**Lampiran 1**

1. **Persepsi Konsumen**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Pertanyaan** | **SS** | **S** | **KS** | **TS** | **STS** |
|  | **Perceptual Selection** |  |  |  |  |  |
| 1. | Di 212 Mart lebih mudah mencari barang-barang kebutuhuan sehari-hari saya ,karena di 212 Mart Produk-produk yang di jual sangat lengkap. |  |  |  |  |  |
|  | **Perceptual Organization** |  |  |  |  |  |
| **2.** | 212 Mart Manajemen nya bagus sehingga para karyawan nya begitu ramah dalam melakukan pelayanan. |  |  |  |  |  |
| 3. | Saya tertarik ingin membeli di 212 mart dikarenakan mudah di akses dari rumah saya. |  |  |  |  |  |
|  | **Perceptual interpetation** |  |  |  |  |  |
| 4. | Ada nya kebutuhan sehingga saya berbelanja di 212 mart. |  |  |  |  |  |
| 5. | 212 Mart Menarik perhatian saya sehingga saya ingin berbelaja di sana. |  |  |  |  |  |

1. **Suasana Toko**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Pertanyaan** | **SS** | **S** | **KS** | **TS** | **STS** |
|  | **Exterior (Bagian Depan Toko)** |  |  |  |  |  |
| 1. | Papan nama 212 Mart terlihat jelas |  |  |  |  |  |
|  | **General Interior** |  |  |  |  |  |
| 2. | Pencahayaan pada 212 Mart mampu meningkatkan daya tarik toko tersebut |  |  |  |  |  |
| 3. | Suhu udara di 212 Mart membuat saya nyaman |  |  |  |  |  |
|  | **Store Layout (Tata Letak)** |  |  |  |  |  |
| 4. | Jarak antar rak mendukung kelancaran lalu lintas para pengunjung 212 Mart |  |  |  |  |  |
|  | **Interior Display** |  |  |  |  |  |
| **5.** | Pemasangan tanda petunjuk produk di 212 Mart memudahkan saya dalam mencari produk yang saya inginkan |  |  |  |  |  |

1. **Minat Beli**

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **No.** | **Pertanyaan** | **SS** | **S** | **KS** | **TS** | **STS** |
|  | **Minat Transaksional** |  |  |  |  |  |
| 1. | Saya berminat untuk berbelanja di 212 Mart karena lokasinya dekat dengan rumah saya |  |  |  |  |  |
| 2. | Saya berminat untuk berbelanja di 212 Mart karena produk yang ditawarkan sesuai sesuaaai dengan kebutuhan saya |  |  |  |  |  |
|  | **Minat Referensial** |  |  |  |  |  |
| 3. | Saya akan bersedia merekomendasikan 212 Mart kepada teman – teman saya |  |  |  |  |  |
| 4. | Saya akan mempromosikan 212 Mart kepada teman – teman saya |  |  |  |  |  |
|  | **Minat Preferensial** |  |  |  |  |  |
| 5. | 212 Mart adalah tempat berbelanja pilihan utama saya |  |  |  |  |  |
| 6. | Saya merasa puas dan tidak akan beralih ke minimarket lain selain mengunjungi 212 Mart . |  |  |  |  |  |
| 7. | Saya ingin melakukan pembelian ulang di 212 mart |  |  |  |  |  |
| 8. | 212 Mart lebih dekat dengan saya secara emosional dan budaya. |  |  |  |  |  |
|  | **Minat Eksploratif** |  |  |  |  |  |
| 9. | Saya berusaha mencari segala informasi yang berkaitan dengan 212 Mart |  |  |  |  |  |
| 10. | Saya tertarik untuk mengunjungi 212 Mart setelah melihat iklan, mendengarkan cerita/rekomendasi dari kerabat tentang 212 Mart tersebut |  |  |  |  |  |