ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PERUMAHAN ZAUJATI RESIDENCE PADA PT. ASRATU BUSRI JL. TANJUNG RAYA 2 PONTIANAK TIMUR

SKRIPSI

OLEH:

<u>ASRONI</u> NIM. 111310526



PROGRAM STUDI MANAJEMEN FAKULTAS EKONOMI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK 2016

ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PERUMAHAN ZAUJATI RESIDENCE PADA PT. ASRATU BUSRI JL. TANJUNG RAYA 2 PONTIANAK TIMUR

Tanggung Jawab Yuridis Kepada :

ASRONI NIM. 111310526

Jurusan: Manajemen Dinyatakan Telah Mengikuti Syarat Dan Lulus Dalam Ujian Skripsi/Komprehensif Pada Tanggal : 1 Maret 2016

Majelis Penguji :

Pembimbing Utama

Penguji Utama

Edy Survadi, SE, MM NIDN, 1110026301

Pembimbing Pembantu

Samsuddin, SE, M.Si NIDN, 1113117701 Devi Yasmin, SE, MM NIDN, 0030066701

Penguji Pembantu

<u>Dedi Hariyonto, SE,MM</u> NIDN, 1113117701

Pontianak, 01 Maret 2016

Disahkan Oleh:

UNIVERSITAS MUHÁMMADIYAH PONTIANAK FAKULTAS EKONOMI

Dekan

Devi Yasmin, SE, MM NIDN, 0030066701

PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama

: Asroni -

NPM

: 111310526

Program Studi

: Manajemen

Menyatakan dengan sebenarnya haliwa skripsi yang berjudul Analisis Pengaruh Pruduk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Perumahan Zaujati Residence Pada Pt. Asratu Busri Ji Tanjung Raya 2 Pontianak Timur, adalah hasil karya saya sendiri dan tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan yang tidak sesuai dengan etika kelimuan. Atas pemyataan ini saya siap menanggung segala resiko/sanksi yang dijatuhkan kepada saya apubila kemudian ditenukan adanya pelanggaran terhadap etika kelimuan atau kluim dari pihak lain terhadap kenshan karya saya ini.

Pontianak, Maret 2016 Yang Membuat Penyataan

Asroni

NPM. 111310526

ABSTRAK

Permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini adalah "Bagaimanakah pengaruh bauran pemasaran yang meliputi produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian perumahan Zaujati Residence yang dilakukan oleh PT. Asratu Busri Pontianak Timur?" Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian Perumahan Zaujati Rasidence PT. Usratu Busri Pontianak Timur.

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode Assosiatif. Populasi yang digunakan adalah semua konsumen yang pernah membeli Perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri di Kota Pontianak Timur dengan jumlah sampel yang digunakan sebanyak 100 orang. Sampel tersebut diambil dengan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu konsumen yang membeli Perumahan Zaujati Residence.

Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis kuantitatif regresi linier berganda yang pengolahan datanya dilakukan dengan menggunakan Program SPSS 18,0 for Windows. Analisis regresi linier berganda dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence.

Hasil analisis menunjukkan bahwa baik secara simultan maupun secara parsial bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, dan promosi terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence. Ketiga variabel tersebut mempengaruhi keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence sebesar 78,60%, dan sisanya 21,40% dipengaruhi oleh faktor atau variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini. Korelasi antara keempat variable tersebut dengan keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri adalah sangat kuat dan positif (R = 0.887).

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah Puji Syukur yang tak terhingga penulis panjatkan kehadirat i Allah SWT, yang senantiasa melimpahkan kasih sayang, rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini. Shalawat dan salam semoga senantiasa ditetapkan kepada Nabi Muhammad Saw, beserta keluarga, sahabat dan umat islam di seluruh dunia. Amin.

Bi Idzanihi wa Aunihi akhirnya Skripsi yang berjudul, "Analisis Pengaruh Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembeli Perumahan Zaujati Residence Pada Pt. Asratu Busri Jl.Tanjung Raya 2 Pontianak Timur". Ini telah selesai disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Pada Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Penulis menyadari bahw apenulis Skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak.Oleh karena itu, tiada kata bagi penulis hanya mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada civitas kepa Universitas Muhammadiyah Pontianak, lebih khusus kepada Bapak. H.Helman Fachri, SE,MM selaku Rektor dan Ibu Devi Yasmin, SE, MM serta Samsuddin,SE, M.S.i selaku Dekan dan wakil Dekan Fakultas Ekonomi.

Bapak Edy Suryadi, SE, MM. Selaku Pembimbing I yang selalu sabar memberikan koreksi, motivasi, pengarahan dan Bimbingan dalam penyusunan Skripsi. Bapak. Samsuddin, SE, M.Si. selaku Pembantu Dekan III sekaligus Pembimbing II yang dengan ikhlas mengarahkan dan membimbing dalam penulisan maupun penyelesaian Skripsi ini.

6

Segenap Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi Universitas

Muhammadiyah Pontianak, beserta Guru-guruku baik yang formal maupun

informal, terimakasih atas segalany. Semua pihak yang berjasa dalam

penyelesaian penyusunan Skripsi ini. Lebih khusus juga penulis ucapkan

terimakasih kepada kedua orang Tua, Ayah termulia Daslawi, Ibunda Sulati, Istri

Tercinta Ratnawati, S.Pd.I dan Abang Saiful Ilmih dan Abang Qomaruzzaman,

sekali lagi terimakasih atas dukungan dan kesabaran dan motivasinya.

Akhir kata, Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna.

Untuk itu, segala kritik dan saran yang sifatnya membangun, penulis sangat

mengharapkan demi kesempurnaan skripsi ini. Akhirnya, semoga Skripsi ini

bermanfaat bagi kita semua, khusunya bagi Penulis pribadi, Amiin.

Pontianak, Maret 2016

Penulis

<u>Asroni</u>

NIM. 111310526

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN MUKA	
HALAMAN PENGESAHANABSTRAK	
KATA PENGANTAR	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBARDAFTAR LAMPIRAN	
DAI TAIC LANII IICAIV	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	5
C. Pembatas Masalah	5
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	6
F. Kerangka Penelitian	7
G. Metode Penelitian	11
H. Sistematika Pembahasan	17
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	19
A. Pengertian Pemasaran	19
B. Konsep Manajemen Dan Strategi Pemasaran	20
1. Konsep Pemasaran	21
2. Manajemen Pemasaran	21
3. Strategi Pemasaran	22
C. Bauran Pemasaran	22
1. Produk	23
2. Harga	25
3. Promosi	26
D. Keputusan Pembeli	27
1. Pengenalan Masalah	29
2. Pencairan Informasi	30

3. Penilaian/ Evaluasi alternatif	30
4. Keputusan Membeli	31
5. Perilaku Sesudah Pembelian	31
BAB III GAMBAR UMUM PERUSAHAAN	34
A. Sejarah Berdirinya Perusahaan 3	34
B. Struktur Organisas Perusahaan	35
C. Prosedur Permohonan Kepemilikan Rumah	12
D. Aspek Produksi	14
1. Konstruksi dan Bahan Fisik Bangunan Rumah4	14
2. Prosesn Produksi / Pekerja Fisik Bangunan	1 5
3. Konstruksi Sarana Jalan Lingkungan	1 6
4. Sarana Air Bersih4	17
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN4	18
A. Karakteristik Responden	18
B. Uji Instrumen Penelitian	53
1. Uji Validasi5	53
2. Uji Reliabilitas5	54
C. Analisi Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembeli Perumaha	an
Zaujati Residence PT. Usratu Busri	58
1. Analisis Regresi Linier Berganda5	58
2. Analisis Koefisien Determinasi (R2)	51
3. Analisis Koefisien Korelasi Ganda (R)6	52
4. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)6	53
5. Uji Pengaruh Parsial (Uji T)6	53
BAB V PENUTUP	70
A. Kesimpulan	70
R Saran	72

DAFTAR PUSTAKA	74
Lampiran-Lampiran	76
Kuesioner	77

BABI

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kebutuhan pokok manusia selain pangan dan sandang adalah papan. Kebutuhan terhadap tempat tinggal khususnya di perkotaan terus meningkat seiring dengan meningkatnya pendapatan penduduk. Pengetahuan masyarakat yang terus bertambah tentang rumah dan lingkungan sehat juga merupakan faktor yang mempengaruhi kebutuhan akan tempat tinggal.

