

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA APOTEK SAMBAS DI KABUPATEN SAMBAS**

**SKRIPSI**

**OLEH:**

**ABDUL MUIB  
NIM. 151310305**



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

**2022**

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN  
PEMBELIAN PADA APOTEK SAMBAS DI KABUPATEN SAMBAS**

**Tanggung Jawab Yuridis Kepada:**

**ABDUL MUIB**  
**NIM. 151310305**

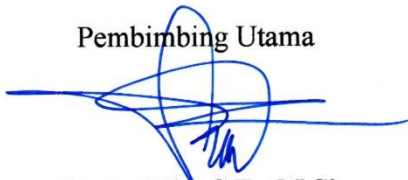
**Program Studi Manajemen**

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Ujian Skripsi/Komprehensif**

**Pada Tanggal : 7 Desember 2021**

**Majelis Penguji :**

Pembimbing Utama



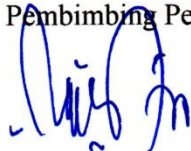
**Samsuddin, S.E., M.Si**  
**NIDN. 11131117701**

Penguji Utama



**Dr. H. Helman Fachri, S.E., M.M**  
**NIDN.1107056101**

Pembimbing Pembantu



**Neni Triana, M., S.E., M.M**  
**NIDN.1009028104**

Penguji Pembantu




**Fenni Supriadi, S.E., M.M**  
**NIDN. 1128108501**

Pontianak, 7 Desember 2021

Disahkan Oleh :

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
**UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

DEKAN



**Dedi Hafiyanto, S.E., M.M**  
**NIDN 1113117702**

## **KATA PENGANTAR**

Puji syukur ke hadirat Tuhan yang Maha Kuasa karena atas Rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Sambas di Kabupaten Sambas”. Penelitian dan penulisan ini dilaksanakan sebagai bentuk tanggung jawab penulis guna memenuhi syarat dalam menempuh ujian sarjana untuk menyelesaikan perkuliahan sekaligus mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E), di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Penyusunan dan penulisan skripsi ini dapat terselesaikan tentunya berkat bimbingan, arahan serta dukungan dari banyak pihak yang sangat membantu penulis. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Doddy Irawan,, ST, M.Eng, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Dedi Hariyanto, SE, MM selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
3. Ibu Heni Safitri, SE, MM selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
4. Ibu Neni Triana M., SE, MM selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah berkenan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

5. Bapak Samsuddin, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah memberikan arahan dan bimbingan, sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak dan ibu dosen serta seluruh staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
7. Pimpinan beserta karyawan pada Apotek Sambas yang telah bersedia membantu dan memberikan data dan informasi yang dibutuhkan selama penelitian ini berlangsung.
8. Kedua orang tua, saudara dan keluarga besar yang telah memberikan dukungan baik berupa doa, nasehat, motivasi, materi dan lain sebagainya sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
9. Teman-teman Fekon 06 Angkatan 2015 yang telah senantiasa mendukung dan memberikan bantuan baik berupa pemikiran, tenaga dan lain sebagainya dari awal perkuliahan hingga selesai.
10. Teman-teman pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak yang tak henti-hentinya memberikan dukungan kepada penulis hingga terselesaikannya penulisan skripsi ini.

Penulis sudah berusaha secara maksimal dalam penyusunan dan penulisan skripsi ini. Apabila masih terdapat kesalahan atau kekurangan, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan

skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan bisa menjadi tambahan ilmu bagi pembaca dan acuan untuk penelitian-penelitian selanjutnya.

Pontianak, 7 Desember 2021

Penulis

**Abdul Muib**  
NIM. 151310305

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Apotek Sambas di Kabupaten Sambas. Metode penelitian yang digunakan oleh penulis dalam penelitian ini adalah metode Asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang pernah membeli obat di Apotek Sambas. Jumlah sampel yang diteliti adalah sebanyak 100 responden. Hasil uji validitas dan reliabilitas menunjukkan semua item (pernyataan) valid dan reliabel. Hasil uji normalitas menunjukkan data berdistribusi normal. Hasil analisis regresi linier sederhana menunjukkan persamaan  $Y = 1,168 + 0,733X$ . Hasil uji koefisien korelasi menunjukkan nilai R sebesar 0,739, sehingga dapat disimpulkan bahwa bauran pemasan mempunyai hubungan yang kuat dengan keputusan pembelian obat pada Apotek Sambas. Hasil uji koefisien determinasi menunjukan nilai  $R^2$  sebesar 0,546 yang berarti bahwa 54,6% keputusan pembelian di Apotek Sambas dipengaruhi oleh bauran pemasaran, sedangkan sisanya (45,4%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model menunjukkan nilai F hitung  $117,946 > F$  tabel 3,94. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian pada Apotek Sambas yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

**Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian**

## DAFTAR ISI

<b>KATA PENGANTAR</b> .....	i
<b>ABSTRAK</b> .....	iv
<b>DAFTAR ISI</b> .....	v
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	vii
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	viii
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b> .....	ix
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang.....	1
B. Permasalahan.....	8
C. Pembatasan Masalah .....	8
D. Tujuan Penelitian.....	9
E. Manfaat Penelitian.....	9
F. Kerangka Pemikiran .....	10
G. Metode Penelitian .....	12
<b>BAB II LANDASAN TEORI</b>	
A. Pemasaran .....	22
B. Bauran Pemasaran .....	23
C. Keputusan Pembelian .....	29
<b>BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN</b>	
A. Sejarah Berdirinya Apotek Sambas.....	32
B. Visi dan Misi Apotek Sambas .....	32
1. Visi.....	32
2. Misi .....	33
C. Struktur Organisasi .....	33
D. Aspek Pemasaran.....	34
1. Produk.....	35
2. Harga .....	35
3. Tempat.....	36
4. Promosi.....	36

