Sosial (X2)

FAKTOR SOSIAL						
X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
4	4	5	4	5	4	26
5	4	5	5	4	5	28
4	4	5	4	5	4	26
4	3	4	4	4	3	22
3	3	4	3	3	4	20
4	4	3	4	3	4	22
4	4	4	4	4	3	23
5	5	5	4	4	4	27
4	4	4	5	5	4	26
4	5	5	4	4	5	27
4	4	5	4	5	4	26
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	3	3	4	20
3	3	4	3	4	3	20
3	4	4	3	3	4	21
3	4	3	4	3	3	20
4	3	4	3	4	3	21
4	3	3	4	3	4	21
4	3	4	3	3	3	20
4	3	4	4	4	4	23
3	4	4	4	3	4	22
4	3	3	4	4	3	21
4	4	4	4	5	4	25
5	4	4	5	4	5	27
4	5	4	4	5	5	27
5	4	5	4	5	4	27
5	4	4	4	5	4	26
4	4	5	5	4	5	27
4	4	4	4	4	4	24
3	4	3	4	4	4	22
4	4	4	4	3	4	23
3	4	4	4	3	3	21
3	4	4	3	3	4	21
3	4	3	4	4	3	21
3	4	3	3	4	3	20
3	4	3	4	4	3	21
4	3	4	4	3	4	22
3	4	3	4	3	4	21
3	4	4	4	3	4	22
4	3	5	4	3	4	23
4	3	5	5	4	4	25
4	4	5	4	3	4	24
3	4	4	4	5	3	23
5	4	3	5	4	4	25
4	3	4	3	3	4	21
5	4	5	4	5	5	28
4	4	3	3	4	4	22
3	4	4	3	3	4	21
4	3	4	3	4	4	22
5	4	4	5	3	5	26

Lampiran 7. Data Penelitian Harga (X3)

HARGA (X3)						
X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
4	5	4	4	4	5	26
4	5	4	4	4	5	26
4	5	4	4	4	5	26
4	5	4	4	4	5	26
4	5	4	4	4	5	26
3	3	3	4	4	4	21
4	3	4	4	4	4	23
4	4	4	5	5	4	26
5	4	5	4	5	5	28
5	4	5	4	4	5	27
4	5	5	4	5	5	28
4	4	5	4	4	4	25
3	3	4	3	4	4	21
4	3	4	3	3	4	21
4	3	4	3	4	3	21
3	4	4	4	3	4	22
3	3	3	3	3	4	19
4	3	3	4	3	4	21
4	4	3	3	3	4	21
4	4	3	4	4	4	23
3	4	4	4	4	4	23
4	4	3	4	3	4	22
4	3	3	3	4	3	20
5	4	4	4	5	4	26
4	5	4	5	5	5	28
4	5	5	4	5	5	28
4	5	4	5	5	4	27
5	4	5	4	5	4	27
4	3	4	4	3	4	22
4	3	4	3	3	4	21
4	3	4	4	3	3	21
3	3	3	3	3	4	19
4	4	3	3	4	4	22
4	4	3	4	3	4	22
3	3	4	3	4	4	21
3	4	3	4	4	3	21
3	3	4	3	4	4	21
4	4	3	4	4	3	22
3	3	4	4	3	4	21
3	4	4	4	3	4	22
4	3	4	4	3	4	22
4	3	4	4	5	4	24
3	4	5	5	3	3	23
4	4	4	4	4	4	24
4	3	4	4	5	5	25
4	4	4	4	3	4	23
5	3	4	4	4	4	24
4	5	4	3	4	5	25
5	4	3	4	5	4	25
4	3	4	5	4	4	24

Lampiran 8. Output Uji Validitas Keputusan Pembelian

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.337*	0,185	.337*	.426**	0,081	.627**
	Sig. (2-tailed)		0,017	0,198	0,017	0,002	0,577	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y.2	Pearson Correlation	.337*	1	.384**	.328*	0,172	0,149	.651**
	Sig. (2-tailed)	0,017		0,006	0,020	0,234	0,303	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y.3	Pearson Correlation	0,185	.384**	1	0,176	0,171	.282 [†]	.605**
	Sig. (2-tailed)	0,198	0,006		0,220	0,234	0,047	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y.4	Pearson Correlation	.337*	.328*	0,176	1	0,149	.358 [†]	.633**
	Sig. (2-tailed)	0,017	0,020	0,220		0,302	0,011	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y.5	Pearson Correlation	.426**	0,172	0,171	0,149	1	0,260	.578**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,234	0,234	0,302		0,068	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y.6	Pearson Correlation	0,081	0,149	.282 [†]	.358 [†]	0,260	1	.591**
	Sig. (2-tailed)	0,577	0,303	0,047	0,011	0,068		0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
Y	Pearson Correlation	.627**	.651**	.605**	.633**	.578**	.591**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