Permintaan tempat tinggal (perumahan) terus meningkat seiring meningkatnya jumlah penduduk, jumlah pekerja dan jumlah rumah tangga. Permintaan akan perumahan tidak datang secara tiba-tiba, begitu juga upaya pemenuhan kebutuhan perumahan memerlukan waktu yang tidak singkat. Tersedianya rumah tinggal menjadi sangat penting, mengingat rumah bukan sekadar sebagai tempat bernaung dan berlindung dari panas dan hujan. Lebih jauh dari itu, rumah sebagai wahana berinteraksi keluarga yang merupakan inkubator generasi di masa datang yang termuliakan harkat dan martabatnya.

Rumah merupakan salah satu kebutuhan pokok manusia, sebagai tempat tinggal, rumah sarat dengan nilai-nilai sosial dan fisiologis terutama untuk pembinaan pribadi, keluarga. masyarakat maupun bangsa. Oleh karena itu, perumahan mutlak perlu ada demi kesejahteraan manusia. Rumah juga merupakan suatu terminal setiap manusia, dimana sebagai tempat awal kegiatan sampai akhir dari suatu kegiatan, sebagai tempat sementara waktu

untuk beristirahat, sebagai tempat anak mulai belajar tentang kehidupan dan ilmu pengetahuan.

Perumahan tipe Cluster adalah perumahan modern yang masing-masing rumahnya tidak memiliki pagar sehingga pekarangan rumah langsung bertemu dengan jalan. Meskipun tidak ada pagar, namun ada sistem keamanan 24 jam yang dijaga oleh satpam ditambah dengan portal di depan pintu gerbang perumahan sehingga tidak sembarangan orang bisa masuk, termasuk pemulung, pengemis dan tukang loak.

Perumahan banyak macamnya, ada perumahan elit, dan ada juga perumahan sederhana. Khusus perumahan sederhana yaitu perumahan yang bagaimana kita dengan kemampuan terbatas bisa mendapatkan rumah yang paling optimal dalam perencanaan, organisasi denah, konstruksi, bahan bangunan dan sebagainya.

Pontianak Timur merupakan bagian dari pusat ibu kota Propinsi Kalimantan Barat beberapa tahun terakhir mengalami perkembangan pembangunan yang sangat pesat di segala bidang, tak terkecuali di bidang ekonomi. Seiring dengan itu, perkembangan jumlah penduduk di Pontianak Timur relatif tinggi, sehingga memerlukan penyediaan tempat tinggal atau perumahan yang lebih banyak.

Peningkatan kebutuhan akan perumahan dapat dilihat dari perkembangan jumlah penduduk dan kepala keluarga di Pontianak Timur. Dengan semakin meningkatnya permintaan akan rumah, maka banyak para developer (pembisnis properti) berlomba-lomba untuk menyediakan

perumahan khususnya perumahan yang dapat dijangkau oleh golongan masyarakat ekonomi menengah.

Peluang akan kebutuhan perumahan di Pontianak timur yang cukup besar ini memberi peluang pada para pembisnis/pengembang properti (developer), salah satunya adalah developer PT. Usratu Busri yang berkantor di Jalan Tanjung Raya 2 Pontianak Timur.

PT Usratu Busri menciptakan tempat hunian yang murah, indah dan memadai serta nyaman merupakan idaman bagi semua konsumen, termasuk bagi masyarakat Pontianak Timur, untuk menjawab keinginan tersebut, maka PT Usratu Busri berdiri sejak pertengahan tahun 2009 kini hadir untuk mewujudkan idaman masyarakat dan memberi kesempatan kepada masyarakat Pontianak, khususnya Pontianak Timur yang berpenghasilan rendah untuk memiliki perumahan melalui kredit pemilikan rumah (KPR).

Disamping itu ada perumahan Arini Residence juga dengan Type 36 ukuran tanah yaitu, 8 x 20, fasilitas PDAM, masalah haraga masih terjangkau. Maka dari itulah perumahan Arini menjadi saingan bagi Perumahan Zaujati Residence tersebut.

Pihak pengembang perumahan (developer) ini juga dalam kegiatan usahanya selain memupuk keuntungan untuk kelangsungan hidup usahanya, juga menjalankan/membantu misi pemerintah untuk membangun perumahan yang ekonomis.

PT. Usratu Busri mengembangkan perumahan dengan tipe 36 bergaya minimalis. Dengan tipe ukuran yang minimalis tersebut ternyata banyak

menarik minat masyarakat (konsumen) untuk membelinya, Hal ini terbukti dengan meningkatnya volume penjualan pada setiap tahunnya. Peningkatan volume penjualan ini dapat dilihat pada tabel sebagai berikut.

Tabel 1.1 *PT Asratu Busri* Jumlah Unit Terbangun Pada Perumahan Zaujati Residence Tahun 2012 – 2014

Tahun	Rumah Dibangun	Rumah Siap Dijual	Rumah Terjual	Sisa Belum Terjual
2012	50	50	40	10
2013	132	142	121	21
2014	200	221	185	36

Sumber: PT Asratu Busri, (2012 – 2014)

Adapun perkembangan harga perumahan Zaujati Rasidence dalam tiap tahunnya mengalami peningkatan. Hal ini dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.2 *PT Asratu Busri*Perkembangan Harga Perumahan Zaujati Residence
Tahun 2012 – 2014
(Dalam Rupiah)

Tahun	Harga	DP 10 %	Jangka Waktu (Bunga 7,25%)		
	Cash	DP 10 %	10 tahun	15 tahun	20 tahun
2012	100.000.000	10.000.000,00	126.793.124,45	147.883.786,73	170.721.212,74
2013	115.000.000	11.500.000,00	145.812.093,12	170.066.354,74	196.329.394,65
2014	120.000.000	12.000.000,00	152.151.749,34	177.460.544,07	204.865.455,29

Sumber: PT Asratu Busri, (2012-2014)

Data di atas menunjukkan bahwa volume penjualan perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri terus mengalami peningkatan dalam periode tiga tahun terakhir. Peningkatan jumlah unit rumah yang laku terjual pada setiap tahunnya, tentu menjadi suatu hal yang menarik untuk diteliti dari berbagai aspek, namun agar mendapatkan suatu hasil penelitian yang baik, maka peneliti

membatasi penelitian pada aspek bauran pemasaran yang meliputi produk, harga promosi dan lokasi terhadap minat konsumen membeli perumahan Zaujati Residence.

B. Permasalahan

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah "Bagaimanakah pengaruh produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian perumahan Zaujati Residence PT. Asratu Busri Jalan Tanjung Raya 2 Pontianak Timur?"

C. Pembatasan Masalah

Agar tidak menyimpang dari tujuan, maka peneliti membatasi masalah penelitian ini pada bauran pemasaran yang mempengaruhi keputusan pembelian perumahan Zaujati Residence pada PT. Asratu Busri Jalan Tanjung Raya 2 Pontianak Timur. Batasan tersebut yang meliputi:

- 1. produk (product),
- 2. harga (price),
- 3. promosi (promotion), dan

Sedangkan proses keputusan pembelian dengan menggunakan lima tahap yaitu:

- a. pengenalan masalah,
- b. pencarian informasi,
- c. evaluasi alternatif,
- d. keputusan pembelian, dan
- e. perilaku pasca pembelian.

