

**PENGARUH HARGA DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMESAN UNDANGAN DI
PERCETAKAN PUSTAKA AKBAR CENTER PONTIANAK**

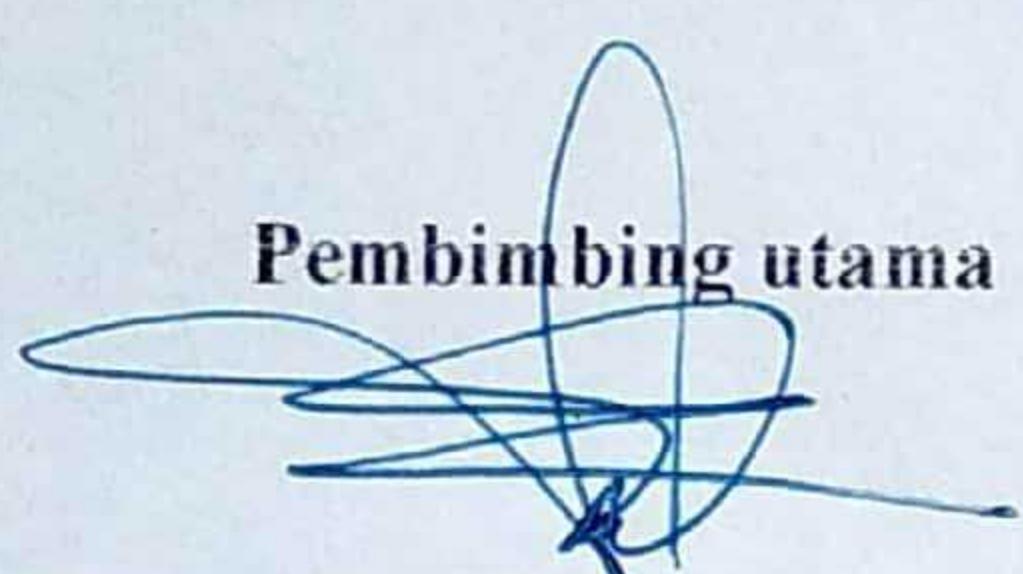
Tanggung Jawab Yuridis Kepada :

ALI AKBAR
NIM 151310068

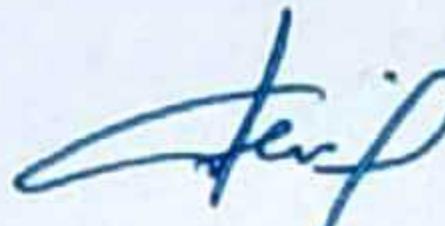
Program Studi Manajemen

Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian
Skripsi/Komprehensif
Pada tanggal : 21 April 2020

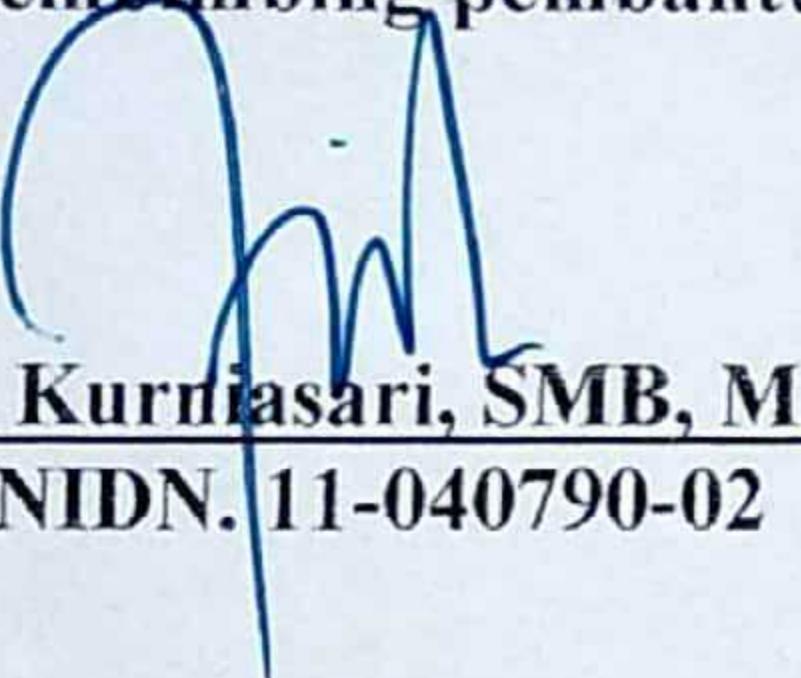
Majelis Penguji

Pembimbing utama


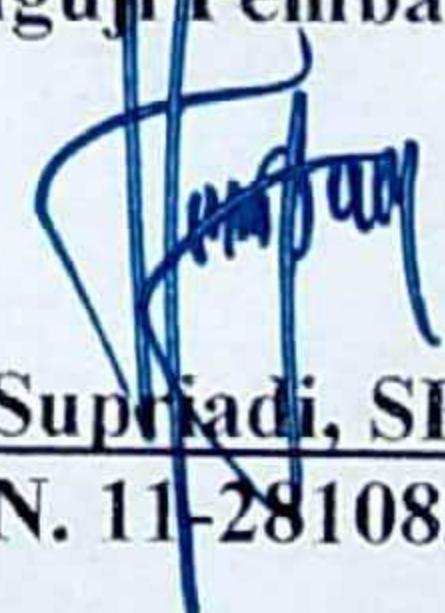
Samsuddin, SE, M.Si
NIDN. 11-131177-01

Penguji Utama


Devi Yasmin, SE, MM
NIDN. 00-300667-01

Pembimbing pembantu


Fita Kurniasari, SMB, MAB
NIDN. 11-040790-02

Penguji Pembantu


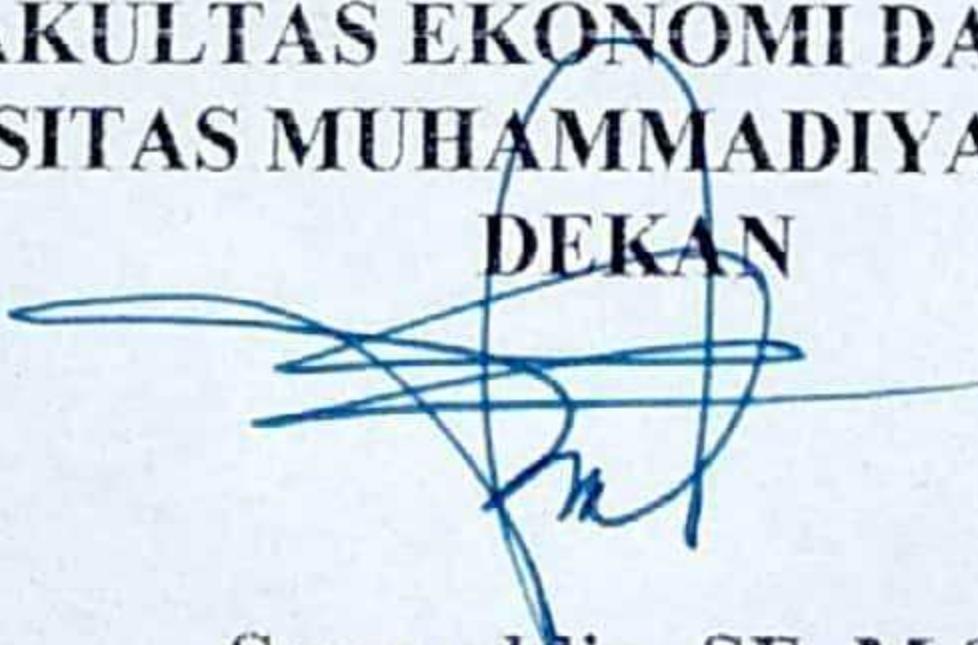
Fenni Supriadi, SE, MM
NIDN. 11-281085-01

Pontianak, 21 April 2020

Disahkan Oleh:

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

DEKAN


Samsuddin, SE, M.Si
NIDN. 11-131177-01

**PENGARUH HARGA DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMESAN UNDANGAN DI
PERCETAKAN PUSTAKA AKBAR CENTER PONTIANAK**

SKRIPSI

OLEH

ALI AKBAR

NIM. 151310068



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
2020**

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah *subhanahu wa ta'la* yang telah melimpahkan kasih dan sayang-Nya sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Konsumen Memesan Undangan Di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak”.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan bimbingan, saran dan masukan yang berharga sehingga skripsi ini dapat diselesaikan dengan baik. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. H. Helman Fachri, SE, MM, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Samsuddin, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak, sekaligus Dosen Pembimbing Pertama.
3. Ibu Fita Kurniasari, SMB, MAB selaku dosen pembimbing kedua.
4. Seluruh civitas akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
5. Ibu Sumaidah, selaku pemilik Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak beserta karyawan yang telah bersedia memberikan izin, memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini.
6. Kedua Orang Tua dan saudara-saudara yang selalu memberikan motivasi dan semangat kepada penulis untuk menyelesaikan pendidikan.

7. Sahabat-sahabat dan teman-teman, khususnya Program Studi Manajemen Angkatan 2015 Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu.