E. Aspek Sumber Daya Manusia .....	36
1. Rekrutmen Karyawan .....	37
2. Jumlah Karyawan .....	37
3. Gaji Karyawan .....	37
4. Jam Kerja Karyawan.....	37
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Karakteristik dan Responden.....	38
1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
2. Profil Responden Berdasarkan Usia .....	38
3. Profil Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	39
4. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
5. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
6. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	41
7. Profil Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan.....	42
B. Uji Instrumen.....	42
1. Uji Validitas .....	42
2. Uji Reliabilitas .....	43
C. Uji Normalitas .....	45
D. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	46
E. Koefesien Korelasi (R).....	47
F. Koefesien Determinasi ( $R^2$ ).....	48
G. Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	49
<b>BAB V PENUTUP</b>	
A. Kesimpulan.....	50
B. Saran .....	51
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>53</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Daftar Apotek di Kabupaten Sambas.....	3
Tabel 1.2. Harga Obat Berdasarkan Golongan .....	5
Tabel 1.3. Hasil Penjualan .....	6
Tabel 1.4. Skor Pernyataan Responden .....	17
Tabel 1.5. Pedoman dan Interpretasi Terhadap Nilai r .....	20
Tabel 4.1. Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.2. Profil Responden Berdasarkan Umur .....	39
Tabel 4.3. Profil Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	39
Tabel 4.4. Profil Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	40
Tabel 4.5. Profil Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	40
Tabel 4.6. Profil Responden Berdasarkan Pendapatan .....	41
Tabel 4.7. Profil Responden Berdasarkan Jumlah Tanggungan .....	42
Tabel 4.8. Hasil Uji Validitas Variabel X.....	42
Tabel 4.9. Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	44
Tabel 4.10. Hasil Uji reliabilitas Variabel X dan Y.....	45
Tabel 4.11. Hasil Uji Normalitas .....	46
Tabel 4.12. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana .....	47
Tabel 4.13. Hasil Koefisien Korelasi (R).....	48
Tabel 4.14. Hasil Analisis Determinasi .....	48
Tabel 4.15. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F) .....	49

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Kerangka Pemikiran.....	11
Gambar 2.1. Proses Keputusan Pembelian .....	29
Gambar 3.1. Struktur Organisasi.....	33

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	54
Lampiran 2. Data Responden.....	58
Lampiran 3. Data Penjualan.....	59
Lampiran 4. Tabulasi Variabel X.....	68
Lampiran 5. Tabulasi Variabel Y.....	71
Lampiran 6. Hasil Perhitungan Uji Validitas X.....	74
Lampiran 7. Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas X.....	76
Lampiran 8. Hasil Perhitungan Uji Validitas Y.....	77
Lampiran 9. Hasil Perhitungan Uji Reliabilitas Y.....	80
Lampiran 10. Hasil Perhitungnan Uji Normalitas.....	81
Lampiran 11. Hasil Perhitungan Analisis Regresi Sederhana.....	82
Lampiran 12. Hasil Perhitungan Analisis Koefesien Korelasi Dan Deteminasi.....	83
Lampiran 13. Hasil Perhitungan Uji Kelayakan Model.....	84

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Apotek merupakan salah satu sarana pelayanan kesehatan dalam membantu mewujudkan tercapainya derajat kesehatan yang optimal bagi masyarakat. Pelayanan kesehatan adalah setiap upaya yang diselenggarakan secara sendiri-sendiri atau bersama-sama dalam suatu organisasi untuk memelihara dan kesehatan, mencegah dan menyembuhkan penyakit serta memulihkan kesehatan perorangan, keluarga, kelompok dan atau masyarakat. Selain Kesehatan merupakan modal utama untuk menjalankan aktifitas sehari-hari. Akan tetapi, di Indonesia angka standar kesehatan masih terbilang kecil. Mungkin salah satu penyebab dari masalah tersebut adalah tingkat ekonomi masyarakat yang berbeda-beda. Masyarakat lebih peduli bagaimana cara mereka mendapatkan uang dari pada menjaga kesehatannya sendiri, karena itu masyarakat memerlukan sarana pelayanan untuk masyarakat.

Untuk menghadapi persaingan, perusahaan harus memulai memikirkan pentingnya pelayanan pelanggan secara lebih matang melalui kualitas pelayanan, karena kini semakin disadari bahwa kepuasan pelanggan merupakan aspek penting dalam dunia bisnis dan memenangkan persaingan. Caranya adalah secara terus-menerus berupaya memenuhi harapan pelanggan, sehingga mereka akan menggunakan jasa yang disediakan dalam jangka panjang.

Yang dimaksud dengan apotik dalam Peraturan Pemerintah No.26 tahun 1965 tentang Apotek ini ialah: "suatu tempat tertentu, di mana dilakukan usaha-usaha dalam bidang farmasi dan pekerjaan kefarmasian, sebagaimana dimaksudkan dalam pasal 2 huruf c dan pasal 3 huruf b Undang-undang Nomor 7 tahun 1963 tentang Farmasi (Lembaran-Negara tahun 1963 Nomor 81)".

Apotek merupakan tempat meramu dan menjual obat berdasarkan resep dokter serta memperdagangkan barang medis. Apotek juga merupakan tempat apotek melakukan praktek profesi farmasi sekaligus menjadi peritel.

Kemajuan dibidang perekonomian telah banyak membawa akibat perkembangan yang cukup pesat dalam bidang usaha, tidak terkecuali usaha jasa pelayanan kesehatan. Permintaan konsumen akan pemenuhan kebutuhan layanan kesehatan yang meningkat mengakibatkan peningkatan munculnya bisnis yang berorientasi pada jasa pelayanan kesehatan, termasuk diantaranya adalah apotek.

Akibat beragamnya kebutuhan masyarakat akan produk dan layanan jasa kesehatan menyebabkan jumlah apotek juga bertambah. Berikut adalah data yang menampilkan daftar apotek yang ada di Kabupaten Sambas tahun 2020.