D. Tujuan Penelitian

Suatu penelitian dilakukan tentunya memiliki beberapa tujuan. Adapun yang menjadi tujuan dalam penelitian ini adalah :

- Untuk menganalisis pengaruh persepsi produk terhadap keputusan pembelian di perumahan Zaujati Residence pada PT. Asratu Busri Jalan Tanjung Raya 2 Pontianak Timur,
- Untuk menganalisis pengaruh persepsi harga produk terhadap keputusan pembelian di perumahan Zaujati Residence pada PT. Asratu Busri Jalan Tanjung Raya 2 Pontianak Timur,
- 3. Untuk menganalisis pengaruh persepsi promosi terhadap keputusan pembelian di perumahan Zaujati Residence pada PT. Asratu Busri Jalan Tanjung Raya 2 Pontianak Timur.

E. Manfaat Penelitian

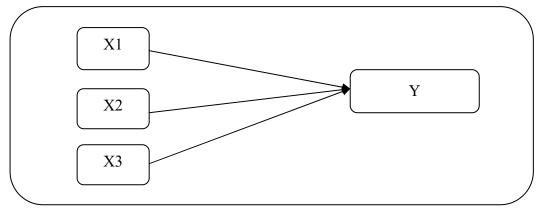
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi para pihak. Manfaat dimaksud adalah:

- Memberi sumbangan pemikiran bagi pihak perusahaan dalam menerapkan bauran pemasaran yang tepat untuk meningkatkan keputusan pembelian user,
- 2. Sebagai salah satu referensi penulis, pihak perusahaan dan para calon peneliti selanjutnya.

F. Kerangka Pemikiran

Dalam penulisan skripsi ini, penyusun menggunakan kerangka pemikiran sebagaimana bagan berikut:

Tabel 1.3 Model Kerangka Pemikiran Teoritis



Sumber: (Sekaran, 2014:23)

Kerangka pemikiran di atas menggambarkan hubungan dari variabel bebas (*independent variable*) dalam hal ini adalah:

- a. Produk (X1)
- b. Harga (X2)
- c. Promosi (X3)
- d. Keputusan pembelian (Y)

Menurut Zeithaml dan Bitner yang dikutip oleh (Ratih Hurriyati, 2005: 28)"Pengertian bauran pemasaran adalah elemen-elemen organisasi perusahaan yang dapat dikontrol oleh perusahaan dalam melakukan komunikasi dengan konsumen dan akan dipakai untuk memuaskan konsumen". Guna mencapai tujuan pasar yang telah ditargetkan maka perusahaan harus menggunakan variabel-variabel pemasaran yang dapat dikendalikan.

1. Produk (product)

"Produk merupakan pemuas kebutuhan yang ditawarkan oleh perusahaan dan mencakup produk fisik dan jasa atau dapat juga merupakan gabungan keduanya (Perreault, 2009:31)".

Produk adalah sekumpulan atribut yang nyata (tangible) dan tidak nyata (intangible) yang di dalamnya sudah tercakup warna, harga, kemasan, prestise perusahaan serta pengecer yang mungkin diterima oleh pembeli sebagai suatu yang bisa memuaskan keinginan dan kebutuhannya. Produk menurut Tjiptono (2001:95) "Merupakan segala sesuatu yang dapat ditawarkan produsen untuk diperhatikan, diminta, dicari, dibeli, digunakan atau dikonsumsi pasar sebagai penentuan kebutuhan atau keinginan pasar yang bersangkutan". Selanjutnya variabel produk dapat diukur dengan indikator varian produk, kualitas produk, desain produk dan fasilitas yang ditawarkan.

Tipe perumahan yang ditawarkan oleh perumahan Zaujati Rasidence adalah tipe 36 dengan luas tanah $10 \times 15 = 150 \text{m}^2$. Spesifikasi bangunan: pondasi beton setempat, kolom praktis, cor tumbuk, dinding batako diplaster, atap sel metal, cat luar dalam, pintu dan jendela panel, serta lantai keramik $40 \times 40 \text{cm}$.

2. Harga (Price)

Harga merupakan kualitas merek dari satu produk dimana konsumen mempunyai anggapan bahwa harga yang mahal biasanya mempunyai kualitas yang baik (Swasta, 2010:187).

Harga merupakan sesuatu yang harus diberikan oleh konsumen untuk mendapatkan suatu produk (Lamb, Hair, McDaniel, 2001 : 49). Dengan kata lain harga dapat diartikan sebagai nilai tukar dari produk barang atau jasa yang dinyatakan dalam satuan moneter. Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang paling fleksibel karena harga dapat diubah dengan cepat, tidak seperti ciri khas produk dan perjanjian, namun pada saat yang sama, penetapan dan persaingan harga juga merupakan masalah nomor satu yang dihadapi oleh perusahaan. Selanjutnya variabel harga dapat diukur dengan indikator: keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas bangunan, diskon harga, dan penawaran harga disesuaikan dengan pendapatan.

Adapun harga yang ditawarkan oleh perumahan Zaujati Residence bervariasi, dan mengalami peningkatan setiap tahunnya, tahun 2012 bernilai harga Rp. 100.000.000,-, tahun 2013 dihargai Rp. 115.000.000,00-, dan tahun 2014 dihargai Rp. 120.000.000,00- dengan Dana Panjar (DP) 10 %, bunga 7, 25% dan jangka waktu 10 sampai 20 tahun.

3. Promosi (promotion)

Promosi adalah mengkomunikasikan informasi antara penjual dan dan pembeli potensial atau orang lain (Keller, 2005:97)

Promosi merupakan suatu cara penyampaian informasi kepada calon konsumen yang akan diharapkan membeli produk yang kita tawarkan. Promosi merupakan suatu bentuk komunikasi informasi antara penjual dan pembeli atau pihak-pihak lain dalam saluran untuk mempengaruhi sikap atau perilaku (Kotler, Amstrong, 1997 : 48).

Promosi adalah arus informasi atau persuasif satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi pada tingkatan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran (Swasta dan Irawan, 1996 : 24).

Adapun cara promosi yang dilakukan oleh manajemen perumahan Zaujati Rasidence adalah melalui media sosial dan brosur yang dibagikan saat pameran dan juga melalui cara promosi langsung saat konsumenn datang ke PT Asratu Busri.

4. Keputusan Pembelian

Keputusan pembelian adalah keputusan konsumen mengenai preferensi atas merek-merek yang ada di dalam kumpulan pilihan (Kotler dan Keler, 2009:188).

Menurut Setiadi (2010:14) mengatakan bahwa proses pengambilan keputusan merupakan sebuah pendekatan penyelesaian masalah yang terdiri dari lima tahap yaitu :

a. Pengenalan masalah, Proses ini dimulai saat pembeli menyadari adanya masalah kebutuhan. Pembeli menyadari adanya perbedaan antara kondisi yang sesungguhnya dengan kondisi yang diinginkannya. Kebutuhan inidapat berasal dari rangsangan internal ataupun rangsangan eksternal.

- b. Pencarian informasi, yaitu, seseorang yang mulai timbul minatnya akan terdorong untuk mencari informasi lebih banyak. Pencarian informasi dapat dibedakan atas dua tingkatan yaitu keadaan tingkat pencarian informasi yang biasa-biasa saja yang disebut perhatian yang meningkat. Proses pencarian informasi aktif dimana ia akan mencari bahan-bahan bacaan, menelepon teman-temannya, dan melakukan kegiatan untuk mempelajari yang lain.
- c. Evaluasi alternatif, yaitu Bagaimana konsumen memproses informasi tentang pilihan merek untuk membuat keputusan akhir. Ada beberapa proses evaluasi keputusan. Kebanyakan model dari proses evaluasi konsumen sekarang bersifat kognitif.
- d. Keputusan pembelian, Pada tahap evaluasi, konsumen membentuk prefernsi terhadap merek-merek yang terdapat pada perangkat pilihan. Konsumen mungkin juga membentuk tujuan membeli untuk merek yang paling disukai. Konsumen membentuk tujuan pembelian berdasarkan faktor: pendapatan keluarga yang diharapkan, harga yang diharapkan, dan manfaat produk yang diharapkan.
- e. Perilaku pasca-pembelian, yaitu sesudah pembelian terhadap suatu produk yang dilakukan konsumen akan mengalami beberapa tingkat kepuasan atau ketidakpuasan. Konsumen tersebut juga akan terlihat dalam tindakan sesudah pembelian dan penggunaan produk yang akan menarik minat pemasar.

