

LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian

ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DOMBA *DORPER FULLBLOOD*

(Studi kasus di PT. Dorper Agrotama Investa Blitar)

Dengan Hormat,

Saya, Fajar Septiono Mahasiswa Program Studi Agribisnis Fakultas Pertanian dan Perternakan Universitas Islam Blitar yang sedang melakukan penelitian mengenai “ **ANALISIS KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MELAKUKAN PEMBELIAN DOMBA *DORPER FULLBLOOD*** (*Studi kasus di PT. Dorper Agrotama Investa Blitar*)”

Penelitian ini adalah bagian dari proses pembuatan karya akhir atau skripsi yang hasil penelitiannya akan digunakan untuk tujuan akademis. Setiap jawaban yang Saudara/i berikan akan dijamin kerahasiannya. Saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini dengan selengkap-lengkapnyanya dan sejujurnya berdasarkan pengamatan dan pengalamannya selama ini. Atas perhatian dan bantuannya saya ucapkan terimakasih.

A. Identitas Responden

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
3. Usia :
4. Pendidikan Terakhir :
5. Status Perkawinan :
6. Pekerjaan :
7. Alamat :

B. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

1. Jawablah pertanyaan dibawah ini berdasarkan pengalaman pembelian domba *Dorper Fullblood* di PT. Dorper Agrotama Investa Blitar.

PENGENALAN KEBUTUHAN

1. Digunakan sebagai pemenuhan kebutuhan domba *Dorper Fullblood* di PT.

Dorper Agrotama Investa Blitar

Jawab:

2. Keuntungan yang didapat setelah membeli domba *Dorper Fullblood*

Jawab:

PENCARIAN INFORMASI

1. Mendapatkan sumber asalnya sebuah informasi tentang domba *Dorper Fullblood*

Jawab:

2. Hal yang menarik perhatian dalam membeli dan beternak domba *Dorper Fullblood*

Jawab:

EVALUASI ALTERNATIF

1. Jika harga domba *Dorper Fullblood* mengalami kenaikan seperti apakah perilaku konsumen

Jawab:

2. Domba *Dorper Fullblood* mengalami kehabisan stok di PT. Dorper Agrotama Investa Blitar, apakah tetap membeli domba *Dorper Fullblood* atau menggunakan alternatif lainnya untuk membeli domba *Dorper Fullblood* yang lain

Jawab:

KEPUTUSAN KONSUMEN

1. Hal yang paling mempengaruhi dalam memutuskan pembelian domba *Dorper Fullblood*

Jawab:

2. Alasan keputusan pembelian anda terhadap domba *Dorper Fullblood*

Jawab:

PERILAKU PASCA PEMBELIAN

1. Persepsi mengenai domba *Dorper Fullblood*

Jawab:

2. Konsumen merasa puas setelah membeli dan beternak domba *Dorper Fullblood*

Jawab:

3. Jika domba *Dorper Fullblood* mengalami kenaikan harga bagaimana perilaku konsumen

Jawab

PRODUK (X1)

1. Kualitas domba *Dorper Fullblood* ditampilkan dalam bentuk yang sehat

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

2. Domba *Dorper Fullblood* dikirim dengan keadaan selamat dan sehat dan umur yang diinginkan konsumen sesuai

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

3. Domba *dorper* memiliki struktur badan yang sehat, berisi dan tidak cacat

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju

- Netral
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
4. Tampilan domba bersih dan berwarna cerah

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

HARGA (X2)

1. Harga produk yang ditawarkan terjangkau oleh konsumen

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

2. Harga yang tertera di form price list domba dorper dapat dilakukan penawaran atau mendapat diskon

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

3. Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral

- Kurang setuju
 - Tidak setuju
4. Harga produk tidak lebih mahal dengan yang lain

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

PROMOSI (X3)

1. PT. Dorper Agrotama Investa Blitar melakukan promosi penjualan melalui akun sosial media

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

2. PT. Dorper Agrotama Investa Blitar membuat papak reklame dan spanduk di depan toko

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

3. Pembayaran domba bisa melalui transfer antar bank

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju

- Netral
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
4. PT. Dorper Agrotama Investa Blitar menyediakan paket diskon harga produk

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

LOKASI (X4)

1. Akses menuju PT. Dorper Agrotama Investa Blitar dapat dijangkau oleh seluruh konsumen

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

2. PT. Dorper Agrotama Investa Blitar memiliki tempat yang bersih

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

3. PT. Dorper Agrotama Investa Blitar mempunyai tempat parkir yang luas dan aman

Jawab:

- Sangat setuju

- Setuju
 - Netral
 - Kurang setuju
 - Tidak setuju
4. PT. Dorper Agrotama Investa Blitar memiliki ruang administrasi atau kantor sebagai ruang tunggu yang nyaman

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

KEPUTUSAN KONSUMEN (Y)