lampiran 9. Output Uji Validitas Faktor Budaya

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	0,125	0,219	.387**	0,250	0,175	.560**
	Sig. (2-tailed)		0,388	0,126	0,006	0,081	0,225	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	0,125	1	0,043	.365**	.578**	0,266	.674**
	Sig. (2-tailed)	0,388		0,769	0,009	0,000	0,062	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.3	Pearson Correlation	0,219	0,043	1	-0,017	0,224	.459**	.515**
	Sig. (2-tailed)	0,126	0,769		0,904	0,118	0,001	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.4	Pearson Correlation	.387**	.365**	-0,017	1	.324*	0,214	.616**
	Sig. (2-tailed)	0,006	0,009	0,904		0,022	0,135	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.5	Pearson Correlation	0,250	.578**	0,224	.324*	1	0,061	.693**
	Sig. (2-tailed)	0,081	0,000	0,118	0,022		0,671	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1.6	Pearson Correlation	0,175	0,266	.459**	0,214	0,061	1	.589**
	Sig. (2-tailed)	0,225	0,062	0,001	0,135	0,671		0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X1	Pearson Correlation	.560**	.674**	.515**	.616**	.693**	.589**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

lampiran 10. Output Uji Validitas Faktor Sosial

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	0,078	.428**	.498**	.383**	.498**	.754**
	Sig. (2-tailed)		0,588	0,002	0,000	0,006	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	0,078	1	0,109	0,249	0,266	.373**	.489**
	Sig. (2-tailed)	0,588		0,451	0,082	0,062	0,008	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2.3	Pearson Correlation	.428**	0,109	1	0,237	.312*	.427**	.664**
	Sig. (2-tailed)	0,002	0,451		0,097	0,027	0,002	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2.4	Pearson Correlation	.498**	0,249	0,237	1	0,271	.405**	.669**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,082	0,097		0,057	0,003	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2.5	Pearson Correlation	.383**	0,266	.312*	0,271	1	0,093	.626**
	Sig. (2-tailed)	0,006	0,062	0,027	0,057		0,519	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2.6	Pearson Correlation	.498**	.373**	.427**	.405**	0,093	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,008	0,002	0,003	0,519		0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X2	Pearson Correlation	.754**	.489**	.664**	.669**	.626**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

Lampiran 11. Output Uji Validitas Harga

		Correlations						
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	0,218	0,234	0,190	.439**	0,273	.588**
	Sig. (2-tailed)		0,128	0,101	0,186	0,001	0,055	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X3.2	Pearson Correlation	0,218	1	0,250	.359*	.367**	.555**	.725**
	Sig. (2-tailed)	0,128		0,080	0,010	0,009	0,000	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X3.3	Pearson Correlation	0,234	0,250	1	.294*	.327*	.368**	.621**
	Sig. (2-tailed)	0,101	0,080		0,039	0,020	0,009	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X3.4	Pearson Correlation	0,190	.359*	.294*	1	.306*	0,111	.561**
	Sig. (2-tailed)	0,186	0,010	0,039		0,031	0,445	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X3.5	Pearson Correlation	.439**	.367**	.327*	.306*	1	.355*	.732**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,009	0,020	0,031		0,011	0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X3.6	Pearson Correlation	0,273	.555**	.368**	0,111	.355*	1	.679**
	Sig. (2-tailed)	0,055	0,000	0,009	0,445	0,011		0,000
	N	50	50	50	50	50	50	50
X3	Pearson Correlation	.588**	.725**	.621**	.561**	.732**	.679**	1
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	50	50	50	50	50	50	50

Lampiran 12. Output Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,669	6

Lampiran 13. Output Uji Reliabilitas Faktor Budaya**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,663	6

Lampiran 14. Output Uji Reliabilitas Faktor Sosial**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,727	6

Lampiran 15. Output Uji Reliabilitas Harga**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
0,731	6