G. Metode Penelitian

1. Jenis dan Sumber Data

Data merupakan faktor yang penting untuk menunjang suatu penelitian. Berdasarkan sumbernya data dapat dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder.

a) Data Primer

Yang dimaksud data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Dalam penelitian ini data primer diperoleh secara langsung dari obyek penelitian yaitu pihak manajemen dan pendapat responden mengenai harga, lokasi bangunan, lingkungan serta pilihan konsumen pada perumahan Zaujati Rasidence.

b) Data Sekunder

Data sekunder dimaksud adalah data yang diperoleh secara tertulis, baik informasi yang didapat dari pemimpin dan karyawan maupun data yang tersedia di perusahaan seperti data penjualan dan gambaran umum perusahaan serta data-data pendukung lain baik dari jurnal, buku dan lain sebagainya.

2. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan kareteristik tertentu yang ditetapkan peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2004:23). Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah konsumen yang telah melakukan pembelian di Perumahan Zaujati Residence dari tahun 2012 sampai dengan 2014 yang jumlahnya tidak diketahui.

b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karekteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut (Sugiyono.2004:18). Pada penelitian ini populasi yang diambil berukuran besar dan jumlahnya tidak diketahui secara pasti. Dalam penentuan sampel jika populasinya besar dan jumlahnya tidak diketahui maka menurut (Rao, dalam Iswayanti, 2010:25) digunakan rumus:

$$n = \underline{Z^{2}}$$

$$4 (Moe)^{2}$$

$$n = \underline{1,96^{2}}$$

$$4(0,1)^{2}$$

$$= 96$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel.

Z = Tingkat keyakinan yang dibutuhkan dalam penentuan sampel

95% = 1.96

Moe = *Margin of error* atau kesalahan maksimum yang bisa ditoleransi, biasanya 10%.

Dari perhitungan di atas, maka dapat diketahui bahwa jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 96 orang sehingga dibulatkan menjadi 100 untuk memperkecil kesalahan generalisasi. Teknik pengambilan *sampling* yang digunakan adalah *non probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik Metode pengambilan sampelnya menggunakan purposive sampling, yaitu metode sampel dengan pertimbangan tertentu, yaitu:

- Konsumen yang membeli Perumahan Zaujati Residence atas keputusan sendiri
- Memberi peluang yang sama untuk pembeli Perumahan Zaujati Residence atas pertimbangan tertentu.

3. Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data serta keterangan yang diperoleh dalam penelitian ini, penulis menggunakan teknik pengumpulan data melalui:

a. Data Primer

Yang dimaksud data primer adalah data penelitian yang diperoleh secara langsung dari sumber asli (tidak melalui perantara). Dalam penelitian ini data primer diperoleh secara langsung dari obyek penelitian yaitu pihak manajemen dan pendapat responden mengenai harga, lokasi bangunan, lingkungan serta pilihan konsumen pada perumahan Zaujati Rasidence.

b. Data Sekunder

Data sekunder dimaksud adalah data yang diperoleh secara tertulis, baik informasi yang didapat dari pemimpin dan karyawan maupun data yang tersedia di perusahaan seperti data penjualan dan gambaran umum perusahaan serta data-data pendukung lain baik dari jurnal, buku dan lain sebagainya.

Dalam penelitian ini daftar pertanyaan diajukan kepada pembeli perumahan Zaujati Residence dengan menggunakan skala likert. Skala ini menggunakan 5 kategori (Sugiyono, 2004:17), yaitu:

- 1. Kategori sangat setuju diberi skor 5
- 2. Kategori setuju diberi skor 4
- 3. Kategori cukup setuju diberi skor 3
- 4. Kategori tidak setuju diberi skor 2
- 5. Kategori sangat tidak setuju diberi skor 1

4. Metode Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis Regresi Berganda dengan pengolahan data menggunakan SPSS 17,0 for Windows. Adapun tahapantahapan Analisis adalah sebagai berikut:

a. Uji Validitas dan Reliabilitas

1) Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan dan kuesioner mampu untuk mengungkap sesuatu yang

akan diukur oleh kuesioner tersebut (Ghozali,2006:23). Uji validitas menggunakan analisis korelasi person, keputusan mengetahui valid tidaknya butir instrumen. Jika pada tingkat signifikan 5% nilai r hitung > r tabel maka dapat disimpulkan bahwa butir instrumen tersebut valid.

2) Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah alat untuk mengukur suatu kuesioner yang merupakan indikator dari suatu variabel. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban pertanyaan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu (Ghozali,2006:15). Pengukuran reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *one shot* atau pengukuran sekali saja. Disini pengukuran hanya sekali dan kemudian hasilnya dibandingkan dengan pertanyaan lain atau mengukur reliabilitas dengan uji statistik Cronbach Alpha (a). Suatu variabel dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha (a) > 0,6.

b. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis Regresi Linear Berganda digunakan untuk mengukur pengaruh antara lebih dari satu variabel prediktor (variabel bebas) terhadap variabel terikat. Analisis Regresi Linier Berganda bertujuan untuk mengetahui pengaruh produk, harga, promosi, dan lokasi/tempat terhadap keputusan pembelian. Persamaan regresi dalam penelitian ini adalah:

$Y = \alpha + \beta 1X1 + \beta 2 X2 + \beta 3X3$

Keterangan:

Y = Keputusan Pembelian

X1 = Produk

X2 = Harga

X3 = Promosi

 $\alpha = Konstanta$

 β 1 = Koefisien regresi variabel produk

 β 2 = Koefisien regresi variabel harga

 β 3 = Koefisien regresi variabel promosi

c. Uji Hipotesis

1) Uji Simultan (Uji F)

Menurut Sugiyono (2011:86) Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh secara bersama-sama variabel independen terhadap variabel dependen.

- **a.** Jika F hitung < F tabel, maka independen tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika F hitung > F tabel, maka variabel independen mempunyai hubunganyang signifikan terhadap variabel dependen.

2) Uji Parsial (Uji T)

Menurut Sugiyono (2011:87), uji T digunakan untuk menguji sendiri-sendiri secara signifikan hubungan antara variabel independen (variabel X) dengan variabel dependen (variabel Y), dengan tingkat kepercayaan 95% (α = 0.05) syaratnya:

- a. Jika thitung > T tabel, maka variabel independen mempunyai keeratan hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen.
- b. Jika thitung < T tabel, maka variabel independen tidak mempunyai keeratan hubungan yang signifikan terhadap variabel dependen.

3) Hipotesis Penelitian

- Ho: b_1 =0, artinya produk secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri Pontianak Timur Timur.
- Ha: $b_1 \neq 0$, artinya produk secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri Pontianak Timur.
- Ho: $b_2 = 0$, Artinya harga secara persial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri Pontianak Timur.
- Ha: $b_2 \neq 0$, artinya harga secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri Pontianak Timur Timur.

Ho: $b_3=0$, artinya promosi secara parsial tidak berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri Pontianak Timur.

Ha: $b_3 \neq 0$, artinya promosi secara parsial berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri Pontianak Timur.

Perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri Pontianak Timur.