1. Domba *Dorper Fullblood* yang dijual PT. Dorper Agrotama Investa Blitar berkualitas

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

2. Harga sesuai kualitas produk

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

3. Tempat PT. Dorper Agrotama Investa Blitar strategis

Jawab:

- Sangat setuju

- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

4. Daging yang dihasilkan oleh domba *Dorper Fullblood* tebal dan enak

Jawab:

- Sangat setuju
- Setuju
- Netral
- Kurang setuju
- Tidak setuju

Lampiran 2. Karakteristik Sampel

NO	Nama Responden	Umur (Tahun)	Pekerjaan	Frekuensi pembelian / Tahun (Kali)
1	BIBIT LESTARI	45	Wirausaha	1
2	AHMAD RIDWAN	30	Peternak	1
3	ARIF MUSTOFA	35	Pedagang	2
4	JOKO SANTOSO	37	Peternak	1
5	SURYANTO	50	Petani	1
6	SULISTIONO	60	Peternak	1
7	ANDIK SUSWANTO	49	Pedagang	1
8	SUTOYO	65	Peternak	2
9	HARIANDI	35	Wirausaha	1
10	DEDI IRAWAN	40	Wirausaha	1
11	IWAN PURNAMA	37	Petani	1
12	RICKY MUHAJIMIN	30	Peternak	2
13	TAUFIK KURNIA	32	Wirausaha	2
14	SIGIT PERMANA	43	Peternak	1
15	UMAR	60	Petani	1
16	ARDHANA PUTRA	31	Peternak	1
17	HANAN ABDUL GHANI	50	Peternak	1
18	WALYADI	47	Peternak	2
19	ARIS SYAIFUDIN	48	Peternak	3
20	SAHRUL GUNTORO	62	Peternak	1
21	ANDRI P	37	Peternak	2
22	KAMAL FIKRI	27	Peternakan dan Wirausaha	4
23	MUHAMMAD ASROFI	35	Dokter Hewan	4
24	ANNAS AGUNG	38	Dokter Hewan	2
25	BRYAN BASTOMY	35	Peternak	3
26	P AYONG	55	Peternak	2
27	SYARIF	25	Peternak	3
28	JODI ABAS	50	Peternak	2
29	PUTRA TADIN	35	Peternak	4
30	ARIES ANDRIAN	30	Peternak	2
31	NASRUL CHAKIMI	26	Peternak	3
32	ALI IMRON	45	Wirausaha	2
33	TAUFIK	25	Wirausaha	3
34	HARWOTO	56	Petani	1
35	NAH ROWI	31	Pegawai Negri Sipil	1
36	SANDRO MEDA	31	Pegawai Negri Sipil	2
37	HASAN R	43	Wirausaha	3

38	ANDIK P	30	Peternak	1
39	ILHAM WAHYU	32	Dokter Hewan	4
40	FIQOH MUSTOFA	35	Peternak	1
41	ANDRI WIDODO	36	Peternak	1
42	OKY YUKY	41	Wirausaha	2
43	M ADEN	30	Peternak	2
44	ISSA ZEND	31	Peternak	3
45	GHANI	37	Peternak	2
46	IRFAN KAMIL	32	Peternak	3
47	AHMAD MUZIN	40	Peternak	2
48	SYAMSUL ARIFIN	30	Peternak	2
49	ANSHORI	32	Peternak	1
50	ARIF MAQOM	42	Peternak	1

Lampiran 3. Tanggapan Perilaku Konsumen Pengenalan Kebutuhan Serta Frekuensi Pembelian / Tahun (Kali)

NO	Alasan	Manfaat	Frekuensi pembelian / Tahun (Kali)
1	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
2	Hobi	Keinginan Semata	1
3	Peternakan	Dikembangbiakkan	2
4	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
5	Hobi	Keinginan Semata	1
6	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
7	Hobi	Keinginan Semata	1
8	Peternakan	Dikembangbiakkan	2
9	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
10	Hobi	Keinginan Semata	1
11	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
12	Peternakan	Dikembangbiakkan	2
13	Hobi	Keinginan Semata	2
14	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
15	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
16	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
17	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
18	Peternakan	Dikembangbiakkan	2
19	Hobi	Keinginan Semata	3
20	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
21	Peternakan	Dikembangbiakkan	2
22	Peternakan	Dikembangbiakkan	4
23	Peternakan	Bahan Penelitian	4
24	Peternakan	Bahan Penelitian	2
25	Peternakan	Dikembangbiakkan	3
26	Peternakan	Dikembangbiakkan	2
27	Peternakan	Dikembangbiakkan	3
28	Peternakan	Dikembangbiakkan	2
29	Hobi	Keinginan Semata	4
30	Peternakan	Dikembangbiakkan	2
31	Peternakan	Dikembangbiakkan	3
32	Hobi	Dikembangbiakkan	2
33	Peternakan	Dikembangbiakkan	3
34	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
35	Hobi	Keinginan Semata	1
36	Peternakan	Dikembangbiakkan	2