Demikian, skripsi ini saya buat dengan segala kelebihan dan kekurangan. Untuk itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan dimasa yang akan datang. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembaca, khususnya bagi Mahasiswa Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Pontianak, 21 April 2020
Penulis

Ali Akbar
NIM. 151310068

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh harga dan kelompok referensi terhadap keputusan konsumen memesan undangan di Pustaka Akbar Center Pontianak. Jenis penelitian ini menggunakan penelitian asosiatif. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden dengan teknik *Purposive Sampling*. Teknik analisis yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda, koefisien korelasi, uji determinasi uji simultan (uji F), dan uji parsial (uji t).

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda diperoleh persamaan $Y = 1,887 + 0,299x_1 + 0,776x_2$. Koefisien korelasi sebesar 0,753 yang artinya hubungan antara harga dan kelompok referensi memiliki hubungan kuat terhadap keputusan konsumen. Berdasarkan hasil koefisien determinasi diperoleh nilai R^2 sebesar 0,567. Hal ini menunjukkan pengaruh variabel harga dan kelompok referensi terhadap naik turunnya keputusan pembelian konsumen dalam memesan undangan di Pustaka Akbar Center sebesar 56,7% dan sisanya 43,3% dipengaruhi faktor lain di luar penelitian. Hasil uji F hitung diperoleh nilai F sebesar 63.604 memiliki signifikan sebesar 0,000 artinya variabel harga dan kelompok referensi secara simultan memiliki pengaruh terhadap keputusan konsumen memesan undangan di Pustaka Akbar Center. Hasil uji parsial (uji t) variabel harga dan kelompok referensi memiliki nilai signifikan 0,000 lebih kecil dari 0,05 yang artinya secara parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen.

Kata Kunci : Harga, Kelompok Referensi dan Keputusan Konsumen

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	vii
 BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	5
C. Pembatasan Masalah	6
D. Tujuan Penelitian	6
E. Manfaat Penelitian	7
F. Kerangka Pemikiran	7
G. Metode Penelitian	9
 BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran	20
B. Perilaku Konsumen	20
C. Kelompok Referensi.....	22
D. Keputusan Pembelian.....	24
 BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Profil perusahaan	27
B. Visi dan Misi	27
C. Struktur Organisasi.....	28
D. Aspek Pemasaran	29
 BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	33
B. Uji Instrumen.....	36
1. Uji Validitas	36
2. Uji Reliabilitas.....	37
C. Uji Asumsi Klasik	38
1. Uji Normalitas	38
2. Uji Linieritas	39
3. Uji Multikolinieritas	40
D. Analisis Regresi Berganda	40
E. Koefisien Korelasi (R)	41
F. Koefisien Determinan (R^2).....	42
G. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)	42
H. Uji Pengaruh Parsial (Uji t).....	43

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan.....	44
B. Saran.....	45

DAFTAR PUSTAKA	47
-----------------------------	----

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data Jumlah Izin Perusahaan Percetakan/Sablon	2
Tabel 1.2 Jenis Produk dan Harga	3
Tabel 1.3 Jenis Jumlah Penjualan Berdasarkan Produk.....	3
Tabel 1.4 Jenis Undangan dan Harga/lembar	4
Tabel 1.5 Jumlah Penjualan Undangan.....	4
Tabel 1.6 Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan.....	13
Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	33
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	33
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	34
Tabel 4.4. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	34
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	35
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan Perbulan.....	35
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Harga.....	36
Tabel 4.8 Hasil Uji Validitas Kelompok Referensi	36
Tabel 4.9 Hasil Uji Validitas Keputusan Konsumen	37
Tabel 4.10 Hasil Uji Reliabilitas	38
Tabel 4.11 Hasil Uji Normalitas	38
Table 4.12 Hasil Uji Linieritas Variabel Harga	39
Tabel 4.13 Hasil Uji Linieritas Variabel Kelompok Referensi.....	39
Table 4.14 Hasil Uji Multikolinieritas	40
Tabel 4.15 Hasil Analisis Regresi Linier Berganda.....	40
Tabel 4.16 Hasil Perhitungan Koefisien Korelasi.....	41
Tabel 4.17 Hasil Koefisien Determinasi	42
Tabel 4.18 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	42
Tabel 4.19 Hasil Uji Parsial (Uji t)	43

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran	9
Gambar 2.1 Proses Pengambilan Keputusan	25
Gambar 3.1 Struktur Organisasi.....	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	48
Lampiran 2 Karakteristik Responden.....	51
Lampiran 3 Tabulasi Kuesioner	54
Lampiran 4 Uji Validitas.....	63
Lampiran 5 Uji Reliabilitas.....	66
Lampiran 6 Uji Normalitas	69
Lampiran 7 Uji Linieritas.....	70
Lampiran 8 Uji Multikolinieritas	71
Lampiran 9 Analisis Linier Berganda.....	72
Lampiran 10 Koefisien Korelasi	73
Lampiran 11 Koefisien Determinasi	74
Lampiran 12 Uji Simultan (Uji F).....	75
Lampiran 13 Uji Parsial (Uji t)	76

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Memiliki sebuah bisnis atau usaha sendiri merupakan suatu impian setiap individu baik tua maupun muda. Namun kadang kali semua impian tersebut tidak tercapai atau terwujud karena beberapa kendala di antaranya Tidak memiliki modal usaha yang cukup besar dan tidak memiliki keahlian khusus. Salah satu bisnis yang mudah untuk dilakukan dan modal yang dibutuhkan tidak terlalu tinggi yaitu bisnis percetakan, jenis bisnis ini bukanlah suatu yang baru lagi di kalangan kita. Karena sudah banyak sekali kita jumpai jenis bisnis-bisnis ini bahkan dapat dilakukan menjadi bisnis rumahan, sehingga biaya sewa tempat usaha tidak lagi menjadi beban.

Namun selain kendala di atas yang harus dipikirkan dalam mendirikan suatu usaha adalah bagaimana cara agar tercapainya tujuan yang diharapkan oleh konsumen sehingga konsumen akan merasa puas, dan konsumen akan melakukan pembelian kembali. Berbagai jenis cara yang dilakukan oleh pelaku bisnis dalam mengatur strategi perusahaannya khususnya bisnis percetakan, guna untuk dapat bersaing dengan para pelaku bisnis lainnya, mulai dari menyediakan berbagai jenis layanan jasa dan produk yang bervariasi serta harga yang terjangkau.

Pada Tabel 1.1 dapat dilihat perusahaan percetakan/sablon yang dikeluarkan Tahun 2016 sampai 2018.

Tabel 1.1
Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Dan Perdagangan Kota Pontianak
Jumlah Izin Baru Perusahaan Percetakan/Sablon Yang Dikeluarkan
Tahun 2016-2018

No	Kecamatan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	Pontianak Barat	2	4	6
2	Pontianak Kota	19	13	17
3	Pontianak Tenggara	3	1	2
4	Pontianak Timur	1	2	3
5	Pontianak Utara	1	0	0
6	Pontianak Selatan	3	1	0
Jumlah		29	21	28

Sumber : Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Dan Perdagangan Kota Pontianak, 2019

Dari Tabel 1.1 dapat dilihat jumlah perusahaan percetakan/sablon yang mendapatkan izin baru dari Dinas Koperasi, Usaha Mikro, dan Perdagangan Kota Pontianak. Tahun 2017 mengalami penurunan sebesar 27,58%, sedangkan di Tahun 2018 mengalami peningkatan sebesar 33,33 %.

Pustaka Akbar Center Pontianak merupakan salah satu usaha percetakan yang berdiri pada tanggal 05 Februari 2015 yang beralamat di Jalan Parit Pangeran Siantan Hulu Pontianak Utara, yang didirikan oleh Ibu Sumaidah. Pustaka Akbar Center Pontianak sendiri merupakan usaha pertama dari usaha percetakan yang dimiliki oleh Ibu Sumaidah, percetakan kedua beralamat di Jalan Kebangkitan Nasional Pontianak Utara yang diberi nama Akbar Design.

Strategi yang digunakan oleh percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak agar dapat bersaing dengan perusahaan yang ada yaitu dengan menawarkan harga yang relatif lebih murah dibandingkan dengan perusahaan yang ada. Minimal pemesanan juga lebih mudah yaitu dengan minimal pemesanan 50 lembar undangan saja konsumen sudah bisa membuat

undangan di percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak. Berikut Tabel 1.2 produk yang dihasilkan serta harga yang ditawarkan.

Tabel 1.2
Pustaka Akbar Center Pontianak
Produk dan Harga
Tahun 2016-2018
(Dalam Rupiah)

No	Produk	Satuan	2016	2017	2018
1	Undangan	Lembar	1.000 – 6.500	1.300 – 7.000	1.500 – 9.500
2	Baliho	Meter	15.000	15.000	18.000
3	Kartu Nama	Kotak	30.000	30.000	35.000
4	Sablon	Pcs	35.000	35.000	35.000

Sumber : Pustaka Akbar Center Pontianak, 2019

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat diketahui bahwa harga dari produk yang ditawarkan di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak mulai Tahun 2016 sampai Tahun 2018 mengalami perubahan dengan kecenderungan meningkat. Tabel 1.3 di bawah ini menampilkan jumlah penjualan berdasarkan jenis produk pada tahun 2016 sampai tahun 2018.