**Tabel 1.1**  
**Dinas Kesehatan Kabupaten Sambas**  
**Daftar Apotek di Kabupaten Sambas**  
**Tahun 2020**

No	Nama Apotek	Alamat
1	Apotek Ayu Farma	Dusun Semparok sutera Rt 009 Rw 003 Desa Semparuk Kec. Semparuk
2	Apotek Asy-Syifa	Dusun Matang Tangkit Rt 010 Rw 005 Desa Sarang Burung Kolam Kec. Jawai
3	Apotek Sempalai	Dusun Sengal Rt 004 Rw 002 Desa Sempalai Sebedang Kec. Sebawi
4	Apotek Multi Jaya	Jalan Raya Tebas No 10 Desa Tebas Sungai Kec. Tebas
5	Apotek Duta Sehat	Jalan Keramat No.24A-24B Desa Pendawan Kec. Sambas Kab. Sambas
6	Apotek Bekah	Dusun Bahagia Rt 005 Rw 002 Desa lambau
7	Apotek Jawai	Dungun Laut RT 005 RW 003 Kec. Jawai Kab.Sambas
8	Apotek Annisa Farma	Jalan Ampera Dusun Pasar Lama Rt 007 Rw 005 Desa Parit Baru Kec. Sambas
9	Apotek Yaqin Farma	Dusun Manggis Rt 010 Rw 004 Desa Tumok Manggis Kec. Sambas
10	Apotek Berkah	Jalan Kesehatan Dusun Sekura Utara Rt 20 Rw 10 Desa Sekura Kec Teluk Keramat
11	Apotek Bersama	Jalan Moh. Hambal No.5 Pemangkat Kec. Pemangkat
12	Apotek Vita Farma	Jalan. Abdul Kadir Kasim Kec. Pemangkat
13	Apotek Kite	Jalan Raya Tebas No.11 Tebas Kuala Kec. Tebas
14	Apotek Medina	Jalan Kartiasa Desa Lorong, Sambas
15	Apotek Sekar Sehati	Jalan Stadion No.20 Pemangkat Harapan, Kec. Pemangkat
16	Apotek Sentosa	Jalan. Mohammad Hambal No.02 Desa Pemangkat Kec Pemangkat
17	Apotek Arsil	Jalan Raya Semparuk Kec.Semparuk
18	Apotek Mitra Sehat	Jalan Pendidikan Tumuk Manggis Kec. Sambas
19	Apotek Sambas	Jalan Pendidikan Dusun Tumuk Desa Manggis Sambas, Kec. Sambas
20	Apotek Biru	Jalan Raya Selakau Dusun Sekunang No 21 Rt 03 Rw 002 Kec. Selakau
21	Apotek Sehat	Jalan Raya Tebas No. 1 Dusun Gerinang Desa Tebas Kuala Kec. Tebas
22	Apotek Tebas Farma	Jalan Raya Tebas No. 21 Desa Tebas Kuala Kec. Tebas
23	Apotek Medika	Jalan Gusti Hamzah No. 99A Desa Durian, Kec. Sambas

Tabel 1.1 ( Lanjutan)

24	Apotek Pemangkat	Jalan Moh. H s ambal Pemangkat No. 27 Pemangkat Kec. Pemangkat
25	Apotek Kiki	Dusun Sentebang Utara Rt 012 Rw 005 Desa Sentebang Kec. Jawai
26	Apotek Millenia Farma	Jalan Keramat Desa Pasar Melayu Sambas
27	Apotek Sahabat	Jalan Pendidikan No.6 RT 003/RW 014 Desa Tumuk Manggis Kec. Sambas
28	Apotek Keluarga	Jalan Pembangunan Desa Lonam Kec. Pemangkat
29	Apotek Cipto	Jalan Sejahtera No. 74 Pemangkat

Sumber : Dinas Kesehatan Kabupaten Sambas Tahun 2020

Apotek Sambas merupakan salah satu dari 29 Apotek yang ada di Kabupaten Sambas. Apotek Sambas didirikan pada tahun 2013 oleh Lusi Adi Setyowanty,S.Farm,.Apt. Dari awal didirikan Apotek Sambas telah mendapatkan perpanjangan izin pada tahun 2016-2021. Letak Apotek Sambas sangat strategis karena posisinya tidak jauh dari RSUD Kabupaten Sambas. Apotek Sambas tepatnya terletak di jalan pendidikan No.7 rt/rw 003/014 Desa Tumuk Manggis, Kecamatan Sambas Kabupaten Sambas. Pelayanan di Apotek Sambas dimulai pada pukul 08.00-22.00 Wib, selain itu Apotek Sambas juga menerima resep dokter dan setiap pembelian obat pihak apotek selalu memberikan informasi terkait penggunaan obat yang dibeli oleh konsumennya dengan tujuan penggunaan obat tersebut sesuai dan aman bagi penggunanya. Pada Apotek Sambas tidak semua obat dapat dibeli secara bebas, karena banyaknya golongan dan jenis obat yang tersedia, Sehingga jika ada konsumen yang membeli obat bukan dengan resep dokter sedangkan obat tersebut bukan termasuk obat bebas, maka pihak apotek tidak akan

menjual obat tersebut yang dikhawatirkan dapat disalah gunakan, sedangkan jika konsumen membeli dengan resep dokter dan obat tersebut tidak tersedia, pihak apotek juga tidak akan mengganti obat tersebut dengan merek lain yang mempunyai kandungan sama, kecuali atas izin dokter yang bersangkutan. Obat yang dijual di Apotek Sambas mempunyai golongan dan harga yang bervariasi. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut

**Tabel 1.2**  
**Apotek Sambas**  
**Harga Obat Berdasarkan Golongan**  
**Tahun 2020**

No	Golongan Obat	Harga(Dalam Rupiah)
1	Obat Bebas	2.000 – 165.000
2	Obat Bebas Terbatas	5.000 – 42.000
3	Obat Keras	5.000 – 200.000

Sumber : Apotek Sambas di Kabupaten Sambas 2020

Berdasarkan tabel di atas Apotek Sambas menjual 3 golongan , yaitu obat bebas, obat bebas terbatas, dan obat keras.

#### 1. Obat Bebas

Obat bebas dapat dibeli bebas tanpa resep dokter dan dapat dibeli di apotek dan toko untuk mengatasi masalah ringan yang bersifat nonspesifik. Obat bebas relatif paling aman, boleh digunakan untuk menangani penyakit-penyakit simptomatis ringan yang banyak diderita masyarakat luas yang penanganannya dapat dilakukan sendiri oleh penderita.

#### 2. Obat Bebas Terbatas

Obat bebas terbatas disebut juga obat daftar W(W: Waarschuwing = peringatan/waspada) adalah obat keras yang dapat dibeli tanpa resep dokter



namun penggunaannya harus memperhatikan informasi obat pada kemasan. Obat golongan ini hanya dapat dibeli di apotek atau toko obat berijin. Obat bebas terbatas relatif aman selama sesuai aturan pakai.

### 3. Obat Keras

Merupakan obat dengan lambang lingkaran merah dengan tepi hitam, serta huruf K di dalamnya, itu adalah penggolongan obat ketiga yaitu obat keras. Artinya, obat ini hanya bisa dibeli jika ada resep dokter. Umumnya, obat keras hanya dijual di apotek berupa obat generik maupun obat wajib dari apotek.

Harga obat yang ditawarkan bermacam-macam dari harga terendah sampai harga tertinggi, harga tersebut dapat berubah dengan kebijakan pihak Apotek Sambas.

Tabel 1.3 menampilkan hasil penjualan Apotek Sambas dari tahun 2017- 2019.

**Tabel 1.3**  
**Apotek sambas**  
**Hasil Penjualan**  
**Tahun 2017– 2019**

No	Tahun	Hasil Penjualan	Kenaikan/Penurunan(%)
1	2017	Rp. 150.595.000	-
2	2018	Rp. 164.800.000	8,6
3	2019	Rp. 178.829.000	8,5

Sumber : Apotek Sambas di Kabupaten Sambas Tahun 2020

Tabel 1.3 menunjukkan bahwa setiap tahunnya dari 2017-2019 penjualan Apotek Sambas selalu mengalami peningkatan. Dimana peningkatan yang besar terjadi pada tahun 2018 yaitu sebesar 8,6%, sedangkan pada tahun 2019 sebesar 8.5%. Hal ini dikarenakan semakin tinggi kesadaran masyarakat akan

pengobatan medis cukup meningkat dan semakin bertambah apotek yang ada sehingga meningkatnya daya saing.