37	Peternakan	Dikembangbiakkan	3
38	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
39	Peternakan	Bahan Penelitian	4
40	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
41	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
42	Peternakan	Dikembangbiakkan	2
43	Hobi	Keinginan Semata	2
44	Peternakan	Dikembangbiakkan	3
45	Peternakan	Dikembangbiakkan	2
46	Peternakan	Dikembangbiakkan	3
47	Peternakan	Dikembangbiakkan	2
48	Peternakan	Dikembangbiakkan	2
49	Peternakan	Dikembangbiakkan	1
50	Peternakan	Dikembangbiakkan	1

Lampiran 4. Proses Pencarian Informasi Konsumen

NO	Sumber Informasi	Hal yang mempengaruhi Keputusan konsumen
1	Media Sosial	Manfaat
2	Spanduk	Kesenangan Pribadi
3	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
4	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
5	Spanduk	Kesenangan Pribadi
6	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
7	Spanduk	Kesenangan Pribadi
8	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
9	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
10	Spanduk	Keinginan Semata
11	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
12	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
13	Spanduk	Kesenangan Pribadi
14	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
15	Media Sosial	Manfaat
16	Media Sosial	Manfaat
17	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
18	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
19	Spanduk	Kesenangan Pribadi
20	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
21	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
22	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
23	Media Sosial	Manfaat
24	Media Sosial	Manfaat
25	Media Sosial	Manfaat
26	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
27	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
28	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
29	Spanduk	Kesenangan Pribadi
30	Media Sosial	Manfaat
31	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
32	Spanduk	Kesenangan Pribadi
33	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
34	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
35	Spanduk	Kesenangan Pribadi
36	Media Sosial	Manfaat
37	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
38	Media Sosial	Manfaat
39	Media Sosial	Manfaat

40	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
41	Media Sosial	Manfaat
42	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
43	Spanduk	Kesenangan Pribadi
44	Media Sosial	Manfaat
45	Media Sosial	Manfaat
46	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
47	Media Sosial	Manfaat
48	Keluarga/ Tetangga	Manfaat
49	Media Sosial	Manfaat
50	Keluarga/ Tetangga	Manfaat

Lampiran 5. Tanggapan Responden terhadap variabel produk (X1)

NO	Pernyataan 1	Pernyataan 2	Pernyataan 3	Pernyataan 4	TOTAL
1	5	4	4	4	17
2	3	2	3	4	12
3	4	3	2	2	11
4	5	4	4	3	16
5	3	3	3	2	11
6	3	3	5	5	16
7	5	3	4	3	15
8	3	3	5	5	16
9	3	3	3	2	11
10	4	4	4	2	14
11	3	4	4	3	14
12	3	3	4	4	14
13	3	2	4	5	14
14	3	4	3	4	14
15	3	3	3	4	13
16	4	3	3	3	13
17	4	4	4	4	16
18	3	4	4	4	15
19	4	4	3	4	15
20	3	4	5	5	17
21	5	5	4	3	17
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	5	5	5	5	20
25	5	5	4	4	18
26	5	5	5	5	20
27	5	5	5	5	20
28	5	5	5	5	20
29	5	4	4	4	17
30	5	5	5	5	20
31	3	3	3	2	11
32	4	4	3	4	15
33	4	4	3	4	15
34	5	5	5	5	20
35	3	3	3	4	13
36	5	4	4	4	17
37	5	5	3	5	18
38	5	5	5	5	20

39	5	5	4	4	18
40	5	5	5	5	20
41	5	5	5	5	20
42	5	4	4	4	17
43	5	5	5	5	20
44	5	5	5	5	20
45	5	5	5	5	20
46	5	5	5	5	20
47	4	4	4	4	16
48	5	5	5	5	20
49	3	3	3	4	13
50	4	3	4	5	16

Lampiran 6. Tanggapan Responden terhadap variabel harga (X2)

NO	Pernyataan 5	Pernyataan 6	Pernyataan 7	Pernyataan 8	TOTAL
1	5	4	4	3	16
2	3	2	4	3	12
3	4	3	2	4	13
4	5	4	2	4	15
5	3	3	3	4	13
6	3	3	3	4	13
7	5	3	5	3	16
8	3	3	4	4	14
9	3	3	3	3	12
10	4	4	3	2	13
11	3	4	3	3	13
12	3	3	3	3	12
13	3	2	3	3	11
14	3	4	3	4	14
15	3	3	3	3	12
16	4	3	3	2	12
17	4	4	3	3	14
18	3	4	3	3	13
19	4	4	3	3	14
20	3	4	5	4	16
21	5	5	4	4	18
22	5	5	5	4	19
23	5	5	4	4	18
24	5	5	5	4	19
25	5	5	4	4	18
26	5	5	5	4	19
27	5	5	5	4	19
28	5	5	4	4	18
29	5	4	5	4	18
30	5	5	5	5	20
31	3	3	4	3	13
32	4	4	5	4	17
33	4	4	4	3	15
34	5	5	4	4	18
35	3	3	4	3	13
36	5	4	4	4	17
37	5	5	4	4	18
38	5	5	4	4	18