Tabel 1.3
Pustaka Akbar Center Pontianak
Jumlah Penjualan Berdasarkan Produk
Tahun 2016 – 2018
(Dalam Rupiah)

No	Produk	2016	2017	2018
1	Undangan	72.930.000	60.850.000	75.374.000
2	Baliho	5.778.000	6.012.000	26.540.000
3	Kartu Nama	4.340.000	2.225.000	2.870.000
4	Sablon	1.404.000	3.850.000	2.113.000
	Jumlah	84.452.000	72.937.000	106.897.000

Sumber : Pustaka Akbar Center Pontianak, 2019

Tabel 1.3 dapat dilihat jumlah penjualan untuk produk dari tahun 2016 sampai dengan Tahun 2018. Pada Tahun 2017 jumlah penjualan menurun sebesar 13,63%, sedangkan pada tahun 2018 meningkat sebesar 46,56 %.

Tabel 1.4 di bawah ini menampilkan jenis undangan dan harga pada tahun 2016 sampai tahun 2018.

Tabel 1.4
Pustaka Akbar Center Pontianak
Jenis Undangan dan Harga/lembar
Tahun 2016-2018
(Dalam Rupiah)

No	Jenis Undangan	Tahun		
		2016	2017	2018
1	HVS	1.000 – 2.000	1.300 – 2.500	1.500 – 3.000
2	Art Paper	3.200 – 4.000	3.500 – 4.500	3.800 – 5.000
3	Hardcover	5.500 – 6.500	6.000 – 7.000	7.200 – 9.500

Sumber : Pustaka Akbar Center Pontianak, 2019

Tabel 1.4 dapat diketahui bahwa harga undangan setiap tahunnya untuk masing-masing jenis undangan mengalami peningkatan. Penetapan harga undangan berdasarkan kualitas dari bahan atau kertas yang digunakan, dan dipengaruhi oleh harga bahan atau kertas yang setiap tahunnya mengalami peningkatan. Tabel 1.5 dibawah ini menampilkan perkembangan jumlah penjualan produk undangan yang dihasilkan oleh percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak pada Tahun 2016 sampai Tahun 2018.

Tabel 1.5
Pustaka Akbar Center Pontianak
Jumlah Penjualan Undangan
Tahun 2016 – 2018
(dalam lembar)

No	Tahun	Jumlah Penjualan
1	2016	40.400
2	2017	37.800
3	2018	46.200

Sumber : Pustaka Akbar Center Pontianak, 2019

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat jumlah penjualan dalam lembar dari Tahun 2016 – 2017 mengalami penurunan sebesar 6,44% sedangkan dari Tahun 2017- 2018 mengalami peningkatan 22,22%.

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh penulis ke beberapa konsumen terkait alasan mengapa konsumen memesan undangan di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak ini adalah terkait harga yang lebih murah dibandingkan percetakan lain, dan yang tidak kalah penting alasan konsumen memilih menggunakan jasa Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak ini karena mendapatkan masukan, atau saran dari orang-orang terdekat seperti : kawan, keluarga, rekan kerja, dan tetangga, karena mereka sudah pernah menggunakan jasa Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak dan merasa puas serta ingin menyarankan kepada orang lain juga.

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Harga Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memesan Undangan Di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak”.

B. Permasalahan

Dari uraian latar belakang di atas maka penulis mengangkat suatu permasalahan yaitu: apakah harga dan kelompok referensi berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam memesan undangan di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak?.

C. Pembatasan Masalah

Agar pembahasan ini sesuai dengan permasalahan dan tujuan penelitian yang dimaksud, maka peneliti membatasi hal-hal sebagai berikut:

1. Variabel Harga, dibatasi dengan dimensi:
 - a. Daftar Harga
 - b. Potongan Harga
 - c. Periode Pembayaran
 - d. Persyaratan Kredit
2. Variabel Kelompok Referensi, dibatasi dengan dimensi :
 - a. Kelompok Primer
 - b. Kelompok Sekunder
3. Variabel Keputusan Pembelian, dibatasi dengan dimensi :
 - a. Pengenalan Masalah
 - b. Pencarian Informasi
 - c. Evaluasi Alternatif
 - d. Keputusan Pembelian
 - e. Perilaku Pascapembelian

D. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh harga dan kelompok referensi terhadap keputusan konsumen dalam memesan undangan di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak.

E. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan kesempatan bagi peneliti untuk menerapkan ilmu pengetahuan yang diperoleh di bangku kuliah serta

dapat melatih diri dalam mengungkapkan masalah secara ilmiah berdasarkan disiplin ilmu yang diperoleh.

2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi pihak perusahaan dalam mengetahui keputusan pembelian oleh konsumen, sehingga nantinya dapat disusun strategi yang lebih baik untuk meningkatkan penjualan bagi perusahaan khususnya untuk undangan .

3. Bagi Almamater

Penelitian ini diharapkan dapat membantu para mahasiswa dan peneliti lainnya yang tertarik akan masalah ini pada masa yang akan datang.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:345): “Harga adalah sejumlah uang yang ditagihkan atas suatu produk atau jasa, atau jumlah dari nilai yang ditukarkan para pelanggan untuk memperoleh manfaat dari memiliki atau menggunakan suatu produk atau jasa”. Adapun dimensi harga menurut Kotler dan Armstrong (2008:62) :

1. Daftar harga
2. Diskon
3. Potongan harga
4. Periode Pembayaran
5. Persyaratan kredit.

Menurut Sumarwan (2015:305): “Kelompok acuan (*reference group*) adalah seorang individu atau sekelompok orang yang secara nyata mempengaruhi perilaku seseorang”.

Menurut Sumarwan (2015:306)

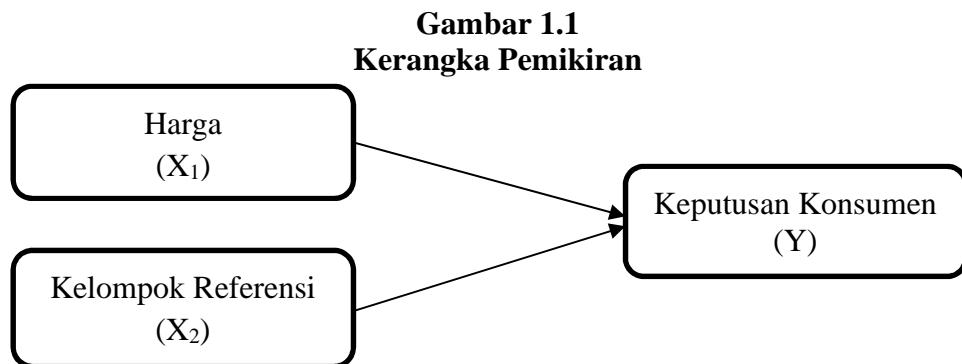
Kelompok Primer adalah kelompok dengan keanggotaan yang terbatas, interaksi antaranggota secara langsung tatap muka, memiliki ikatan emosional antaranggota. Contoh dari kelompok primer adalah keluarga, dan kelompok yang memiliki ikatan kekerabatan. Kelompok sekunder memiliki ikatan yang lebih longgar dari kelompok primer, antaranggota kelompok mungkin terjadi kontak tatap muka langsung, antaranggota kelompok memiliki pengaruh kecil terhadap anggota lainnya. Contoh kelompok sekunder bisa berbentuk kelompok formal, seperti asosiasi profesi dan himpunan alumni, atau berbentuk kelompok informal, seperti kelompok arisan, kelompok rukun warga, dan teman bermain tenis.

Schiffman dan Kanuk (2010) dalam Sumarwan (2015:357): “Mendefinisikan keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif”. Menurut Kotler dan Keller (2009:184): “Proses keputusan pembelian konsumen melalui lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian”.

Penelitian terdahulu ditulis oleh Supriadi (2013) yang berjudul “Kualitas Produk, Merek, dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Percetakan Mitra Card Di Manado”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang positif signifikan secara simultan dan parsial produk, merek dan harga terhadap keputusan pembelian konsumen pada Percetakan Mitra Card di Manado.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Kanisa (2017) yang berjudul “Pengaruh Gaya Hidup, dan Kelompok Acuan Pada Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Studio Foto”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada pengaruh secara simultan dan parsial antara gaya hidup dan kelompok acuan terhadap keputusan konsumen menggunakan Studio Foto.

Berdasarkan teori dan penelitian pendahuluan di atas, maka kerangka pemikiran dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut :



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Menurut Siregar (2017:15): “Penelitian asosiatif/hubungan merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”. Penelitian asosiatif dengan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara harga, kelompok referensi, terhadap keputusan konsumen.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data Primer

Menurut Siregar (2017:37): “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan”. Data primer dalam penelitian ini diperoleh melalui :

1) Wawancara

Menurut Siregar (2017:40): “Wawancara adalah proses memperoleh keterangan/data untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara”. Wawancara dilakukan kepada pemilik Pustaka Akbar Center untuk memperoleh informasi terkait masalah yang akan dibahas dalam penelitian ini yang dideskripsikan pada latar belakang penelitian.