BAB V KESIMPULAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan uraian analisis dan pembahasan pada bab-bab sebelumnya,

maka pengaruh bauran pemasaran dengan variabel produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian perumahan Zaujati Residence PT. Asratu Busri dapat disimpulkan dengan point-point sebagai berikut:

- 1. Karakteristik responden dalam penelitian ini menanjukkan bahwa mayoritas dari mereka berjenis kelamin perempuan (67,00%), berusia antara 31-40 tahun (52,00%), berstatus telah menikah (74,00%), berpendidikan Sekolah Menengah Atas (64,00%), bekerja sebagai karyawan swasta (53,00%), dan berpendapatan rata-rata per bulan antara Rp. 1.500.000,00 sampai dengan Rp. 1.999.900,00 (52,00%).
- 2. Hasil analisis regresi linier berganda yang digunakan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri Pontianak Timur, yaitu:
 - a. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah Y = $0.663 + 0.248X_1 + 0.292X_2 + 0.141X_3$.
 - b. Besarnya nilai koefisien determinasi (R²) yang diperoleh dalam penelitian ini adalah sebesar 0,786. Hal ini menunjukkan bahwa sumbangan pengaruh bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, dan promosi terhadap variasi naik turunnya keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence adalah sebesar 78,60%, dan sisanya sebesar 21,40% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian ini.
 - c. Besarnya nilai koefisien korelasi (12) vang diperoleh dalam penelitian ini 68 adalah sebesar 0,887. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, dan promosi dengan

- keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri adalah sangat kuat dan positif.
- d. Hasil uji pengaruh simultan (uji F) menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, dan promosi secara simultan (bersamasama) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri Pontianak Timur. Hal ini dibuktikan dengan pengujian yang telah dilakukan di mana nilai F hitung lebih besar dari F tabel (87,488 > 2,46) yang berarti HO ditolak Ha diterima.
- e. Hasil uji pengaruh parsial (uji t) menunjukkan bahwa bauran pemasaran yang terdiri dari produk, harga, dan promosi secara parsial (individu) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri Pontianak Timur. Hasil pengujiannya sebagai berikut:
 - Uji pengaruh parsial variabel produk terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel (4,230 > 1,980) yang berarti HO ditolak dan Ha diterima.
 - 2) Uji pengaruh parsial variabel harga terhadap keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel (4,609 > 1,980) yang berarti HO ditolak dan Ha diterima.
 - 3) Uji pengaruh parsial variabel promosi terhadap keputusan konsumen

dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel (2,455 > 1,980) yang berarti HO ditolak dan Ha diterima.

4) Uji pengaruh parsial variabel saluruh distribusi keputusan konsumen dalam pembelian Perumahan Zaujati Residence menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari t tabel (2,648 > 1,980) yang berarti HO ditolak dan Ha diterima.

B. Saran-saran

Berdasarkan uraian pada kesimpulan di atas, maka dapat diberikan saransaran sebagai berikut:

- PT Usratu Busri perlu mempertahankan dan meningkatkan kualitas produknya agar semakin banyak menarik minat konsumen
- Penetapan harga jual Perumahan Zaujati Residence untuk setiap periodenya harus tetap terus memperhatikan harga pesaing dan harga yang telah distandarkan oleh pemerintah.
- 3. Pelaksanaan promosi untuk tetap memperkenalkan Perumahan Zaujati Residence pada PT. Usratu Busri sebagai perumahan sederhana dapat terus dilakukan dan ditingkatkan, seperti memperbanyak edaran brosur dan promosi melalui Web internet sehingga mempermudah para calon konsumen mengetahui dan mengakses infomasi tentang Perumahan Zaujati Residence.

Daftat Pustaka

Alma, Buchari. 2004. *Manajeman Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Edisi Revisi, Penerbit Alfabeta, Bandung.

Ariyanti, Agustina Catur, Dkk, 2012. "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Rumah di Perumahan Balik Papan Baru pada

- PT.Sinar Mas Wisesa Balik papan", *Skripsi*. Fakultas Ekonomi. Universitas Mulawarman. Balik Papan.
- Assauri Sofyan. 2002. *Managemen Pemesaran*, Dasar, Konsep dan Strategi, Cetakan Ketiga, CV Rajawali, Jakarta.
- Hurriyati, Ratih.2005. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen, Alfabeta, Bandung.
- Husein, Ratih. 2003. *Riset Sumber Daya Manusia dalam Organisasi*, Cetakan Ke 3, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Indriantoro, Supomo. 2002. Metodologi Penelitian Bisnis untuk Akuntansi dan Manajemen, Edisi ke-1, BPFE, Yogyakarta.
- Kotler, Philip dan K.L. Kiler. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi ke-13, Eelangga, Jakarta.
- Lupiyoadi, Rambar Dkk. 2008. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Edisi 2, Salemba Empat, Jakarta.
- Pamujo, Novian Yuga. 2011. "Analisi Pengaruh Antribut Produk, Bauran Promusi, dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembeli Produk Machandise", *Jurnal* Manajemen Universitas Di Ponegoro.
- Sarwono, J dan T. Martadiredja. 2008. Riset Bisnis Untuk Pengambilan Keputusan, Andi Ofset, Yogyakarta.
- Setiadi, Nogroho. 2010. Perilaku Konsumen: Persepektif Kontemporer pada Motif, Tujuan dan KeinginanKonsumen, Kencana Prenanda Media, Jakarta.
- Sugiyono, 2011. Statistik untuk Penelitian, Cetakan ke-sembilan belas, Penerbit: Alfabeta, Bandung.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2008. Manajemen Pemesaran Modern, Liberty, Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. Prinsip-Prinsip Pemasaran, (Alih Bahasa, Bob Sabran).
- Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN ANALISIS PENGARUH PRODUK, HARGA DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELI PERUMAHAN

ZAUJATI RESIDENCE PADA PT. ASRATU BUSRI JL. TANJUNG RAYA 2 PONTIANAK TIMUR

<u>IDENTITAS PENELITI</u>

Nama : Asroni NIM : 111310526

Fakultas/Jurusan : Ekonomi / Manajemen Univeritas : Muhammadiyah Pontianak

Petuniuk Pengisian Kuesioner

1. Mohon diberi tanda *checklist* ($\sqrt{}$) pada kolom jawaban Bapak/Ibu anggap paling sesuai:

Keterangan

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS: Kurang Setuju TS: Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

- 2. Setiap pertanyaan hanya membutuhkan 1 (satu) jawaban saja.
- 3. Mohon memberikan jawaban yang sebenarnya karena tidak akan mempengaruhi pekerjaan anda.
- 4. Setelah mengisi kuesioner mohon Bapak/Ibu berikan kepada yang menyerahkan kuesioner.
- 5. Terima kasih atas partisipasi anda.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama <u>:</u>

Jenis kelamin (1), Laki- laki, (2) Perempuan

Umur / usia : (tahun)

Status Perkawinan : 1) Kawin, (2). Belum Kawin

Pendidikan (1) SMP, (2) SMA, (4) DIII (4). S1

Pekerjaan <u>:</u> 1. Karyawan Swasta

2. Wiraswasta

3. PNS

4. Lainnya

Penghasilan <u>:</u> 1. 1.000.000-1.499.900

2. 1.500.000-1.999.900

3. 2.000.000-2.499.900

4. 2.500.000-2.999.900

:

DAFTAR PERTANYAAN

I. VARIABEL PRODUK (X1)

NO PERTANYAAN SS S CS TS STS

- 1 tipe rumah 36 yang ditawarkan menarik
- 2 Luas luas tanah $10 \times 15 = 150 \text{m}^2$ membuat saya menarik untuk membeli
- pondasi beton setempat, kolom praktis, cor tumbuk, dinding batako diplaster, atap seng metal, cat luar dalam, pintu dan jendela panel, serta lantai keramik 40x40cm merupakan penawaran menarik untuk saya

II. VARIABEL HARGA (X2)

NO PERTANYAAN SS S CS TS STS

- 1 Harga rumah sepadan dengan manfaat yang saya dapatkan
- 2 Harga rumah terjangkau
- 3 Harga rumah sesuai dengan kualitas yang ditawarkan

III. VARIABEL PROMOSI (X3)

NO PERTANYAAN SS S CS TS STS

- 1 Saya mendapat informasi mengenai perumahan Zaujati Residence dengan datang langsug pada PT. Asratu Busri
- 2 Perumahan Zaujati Residence membagikan brosur pada konsumen saat mengikuti pameran
- 3 Informasi produk mengenai tipe dan harga perumahan Zaujati Residence dapat ditemui di media sosial

IV. VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

NO PERTANYAAN SS S CS TS STS

Bagaimana Pendapat Bapak/lbu mengenai pertanyaan berikut:

A. Pengenalan Masalah

- 1 Saya merasa bahwa perusahaan ini memahami kebutuhan yang belum untuk segera dipenuhi oleh konsumen.
- 2 Saya tertarik dengan saran dari teman/keluarga/ tetangga yang menyarankan untuk membeli perumahan zaujati Rasidence ini karena sesuai dengan kebutuhan
- 3 Saya merasa perusahaan ini sudah sesuai dengan keinginan serta kebutuhan saya.