Lampiran 16. Output SPSS Staristika Deskriptif

Keputusan Pembelian (Y)

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	16	32,0	32,0	32,0
	4	29	58,0	58,0	90,0
	5	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	14	28,0	28,0	28,0
	4	27	54,0	54,0	82,0
	5	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	14	28,0	28,0	28,0
	4	28	56,0	56,0	84,0
	5	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Y4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	17	34,0	34,0	34,0
	4	28	56,0	56,0	90,0
	5	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	24,0	24,0	24,0
	4	31	62,0	62,0	86,0
	5	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	15	30,0	30,0	30,0
	4	26	52,0	52,0	82,0
	5	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Faktor Budaya (X1)

X01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	26,0	26,0	26,0
	4	33	66,0	66,0	92,0
	5	4	8,0	8,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	26,0	26,0	26,0
	4	28	56,0	56,0	82,0
	5	9	18,0	18,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	10	20,0	20,0	20,0
	4	32	64,0	64,0	84,0
	5	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	14	28,0	28,0	28,0
	4	30	60,0	60,0	88,0
	5	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X05

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	16	32,0	32,0	32,0
	4	24	48,0	48,0	80,0
	5	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X06

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0	1	2,0	2,0	2,0
	3	12	24,0	24,0	26,0
	4	29	58,0	58,0	84,0
	5	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Faktor Sosial (X2)

X01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	16	32,0	32,0	32,0
	4	26	52,0	52,0	84,0
	5	8	16,0	16,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	26,0	26,0	26,0
	4	34	68,0	68,0	94,0
	5	3	6,0	6,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	24,0	24,0	24,0
	4	26	52,0	52,0	76,0
	5	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	24,0	24,0	24,0
	4	31	62,0	62,0	86,0
	5	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X05

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	19	38,0	38,0	38,0
	4	21	42,0	42,0	80,0
	5	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X06

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	24,0	24,0	24,0
	4	31	62,0	62,0	86,0
	5	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Harga (X3)

X01

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	24,0	24,0	24,0
	4	32	64,0	64,0	88,0
	5	6	12,0	12,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X02

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	20	40,0	40,0	40,0
	4	20	40,0	40,0	80,0
	5	10	20,0	20,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X03

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	13	26,0	26,0	26,0
	4	30	60,0	60,0	86,0
	5	7	14,0	14,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X04

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	24,0	24,0	24,0
	4	33	66,0	66,0	90,0
	5	5	10,0	10,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X05

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	16	32,0	32,0	32,0
	4	23	46,0	46,0	78,0
	5	11	22,0	22,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

X06

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	12,0	12,0	12,0
	4	32	64,0	64,0	76,0
	5	12	24,0	24,0	100,0
	Total	50	100,0	100,0	

Lampiran 17.Surat Ijin Penelitian



Yayasan Pembina Lembaga Pendidikan Perguruan Tinggi PGRI Kediri
UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN PADA MASYARAKAT (LPPM)
 Alamat: Kampus I Jl. KH. Achmad Dahlan No. 76 Kediri (64112) Telp.(0354) 771576, Fax. 771576
 Website: <http://lp2m.unpkediri.ac.id>, Email: lemil@unpkediri.ac.id; lemil.unpkediri@gmail.com

Nomor : 20297.07/LPPM.UN PGRI Kd/VI/2022 15 April 2022
 Lampiran : -
 Hal : Permohonan Ijin Melakukan Penelitian

Kepada Yth. Owner ABS Center
 Di : Desa Kedungdowo Kec/Kab. Nganjuk

Dengan ini kami hadapkan mahasiswa Universitas Nusantara PGRI Kediri:

NAMA : Mohammad Adip Okta Ardiansyah
 NPM : 18.1.02.02.0119
 FAK - PRODI : FEB- Manajemen
 Maksud : Ijin melakukan penelitian untuk penulisan Skripsi
 JUDUL :

Pengaruh Faktor Budaya, Faktor Sosial dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Kambing di ABS Center

Sehubungan dengan hal tersebut, kami mohon bantuannya untuk memberi ijin kepada mahasiswa yang bersangkutan guna mendapatkan data-data penelitian pada lembaga yang bapak/ibu/sdr. pimpin sebagai bahan penulisan Skripsi Program Sarjana (S1).