2) Kuesioner

Menurut Siregar (2017:44): “Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi, yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau yang sudah ada”. Kuesioner penelitian ini diberikan kepada konsumen Pustaka Akbar Center.

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2017:37): “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya”. Data sekunder dalam penelitian ini antara lain jenis produk dan harga, 2016-2018 data Dinas Koperasi, Usaha Mikro, Dan Perdagangan Kota Pontianak

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2011:80): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Populasi dalam penelitian ini adalah semua konsumen yang pernah memesan undangan di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2011:81): “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Jumlah sampel penelitian menurut Roscoe (1982:253) dalam Sugiyono (2011:90): “Ukuran sampel yang layak dalam penelitian adalah antara 30 sampai dengan 500”. Jadi peneliti menetapkan sampel penelitian ini sebanyak 100 responden.

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Sampling Purposive*. Menurut Sugiyono (2011:85): “*Sampling Purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu”. Maka kriteria sampel dalam penelitian ini adalah konsumen yang memesan undangan atas keputusan sendiri.

4. Variabel Penelitian

Menurut Siregar (2017:18): “ Pengertian Variabel adalah konstruk yang sifat-sifatnya telah diberi angka (kuantitatif) atau juga dapat diartikan

variabel adalah konsep yang mempunyai bermacam-macam nilai, berupa kuantitatif maupun kualitatif yang dapat berubah-ubah nilainya”. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

a. Variabel Bebas (*independen variabel*)

Menurut Siregar (2017:18): “Variabel bebas (*independen*) adalah variabel yang menjadi sebab atau berubah/memengaruhi suatu variabel lain (variabel dependent). Variabel bebas dalam penelitian ini adalah harga (X_1) dan kelompok referensi (X_2).

b. Variabel Terikat (*dependent variabel*)

Menurut Siregar (2017:18): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau menjadi akibat, karena adanya variabel lain (variabel bebas). Variabel terikat dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen (Y).

5. Skala Pengukuran

Menurut Siregar (2017:46): “Skala pengukuran adalah prosedur pemberian angka pada objek agar dapat menyatakan karakteristik dari objek tersebut”. Skala pengukuran jawaban responden yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala Likert. Menurut Sugiyono (2011:93): “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Skala Likert yang digunakan dalam penelitian berisi 5 (lima) alternatif jawaban dapat dilihat pada Tabel 1.6 berikut:

Tabel 1.6
Alternatif Jawaban Responden

No.	Alternatif Jawaban	Kode	Skor
1.	Sangat Tidak Setuju	STS	1
2.	Tidak Setuju	TS	2
3.	Kurang Setuju	KS	3
4.	Setuju	S	4
5.	Sangat Setuju	SS	5

6. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2017:75): “Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*)”. Uji Validitas dilakukan dengan teknik korelasi *Product Moment Pearson*. Menurut Siregar (2017:77): Suatu penelitian dikatakan valid, bila:

- a) Koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3 (Azwar, 1992; Soegiyono, 1999).
- b) Koefisien korelasi *product moment* > r-Tabel (; n – 2) = jumlah sampel.
- c) Nilai sig .

2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2017:87): “Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula”. Uji reliabilitas

dilakukan dengan teknik *Alpha Cronbach*. Menurut Siregar (2017:90): “Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini bila koefisien reliabilitas (r_{11}) > 0,6”.

b. Uji Asumsi Klasik

1) Uji Normalitas

Menurut Siregar (2017:153): “Tujuan dilakukan uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak”. Bila data berdistribusi normal, maka dapat digunakan uji statistik berjenis parametrik. Sedangkan apabila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji nonparametrik. Metode yang digunakan dalam uji normalitas adalah metode *Kolmogorov-Swirnov*. Kriteria pengujian berdasarkan nilai probabilitas.

- a) Jika probabilitas (sig) $> 0,05$ maka data berdistribusi normal.
- b) Jika probabilitas (sig) $\leq 0,05$ maka data tidak berdistribusi normal.

2) Uji Linieritas

Menurut Siregar (2017:178): “Tujuan dilakukan uji linier adalah untuk mengetahui apakah antara variabel tak bebas (Y) dan variabel bebas (X) mempunyai hubungan linier. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam penerapan metode regresi linier”. Uji

linearitas menggunakan *Test For Linearity*. Kriteria pengujian dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a) Jika nilai sig < 0,05 maka variabel bebas dan variabel terikat berpola linear.
- b) Jika nilai sig > 0,05 maka variabel bebas dan variabel terikat tidak berpola linear.

3) Uji Multikolinieritas

Menurut Ghazali (2016:103): “Uji Multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen)”. Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi di antara variabel independen. Untuk mendeteksi ada atau tidaknya multikolinieritas dapat dilihat dari nilai *Tolerance* dan *Variance Inflation Factor* (VIF), yaitu apabila nilai *Tolerance* < 0,10 dan nilai VIF > 10 maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independen dalam model regresi.

c. Analisis Regresi Linear Berganda

Menurut Siregar (2017:405): “Regresi berganda merupakan pengembangan dari regresi linier sederhana, yaitu sama-sama alat yang dapat digunakan untuk melakukan prediksi permintaan di masa yang akan datang berdasarkan data masa lalu atau untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*)”. Dalam penelitian ini, analisis regresi

linear berganda berperan sebagai teknik statistik yang digunakan untuk menguji ada tidaknya pengaruh harga dan kelompok referensi terhadap keputusan konsumen memesan undangan di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak. Persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut :

$$Y = + b_1 X_1 + b_2 X_2$$

Keterangan :

Y = Keputusan konsumen

= Nilai *constanta/reciprocal*

b = Koefisien regresi

X_1 = Harga

X_2 = Kelompok referensi

d. Koefisien Korelasi

Menurut Siregar (2017:351): “Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel”. Teknik yang digunakan adalah korelasi *Pearson Product Moment*. Analisis koefisien korelasi dalam penelitian ini untuk mengetahui hubungan antara harga dan kelompok referensi dengan keputusan konsumen. Kekuatan hubungan nilai koefisien korelasi dapat dilihat pada Tabel 1.6 berikut.

Tabel 1.6
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1	0,00 – 0,199	Sangat Lemah
2	0,20 – 0,399	Lemah
3	0,40 – 0,599	Cukup
4	0,60 – 0,799	Kuat
5	0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Siregar (2017:337)

e. Koefisien Determinasi

Menurut Siregar (2017:338): “Koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih variabel X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)”. Dalam penelitian ini koefisien determinasi bertujuan untuk menguji kontribusi variabel harga dan kelompok referensi terhadap keputusan konsumen.

f. Uji Pengaruh Simultan (Uji F)

Menurut Siregar (2018:303): “Tujuan dilakukan pengujian hipotesis terhadap penerapan metode regresi linier berganda adalah untuk mengetahui sejauh mana pengaruh secara simultan antara kelompok data A dan B (variabel bebas X_1 dan X_2) terhadap kelompok data C (variabel tak bebas Y)”. Hipotesis uji pengaruh simultan pada penelitian ini sebagai berikut :

H_0 : Tidak terdapat pengaruh signifikan secara simultan antara harga dan kelompok referensi terhadap keputusan konsumen.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan antara harga dan kelompok referensi terhadap keputusan konsumen.

Adapun kriteria pengujian signifikansi yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Jika : $F_{hitung} < F_{tabel}$ maka H_0 diterima

Jika : $F_{hitung} > F_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

g. Uji Pengaruh Parsial (Uji t)

Menurut Siregar (2018:304): “Tujuan dilakukan uji signifikansi secara parsial dua variabel bebas (*independent*) terhadap variabel tak bebas (*dependent*) adalah untuk mengukur secara terpisah kontribusi yang ditimbulkan dari masing-masing variabel bebas (*independent*) terhadap variabel tak bebas (*dependent*)”. Adapun hipotesis sebagai berikut :

1) Variabel Harga

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga terhadap keputusan konsumen

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara harga terhadap keputusan konsumen.

2) Variabel Kelompok Referensi

H_0 = Tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kelompok referensi terhadap keputusan konsumen.

H_a = Terdapat pengaruh yang signifikan secara parsial antara kelompok referensi terhadap keputusan konsumen.