B. Pencarian Informasi

- 1 Saya mendapatkan informasi yang cukup mengenai perumah Zaujati Rasidence di PT. Aratu Busri.
- 2 Informasi yang saya terima sesuai dengan keadaan yang sebenarnya mengenai rumah di perusahaan ini.
- 3 Saya mencari atau mendapatkan informasi dari tenaga marketing perusahaan yang memberikan brosur perumahan.
- 4 Saya mencari atau mendapatkan informasi bahwa perusahaan ini menjual rumah lebih rumah dari pesaing dengan type rumah yang sama.

C. Penilaian Alternatif

- 1 Setelah membandingkan rumah type 36 di perusahaan lain, saya memilih untuk membeli rumah type 36 di perumahan Zaujati Residence pada PT. Asratu Busri
- 2 Saya memilih membeli rumah type 36 di perusahaan ini karena memberikan kualitas material dan pondasi rumah yang kuat.
- 3 Saya membeli rumah type 36 di perusahaan ini karena sesuai dengan harga yang diinginkan.
- 4 Saya membeli rumah type 36 diperusahaan ini karena mendapatkan pelayanan yang baik.

D. Keputusan Pembelian

- 1 Saya memilih membeli rumah type 36 di perusahaan ini karena dorongan dari diri sendiri untuk membelinya.
- 2 Saya memilih membeli rumah type 36 di

- perusahaan ini karena tertarik UcMijjan informasi yang ada di brosur.
- 3 Saya membeli rumah type 36 diperusahaan ini karena mengikuti teman atau keluarga yang pemah membeli rumah di perusahaan tersebut.

E. Perilaku Setelah Pembelian

- 1 Setelah membeli rumah type 36 di perusahaan ini saya merasa puas karena pelayanannya yang ramah dan baik.
- 2 Saya memilih rumah type 36 di perusahaan ini saya merasa puas karena kualitas material dan pondasi rumah yang kuat.
- 3 Saya mencentakan kepada teman dan keluarga karena perusahaan ini menjual rumah dengan harga yang murah dan terjangkau.

Lampiran 2

IDENTITAS

			JENIS	USIA	STATUS		PEKERJA	PENDAPATAN
NO	NAMA	ALAMAT	KELAMIN	(TAHUN)	PERKAWINAN	PENDIDIKAN	AN	<rp)< td=""></rp)<>
1	Susanti	PERUMAHAN	Perempuan	29	Kawin	SMA	Karyawan	1,400,000
		ZAUJATI RESIDENCE	Laki-laki				swasta	
		RESIDENCE						

	1				ı	1	1	
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
2	Siti Aisyah	RESIDENCE	Perempuan	47	Kawin	SMP	Pedagang	1,700,000
		PERUMAHAN						
	Ochi	ZAUJATI					Karyawan	
3	Sulistiowati	RESIDENCE	Perempuan	31	Kawin	DIII	BUMN	2,500,000
4	Hendrik	PERUMAHAN	Laki-laki	25	Belum kawin	SMP	Karyawan	1,300,000
		ZAUJATI					swasta	
		RESIDENCE						
5	Budiyanto	PERUMAHAN	Laki-laki	39	Kawin	S1	Wiraswasta	2,800,000
		ZAUJATI						
		RESIDENCE						
6	Herlinawati	PERUMAHAN	Perempuan	44	Kawin	SMP	Pedagang	1,500,000
		ZAUJATI						
		RESIDENCE						
7	Cathrina	PERUMAHAN	Perempuan	37	Kawin	SMA	Karyawan	1,500,000
,	Cumma	ZAUJATI	rerempuan	31	Tawin	514171		1,500,000
							swasta	
		RESIDENCE						
8	Dian	PERUMAHAN	Perempuan	35	Kawin	SMP	Karyawan	1,700,000
	Wahyuni	ZAUJATI					swasta	
		RESIDENCE						
9	Budi	PERUMAHAN	Laki-laki	26	Belum kawin	SMA	Karyawan	1,400,000
	Setiawan	ZAUJATI					swasta	
		RESIDENCE						
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan sv	
10	Anita Tjui	RESIDENCE	Perempuan	33	Kawin	SMP	'asta	1,500,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
11	Monica Tan	RESIDENCE	Perempuan	44	Kawin	SMP	Wiraswasta	2,500,000
12	Mirnawati	PERUMAHAN	Perempuan	34	Kawin	SMP	Karyawan	1,500,000
		ZAUJATI					swasta	
		RESIDENCE						
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
13	Hengky	RESIDENCE	Laki-laki	38	Kawin	SMP	swasta	1,500,000
		PERUMAHAN						•
	Iskandar	ZAUJATI					Karyawan	
14	Zulfie	RESIDENCE	Laki-laki	35	Kawin	DIII	BUMN	2,700,000
		PERUMAHAN						•
		ZAUJATI						
15	Zahara	RESIDENCE	Perempuan	48	Kawin	SMP	Pedagang	1,900,000
	Zunara	RESIDENCE	1 crempuan	10	15th Will	Sivii	1 caugung	1,200,000

				1	1		T	
16	Emiliawati	PERUMAHAN	Perempuan	34	Kawin	SMP	Karyawan	1,600,000
		ZAUJATI					swasta	
		RESIDENCE						
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
17	Martini	RESIDENCE	Perempuan	51	Kawin	SMP	Pedagang	1,800,000
		PERUMAHAN						
	Bambang	ZAUJATI						
18	Suhardi	RESIDENCE	Laki-laki	33	Kawin	DIII	Wiraswasta	2,500,000
		PERUMAHAN						
	Erwin	ZAUJATI					Karyawan	
19	Kusuma	RESIDENCE	Laki-laki	37	Kawin	SMP	swasta	1,500,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
20	Jenny	RESIDENCE	Perempuan	28	Kawin	SMA	swasta	1,400,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
21	Ahamadin	RESIDENCE	Laki-laki	31	Kawin	SMP	swasta	1,400,000
22	Yuliani	PERUMAHAN	Perempuan	35	Kawin	SMP	Karyawan	1,600,000
		ZAUJATI	•				swasta	
		RESIDENCE						
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
23	Astuti	RESIDENCE	Perempuan	31	Kawin	SMP	swasta	1,500,000
		PERUMAHAN						-,,
		ZAUJATI					Karyawan	
24	Endang	RESIDENCE	Perempuan	38	Kawin	SMP	swasta	1,600,000
			Laki-laki					
25	Iwan	PERUMAHAN	∟aK1-1äK1	55	Kawin	SMP	Wiraswasta	2,500,000
	Setiawan	ZAUJATI						
		RESIDENCE						
		PERUMAHAN						
26		ZAUJATI	_				Karyawan	
20	Hesty	RESIDENCE	Perempuan	33	Kawin	SMP	swasta	1,500,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
27	Dessy	RESIDENCE	Perempuan	28	Belum kawin	SMP	swasta	1,400,000
		PERUMAHAN						
	Tamrin	ZAUJATI					Karyawan	
28	kusnaedy	RESIDENCE	Laki-laki	27	Belum kawin	SMA	swasta	1,300,000
29	Bachtiar	PERUMAHAN	Laki-laki	34	Kawin	DIII	PNS	1,800,000
		ZAUJATI						
		RESIDENCE						