Adapun kegiatan bauran pemasaran yang dilakukan oleh Apotek Sambas yaitu sebagai berikut :

### 1. Produk (*Product*)

Apotek Sambas adalah salah satu apotek yang melakukan pengadaan obat melalui jaringan distributor yang telah memenuhi kualifikasi, dengan demikian jenis obat yang dijual cukup lengkap serta kualitas obat yang baik. Pemilihan distributor ini untuk menjamin kualitas produk agar obat yang dikonsumsi masyarakat aman, manjur, dan bermanfaat.

### 2. Harga (*Price*)

Kebijakan harga obat yang diberikan Apotek Sambas adalah harga obat yang bervariasi dan sudah tersedia daftar harga obat yang dijual sehingga memudahkan konsumen dalam melihat perbandingan harga obat yang diperlukan. Selain itu, pada Apotek Sambas harga yang berikan juga bersaing dengan Apotek yang lainnya dan ada juga diskon untuk konsumen yang bermitra atau bekerja sama dengan Apotek Sambas.

### 3. Tempat (*Place*)

Lokasi merupakan salah satu faktor penting yang perlu diperhatikan dalam kelangsungan suatu bisnis, karena yang secara tidak langsung lokasi yang baik turut mempengaruhi keadaan seseorang untuk melakukan keputusan pembelian.

Apotek Sambas dengan letak yang strategis dan mudah dijangkau dengan transportasi darat membuat Apotek Sambas cepat dikenal dan mudah dicari karena posisi yang juga ditepi jalan raya disamping Rumah Sakit Umum Daerah di Kabupaten Sambas

#### 4. Promosi (*Promotion*)

Kebijakan promosi merupakan salah satu variabel dalam bauran pemasaran, dimana promosi memiliki peranan yang sangat penting dalam usaha mencapai tujuan perusahaan, khususnya untuk meningkatkan volume penjualan.

Promosi yang dilakukan Apotek Sambas adalah adanya pemberian papan nama yang menarik, pembagian brosur, dan promosi di media sosial seperti facebook.

Dari uraian di atas dengan ini penulis mengambil topik penelitian dengan judul “Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Apotek Sambas”.

### **B. Permasalahan**

Berdasarkan latar belakang diatas, maka yang menjadi permasalahan penelitian ini adalah, apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian pada apotek sambas di kabupaten sambas?

### **C. Pembatasan Masalah**

Untuk memudahkan pembahasan dalam penelitian, penulis membatasi penelitian dengan menggunakan empat dimensi yaitu metode 4P dikarenakan dengan metode tersebut sudah cukup menggambarkan sistem pada variabel

pengaruh Bauran Pemasaran dan lima dimensi pada Keputusan Pembelian pada Apotek Sambas di Kabupaten Sambas.

1. Variabel bauran pemasaran diukur dengan menggunakan empat dimensi, yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2008:62), yaitu :
  - a. Produk (*product*)
  - b. Harga (*price*)
  - c. Tempat (*place*)
  - d. Promosi (*promotion*)
2. Variabel keputusan pembelian diukur dengan lima dimensi, yang dikemukakan oleh Kotler dan Armstrong (2008:179), yaitu :
  - a. Pengenalan Kebutuhan
  - b. Pencarian Informasi
  - c. Evaluasi Alternatif
  - d. Keputusan Pembelian
  - e. Perilaku Pasca Pembelian

#### **D. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Apotek Sambas di Kabupaten Sambas.

#### **E. Manfaat Penelitian**

Penelitian yang dilakukan diharapkan akan bermanfaat :

### 1. Bagi Peneliti

Untuk memperoleh gambaran tentang pokok masalah yang ada di objek penelitian dan membandingkan dengan teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan.

### 2. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan masukan bagi objek penelitian terkait dengan bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian.

### 3. Bagi Almamater

Sebagai bahan referensi bagi peneliti yang mengambil topik yang sama dan menambah hasanah perbendaharaan penelitian di Universitas Muhammadiyah Pontianak.

## F. Kerangka Pemikiran

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:62):

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkan di pasar sasaran. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya. Berbagai kemungkinan ini dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok variabel yang disebut dengan empat P: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), dan Promosi (*Promotion*).

- a. Produk berarti kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.
- b. Harga adalah jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk.
- c. Tempat meliputi kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran.
- d. Promosi berarti aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:179) :

Bahwa proses keputusan pembelian terdiri dari 5 tahap yaitu : pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian dan perilaku pasca pembelian. Proses keputusan pembelian dimulai jauh sebelum pembelian sesungguhnya dan berlanjut dalam waktu

yang lama setelah pembelian. Pemasar harus memusatkan perhatian pada keseluruhan proses pembelian dan bukan hanya pada keputusan pembelian. Berikut 5 tahap proses keputusan pembelian yaitu :

- a. Pengenalan kebutuhan yaitu pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan.
- b. Pencarian informasi yaitu konsumen yang tertarik mungkin mencari lebih banyak informasi atau mungkin tidak.
- c. Evaluasi alternatif yaitu cara konsumen dalam menggunakan informasi untuk sampai pada sejumlah pilihan merek akhir.
- d. Keputusan pembelian yaitu konsumen menentukan peringkat merek dan membentuk niat pembelian.
- e. Perilaku pasca pembelian yaitu setelah membeli produk, konsumen akan merasa puas atau tidak puas dan terlibat dalam perilaku pasca pembelian (*postpurchase behavior*) yang harus diperhatikan oleh pemasar.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Sari (2017) yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Obat Generik Di Apotek Saiyo Farma Jombang. Hasil penelitian menunjukkan bahwa produk, harga, promosi dan lokasi secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian obat generic pada konsumen Apotek Saiyo Jombang.

Penelitian yang dilakukan oleh Cahyono dan Kusumaningrum (2016) yang berjudul Pengaruh Faktor-Faktor Individual dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Obat Lewat Resep Pada Apotek Rawat Jalan Di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Jember Klinik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa semakin tinggi pengaruh faktor-faktor individual semakin tinggi keputusan pembelian, semakin tinggi keputusan pembelian semakin tinggi keputusan pemasaran.