Adapun kriteria pengujian signifikansi yang diajukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Jika : $t_{hitung} \leq t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Jika : $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_0 ditolak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dapat disimpulkan beberapa hal sebagai berikut :

1. Sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin laki-laki, berusia antara 20 – 30 tahun, berpendidikan terakhir SD, bekerja sebagai Karyawan Swasta dan berstatus belum kawin, serta memiliki pendapatan perbulan antara Rp. 1.000.001 – Rp. 2.000.000.
2. Hasil uji regresi diperoleh persamaan regresi $Y = 1,887 + 0,299X_1 + 0,776X_2$ artinya bahwa keputusan konsumen dalam memesan undangan di percetakan Pustaka Akbar Center sebesar 1,887 dengan asumsi nilai-nilai variabel yang mempengaruhi, seperti harga dan kelompok referensi bernilai nol (0). Nilai koefisien harga (X_1) yang diperoleh adalah sebesar 0,229 yang artinya jika nilai harga meningkat sebesar satu satuan, maka keputusan konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 0,229 dan nilai koefisien kelompok referensi (X_2) yang diperoleh adalah sebesar 0,776 yang artinya jika nilai kelompok referensi meningkat maka keputusan konsumen mengalami peningkatan sebesar 0,776.
3. Hasil analisis koefisien korelasi diperoleh nilai R sebesar 0,753 dapat diinterpretasikan bahwa hubungan antara harga, kelompok referensi dan keputusan pembelian konsumen kuat karena nilai intervalnya berada pada nilai 0,60 – 0,799.

4. Hasil koefisien determinasi diperoleh nilai R *Square* sebesar 0,567 artinya kontribusinya variabel harga dan kelompok referensi terhadap naik turunnya keputusan pembelian konsumen dalam memesan undangan dipercetakan Pustaka Akbar Center sebesar 56,7% dan sisanya 43,3% dipengaruhi faktor atau variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Hasil uji simultan (uji F) dengan nilai hitung F hitung (63,604) $>$ F_{tabel} (3,09) dan memiliki signifikan (sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,05 artinya variabel harga dan kelompok referensi mempunyai pengaruh secara simultan yang signifikan terhadap keputusan konsumen dalam memesan undangan di percetakan Pustaka Akbar Center di Kota Pontianak.
6. Hasil uji t menunjukkan bahwa nilai variabel harga t_{hitung} (5,270) $>$ t_{tabel} (1,98447) berarti harga secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen dan nilai variabel kelompok referensi menunjukkan nilai t_{hitung} (11,279) $>$ t_{tabel} (1,98447) berarti kelompok referensi secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan maka penulis akan menyajikan berbagai saran yang diharapkan menjadi pertimbangan terhadap perusahaan percetakan Pustaka Akbar Center dalam mempengaruhi konsumen dalam memesan undangan.

1. Berdasarkan hasil penelitian, strategi pemasaran harga dan kelompok referensi memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen untuk

memesan undangan. Oleh karena itu pemberian potongan harga untuk setiap pemesanan dalam jumlah banyak harus tetap dipertahankan dan pembayaran harus menggunakan DP.

2. Meningkatkan kualitas atau mempertahankan produk dan layanan misalnya, pemilihan bahan baik kertas maupun tinta yang digunakan harus berkualitas agar hasilnya maksimal dan konsumen merasa puas.

DAFTAR PUSTAKA

- Ghozali, Imam. 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete*. Edisi 8 . Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Kanisa. 2017. Pengaruh Gaya Hidup Dan Kelompok Acuan Terhadap Keputusan Konsumen Menggunakan Jasa Studio Foto. *Ekonomi*. Vol. 1 Hal. 1-15
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 12. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*, Penerbit Andi, Yogyakarta
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- _____. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Kencana, Jakarta.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2015. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapan dalam Pemasaran*. Edisi Kedua. Ghalia Indonesia, Bogor.
- Supriadi Victor. 2013. Kualitas Produk, Merek, Dan Harga Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Percetakan Mitra Card Di Manado. *Jurnal EMBA*. Vol. 1 (4), Hal 1-25

Lampiran 1 : Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH HARGA, DAN KELOMPOK REFERENSI TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM MEMESAN UNDANGAN DI PERCETAKAN PUSTAKA AKBAR CENTER PONTIANAK

A. Kata Pengantar

Dalam rangka penyelesaian skripsi berjudul : “**Pengaruh Harga, Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Memesan Undangan Di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak**”. Untuk itu saya mohon dengan segala kerendahan hati kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk meluangkan waktunya membantu dalam pengisian kuesioner ini dengan sebenar-benarnya.

B. Identitas Peneliti :

Nama	:	Ali Akbar
NIM	:	151310068
Fakultas	:	Ekonomi dan Bisnis
Program Studi	:	Manajemen

C. Identitas Responden

Nama	:
Jenis kelamin	:
Usia	:
Pendidikan Terakhir	:
Status Pekerjaan	:
Status Perkawinan	:
Pendapatan Perbulan	:
No Hp	:

D. Petunjuk pengisian kuesioner

1. Mohon diberi tanda checklist () pada kolom jawaban Bapak/Ibu/Saudara/i anggap paling sesuai. Pendapat anda dinyatakan dalam skala 1 sampai dengan 5 yang memiliki makna :
 - 5 = Sangat Setuju (SS)
 - 4 = Setuju (S)
 - 3 = Kurang Setuju (KS)
 - 2 = Tidak Setuju (TS)
 - 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
2. Setiap pernyataan hanya membutuhkan 1 (satu) jawaban saja.
3. Setelah mengisi kuesioner mohon Bapak/Ibu/Saudara/i berikan kepada yang menyerahkan kuesioner.
4. Terima kasih atas partisipasi anda.

Daftar Pernyataan

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
Harga (X1)						
1	Saya memesan undangan di percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak karena tersedianya daftar harga yang mudah di mengerti.					
2	Saya memesan undangan di percetakan Pustaka Akbar Center karena setiap pembelian dalam jumlah banyak mendapatkan potongan harga.					
3	Saya memesan undangan di percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak karena pembayaran dapat dilakukan secara berkala.					
4	Saya memesan undangan di percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak karena persyaratan pembayaran sangat mudah, yaitu bisa DP dan tanpa DP.					
Kelompok Referensi (X2)						
Kelompok Primer						
5	Saya memesan undangan di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak karena saran dari orang tua.					
6	Saya memesan Undangan di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak karena keluarga sudah pernah memesan dipercetakan tersebut.					
7	Saya memesan Undangan di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak karena dorongan dari saudara.					
Kelompok Sekunder						
8	Saya Memesan Undangan di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak karena saran dari teman kerja.					
9	Saya Memesan Undangan di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak karena saran dari komunitas.					
10	Saya Memesan Undangan di Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak karena saran dari tetangga.					
Keputusan Pembelian (Y)						
Pengenalan Masalah						
11	Saya membutuhkan undangan untuk acara / event.					
12	Saya membutuhkan undangan yang harganya					

	sesuai dengan kemampuan saya.				
13	Saya membutuhkan undangan yang sudah banyak penggunanya.				
Pencarian Informasi					
14	Saya mencari informasi mengenai undangan dengan mendatangi percetakan.				
15	Saya mencari informasi mengenai berbagai undangan dari media sosial.				
16	Saya mencari informasi mengenai undangan dari teman.				
17	Saya mencari informasi mengenai undangan dari keluarga.				
Evaluasi Alternatif					
18	Percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak dapat memenuhi kebutuhan saya akan undangan.				
19	Harga undangan lebih murah dari tempat lain.				
Keputusan Pembelian					
20	Saya memesan undangan dipercetakan Pustaka Akbar Center Pontianak adalah keputusan yang tepat.				
21	Saya memutuskan memesan undangan dipercetakan Pustaka Akbar Center Pontianak karena kebutuhan saya akan undangan dapat di penuhi.				
22	Saya memutuskan memesan undangan dipercetakan Pustaka Akbar Center Pontianak karena harganya sesuai dengan kemampuan saya.				
23	Saya memutuskan memesan undangan di percetakan Pustaka Akbar Center Pontianak karena sudah banyak orang yang memesan juga.				
Keputusan Pasca Pembelian					
24	Saya akan melakukan pemesanan ulang.				
25	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain agar memesan undangan dipercetakan Pustaka Akbar Center Pontianak.				