30	Irmawati	PERUMAHAN	Perempuan	37	Kawin	DIII	PNS	2,100,000
		ZAUJATI						
		RESIDENCE						
31	Una	PERUMAHAN	Perempuan	26	Kawin	SMP	Karyawan	1,200,000
		ZAUJATI					swasta	
		RESIDENCE						
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
32	Nurul	RESIDENCE	Perempuan	24	Belum kawin	SMP	swasta	1,200,000
33	Martha	PERUMAHAN	Perempuan	33	Kawin	SMP	Karyawan	1,400,000
		ZAUJATI					swasta	
		RESIDENCE						
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
34	Burhanuddin	RESIDENCE	Laki-laki	38	Kawin	SMP	swasta	1,600,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
35	Nuraini	RESIDENCE	Perempuan	59	Kawin	SMP	Pedagang	2,700,000
36	Intan	PERUMAHAN	Perempuan	31	Kawin	SMP	Karyawan	1,500,000
	septianti	ZAUJATI					swasta	
		RESIDENCE						
		PERUMAHAN						
	Syarifah	ZAUJATI					Karyawan	
37	Indriani	RESIDENCE	Perempuan	34	Kawin	SMP	swasta	1,500,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
38	Bujang Kami	RESIDENCE	Laki-laki	27	Belum kawin	SMP	swasta	1,300,000
39	Muchsin	PERUMAHAN	Laki-laki	37	Kawin	DIII	PNS	2,000,000
		ZAUJATI						
		RESIDENCE						
40	Rahayu	PERUMAHAN	Perempuan	35	Kawin	SMP	PNS	1,700,000
		ZAUJATI						
		RESIDENCE						
41	Rudilskandar	PERUMAHAN	Laki-laki	41	Kawin	SMP	Wiraswasta	2,200,000
		ZAUJATI						
		RESIDENCE						
42	Anggie	PERUMAHAN	Perempuan	32	Kawin	DIII	PNS	1,800,000
		ZAUJATI						
		Ī						
		RESIDENCE	<u> </u>				I I	
		RESIDENCE PERUMAHAN						

		RESIDENCE						
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
44	Ali Jayadi	RESIDENCE	Laki-laki	25	Belum kawin	SMP	swasta	1,200,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
45	Irwansyah	RESIDENCE	Laki-laki	26	Belum kawin	SMP	swasta	1,200,000
		PERUMAHAN						
	Rosita	ZAUJATI						
46	Damayanti	RESIDENCE	Perempuan	53	Kawin	S1	Wiraswasta	2,900,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
47	Suganda	RESIDENCE	Laki-laki	35	Kawin	SMP	swasta	1,500,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
48	Maisaroh	RESIDENCE	Perempuan	28	Belum kawin	DIII	swasta	1,700,000
		PERUMAHAN	F					,,
		ZAUJATI					Karyawan	
49	Lena	RESIDENCE	Perempuan	31	Kawin	SMP	swasta	1,300,000
47	Lena		rerempuan	31	Kawiii	51411	Swasta	1,300,000
		PERUMAHAN						
50	Hardware	ZAUJATI	1 -1-1-1-	24	Deleve levels	CMD	Mahaataaa	1 000 000
50	Heriyanto	RESIDENCE	Laki-laki	24	Belum kawin	SMP	Mahasiswa	1,000,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
51	Lia Andriani	RESIDENCE	Perempuan	21	Belum kawin	SMP	Mahasiswa	1,000,000
		PERUMAHAN						
	Ahmad	ZAUJATI						
52	Jaelani	RESIDENCE	Laki-laki	33	Kawin	SMP	Wiraswasta	2,500,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
53	Indah	RESIDENCE	Perempuan	28	Belum kawin	SMA	swasta	1,500,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
54	Lilis Karolina	RESIDENCE	Perempuan	34	Kawin	SMP	swasta	1,200,000
		PERUMAHAN						
	Wiwik	ZAUJATI						
55	Setiowati	RESIDENCE	Perempuan	37	Kawin	DIII	PNS	2,200,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
56	Aminah	RESIDENCE	Perempuan	45	Kawin	SMP	Pedagang	2,700,000
	I	l						

	1	PERUMAHAN			1		1	
		ZAUJATI					Karyawan	
57	Mualimin	RESIDENCE	Laki-laki	29	Kawin	SMA	swasta	1,400,000
	Rianto		Laki-laki			DIII		
58	Kianto	PERUMAHAN	ьакі-іакі	27	Belum kawin	DIII	Karyawan	1,600,000
		ZAUJATI					swasta	
		RESIDENCE						
59	Anis	PERUMAHAN	Perempuan	35	Kawin	SMP	Wiraswasta	2,000,000
		ZAUJATI						
		RESIDENCE						
60	Susilawati	PERUMAHAN	Perempuan	34	Kawin	SMA	Karyawan	1,600,000
		ZAUJATI					swasta	
		RESIDENCE						
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
61	Emi Julianti	RESIDENCE	Perempuan	43	Kawin	SMP	PNS	2,100,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
62	Syarnsuri	RESIDENCE	Laki-laki	28	Belum kawin	DIII	swasta	1,700,000
63	Hilda	PERUMAHAN	Perempuan	37	Kawin	SMP	Karyawan	1,800,000
		ZAUJATI					swasta	
		RESIDENCE						
		PERUMAHAN						
	Dewi	ZAUJATI					Karyawan	
64	Puspitasari	RESIDENCE	Perempuan	29	Kawin	DIII	BUMD	2,500,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
65	Marlena	RESIDENCE	Perempuan	39	Kawin	SMA	PNS	2,000,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
66	Amir	RESIDENCE	Laki-laki	44	Kawin	SMP	Pedagang	2,000,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
67	U8man Umar	RESIDENCE	Laki-laki	35	Kawin	SMP	swasta	1,500,000
-		PERUMAHAN						
	Doddy	ZAUJATI						
68	Setiadl	RESIDENCE	Laki-laki	37	Kawin	SMP	Wiraswasta	2,300,000
69	Henny	PERUMAHAN	Perempuan	44	Kawin	SMP	Pedagang	2,000,000
	iy	ZAUJATI	. c. cpuun	• •	**************************************	5.11	. caagang	2,000,000
		RESIDENCE						
		PERUMAHAN						
70	Lindoweti	ZAUJATI	Doromauca	32	Kowin	DIII	PNS	1,800,000
'0	Lindawati	ZAUJAII	Perempuan	32	Kawin	DIII	FINO	1,000,000

	Ī	RESIDENCE		Ī	l	_		
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
71	Erna	RESIDENCE	Perempuan	27	Belum kawin	DIII	PNS	1,700,000
72	Kusnadi	PERUMAHAN	laki-laki	29	Belum kawin	DIII	PNS	1,700,000
		ZAUJATI						
		RESIDENCE						
		PERUMAHAN						
	Tuti	ZAUJATI						
73	Alawiyah	RESIDENCE	Perempuan	32	Kawin	SMP	Pedagang	2,000,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
74	Neni Harti	RESIDENCE	Perempuan	35	Kawin	SMP	swasta	1,500,000
		PERUMAHAN						
	Novi	ZAUJATI						
75	Fatmawati	RESIDENCE	Perempuan	48	Kawin	SMA	PNS	2,200,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
76	Rina Herlina	RESIDENCE	Perempuan	36	Kawin	SMP	swasta	1,700,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
77	Emiliana	RESIDENCE	Perempuan	31	Kawin	DIII	PNS	1,800,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
78	Hairudin	RESIDENCE	Laki-laki	27	Belum kawin	SMP	swasta	1,200,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
79	Marissa	RESIDENCE	Perempuan	29	Kawin	SMP	swasta	1,500,000
		PERUMAHAN						
	Citra	ZAUJATI					Karyawan	
80	Chairunnisa	RESIDENCE	Perempuan	24	Belum kawin	SMP	swasta	1,000,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
81	Fitriani	RESIDENCE	Perempuan	33	Kawin	SMA	swasta	1,700,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
82	Yunita	RESIDENCE	Perempuan	42	Kawin	SMP	Pedagang	2,100,000
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
83	Sugeng	RESIDENCE	Laki-laki	28	Belum kawin	DIII	BUMD	2,500,000