39	5	5	4	3	17
40	5	5	4	4	18
41	5	5	5	4	19
42	5	4	4	4	17
43	5	5	4	4	18
44	5	5	4	4	18
45	5	5	4	4	18
46	5	5	5	4	19
47	4	4	4	4	16
48	5	5	3	3	16
49	3	3	4	3	13
50	4	3	4	3	14

Lampiran 7. Tanggapan Responden terhadap variabel promosi (X3)

NO	Pernyataan 9	Pernyataan 10	Pernyataan 11	Pernyataan 12	TOTAL
1	5	4	4	5	18
2	4	3	3	3	13
3	3	2	4	4	13
4	5	4	5	5	19
5	4	3	4	3	14
6	5	3	5	3	16
7	4	4	4	5	17
8	4	5	4	3	16
9	4	3	5	3	15
10	3	4	3	4	14
11	5	4	4	3	16
12	4	4	4	3	15
13	5	4	4	3	16
14	4	3	3	3	13
15	4	3	3	3	13
16	5	3	5	4	17
17	4	4	3	4	15
18	4	4	3	3	14
19	5	3	4	4	16
20	4	5	4	3	16
21	5	4	5	5	19
22	5	5	5	5	20
23	5	5	5	5	20
24	4	5	5	5	19
25	4	4	5	5	18
26	4	5	5	5	19
27	5	5	5	5	20
28	5	5	5	5	20
29	5	4	5	5	19
30	5	5	5	5	20
31	4	3	4	3	14
32	4	3	4	4	15
33	4	3	4	4	15
34	4	5	4	5	18
35	4	3	4	3	14
36	4	4	4	5	17
37	4	3	4	5	16
38	5	5	5	5	20

39	4	4	5	5	18
40	5	5	5	5	20
41	5	5	4	5	19
42	4	4	5	5	18
43	5	5	5	5	20
44	5	5	5	5	20
45	4	5	4	5	18
46	5	5	5	5	20
47	4	4	4	4	16
48	4	5	4	5	18
49	4	3	5	3	15
50	4	4	5	4	17

Lampiran 8. Tanggapan Responden terhadap variabel Lokasi (X4)

NO	Pernyataan 13	Pernyataan 14	Pernyataan 15	Pernyataan 16	TOTAL
1	4	4	4	4	16
2	4	3	4	4	15
3	3	4	4	5	16
4	4	4	4	3	15
5	5	5	5	5	20
6	3	4	3	3	13
7	5	4	4	3	16
8	4	4	3	3	14
9	2	4	4	4	14
10	4	4	3	3	14
11	3	3	3	5	14
12	3	4	4	3	14
13	4	4	5	5	18
14	4	4	4	3	15
15	3	4	4	4	15
16	3	4	5	5	17
17	4	3	4	5	16
18	3	3	4	5	15
19	5	5	5	5	20
20	4	4	4	4	16
21	4	4	4	5	17
22	4	5	5	5	19
23	4	5	5	5	19
24	4	5	4	5	18
25	4	4	4	5	17
26	4	5	5	5	19
27	5	5	5	5	20
28	4	4	4	5	17
29	4	4	4	5	17
30	5	5	5	5	20
31	4	4	4	5	17
32	4	4	3	4	15
33	4	4	4	5	17
34	5	5	5	4	19
35	3	4	4	4	15
36	4	4	4	4	16
37	3	4	4	4	15
38	5	5	4	4	18

39	4	4	3	5	16
40	4	4	4	5	17
41	4	5	5	5	19
42	4	4	4	4	16
43	4	4	5	5	18
44	4	4	5	5	18
45	4	5	5	5	19
46	4	4	4	5	17
47	4	4	4	4	16
48	3	4	4	5	16
49	4	4	4	5	17
50	4	4	4	4	16

Lampiran 9 Tanggapan responden terhadap variabel Keputusan Konsumen (Y)

NO	Pernyataan 17	Pernyataan 18	Pernyataan 19	Pernyataan 20	TOTAL
1	4	3	3	4	14
2	4	4	3	4	15
3	4	5	3	4	16
4	4	3	3	4	14
5	4	5	3	3	15
6	4	3	4	3	14
7	3	3	4	3	13
8	4	5	4	4	17
9	4	3	3	3	13
10	5	3	4	4	16
11	3	3	5	4	15
12	4	3	3	4	14
13	4	4	3	3	14
14	5	3	5	3	16
15	4	3	4	5	16
16	4	3	3	3	13
17	4	5	4	4	17
18	4	3	4	5	16
19	5	3	3	4	15
20	4	3	3	4	14
21	4	5	4	4	17
22	5	5	4	5	19
23	5	5	5	4	19
24	5	5	4	5	19
25	5	5	4	4	18
26	5	5	5	4	19
27	5	5	5	5	20
28	5	5	4	4	18
29	4	4	4	4	16
30	5	5	5	4	19
31	4	4	3	3	14
32	4	4	3	4	15
33	4	4	5	5	18
34	5	5	5	5	20
35	4	4	4	3	15
36	4	4	4	3	15
37	4	4	5	4	17