Lampiran 2 : Karakteristik Responden

NO.	NAMA	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Status Pekerjaan	Status Perkawinan	Pendapatan Perbulan
1	Firman	L	20	SMA	Mahasiswa	Belum Kawin	0
2	Putri	P	22	SMA	Mahasiswa	Belum Kawin	0
3	Mu'am	L	50	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.000.000
4	Alix	L	30	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.000.000
5	Pak Umar	L	28	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	2.200.000
6	Muzayin	L	48	SMA	Pegawai Negeri	Kawin	4.000.000
7	Abel	P	27	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	1.500.000
8	Hilda	P	30	SMA	Mahasiswa	Belum Kawin	8.00.000
9	Suhadi	L	40	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.000.000
10	Muna	P	60	SMP	Karyawan Swasta	Kawin	2.500.000
11	Nuasyah	P	33	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.000.000
12	Maisuri	L	55	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.800.000
13	Naswa	P	45	S1	Pegawai Negeri	Kawin	4.000.000
14	Sitta	P	40	SMA	Pegawai Negeri	Kawin	4.500.000
15	Yanti	P	33	SMP	Karyawan Swasta	Kawin	2.000.000
16	Ita	P	37	S1	Karyawan Swasta	Kawin	4.000.000
17	Uus	P	44	D3	Karyawan Swasta	Kawin	2.500.000
18	Aril	L	29	SMA	Karyawan Swasta	Kawin	1.200.000
19	Sumi	P	33	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.000.000
20	Umam	L	29	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.700.000
21	Nuryana	P	25	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.500.000
22	Imam	L	50	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.400.000
23	Buk Nurul	P	33	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.500.000
24	Maya	P	34	D3	Pegawai Negeri	Kawin	4.000.000
25	Hesti	P	24	SMA	Karyawan Swasta	Belum Kawin	1.000.000
26	Kholil	L	55	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	2.800.000
27	Rama	L	22	SMA	Mahasiswa	Belum Kawin	2.000.000
28	Soni	L	58	SMP	Karyawan Swasta	Kawin	3.000.000
29	Oka	L	60	SMP	Karyawan Swasta	Kawin	1.200.000
30	Sandi	L	32	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.500.000
31	Kamal	L	30	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.200.000
32	Abdul	L	35	D3	Karyawan Swasta	Kawin	3.000.000
33	Bang Am	L	40	S1	Pegawai Negeri	Kawin	4.000.000
34	Asia	P	50	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.000.000
35	Aziz	L	24	SMA	Mahasiswa	Belum Kawin	2.000.000
36	Dika	L	33	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	2.000.000
37	Robil	L	28	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	1.700.000
38	Nugi	L	45	SMP	Karyawan Swasta	Belum Kawin	2.500.000
39	Agil	L	40	S1	Wiraswasta	Kawin	5.000.000
40	Rizkina	P	40	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.000.000
41	Latif	L	20	SMA	Mahasiswa	Belum Kawin	1.500.000
42	Rizka	L	36	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.000.000

43	Gusti	L	33	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.000.000
44	Nita	P	25	SMA	Mahasiswa	Belum Kawin	1.700.000
45	Afiana	P	28	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	700.000
46	Kodir	L	25	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	1.600.000
47	Navila	P	27	SMP	Karyawan Swasta	Belum Kawin	900.000
48	Chandra	L	22	SMA	Karyawan Swasta	Belum Kawin	2.000.000
49	Siti	P	40	S1	Pegawai Negeri	Kawin	5.000.000
50	Mawardi	L	40	D3	Wiraswasta	Kawin	4.000.000
51	Hasan	L	36	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.500.000
52	Salim	L	35	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	2.000.000
53	Ust. Musthofa	L	45	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	1.500.000
54	Ima	P	27	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	800.000
55	Maryam	P	25	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	1.000.000
56	Nugi	L	25	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.800.000
57	Romla	P	40	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.000.000
58	Holis	L	50	SMA	Karyawan Swasta	Kawin	1.800.000
59	Pak Amin	L	42	SMP	Karyawan Swasta	Kawin	2.200.000
60	Maryam	P	33	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	2.500.000
61	Midun	L	25	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	1.800.000
62	Rara	P	45	SMA	Karyawan Swasta	Kawin	1.600.000
63	Cahaya	L	40	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.0000.000
64	Pak Romli	L	28	D3	Wiraswasta	Belum Kawin	4.300.000
65	Yasin	L	31	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	2.000.000
66	Egi	L	37	SMA	Karyawan Swasta	Belum Kawin	2.000.000
67	Baim	L	40	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.500.000
68	Siti	P	28	SMP	Karyawan Swasta	Kawin	2.000.000
69	Putri	P	35	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.000.000
70	Ari	L	36	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.900.000
71	Pak Agus	L	50	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.500.000
72	Fahri	L	40	SD	Karyawan Swasta	Kawin	3.000.000
73	Siva	P	27	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.500.000
74	Ely	P	24	SMA	Mahasiswa	Belum Kawin	1.000.000
75	Halima	P	30	SMA	Mahasiswa	Kawin	1.500.000
76	Nurul	P	28	SMA	Mahasiswa	Belum Kawin	1.000.000
77	Haidir	L	20	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	1.400.000
78	Maryam	P	22	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	1.000.000
79	Alfia	P	36	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	2.000.000
80	Fitri	P	22	SMP	Karyawan Swasta	Kawin	1.600.000
81	Sahira	P	33	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.200.000
82	Fingkan	L	32	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.500.000
83	Pak Muhammad	L	40	S1	Pegawai Negeri	Kawin	4.000.000
84	Hasni	L	35	D3	Wiraswasta	Kawin	4.000.000
85	Hafiz	L	26	SMA	Mahasiswa	Belum Kawin	0
86	Ust. Syarif	L	22	SMA	Mahasiswa	Belum Kawin	900.000
87	Musthofa	L	27	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	1.900.000
88	Mustain	L	45	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.500.000
89	Rafi	L	25	SMA	Karyawan Swasta	Kawin	1.800.000
90	Samsul	L	24	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.000.000

91	Iyan	L	33	SMP	Karyawan Swasta	Kawin	2.500.000
92	Pak Syamsul	L	40	SD	Karyawan Swasta	Kawin	1.900.000
93	Inna	P	22	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	1.200.000
94	Yoga	L	32	SMP	Karyawan Swasta	Kawin	2.000.000
95	Mayna	P	20	SMP	Karyawan Swasta	Belum Kawin	800.000
96	Fikri	L	24	SD	Karyawan Swasta	Belum Kawin	1.200.000
97	Pak Ipin	L	33	SMP	Karyawan Swasta	Belum Kawin	2.000.000
98	Jawaziz	L	49	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.300.000
99	Rani	P	27	SMP	Karyawan Swasta	Kawin	1.200.000
100	Syafira	P	34	SD	Karyawan Swasta	Kawin	2.000.000

Lampiran 3 : Tabulasi Kuesioner

No	Harga				Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4		
1	5	5	4	4	18	4.5
2	4	4	3	3	14	3.5
3	5	5	4	5	19	4.75
4	5	4	4	4	17	4.25
5	4	4	5	4	17	4.25
6	3	4	5	5	17	4.25
7	4	5	4	3	16	4
8	4	5	4	5	18	4.5
9	5	2	4	4	15	3.75
10	3	5	5	3	16	4
11	4	4	5	5	18	4.5
12	3	5	4	4	16	4
13	4	4	3	3	14	3.5
14	4	4	4	4	16	4
15	4	4	4	4	16	4
16	4	4	5	4	17	4.25
17	4	4	3	3	14	3.5
18	4	5	4	5	18	4.5
19	4	4	4	4	16	4
20	4	4	3	3	14	3.5
21	5	5	3	3	16	4
22	4	4	4	4	16	4
23	5	5	3	2	15	3.75
24	4	4	4	4	16	4
25	4	4	3	3	14	3.5
26	4	4	4	4	16	4
27	4	4	2	1	11	2.75
28	3	4	4	4	15	3.75
29	1	4	5	5	15	3.75
30	4	4	4	4	16	4
31	4	4	4	4	16	4
32	3	4	2	2	11	2.75
33	4	4	3	3	14	3.5
34	3	4	4	2	13	3.25
35	4	4	4	4	16	4
36	4	5	4	5	18	4.5
37	4	5	4	3	16	4
38	4	4	4	5	17	4.25
39	4	4	4	5	17	4.25
40	5	5	5	3	18	4.5

41	4	5	4	5	18	4.5
42	4	5	4	5	18	4.5
43	4	5	4	4	17	4.25
44	4	4	4	3	15	3.75
45	4	5	4	4	17	4.25
46	4	5	4	5	18	4.5
47	5	4	5	4	18	4.5
48	5	4	5	5	19	4.75
49	4	4	4	4	16	4
50	4	5	4	5	18	4.5
51	4	4	4	4	16	4
52	4	4	4	5	17	4.25
53	4	4	4	4	16	4
54	5	4	5	4	18	4.5
55	5	4	4	4	17	4.25
56	5	4	4	4	17	4.25
57	4	3	3	3	13	3.25
58	4	4	4	4	16	4
59	4	4	4	4	16	4
60	4	4	4	4	16	4
61	4	4	4	4	16	4
62	4	4	4	4	16	4
63	5	5	2	2	14	3.5
64	4	5	4	4	17	4.25
65	5	5	4	4	18	4.5
66	5	5	5	5	20	5
67	5	5	5	5	20	5
68	5	5	5	5	20	5
69	5	4	4	4	17	4.25
70	5	5	3	3	16	4
71	4	4	4	4	16	4
72	5	5	5	5	20	5
73	5	5	4	4	18	4.5
74	5	5	5	5	20	5
75	5	5	5	5	20	5
76	5	5	5	4	19	4.75
77	4	4	4	4	16	4
78	4	5	4	3	16	4
79	5	5	4	4	18	4.5
80	5	5	5	5	20	5
81	5	5	4	4	18	4.5
82	3	3	4	4	14	3.5
83	4	5	4	2	15	3.75
84	5	5	5	3	18	4.5
85	4	4	4	4	16	4