**Gambar 1.1**  
**Kerangka Pemikiran**  
**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian**  
**Apotek Sambas di Kabupaten Sambas**



### G. Metode Penelitian

Pengertian metode penelitian menurut Sugiyono (2012:2) adalah: “Metode penelitian diartikan sebagai cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu”.

#### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode asosiatif. Menurut Siregar (2017:15): “Metode asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”. Dengan penelitian ini, maka dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan, dan mengontrol suatu gejala dalam penelitian”.

#### 2. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data dilakukan dalam bentuk :

##### 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 ini diperoleh dengan

cara mengadakan penelitian langsung di lapangan maupun terhadap objek yang di teliti guna mendapatkan data melalui:

1. Wawancara

Sugiyono (2012:194) :

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data, apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil. Teknik pengumpulan data ini berdasarkan pada laporan tentang diri sendiri atau *self-report*, atau setidaknya-tidaknya pada pengetahuan dan atau keyakinan pribadi.

Disini penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik Apotek Sambas bernama Lusi Adi Setyowanty, S. Farm., Apt untuk memperoleh informasi yang diperlukan.

Ada pun informasi yang didapatkan dari wawancara tersebut adalah, jumlah karyawan , jam kerja karyawan, fasilitas dan masih banyak lainnya.

2. Kuesioner

Sugiyono (2012:199) “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Penulis memberikan kuesioner kepada konsumen Apotek Sambas yang menjadi responden.

b. Data Sekunder

Data Sekunder menurut Siregar (2017:37): “Data sekunder adalah data yang di terbitkan atau yang di gunakan oleh organisasi



yang bukan pengolahnya”. Data sekunder yang diperoleh dalam penelitian ini adalah data penjualan setiap bulan dari tahun 2017-2020, daftar harga obat, dan surat izin Apotek Sambas.

### 3. Populasi dan Sampel

#### a. Populasi

Menurut Sugiyono (2012:115): “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan”. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang membeli obat di Apotek Sambas Kabupaten Sambas.

#### b. Sampel

Menurut Sugiyono (2012:81) “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Mengingat jumlah populasi yang tidak diketahui secara pasti, maka penentuan jumlah sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan rumus dari Isaac Michel dalam Siregar (2017:62), yaitu sebagai berikut :

$$n = \frac{\left(Z \frac{\alpha}{2}\right)^2 p \cdot q}{e^2}$$

Keterangan:

n= Sampel

p= Proporsi populasi

$$q = 1 - p$$

$Z$  = Tingkat kepercayaan/signifikan

$e$  = *Margin of errors*

$$n = \frac{(1,96)^2 0,3.0,7}{0,1^2}$$

$$= 80,67$$

Hasil perhitungan engan menggunakan rumus Isaac michel diatas maka jumlah sampel sebnya 81 responden. Untuk memudahkan dalam penelitian ini, maka sampel yang akan digunakan/diambil adalah sebesar 100.

Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. *Purposive sampling* menurut Sugiyono (2012:122): “Yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Sampel ini lebih cocok digunakan untuk penelitian kualitatif, atau penelitian yang tidak melakukan generalisasi”. Kriteria responden yang dijadikan sampel adalah :

1. Responden yang berusia minimal 18 tahun.
2. Responden yang memutuskan membeli obat atas kemauan sendiri.

#### 4. Variabel Penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2012:58): “Variabel adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi ktentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Jadi, yang dimaksud variabel dalam

penelitian ini adalah segala sesuatu yang menjadi objek penelitian yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu:

a. Variabel Bebas (*independent variable*)

Menurut Sugiyono (2012:59): “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran yang diberi notasi tanda X.

b. Variabel Terikat (*dependent variable*)

Menurut Sugiyono (2012:59): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang diberi tanda Y.

5. Skala Pengukuran

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan Skala Likert. Menurut Sugiyono (2012:132): “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan, dengan melihat jawaban dari responden melalui kuesioner yang disebarkan, kemudian dikelompokkan menurut jenisnya masing-masing.

Skala ini agar diberi bobot secara kuantitatif yang berguna untuk dipakai dalam perhitungan yaitu:

**Tabel 1.4**  
**Skor pernyataan responden**

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Kurang Setuju (KS)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiono, (2012:133)

## 6. Alat Analisis

### 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”.

Nilai korelasi *product moment* yang diperoleh kemudian akan dibandingkan dengan nilai korelasi tabel ( $r_{\text{tabel}} = 0,195$ ) dengan tingkat signifikan ( $\alpha = 0,05$ ), dan jumlah data ( $n = 100$ ). Kriteria keputusannya adalah jika  $r_{\text{hitung}} > r_{\text{tabel}}$ , maka pernyataan tersebut dinyatakan valid, jika  $r_{\text{hitung}} < r_{\text{tabel}}$ , maka pernyataan tersebut dinyatakan tidak valid.

#### 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”.

Reliabilitas menunjukkan konsistensi suatu alat pengukuran dalam mengukur gejala yang sama antara variabel bebas atau bauran pemasaran (X) dengan variabel terikat atau keputusan pembelian (Y). Pada uji reabilitas ini menggunakan metode *alpha cronbach* dengan menggunakan SPSS. Dimana dikatakan *reable* jika *cronbach* > 0,06.

b. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2017:153): “Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak”. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan metode kolmogorov-smirnov dimana taraf signifikan = 0,05. Kriteria yang digunakan jika D hitung  $\leq$  D tabel atau probabilitas (sig) > 0.05, maka Ho diterima.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif berupa analisis regresi linear sederhana. Menurut Siregar (2017:379): “Regresi linear sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen”. Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel bebas yaitu bauran pemasaran

(X) dengan variabel terikat yaitu keputusan pembelian (Y). Rumus yang digunakan adalah Siregar (2015:379).

$$Y = a + b.X$$

Dimana :

Y = Variabel Terikat (*dependent*) ; Keputusan Konsumen a dan

b = Konstanta

X = Variabel Bebas (*independent*) ;Bauran Pemasaran

#### d. Koefisien Korelasi (r)

Dalam Siregar (2017:337): “Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel”. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen yaitu bauran pemasaran (X) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Pembelian (Y) dengan menggunakan bantuan program *software* SPSS 19.00 for *windows*. Adapun pedoman untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari nilai perhitungan koefisien korelasi dari hasil perhitungan penelitian pengaruh bauran pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian adalah sebagai berikut:

**Tabel 1.5**  
**Pedoman dan Interpretasi Terhadap Nilai r**

<b>Koefesien</b>	<b>Korelasi</b>
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Cukup Kuat
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Siregar, (2017:337)

e. Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Menurut Siregar (2017:338): “Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap Y (terikat)”.

f. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Ghozali (2014:95): ”Ketetapan fungsi regresif sampel dalam menaksirkan nilai aktual dapat diukur dari goodness of fitnya. Setidaknya dapat diukur dari nilai koefisien determinasi nilai statistik F dan nilai statistik t”. Uji Kelayakan Model (uji F) ini digunakan untuk mengetahui seberapa jauh pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Apotek Sambas di Kabupaten Sambas.