38	5	5	4	4	18
39	4	4	3	4	15
40	5	5	4	3	17
41	5	5	5	5	20
42	5	4	4	4	17
43	5	4	4	5	18
44	5	5	4	4	18
45	5	5	4	5	19
46	4	4	4	4	16
47	4	4	4	4	16
48	5	4	3	4	16
49	5	4	5	4	18
50	4	4	3	3	14

Lampiran 10. Hasil Output SPSS

Hasil Uji Validitas

		Correlations																				
		P01	P02	P03	P04	P05	P06	P07	P08	P09	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	P18	P19	P20	TOTAL
P01	Pearson Correlation	1	.790 ^{**}	.515 ^{**}	.367 ^{**}	1.000 ^{**}	.790 ^{**}	.442 ^{**}	.439 ^{**}	.329 ^{**}	.579 ^{**}	.510 ^{**}	1.000 ^{**}	.395 ^{**}	.430 ^{**}	.307 ^{**}	.287 ^{**}	.439 ^{**}	.477 ^{**}	.253	.325 ^{**}	.834 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.009	.000	.000	.001	.001	.020	.000	.000	.000	.005	.002	.030	.043	.001	.000	.076	.021	.000
	N		50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P02	Pearson Correlation	.790 ^{**}	1	.823 ^{**}	.475 ^{**}	.790 ^{**}	1.000 ^{**}	.427 ^{**}	.523 ^{**}	.315 ^{**}	.876 ^{**}	.389 ^{**}	.790 ^{**}	.287 ^{**}	.429 ^{**}	.236	.387 ^{**}	.596 ^{**}	.486 ^{**}	.465 ^{**}	.595 ^{**}	.871 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.026	.000	.005	.000	.043	.002	.099	.006	.000	.000	.001	.000	.000
	N			50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P03	Pearson Correlation	.515 ^{**}	.823 ^{**}	1	.702 ^{**}	.515 ^{**}	.823 ^{**}	.480 ^{**}	.469 ^{**}	.469 ^{**}	.845 ^{**}	.404 ^{**}	.515 ^{**}	.311 ^{**}	.385 ^{**}	.287	.106	.442 ^{**}	.369 ^{**}	.306 ^{**}	.328 ^{**}	.752 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.001	.000	.004	.000	.028	.009	.148	.465	.001	.004	.031	.020	.000
	N				50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P04	Pearson Correlation	.367 ^{**}	.475 ^{**}	.702 ^{**}	1	.367 ^{**}	.475 ^{**}	.494 ^{**}	.447 ^{**}	.392 ^{**}	.857 ^{**}	.264	.367 ^{**}	.218	.303 ^{**}	.268	.141	.458 ^{**}	.370 ^{**}	.364 ^{**}	.355 ^{**}	.657 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.009	.000	.000	.009	.000	.000	.001	.005	.000	.064	.009	.128	.033	.059	.327	.001	.008	.009	.011	.000
	N					50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P05	Pearson Correlation	1.000 ^{**}	.790 ^{**}	.515 ^{**}	.367 ^{**}	1	.790 ^{**}	.442 ^{**}	.439 ^{**}	.329 ^{**}	.579 ^{**}	.510 ^{**}	1.000 ^{**}	.395 ^{**}	.430 ^{**}	.307 ^{**}	.287 ^{**}	.439 ^{**}	.477 ^{**}	.253	.325 ^{**}	.834 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.020	.000	.000	.000	.005	.002	.030	.043	.001	.000	.076	.021	.000
	N						50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P06	Pearson Correlation	.790 ^{**}	1.000 ^{**}	.823 ^{**}	.475 ^{**}	.790 ^{**}	1	.427 ^{**}	.523 ^{**}	.315 ^{**}	.876 ^{**}	.389 ^{**}	.790 ^{**}	.287 ^{**}	.429 ^{**}	.236	.387 ^{**}	.596 ^{**}	.486 ^{**}	.465 ^{**}	.595 ^{**}	.871 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.026	.000	.005	.000	.043	.002	.099	.006	.000	.000	.001	.000	.000
	N							50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P07	Pearson Correlation	.442 ^{**}	.427 ^{**}	.460 ^{**}	.494 ^{**}	.442 ^{**}	.427 ^{**}	1	.417 ^{**}	.203	.510 ^{**}	.344 ^{**}	.442 ^{**}	.441 ^{**}	.374 ^{**}	.168	.209	.207	.394 ^{**}	.354 ^{**}	.254	.616 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.001	.002	.001	.000	.001	.002	.003	.158	.000	.014	.001	.001	.007	.243	.144	.149	.005	.012	.075	.000
	N								50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P08	Pearson Correlation	.439 ^{**}	.523 ^{**}	.459 ^{**}	.447 ^{**}	.439 ^{**}	.523 ^{**}	.417 ^{**}	1	.271	.424 ^{**}	.396 ^{**}	.439 ^{**}	.357 ^{**}	.450 ^{**}	.236	.102	.353	.580 ^{**}	.360 ^{**}	.208	.636 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.001	.001	.001	.000	.003	.057	.002	.004	.001	.011	.001	.098	.479	.012	.000	.010	.146	.000
	N									50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P09	Pearson Correlation	.329 ^{**}	.315 ^{**}	.449 ^{**}	.392 ^{**}	.329 ^{**}	.315 ^{**}	.203	.271	1	.393 ^{**}	.520 ^{**}	.329 ^{**}	.213	.208	.359 ^{**}	.301 ^{**}	.138	.098	.138	.039	.469 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.020	.026	.001	.005	.020	.026	.158	.057	.005	.000	.020	.137	.150	.010	.034	.339	.499	.339	.788	.001
	N										50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P10	Pearson Correlation	.579 ^{**}	.579 ^{**}	.845 ^{**}	.657 ^{**}	.579 ^{**}	.845 ^{**}	.510 ^{**}	.424 ^{**}	.393 ^{**}	1	.357 ^{**}	.579 ^{**}	.376 ^{**}	.377 ^{**}	.296	.199	.472 ^{**}	.462 ^{**}	.296 ^{**}	.395 ^{**}	.796 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.002	.005	.011	.000	.007	.007	.037	.166	.001	.001	.035	.005	.000	.000