86	5	5	5	5	20	5
87	4	4	4	5	17	4.25
88	5	5	5	5	20	5
89	5	5	5	5	20	5
90	5	5	5	4	19	4.75
91	5	5	5	5	20	5
92	4	3	4	4	15	3.75
93	4	4	5	4	17	4.25
94	5	5	5	4	19	4.75
95	4	4	4	4	16	4
96	5	5	5	3	18	4.5
97	5	4	4	4	17	4.25
98	4	4	4	4	16	4
99	4	5	5	4	18	4.5
100	4	4	5	4	17	4.25

No	Kelompok Primer			Kelompok Sekunder			Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6		
1	4	5	4	4	4	4	25	4.17
2	4	4	4	3	3	5	23	3.83
3	4	4	4	5	5	5	27	4.50
4	3	3	3	4	4	4	21	3.50
5	4	4	4	5	3	5	25	4.17
6	5	4	3	5	5	5	27	4.50
7	4	4	4	4	4	3	23	3.83
8	3	3	3	3	3	3	18	3.00
9	3	4	4	4	4	4	23	3.83
10	4	4	4	4	4	4	24	4.00
11	4	4	4	5	4	4	25	4.17
12	5	5	5	3	3	3	24	4.00
13	4	4	4	4	5	4	25	4.17
14	3	3	5	4	4	4	23	3.83
15	4	4	4	3	3	3	21	3.50
16	5	3	5	3	3	4	23	3.83
17	5	5	5	4	4	4	27	4.50
18	3	3	4	3	2	2	17	2.83
19	4	4	4	4	4	4	24	4.00
20	4	4	4	3	3	3	21	3.50
21	4	4	4	4	4	4	24	4.00
22	4	4	4	4	4	4	24	4.00
23	4	4	4	4	2	2	20	3.33
24	4	4	4	4	4	4	24	4.00
25	4	4	4	5	5	5	27	4.50
26	4	4	4	4	4	4	24	4.00
27	4	4	4	2	1	3	18	3.00
28	4	4	4	4	4	4	24	4.00
29	5	5	5	5	5	5	30	5.00
30	4	4	4	4	4	4	24	4.00
31	4	4	4	4	4	4	24	4.00
32	5	5	5	2	2	3	22	3.67
33	5	5	5	3	3	4	25	4.17
34	5	5	5	4	2	5	26	4.33
35	4	5	4	4	4	4	25	4.17
36	5	5	5	4	5	4	28	4.67
37	4	4	4	4	3	3	22	3.67
38	5	5	5	3	4	3	25	4.17
39	4	4	4	5	5	5	27	4.50
40	5	5	5	4	5	5	29	4.83

41	5	5	5	2	2	4	23	3.83
42	5	5	5	4	3	4	26	4.33
43	5	5	5	4	5	4	28	4.67
44	4	3	4	4	3	4	22	3.67
45	4	4	5	5	4	4	26	4.33
46	5	5	5	4	5	4	28	4.67
47	4	4	4	4	4	5	25	4.17
48	5	5	5	4	5	4	28	4.67
49	5	4	4	4	5	4	26	4.33
50	5	4	5	4	5	4	27	4.50
51	5	4	4	4	4	4	25	4.17
52	5	4	5	4	5	5	28	4.67
53	4	5	5	4	4	4	26	4.33
54	5	5	5	5	5	4	29	4.83
55	4	5	5	3	4	4	25	4.17
56	4	5	5	4	5	4	27	4.50
57	5	5	4	4	4	5	27	4.50
58	4	5	5	4	4	5	27	4.50
59	4	4	4	5	4	5	26	4.33
60	5	5	5	4	5	4	28	4.67
61	4	5	5	5	4	5	28	4.67
62	5	5	5	4	5	4	28	4.67
63	4	5	5	4	4	4	26	4.33
64	4	5	5	5	4	4	27	4.50
65	5	4	4	5	5	4	27	4.50
66	5	5	5	4	5	4	28	4.67
67	4	4	4	4	4	5	25	4.17
68	5	5	5	4	5	4	28	4.67
69	5	5	5	4	5	4	28	4.67
70	4	5	5	4	5	4	27	4.50
71	4	4	4	4	4	5	25	4.17
72	3	4	4	4	4	5	24	4.00
73	4	4	5	4	4	4	25	4.17
74	5	5	4	5	4	5	28	4.67
75	4	5	4	5	4	5	27	4.50
76	4	4	4	5	4	4	25	4.17
77	5	5	4	4	5	4	27	4.50
78	5	4	4	4	4	5	26	4.33
79	4	3	4	5	4	5	25	4.17
80	5	5	3	4	4	3	24	4.00
81	2	5	5	4	3	4	23	3.83
82	5	3	3	4	4	4	23	3.83

83	4	4	4	5	5	5	27	4.50
84	5	3	2	5	5	5	25	4.17
85	4	4	4	5	5	4	26	4.33
86	5	3	3	4	4	3	22	3.67
87	4	4	4	5	5	1	23	3.83
88	5	3	3	5	5	4	25	4.17
89	4	5	5	5	5	4	28	4.67
90	5	4	4	5	5	5	28	4.67
91	5	4	5	4	4	4	26	4.33
92	4	4	4	5	5	4	26	4.33
93	4	3	5	4	5	4	25	4.17
94	4	4	4	5	4	5	26	4.33
95	5	5	4	4	4	4	26	4.33
96	5	4	5	5	4	4	27	4.50
97	4	5	4	4	4	5	26	4.33
98	4	5	4	4	5	4	26	4.33
99	4	5	4	4	4	4	25	4.17
100	4	3	4	4	5	4	24	4.00

No	Pengenalan Kebutuhan			Pencarian Informasi				Evaluasi Alternatif		Keputusan Pembelian				Keputusan Pasca Pembelian		Jumlah	Rata-Rata
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15		
1	3	2	2	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	59	3.93
2	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	1	5	5	64	4.27
3	3	3	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	4	5	5	63	4.20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	61	4.07
5	3	3	4	5	5	4	4	5	4	1	4	5	4	4	4	59	3.93
6	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	68	4.53
7	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	61	4.07
8	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	2	1	5	5	57	3.80
9	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	5	5	59	3.93
10	3	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	62	4.13
11	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	60	4.00
12	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	64	4.27
13	4	5	4	4	4	4	2	2	2	4	5	4	4	5	5	58	3.87
14	5	4	5	5	5	2	5	4	4	4	4	3	5	4	4	63	4.20
15	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	67	4.47
16	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	66	4.40
17	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	4	4	65	4.33
18	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	67	4.47
19	4	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	4	4	4	4	64	4.27
20	4	4	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	3	4	4	58	3.87
21	3	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	5	4	5	5	61	4.07
22	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	69	4.60
23	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	5	5	67	4.47
24	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	66	4.40
25	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	65	4.33
26	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	3	3	5	5	5	65	4.33
27	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	61	4.07
28	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	5	3	4	4	63	4.20
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	61	4.07
30	4	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	67	4.47
31	4	3	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	2	5	5	63	4.20
32	5	4	5	4	5	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	62	4.13
33	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	66	4.40
34	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	69	4.60
35	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	67	4.47

36	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	65	4.33
37	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	3	5	5	4	62	4.13
38	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	68	4.53
39	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	63	4.20
40	4	5	4	5	4	5	4	2	2	3	5	3	5	4	5	60	4.00
41	5	5	5	4	5	4	4	3	3	4	5	5	5	5	5	67	4.47
42	5	4	5	4	5	5	4	4	2	5	4	4	3	4	4	62	4.13
43	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	58	3.87
44	5	4	5	4	2	2	5	4	5	4	4	4	4	4	5	61	4.07
45	4	4	5	4	4	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	59	3.93
46	5	4	5	5	4	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	63	4.20
47	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	3	3	3	3	4	58	3.87
48	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	64	4.27
49	4	4	4	4	4	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	57	3.80
50	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	5	59	3.93
51	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	3	3	4	4	4	62	4.13
52	5	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	5	64	4.27
53	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	5	4	59	3.93
54	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	67	4.47
55	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	67	4.47
56	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	67	4.47
57	5	5	3	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	64	4.27
58	5	4	5	5	4	5	3	3	3	3	4	4	4	5	5	62	4.13
59	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	67	4.47
60	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	69	4.60
61	4	4	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	65	4.33
62	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	2	64	4.27
63	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	69	4.60
64	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	2	5	4	4	4	63	4.20
65	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	71	4.73
66	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	66	4.40
67	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4	3	66	4.40
68	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	65	4.33
69	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	65	4.33
70	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	67	4.47
71	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	64	4.27
72	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	67	4.47
73	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	69	4.60