a.n. Ketua
 Sekretaris LPPM,

Dr. Rocky Aswi Ramadhani, M.Kom
 NIDN. 0708049001

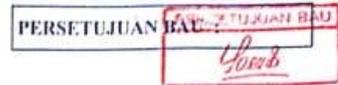
Tembusan :
 1. Kaprodi
 2. Dosen Pembimbing 1 dan 2



Lembaga Penelitian dan Pengabdian Pada Masyarakat Universitas Nusantara PGRI Kediri



Lampiran 18. Berita Acara Kemajuan Bimbingan



BERITA ACARA KEMAJUAN PEMBIMBINGAN PENULISAN KARYA TULIS ILMIAH

1. NAMA MAHASISWA : MOHAMMAD ADIP OETA .A
 NPM : 18.1.02.02.0119
 Fak/Jur/Prodi : FEB Manajemen
 Alamat Rumah : Desa Gempol, kec. Pejoso - Nganjuk
 Alamat email : ardiansyahedpp@gmail.com
 No. Telp. / HP : 0857-2096-0933
2. DOSEN PEMBIMBING I : DIAN KUSUMANINGTYAS, M.M.
 Alamat Rumah : Perum Majorda Indah Blok D-88
 Alamat email : diankusuma@unpkediri.ac.id
 No. Telp. / HP : 0856 9813 8209
3. DOSEN PEMBIMBING II : M. ZUHDI SATONGKO, M.MT. AG
 Alamat Rumah : Dusun Jetund RT3/RW4 Tugu - Tengga lek
 Alamat email : Yudisatongko@yahoo.com
 No. Telp. / HP : 0817 9312 090
4. JUDUL KTI :
PENGARUH FAKTOR BUDAYA, FAKTOR SOSIAL, DAN HARGA TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN KAMBING DI ABS CENTER
(Studi kasus pada konsumen ABS Center di desa kelungdowo -
Nganjuk)

Catatan :

1. Periode Bimbingan (Sesuai SK Rektor) : _____
 2. Jadwal Bimbingan : _____

	Hari	Pukul	Tempat / Ruang
Pembimbing I	Kabu	08.00	Pradi
	Kamis	08.00	Pradi
Pembimbing II	Selasa	10.00	Depan Pradi
	Kabu	10.00	Depan Pradi
	Kamis	10.00	Depan Pradi

3. Kemajuan Bimbingan : _____

Pembimbing I

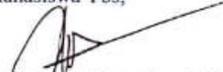
NO.	TANGGAL	MATERI	MASALAH	TT. DOSEN
1	29/3/2022	ACC Judul	Revisi Cover Belahang	<i>[Signature]</i>
2	31/3/2022	Bab I	ACC CB	<i>[Signature]</i>
3	13/04/2022	Bab II	Revisi Kajian teori kutipan	<i>[Signature]</i>
4	19/04/2022	Bab II	Revisi kerangka teoritis	<i>[Signature]</i>
5	19/05/2022	Bab II	ACC	<i>[Signature]</i>
6	23/05/2022	Bab III	Revisi Bab III	<i>[Signature]</i>
7	03/06/2022	Bab III	ACC	<i>[Signature]</i>
8	08/06/2022	Bab IV	Revisi deskriptif & pembahasan	<i>[Signature]</i>
9	13/06/2022	Bab IV	Revisi pembahasan	<i>[Signature]</i>
10	26/6/2022	Bab IV-V	ACC	<i>[Signature]</i>

Pembimbing II

NO.	TANGGAL	MATERI	MASALAH	TT. DOSEN
1	27/3 '22		Sebelum KAJIAN 1, 2, 3, 9	<i>[Signature]</i>
2	30/3 '22		ACC judul	<i>[Signature]</i>
3	13/4 '22		Konsep Data	<i>[Signature]</i>
4	20/4 '22		Koreksi Bab 4	<i>[Signature]</i>
5	4/5 '22		Koreksi Bab 4 25	<i>[Signature]</i>
6	9/6 '22		Koreksi Bab 4 25, jurnal.	<i>[Signature]</i>
7	7/6 '22		ACC Bab 4 25	<i>[Signature]</i>

Mengetahui
Kaprodi


Resti M. H. M. M.
NIDN 0721056005

Kediri, 30 Juni 2022
Mahasiswa Ybs,


Mohammad Adip Oka Ardiansyah
NPM 18.1.02.02.0119

Lampiran 19. Foto ABS Center

Gambar 1 Logo ABS Center



Gambar 2 Kandang ABS Center