	N											50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P11	Pearson Correlation	.510 ^{**}	.395 ^{**}	.404 ^{**}	.264	.510 ^{**}	.395 ^{**}	.344 ^{**}	.396 ^{**}	.520 ^{**}	.357 ^{**}	1	.510 ^{**}	.124	.384 ^{**}	.205	.304 ^{**}	.295 ^{**}	.339 ^{**}	.069	-.059	.547 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.005	.004	.004	.000	.005	.014	.004	.000	.011	.000	.392	.005	.153	.032	.041	.016	.036	.687	.000
	N												50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P12	Pearson Correlation	1.000 ^{**}	.790 ^{**}	.515 ^{**}	.367 ^{**}	1.000 ^{**}	.790 ^{**}	.442 ^{**}	.439 ^{**}	.329 ^{**}	.579 ^{**}	.510 ^{**}	1	.395 ^{**}	.430 ^{**}	.307 ^{**}	.287 ^{**}	.439 ^{**}	.477 ^{**}	.253	.325 ^{**}	.834 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.001	.001	.020	.000	.000	.000	.005	.002	.030	.043	.001	.000	.076	.021	.000
	N													50	50	50	50	50	50	50	50	50
P13	Pearson Correlation	.395 ^{**}	.287 ^{**}	.311 ^{**}	.218	.395 ^{**}	.287 ^{**}	.441 ^{**}	.357 ^{**}	.213	.376 ^{**}	.124	.395 ^{**}	1	.507 ^{**}	.347 ^{**}	.095	.328 ^{**}	.407 ^{**}	.193	.132	.502 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.005	.043	.028	.128	.005	.043	.001	.011	.137	.007	.392	.005	.000	.014	.513	.020	.003	.179	.361	.000
	N														50	50	50	50	50	50	50	50
P14	Pearson Correlation	.430 ^{**}	.429 ^{**}	.365 ^{**}	.303 ^{**}	.430 ^{**}	.429 ^{**}	.374 ^{**}	.460 ^{**}	.206	.377 ^{**}	.394 ^{**}	.430 ^{**}	.387 ^{**}	1	.586 ^{**}	.177	.598 ^{**}	.466 ^{**}	.243	.240	.613 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.002	.002	.009	.033	.002	.002	.007	.001	.150	.007	.005	.002	.000	.000	.219	.000	.001	.089	.093	.000
	N															50	50	50	50	50	50	50
P15	Pearson Correlation	.307 ^{**}	.236	.207	.268	.307 ^{**}	.236	.359 ^{**}	.294 ^{**}	.205	.387 ^{**}	.347 ^{**}	.586 ^{**}	.472 ^{**}	.463 ^{**}	1	.472 ^{**}	.463 ^{**}	.373 ^{**}	.171	.213	.482 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.030	.099	.148	.059	.030	.099	.243	.098	.010	.037	.153	.030	.014	.000	.001	.001	.008	.236	.137	.000
	N															50	50	50	50	50	50	50
P16	Pearson Correlation	.287 ^{**}	.387 ^{**}	.106	.141	.287 ^{**}	.387 ^{**}	.209	.102	.301 ^{**}	.199	.384 ^{**}	.287 ^{**}	.095	.177	.472 ^{**}	1	.277	.506 ^{**}	.121	.286 ^{**}	.443 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.043	.006	.465	.327	.043	.006	.144	.479	.034	.166	.032	.043	.513	.219	.001	.052	.000	.402	.044	.001
	N														50	50	50	50	50	50	50	50
P17	Pearson Correlation	.439 ^{**}	.596 ^{**}	.442 ^{**}	.458 ^{**}	.439 ^{**}	.596 ^{**}	.207	.355 ^{**}	.138	.472 ^{**}	.395 ^{**}	.439 ^{**}	.328 ^{**}	.596 ^{**}	.463 ^{**}	.277	1	.490 ^{**}	.337 ^{**}	.363 ^{**}	.646 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.001	.001	.001	.000	.149	.012	.329	.001	.041	.001	.020	.000	.001	.052	.000	.017	.009	.000
	N																		50	50	50	50
P18	Pearson Correlation	.477 ^{**}	.486 ^{**}	.399 ^{**}	.370 ^{**}	.477 ^{**}	.486 ^{**}	.394 ^{**}	.580 ^{**}	.098	.482 ^{**}	.339 ^{**}	.477 ^{**}	.407 ^{**}	.466 ^{**}	.373 ^{**}	.506 ^{**}	.490 ^{**}	1	.324 ^{**}	.270	.672 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.004	.008	.000	.000	.005	.000	.499	.001	.016	.000	.003	.001	.008	.000	.000	.022	.058	.000
	N																		50	50	50	50
P19	Pearson Correlation	.253	.465 ^{**}	.306 ^{**}	.364 ^{**}	.253	.465 ^{**}	.354 ^{**}	.360 ^{**}	.138	.298 ^{**}	.069	.253	.193	.243	.171	.121	.337 ^{**}	.324 ^{**}	1	.365 ^{**}	.482 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.076	.001	.031	.009	.076	.001	.012	.010	.339	.035	.636	.076	.179	.089	.236	.482	.017	.022	.009	.000
	N																		50	50	50	50
P20	Pearson Correlation	.325 ^{**}	.505 ^{**}	.328 ^{**}	.365 ^{**}	.325 ^{**}	.505 ^{**}	.254	.208	.099	.395 ^{**}	-.059	.325 ^{**}	.132	.240	.213	.286 ^{**}	.363 ^{**}	.270	.365 ^{**}	1	.490 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.021	.000	.020	.011	.021	.000	.075	.146	.788	.005	.687	.021	.361	.093	.137	.044	.009	.058	.009	.000
	N																		50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	.834 ^{**}	.871 ^{**}	.752 ^{**}	.657 ^{**}	.834 ^{**}	.871 ^{**}	.616 ^{**}	.635 ^{**}	.469 ^{**}	.796 ^{**}	.547 ^{**}	.834 ^{**}	.502 ^{**}	.613 ^{**}	.482 ^{**}	.443 ^{**}	.				