74	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	70	4.67
75	4	4	4	5	4	5	4	5	4	2	2	3	4	5	5	60	4.00
76	4	4	4	4	5	4	5	5	5	2	5	4	4	5	5	65	4.33
77	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	3	4	4	4	4	66	4.40
78	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	1	1	5	5	59	3.93
79	5	5	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	61	4.07
80	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	5	61	4.07
81	4	5	4	5	4	4	4	5	5	3	4	5	5	5	4	66	4.40
82	4	4	5	4	1	5	5	5	5	3	4	4	4	5	5	63	4.20
83	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	5	5	5	65	4.33
84	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	68	4.53
85	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	61	4.07
86	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	4	65	4.33
87	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	64	4.27
88	4	4	4	4	1	5	5	4	4	4	1	4	4	5	5	58	3.87
89	5	4	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	65	4.33
90	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	66	4.40
91	4	5	4	5	5	4	4	2	2	2	5	5	5	4	5	61	4.07
92	4	4	5	4	4	5	5	2	5	2	4	4	4	5	5	62	4.13
93	4	5	4	4	4	5	5	5	3	5	5	3	5	4	4	65	4.33
94	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	69	4.60
95	4	5	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	3	4	5	62	4.13
96	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	56	3.73
97	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	60	4.00
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	61	4.07
99	5	3	4	2	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	54	3.60
100	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	61	4.07

Lampiran 4 : Uji Validitas

Uji Validitas Harga (X1)

Correlations						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	SUMX1	
X1.1	Pearson Correlation	1	.551**	.413**	.362**	.604**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.551**	1	.502**	.350**	.650**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.413**	.502**	1	.718**	.846**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.362**	.350**	.718**	1	.869**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
SUMX1	Pearson Correlation	.604**	.650**	.846**	.869**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Kelompok Referensi (X2)

Correlations							
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	SUMX2
X2.1	Pearson Correlation		.614**	.219*	.138	.057	.048
	Sig. (2-tailed)		.000	.029	.171	.572	.637
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.614**		.227*	.107	.073	.099
	Sig. (2-tailed)	.000		.023	.290	.472	.325
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.219*	.227*		.419**	.354**	.308**
	Sig. (2-tailed)	.029	.023		.000	.000	.002
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.138	.107	.419**		.571**	.393**
	Sig. (2-tailed)	.171	.290	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.057	.073	.354**	.571**		.717**
	Sig. (2-tailed)	.572	.472	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.048	.099	.308**	.393**	.717**	
	Sig. (2-tailed)	.637	.325	.002	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
SUMX2	Pearson Correlation	.594**	.596**	.587**	.633**	.718**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Uji Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	SUMY		
Y1	Pearson Correlation	1	.419**	.354**	.308**	.282**	.193	.357**	.388**	.282**	.193	.357**	.116	.114	.335**	.089	.519**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.005	.054	.000	.002	.005	.054	.000	.251	.257	.001	.376	.000	
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y2	Pearson Correlation	.419**	1	.571**	.393**	.228*	.233*	.393**	.383**	.228*	.233*	.393**	.117	.083	.234*	.267**	.582**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.023	.020	.000	.000	.023	.020	.000	.248	.409	.019	.007	.000	
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y3	Pearson Correlation	.364**	.571**	1	.717**	.300**	.225*	.313**	.717**	.300**	.225*	.313**	.127	.150	.340**	.145	.606**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.002	.024	.001	.000	.002	.024	.001	.207	.137	.001	.150	.000	
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y4	Pearson Correlation	.308**	.393**	.717**	1	.476**	.115	.246*	.1000**	.476**	.115	.246*	.179	.274**	.344**	.159	.734**	
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.000	.257	.014	.000	.000	.257	.014	.075	.006	.000	.115	.000	
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y5	Pearson Correlation	.282**	.228*	.300**	.476**	1	.213*	.285**	.476**	.1000**	.213*	.205**	.180	.185	.239*	.263**	.682**	
	Sig. (2-tailed)		.005	.023	.002	.000	.034	.004	.000	.000	.034	.004	.073	.066	.016	.008	.000	
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y6	Pearson Correlation	.193	.233*	.225*	.115	.213*	1	.634**	.115	.213*	.1000**	.634**	-.135	-.113	-.041	.154	.491**	
	Sig. (2-tailed)		.054	.020	.024	.257	.034		.000	.257	.034	.000	.182	.263	.689	.126	.000	
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y7	Pearson Correlation	.357**	.393**	.313**	.248*	.285**	.634**	1	.246*	.285**	.634**	.1000**	.018	-.028	.114	.159	.842**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.014	.004	.000	.014	.004	.000	.000	.861	.784	.258	.114	.000	
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y8	Pearson Correlation	.308**	.393**	.717**	1.000**	.476**	.115	.246*	1	.476**	.115	.246*	.179	.274**	.344**	.159	.734**	
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.000	.257	.014		.000	.257	.014	.075	.006	.000	.115	.000	
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y9	Pearson Correlation	.282**	.228*	.300**	.476**	1.000**	.213*	.285**	.476**	1	.213*	.285**	.180	.185	.239*	.263**	.682**	
	Sig. (2-tailed)		.005	.023	.002	.000	.034	.004	.000	.034	.004	.000	.073	.066	.016	.008	.000	
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y10	Pearson Correlation	.193	.233*	.225*	.115	.213*	1.000**	.634**	.115	.213*	1	.634**	-.135	-.113	-.041	.154	.491**	
	Sig. (2-tailed)		.054	.020	.024	.257	.034	.000	.000	.257	.034		.000	.182	.263	.689	.126	.000
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y11	Pearson Correlation	.357**	.393**	.313**	.246*	.285**	.634**	1.000**	.246*	.285**	.634**	1	.018	-.028	.114	.159	.842**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.014	.004	.000	.014	.004	.000		.861	.784	.258	.114	.000	
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y12	Pearson Correlation	.116	.117	.122	.179	.180	-.135	.018	.179	.180	-.135	.018	1	.428**	.169	.155	.309**	
	Sig. (2-tailed)		.251	.248	.207	.075	.073	.182	.861	.075	.073	.182		.000	.094	.123	.002	
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y13	Pearson Correlation	.114	.083	.150	.274**	.185	-.113	-.028	.274**	.185	-.113	-.028	.428**	1	.580**	.161	.395**	
	Sig. (2-tailed)		.257	.409	.137	.066	.068	.283	.784	.066	.068	.283		.000	.111	.000	.000	
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y14	Pearson Correlation	.335**	.234*	.340**	.344**	.239*	-.041	.114	.344**	.239*	-.041	.114	.169	.580**	1	.175	.507**	
	Sig. (2-tailed)		.061	.019	.001	.000	.016	.689	.258	.000	.016	.689		.258	.094	.000	.082	.000
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
Y15	Pearson Correlation	.089	.267**	.145	.159	.283**	.154	.159	.159	.263**	.154	.159	.155	.161	.175	1	.403**	
	Sig. (2-tailed)		.376	.007	.150	.115	.008	.126	.114	.115	.008	.126		.114	.123	.111	.082	.000
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
SUMY	Pearson Correlation	.519**	.582**	.606**	.734**	.682**	.491**	.642**	.734**	.682**	.491**	.642**	.309**	.395**	.507**	.403**	1	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Lampiran 5 : Uji Reliabilitas

Uji Reabilitas Harga (X1)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.779	4

Uji Reabilitas Kelompok Referensi (X2)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.687	6

Uji Reabilitas Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	15

Lampiran 6 : Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.31905663
Most Extreme Differences	Absolute	.064
	Positive	.064
	Negative	-.050
Kolmogorov-Smirnov Z		.640
Asymp. Sig. (2-tailed)		.808

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 7 : Uji Linieritas

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian (Y) *	Between Groups	(Combined)	10.899	4	.854	7.621	.000
Harga (X1)		Linearity	.11.231	1	.11.231	80.877	.000
		Deviation from Linearity	1.999	12	.167	.673	.000
	Within Groups		21.295	86	.248		
	Total		23.294	99			

ANOVA Table

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Pembelian (Y) *	Between Groups	(Combined)	13.539	15	.903	7.771	.000
Refrensi(x2)		Linearity	10.331	1	10.331	88.951	.000
		Deviation from Linearity	3.208	14	.229	1.973	.000
	Within Groups		9.756	84	.116		
	Total		23.294	99			

Lampiran 8 : Uji Multikolenieritas

Model	Coefficients ^a	
	Tolerance	VIF
1		
(Constant)		
Harga (X1)	.781	1.280
Refrensi(x2)	.781	1.280

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 9 : Analisis Regresi Linier Berganda

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	2.7377	4.5530	3.7302	.36538	100
Std. Predicted Value	-2.716	2.252	.000	1.000	100
Residual	-.70724	.61445	.00000	.31906	100
Std. Residual	-2.194	1.906	.000	.990	100

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.887	.255		7.409	.000
Harga (X1)	.299	.057	.398	5.270	.000
Refrensi(x2)	.776	.069	.852	11.279	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 10 : Koefisien Korelasi (R)**Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.567	.558	.32233

a. Predictors: (Constant), Refrensi(x2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 11 : Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.753 ^a	.567	.558	.32233

a. Predictors: (Constant), Refrensi(x2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 12 : Uji Simultan (Uji F)

ANOVA^b					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	13.216	2	6.608	63.604	.000 ^a
Residual	10.078	97	.104		
Total	23.294	99			

a. Predictors: (Constant), Refrensi(x2), Harga (X1)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Lampiran 13 : Uji Parsial (Uji t)

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1.887	.255		7.409	.000
Harga (X1)	.299	.057	.398	5.270	.000
Refrensi(x2)	.776	.069	.852	11.279	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)