1. Menentukan Hipotesis

Ho: Model regresi sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Apotek Sambas di Kabupaten Sambas.

Ha: Model regresi sederhana dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Apotek Sambas di Kabupaten Sambas.

2. Menentukan nilai F tabel dengan kriteria:  $\alpha = 0,05$  (5%) dan derajat kebebasan (df)  $n-2$  atau  $100-2 = 88$ .

3. Menentukan kriteria keputusan: jika  $F_{hitung} > F_{tabel}$  maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, jika  $F_{hitung} < F_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian obat pada Apotek Sambas dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bahwa sebagian besar responden adalah laki-laki, usia 17-26 tahun, status sudah menikah, pendidikan terakhir SMA sederajat, pekerjaan wiraswasta, dengan penghasilan 1.800.000 - 2.799.999.
2. Persamaan regresi linear sederhana berdasarkan hasil pengolahan data dapat dituliskan  $Y = 1,168 + 0,733X$ . Hasil itu menunjukkan bahwa apabila bauran pemasaran sebesar nol (0), maka keputusan pembelian pada Apotek Sambas sebesar 1,168.
3. Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai F hitung sebesar  $117,946 > 3,94$ , serta memiliki nilai signifikan (sig) sebesar 0,000 yang lebih kecil dari 0,005, artinya model regresi sederhana tersebut dapat digunakan untuk memprediksi bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Apotek Sambas.

## **B. Saran**

Berdasarkan temuan dari penelitian dengan berbagai kekurangan maupun keterbatasan yang ada terhadap Apotek Sambas, maka penulis memberikan saran sebagai berikut:

1. Untuk Apotek Sambas dengan adanya pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen membeli obat di Apotek Sambas, maka diharapkan Apotek dapat meningkatkan hal-hal sebagai berikut:
  - a. Apotek diharapkan menyediakan kalender setiap tahunnya untuk dibagikan kepada konsumen yang sering membeli obat di Apotek Sambas.
  - b. Apotek diharapkan menambah stok obat yang ada untuk menjaga kesediaan obat diapotek.
  - c. Apotek diharapkan memperbaiki ruang tunggu serta menambah fasilitas kipas angin untuk meningkatkan kenyamanan di ruang tunggu.
  - d. Apotek diharapkan memperluas lahan parkir untuk kenyamanan parkir bagi konsumen.
2. Diharapkan bagi Apotek Sambas meminta kesempatan kepada konsumennya untuk memberikan kritik dan saran, ini salah satu tujuan agar mengetahui kekurangan atau hal apa yang harus lebih di tingkatkan untuk perilaku konsumen pasca pembelian.
3. Bagi peneliti selanjutnya, mengingat masih banyaknya faktor yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen dalam melakukan pembelian yang belum diketahui, maka hal itu dapat dijadikan pertimbangan untuk

penelitian selanjutnya, agar dapat lebih diketahui lagi tentang faktor-faktor penting yang berpengaruh terhadap perilaku konsumen dalam melakukan pembelian.

## DAFTAR PUSTAKA

- Cahyono, Dwi, dan Kusumaningrum. 2016. Pengaruh Faktor-Faktor Individual dan Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Obat Lewat Resep Pada Apotek Rawat Jalan Di Instalasi Farmasi Rumah Sakit Jember Klinik. *Jurnal Sains Manajemen & Bisnis Indonesia*. Vol. VI (2), 120-132.
- Ghozali, Imam, 2016. *Aplikasi Analisis Multivariete Dengan Program IBM SPSS 23*. Edisi 8. Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.
- Hurriyati, Ratih. 2019. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV. Alfabeta, Bandung
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong, 2008. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Edisi ke 12, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 jilid 2. Erlangga, Jakarta.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia No. 26 tahun 1980 tentang Perubahan Atas Peraturan Pemerintah No. 26 tahun 1965 tentang Apotek
- Sari, Tri Mei Mustika. 2017. *Pengaruh Bauran Pemasarn Terhadap Keputusan Pebelian Obat Generik Di Apotek Saiyo Farma Jombang*. *Jurnal Ekonomi-Manajemen*. Universitas Nusantara PGRI Kediri.
- Siregar, Syofian. 2017. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Bisnis*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono,Fandy, 2014. *Pemasaran Jasa*. CV.Andi Offset, Yogyakarta.

## Lampiran 1

### Kuesioner Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Apotek Sambas Di Kabupaten Sambas

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan kuesioner ini, saya mohon kesediaan dari bapak, ibu, saudara/i agar dapat berpartisipasi dalam memberikan jawaban yang objektif dari pertanyaan-pertanyaan kuesioner berikut. Adapun jawaban-jawaban dari kuesioner ini dijadikan dasar bagi saya dalam memecahkan permasalahan yang diangkat dalam penelitian ini.

Atas perhatian dan partisipasi yang diberikan, saya ucapkan terima kasih.

#### 1. Identitas Peneliti

- a. Nama : Abdul Mu'ib
- b. Jenis Kelamin : Laki-Laki
- c. Tempat, Tanggal Lahir : Sekura, 31 Maret 1997
- d. Nim : 151310305
- e. Fakultas : Ekonomi
- f. Prodi : Manajemen
- g. Pendidikan : Universitas Muhammadiyah Pontianak

#### 2. Petunjuk Pengisian

- a. Isilah titik-titik dibawah ini sesuai dengan identitas diri anda masing-masing.
- b. Berilah tanda centang (√) pada salah satu yang sesuai dengan pilihan anda.
- c. Adapun pertanyaan yang berkaitan dengan keterangan jawaban :
  - SS = Sangat Setuju
  - S = Setuju
  - KS = Kurang Setuju
  - TS = Tidak Setuju
  - STS = Sangat Tidak Setuju

#### 3. Identitas Responden

- a) Nama : .....
- b) Alamat : .....
- c) Jenis Kelamin : .....
- d) Usia : .....
- e) Status Perkawinan : .....
- f) Pendidikan Terakhir : .....
- g) Pekerjaan : .....
- h) Pendapatan/Bulan : .....
- i) Jumlah Tanggungan : .....
- j) No Hp : .....

Berilah tanda (√) pada jawaban yang paling sesuai menurut pendapat anda.