Lampiran 11. *r* tabel (Sebagai pedoman Uji Validitas)

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189
36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432

Lampiran 12. T tabel (Sebagai pedoman Uji T / Parsial)

c df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607
45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171
61	0.67853	1.29558	1.67022	1.99962	2.38905	2.65886	3.22930
62	0.67847	1.29536	1.66980	1.99897	2.38801	2.65748	3.22696
63	0.67840	1.29513	1.66940	1.99834	2.38701	2.65615	3.22471
64	0.67834	1.29492	1.66901	1.99773	2.38604	2.65485	3.22253
65	0.67828	1.29471	1.66864	1.99714	2.38510	2.65360	3.22041
66	0.67823	1.29451	1.66827	1.99656	2.38419	2.65239	3.21837
67	0.67817	1.29432	1.66792	1.99601	2.38330	2.65122	3.21639
68	0.67811	1.29413	1.66757	1.99547	2.38245	2.65008	3.21446
69	0.67806	1.29394	1.66724	1.99495	2.38161	2.64898	3.21260
70	0.67801	1.29376	1.66691	1.99444	2.38081	2.64790	3.21079
71	0.67796	1.29359	1.66660	1.99394	2.38002	2.64686	3.20903
72	0.67791	1.29342	1.66629	1.99346	2.37926	2.64585	3.20733
73	0.67787	1.29326	1.66600	1.99300	2.37852	2.64487	3.20567
74	0.67782	1.29310	1.66571	1.99254	2.37780	2.64391	3.20406
75	0.67778	1.29294	1.66543	1.99210	2.37710	2.64298	3.20249
76	0.67773	1.29279	1.66515	1.99167	2.37642	2.64208	3.20096
77	0.67769	1.29264	1.66488	1.99125	2.37576	2.64120	3.19948
78	0.67765	1.29250	1.66462	1.99085	2.37511	2.64034	3.19804
79	0.67761	1.29236	1.66437	1.99045	2.37448	2.63950	3.19663
80	0.67757	1.29222	1.66412	1.99006	2.37387	2.63869	3.19526