		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
84	Sari Kamil	RESIDENCE	Perempuan	36	Kawin	SMP	swasta	1,500,00
		PERUMAHAN						
	Juwita	ZAUJATI					Karyawan	
85	Purwantini	RESIDENCE	Perempuan	34	Kawin	DIII	swasta	1,800,00
86	Siti	PERUMAHAN	Perempuan	45	Kawin	SMP	PNS	2,300,00
	Komariah	ZAUJATI						
		RESIDENCE						
		PERUMAHAN						
	Eko	ZAUJATI					Karyawan	
87	Pratama	RESIDENCE	Laki-laki	25	Belum kawin	SMA	swasta	1,200,00
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
88	Risma	RESIDENCE	Perempuan	31	Kawin	SMP	swasta	1,500,00
		PERUMAHAN						
	Rinda	ZAUJATI						
89	kusumastuti	RESIDENCE	Perempuan	32	Kawin	SMP	Pedagang	1,900,00
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
90	Kasman	RESIDENCE	Laki-laki	45	Kawin	SMP	Wiraswasta	2,300,00
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI					Karyawan	
91	Yetti	RESIDENCE	Perempuan	33	Kawin	SMP	swasta	1,500,00
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
92	Kartini	RESIDENCE	Perempuan	25	Belum kawin	SMA	PNS	1,500,00
		PERUMAHAN						
	Kiki Puji	ZAUJATI					Karyawan	
93	Lestari	RESIDENCE	Perempuan	28	Belum kawin	SMP	swasta	1,300,00
		PERUMAHAN						
		ZAUJATI						
94	Indriyani	RESIDENCE	Perempuan	35	Kawin	SMP	Pedagang	2,000,00
95	Suryadi	PERUMAHAN	Laki-laki	27	Belum kawin	DIII	PNS	1,700,00
		ZAUJATI						
		RESIDENCE						
96	Yuanita	PERUMAHAN	Perempuan	33	Kawin	SMP	Karyawan	1,500,00
		ZAUJATI					swasta	
		RESIDENCE						
97	Zubaidah	PERUMAHAN	Perempuan	49	Kawin	SMA	Pedagang	2,200,00
		ZAUJATI						
		RESIDENCE						

		PERUMAHAN						
	Amri	ZAUJATI						
98	Syafiuddin	RESIDENCE	Laki-laki	28	Belum kawin	DIII	PNS	1,700,000
		PERUMAHAN						
	lin	ZAUJATI					Karyawan	
99	Rahmawati	RESIDENCE	Perempuan	37	Kawin	SMP	swasta	1,700,000
100	Ririn Eli	PERUMAHAN	Perempuan	34	Kawin	SMP	Karyawan	1,500,000
	Yanti	ZAUJATI					swasta	
		RESIDENCE						

Lampiran 3 SI JAWABAN RESPONDEN KEPUTUSAN PEMBELIAN

NO	F	PRODUK	ζ		HARGA	L	PROMOSI		
1	4	3	5	4	4	4	4	4	4
2	4	5	4	4	5	4	4	4	4
3	5	4	5	5	4	3	4	4	5
4	4	5	5	5	4	3	4	4	5

65	4	3	5	5	4	3	4	4	5
66	5	4	4	5	4	3	4	4	5
67	4	4	5	4	4	4	4	4	4
68	5	4	1	4	4	4	4	4	4
69	5	5	4	4	5	4	4	5	4
70	5	4	5	5	5	3	4	4	5
71	4	4	3	5	5	3	3	4	5
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4
73	4	4	3	4	4	4	3	4	4
74	4	3	4	5	4	3	3	4	5
75	4	4	5	5	5	3	5	4	4
76	4	4	4	5	4	3	5	4	4
77	4	5	4	5	5	3	3	4	4
78	4	4	4	5	5	4	4	5	5
79	5	3	3	4	4	3	3	4	4
80	5	3	4	4	4	4	4	4	4
81	4	3	4	3	4	4	4	3	4
82	4	4	4	4	4	3	4	4	4
83	4	4	3	4	4	3	4	4	4
84	4	4	4	4	5	3	4	4	4
85	4	5	4	4	4	4	4	5	4
86	4	3	3	4	4	3	3	4	4
87	4	3	3	4	4	3	3	4	4
88	4	4	3	4	4	3	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4	5
90	5	4	3	4	4	4	5	3	5
91	5	4	4	5	4	3	3	4	5
92	5	4	4	4	5	3	3	3	4
93	4	3	4	4	4	3	4	3	4
94	4	3	4	3	4	4	4	3	4
95	4	4	4	5	4	3	4	4	4
96	4	4	4	4	5	3	4	4	4
97	4	4	5	4	5	4	4	4	5
98	4	4	4	5	4	3	4	4	4
99	4	4	4	4	4	3	3	4	4
100	4	3	4	3	4	3	3	3	4

Lampiran 4

TABULASIJAWABAN RESPONDEN KEPUTUSAN PEMBELIAN PERUMAHAN ZAUJATI RESIDENCE PADA PT.A SRATU BUSRI JL.TANJUNG RAYA 2 PONTIANAK TIMUR

NO PENGENALAN PENCARIAN EVALUASI KEPUTUSAN PERILAKU KEBUTUHAN INFORMASI ALTERNATIF PEMBELIAN PEMBELIAN

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	4	- -	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	3	4
5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	3	3	4	3
6	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
9	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	3	5	4	3	4	3
10	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3
11	5	5	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	4	3	3	4
12	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4
13	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
14	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	5	3
15	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3
16	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4	3
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4
18	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
19	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
20	5	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4
21	4	4	4	5	4	5	3	5	4	3	4	5	5	4	5	4
22	4	4	4	5	4	4	3	5	4	3	4	5	5	5	5	4
23	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	5	4	4	4
24	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
25	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
26	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5
29	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	4	4	3	5	4
30	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3
33	4	4	5	3	4	4	3	4	4	5	5	4	5	4	4	4
34	3	3	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	3	4	3
35	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	3	5	4	5	4	4
36	4	4	4	4	5	4	5	3	5	4	3	4	3	4	4	3
37	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	3	4	4	3	4	3
38	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3
39	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
40	5	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
41	4	5	4	3	5	3	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4
42	4	5	4	5	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4
43	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4
44	4	4	5	4	4	3	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4
45	4	5	5	5	5	3	4	3	5	4	5	5	4	4	5	4
46	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
47	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
48	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4
49	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4
50	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	5	4	5	4	3
51	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	3
53	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	3
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4
55	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	4	4
56	4	5	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	3	4
57	4	5	4	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4

58	4	4	4	3	4	3	3	3	5	4	3	4	4	4	4	4
59	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
60	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
61	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
62	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	4	4
64	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	3	4	4
65	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
66	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3
67	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	3	5	3
68	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4	4	3	5	3
69	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4
70	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4
71	5	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4
72	5	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4
73	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
74	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
77	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4
78	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4
79	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
80	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
81	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
82	3	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
83	3	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	5	4
86	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	3	4
87	3	3	4	4	3	5	3	4	3	4	5	4	3	4	3	4
88	4	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
90	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4
91	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4
92	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	3
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3
95	4	3	4	3	4	3	5	4	5	4	4	4	4	3	5	3
96	5	3	4	3	5	3	5	4	5	4	3	5	4	4	4	3
97	5	3	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3
98	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	3
99	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3
100	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3