**A. Tanggapan Responden Tentang Kualitas Bauran Pemasaran Pada Apotek Sambas Di Kabupaten Sambas**

No	Pernyataan	SS	S	TS	KS	STS
<b>Produk (Product)</b>						
1	Obat yang dijual apotek memiliki kualitas yang baik.					
2	Ketersediaan obat yang dicari selalu ada di apotek.					
3	Obat yang dijual merupakan obat yang sudah dikenal dan sering digunakan oleh dokter.					
<b>Harga (Price)</b>						
4	Harga obat di apotek relatif terjangkau.					
5	Harga obat yang di jual bersaing dengan apotek lainnya.					
6	Proses pembayaran di apotek sangat mudah.					
<b>Tempat (Place)</b>						
7	Lokasi apotek mudah ditemukan.					
8	Kondisi ruang tunggu bersih dan nyaman.					
9	Lokasi parkir apotek sangat luas.					
<b>Promosi (Promotion)</b>						
10	Papan nama apotek menarik sehingga memikat saya untuk kesana.					
11	Promosi yang dilakukan apotek melalui facebook menarik membuat saya tertarik ingin membeli obat di sana.					
12	Brosur yang disebar apotek menarik sehingga saya terpicat untuk membeli obat disana.					

**B. Tanggapan Responden Tentang Keputusan Pembelian Pada Apotek Sambas**

No	Pernyataan	SS	S	TS	KS	STS
<b>Pengenalan Kebutuhan</b>						
13	Saya mencari apotek yang persediaan obatnya lengkap.					
14	Saya mencari apotek harga obatnya terjangkau.					
15	Saya mencari apotek yang lokasinya mudah di jangkau.					
<b>Pencarian Informasi</b>						
16	Saya tertarik untuk membeli obat di apotek karena mendapatkan informasi dari facebook.					
17	Saya mengetahui apotek dari dokter yang memeriksa saya.					
18	Saya mendapatkan rekomendasi dari teman mengenai apotek yang menjual obat yang bagus.					
<b>Evaluasi Alternatif</b>						
19	Sebelum memutuskan pembelian saya membandingkan lokasi pada apotek yang mudah dijangkau					
20	Sebelum memutuskan pembelian saya membandingkan harga-harga pada apotek- apotek yang ada di kota Sambas.					
21	Sebelum memutuskan pembelian saya membandingkan produk pada apotek yang memiliki standar kualitas yang tinggi.					
<b>Keputusan Pembelian</b>						
22	Saya memutuskan membeli obat pada Apotek Sambas karena ketersediaan obatnya lengkap.					
23	Saya memutuskan membeli obat pada Apotek Sambas karena harga yang ditawarkan sesuai dengan kemampuan saya.					

24	Saya memutuskan membeli obat pada apotek Sambas karena lokasinya mudah dijangkau.					
<b>Perilaku Pasca Pembelian</b>						
25	Saya merasa sangat puas dengan produk yang ditawarkan pada Apotek Sambas.					
26	Saya akan melakukan pembelian ulang pada Apotek Sambas.					
27	Saya akan merekomendasikan Apotek Sambas kepada teman dan kerabat.					



## Lampiran 2

### Data Responden Apotek Sambas

NO	NAMA	ALAMAT	JENIS KELAMIN	USIA	STATUS PERKAWINAN	PENDIDIKAN	PEKERJAAN	PENGHASILAN	JUMLAH TANGGUNGAN	NO HP
1	Windi Dwi P	Mekar Sekutum	Perempuan	18 Th	Belum Menikah	SMP	Pelajar	0	0	082198746713
2	Deki Mahendra	Kampung Dagang	Laki-laki	26 Th	Menikah	S1	Swasta	Rp. 2.300.000	2	085821454781
3	Monica Pasi	Karya Tani	Perempuan	25 Th	Menikah	S1	Kantor Pertanian	Rp. 2.500.000	1	089645038352
4	Kurnia Andesta	Bangang	Perempuan	23 Th	Belum Menikah	S1	Pns	Rp. 3.000.000	0	089532750053
5	Purnama	Sajad	Laki-laki	26 Th	Belum Menikah	S1	Swasta	Rp. 2.500.000	0	082375008651
6	Tasya	Kampung Lorong	Perempuan	22 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	082235687643
7	Irna Nurfaina	Kartiase	Perempuan	23 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	081245395742
8	Dito Andi Irawan	Sebadi	Laki-laki	23 Th	Menikah	SMA	Swasta	Rp.2.000.000	1	085246378652
9	Priska Via Cintia	Galing	Perempuan	19 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	085746538947
10	Aa Selfiana	Tamang Sagang	Perempuan	18 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	081275776647
11	Ersi Safira	Tebas	Perempuan	19 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	082300574651

12	Jumratul Hasiah	Sebawi	Perempuan	36 Th	Menikah	SMA	Ibu Rumah Tangga	0	3	085851297744
13	Tati Safitri	Sungai Pawan	Perempuan	22 Th	Belum Menikah	S1	Swasta	Rp.1.500.000	0	081282897777
14	Stella	Kembayat	Perempuan	24 Th	Belum Menikah	D3	Swasta	Rp.1.400.000	0	085822073037
15	Yuli Hartati	Kartiasa	Perempuan	30 Th	Menikah	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp.1.000.000	2	089822063217
16	Siti Hafizah	Dalam Kaum	Perempuan	29 Th	Menikah	SMA	Swasta	Rp.2.100.000	2	082121278090
17	Rasito	Makrampai	Laki-laki	28 Th	Menikah	SMA	Swasta	Rp.2.000.000	2	081234535689
18	Sidik Widodo	Kauman	Laki-laki	25 Th	Menikah	D3	Karyawan Pabrik	Rp.2.500.000	2	089630123415
19	Ariansyah	Sambas	Laki-laki	26 Th	Menikah	SMK	Swasta	Rp.2.200.000	2	085722603491
20	Destriana	Matang Segantar	Perempuan	21 Th	Belum Menikah	SMA	Swasta	Rp.1.200.000	0	081359082193
21	Asda	Lubuk Rawe	Perempuan	34 Th	Menikah	SMA	Ibu Rumah Tangga	0	2	085822582109
22	Septy Priana	Durian	Perempuan	22 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	089830214951
23	Ayi Lina Dewi	Durian	Perempuan	25 Th	Menikah	D3	Swasta	Rp.2.300.000	2	082213219087
24	Marsono	Kubung	Laki-laki	27 Th	Menikah	SMA	Swasta	Rp.1.200.000	1	081230172029
25	Atik	Parit Baru	Perempuan	43 Th	Menikah	SMA	Ibu Rumah Tangga	0	4	081387963142
26	Muhayat	Galing	Laki-laki	45 Th	Menikah	S1	Pns	Rp.4.600.000	4	085622070021
27	Kurniyati	Sejangkung	Perempuan	30 Th	Menikah	SMA	Ibu Rumah Tangga	0	2	085831560952