Lampiran 13. F tabel (Sebagai pedoman Uji F / Simultan)

$\alpha = 0,05$	df ₁ =(k-1)							
df ₂ =(n-k-1)	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.44 ₈	199.500	215.70 ₇	224.583	230.162	233.98 ₆	236.768	238.883
2	18.513	19.000	19.164	19.247	19.296	19.330	19.353	19.371
3	10.128	9.552	9.277	9.117	9.013	8.941	8.887	8.845
4	7.709	6.944	6.591	6.388	6.256	6.163	6.094	6.041
5	6.608	5.786	5.409	5.192	5.050	4.950	4.876	4.818
6	5.987	5.143	4.757	4.534	4.387	4.284	4.207	4.147
7	5.591	4.737	4.347	4.120	3.972	3.866	3.787	3.726
8	5.318	4.459	4.066	3.838	3.687	3.581	3.500	3.438
9	5.117	4.256	3.863	3.633	3.482	3.374	3.293	3.230
10	4.965	4.103	3.708	3.478	3.326	3.217	3.135	3.072
11	4.844	3.982	3.587	3.357	3.204	3.095	3.012	2.948
12	4.747	3.885	3.490	3.259	3.106	2.996	2.913	2.849
13	4.667	3.806	3.411	3.179	3.025	2.915	2.832	2.767
14	4.600	3.739	3.344	3.112	2.958	2.848	2.764	2.699
15	4.543	3.682	3.287	3.056	2.901	2.790	2.707	2.641
16	4.494	3.634	3.239	3.007	2.852	2.741	2.657	2.591
17	4.451	3.592	3.197	2.965	2.810	2.699	2.614	2.548
18	4.414	3.555	3.160	2.928	2.773	2.661	2.577	2.510
19	4.381	3.522	3.127	2.895	2.740	2.628	2.544	2.477
20	4.351	3.493	3.098	2.866	2.711	2.599	2.514	2.447
21	4.325	3.467	3.072	2.840	2.685	2.573	2.488	2.420
22	4.301	3.443	3.049	2.817	2.661	2.549	2.464	2.397
23	4.279	3.422	3.028	2.796	2.640	2.528	2.442	2.375
24	4.260	3.403	3.009	2.776	2.621	2.508	2.423	2.355
25	4.242	3.385	2.991	2.759	2.603	2.490	2.405	2.337
26	4.225	3.369	2.975	2.743	2.587	2.474	2.388	2.321
27	4.210	3.354	2.960	2.728	2.572	2.459	2.373	2.305
28	4.196	3.340	2.947	2.714	2.558	2.445	2.359	2.291
29	4.183	3.328	2.934	2.701	2.545	2.432	2.346	2.278
30	4.171	3.316	2.922	2.690	2.534	2.421	2.334	2.266
31	4.160	3.305	2.911	2.679	2.523	2.409	2.323	2.255
32	4.149	3.295	2.901	2.668	2.512	2.399	2.313	2.244
33	4.139	3.285	2.892	2.659	2.503	2.389	2.303	2.235
34	4.130	3.276	2.883	2.650	2.494	2.380	2.294	2.225
35	4.121	3.267	2.874	2.641	2.485	2.372	2.285	2.217
36	4.113	3.259	2.866	2.634	2.477	2.364	2.277	2.209
37	4.105	3.252	2.859	2.626	2.470	2.356	2.270	2.201
38	4.098	3.245	2.852	2.619	2.463	2.349	2.262	2.194
39	4.091	3.238	2.845	2.612	2.456	2.342	2.255	2.187
40	4.085	3.232	2.839	2.606	2.449	2.336	2.249	2.180
41	4.079	3.226	2.833	2.600	2.443	2.330	2.243	2.174
42	4.073	3.220	2.827	2.594	2.438	2.324	2.237	2.168
43	4.067	3.214	2.822	2.589	2.432	2.318	2.232	2.163
44	4.062	3.209	2.816	2.584	2.427	2.313	2.226	2.157
45	4.057	3.204	2.812	2.579	2.422	2.308	2.221	2.152

DOKUMENTASI FOTO BERSAMA RESPONDEN



Gambar Lampiran 1: Dokumentasi Bersama Peternak Blitar



Gambar Lampiran 2: Dokumentasi Bersama Peternak Blitar



Gambar Lampiran 3: Dokumentasi Bersama Peternak Blitar



Gambar Lampiran 4: Dokumentasi Bersama Peternak Blitar



Gambar Lampiran 5: Dokumentasi di PT. Dorper Agrotama Investa Blitar



Gambar Lampiran 6: Dokumentasi di PT. Dorper Agrotama Investa Blitar