28	Warman	Suka Bangun	Laki-laki	29 Th	Menikah	D3	Swasta	Rp.2.300.000	1	082167809821
29	Erwin Setiadi	Sukaharja	Laki-laki	28 Th	Menikah	D3	Karyawan Puskesmas	Rp.2.300.000	1	081321459801
30	Siti Maryah	Sungai Nangkak	Perempuan	42 Th	Menikah	S1	Pns	Rp.4.600.000	2	085631122109
31	Muati	Tanjung Harapan	Perempuan	31 Th	Menikah	SMA	Swasta	Rp.2.200.000	2	081254982190
32	M. Sariono	Karti	Laki-laki	35 Th	Menikah	S1	Pns	Rp.4.800.000	2	085630129021
33	Pariyan S	Sempurna	Laki-laki	24 Th	Belum Menikah	SMA	Swasta	Rp.1.700.000	0	089822030011
34	Sutarman	Lubuk Dagang	Laki-laki	32 Th	Menikah	SMA	Swasta	Rp.2.300.000	2	081345908745
35	Tugiyono Ahmad	Makrampai	Laki-laki	32 Th	Menikah	D3	Swasta	Rp.2.300.000	2	089698213330
36	Agus Prananda	Sambas	Laki-laki	21 Th	Belum Menikah	SMK	Mahasiswa	0	0	085721006112
37	Andi	Dalam Kaum	Laki-laki	21 Th	Belum Menikah	SMK	Mahasiswa	0	0	082200145198
38	Shillaturahmah	Sajad	Perempuan	23 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	082230782021
39	Yani Maryani	Sekura	Perempuan	24 Th	Menikah	S1	Swasta	Rp.2.300.000	2	082230199288
40	Rina Aprilia	Parit Baru	Perempuan	24 Th	Belum Menikah	S1	Swasta	Rp.2.300.000	0	089712091888
41	Andika	Perigi Parit	Laki-laki	24 Th	Menikah	S1	Guru	Rp.1.300.000	1	085630120009
42	Fitri Siska	Sijang	Perempuan	27 Th	Menikah	D3	Swasta	Rp.2.300.000	1	089612090076

43	Putri Safitri	Semantir	Perempuan	23 Th	Menikah	SMA	Ibu Rumah Tangga	0	1	081200578913
44	Agus Susilo	Dungun	Laki-laki	23 Th	Menikah	D3	Swasta	Rp.2.200.000	1	085821003036
45	Ayuni Anisa	Sebawi	Perempuan	22 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	089855092111
46	Abdul Razak	Sadayan	Laki-laki	24 Th	Menikah	S1	Swasta	Rp.2.300.000	2	081298882097
47	Ratna Diana	Sambas	Perempuan	21 Th	Menikah	SMA	Mahasiswa	0	2	089721007714
48	Ahmad	Kartiase	Laki-laki	31 Th	Menikah	S1	Pns	Rp.4.300.000	2	085619985400
49	Jalaluddin	Kampung Lorong	Laki-laki	27 Th	Menikah	S1	Guru	Rp.1.300.000	1	089822090011
50	Haikal Dzikri	Semayang		19 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	089600219997
51	Riska Dayanti	Sabayan	Perempuan	22 Th	Belum Menikah	D3	Bidan Honorer	Rp.1.400.000	0	081398100154
52	Wati Indrawati	Sambas	Perempuan	24 Th	Menikah	SMK	Swasta	Rp.2.300.000	1	082179800098
53	Any Firda	Sembuak	Perempuan	22 Th	Belum Menikah	SMK	Mahasiswa	0	0	085700549977
54	Sarif	Kartiase	Laki-laki	22 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	089890218745
55	Marda	Sijang	Laki-laki	34 Th	Menikah	S1	Guru	Rp.2.300.000	3	085600982154
56	Atika	Sungai Pawan	Perempuan	24 Th	Menikah	S1	Swasta	Rp. 2.300.000	1	081398432100
57	Yati Karina	Pandawan	Perempuan	23 Th	Menikah	D3	Swasta	Rp.2.300.000	1	085822063098
58	Juniarti	Teluk Keramat	Perempuan	23 Th	Belum Menikah	SMA	Swasta	Rp.1.400.000	0	082230210941
59	Wardi Saputra	Suka dana	Laki-laki	20 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	089857210099

60	Erwin Subiarto	Simanter	Laki-laki	23 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	081311105455
61	Siti Aminah	Sungai Nangkak	Perempuan	43 Th	Menikah	SMA	Ibu Rumah Tangga	0	3	089812001551
62	Karim Abdullah	Sajad	Laki-laki	26 Th	Belum Menikah	D3	Swasta	Rp.2.300.000	0	085600219899
63	Tia Wahyuni	Sudirman	Perempuan	25 Th	Menikah	SMA	Ibu Rumah Tangga	0	1	081298990065
64	Desi Kurnia	Sukaharja	Perempuan	25 Th	Menikah	D3	Ibu Rumah Tangga	0	2	085890982121
65	Anto Suprianto	Tuan-Tuan	Laki-laki	32 Th	Menikah	S1	Guru		2	082200914388
66	Yusril Fikri	Tanjung Harapan	Laki-laki	21 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	089799818054
67	Khairun Sani	Sungai Bakau	Laki-laki Laki-laki	29 Th	Menikah	S1	Swasta	Rp.2.300.000	3	08220921001
68	Watini	Suka Bagun	Perempuan	40 Th	Menikah	S1	Pns	Rp.4.400.000	3	082230238977
69	Bagus Susilo	Sisingan	Laki-laki	19 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	082198783361
70	Vera Novianti	Sungai Baru	Perempuan	21 Th	Menikah	SMA	Ibu Rumah Tangga	0	1	081200519899
71	Hermansyah	Sentapan	Laki-laki	43 Th	Menikah	S1	Pns	Rp.4.400.000	3	082200219388
72	Nuri	Sungai Pelangi	Perempuan	32 Th	Menikah	S1	Swasta	Rp.2.300.000	2	085899210084
73	Widyasari	Sungai Pelangi	Perempuan	28 Th	Menikah	SMA	Swasta	Rp.1.400.000	2	089621007718
74	Sakniah	Sungai Kinjil	Perempuan	39 Th	Menikah	D3	Ibu Rumah Tangga	0	2	085613219971

75	Joko Purwanto	Sungai Kinjil	Laki-laki	43 Th	Menikah	S1	Pns	Rp.4.400.000	4	085800129921
76	Milah	Pesaguan	Perempuan	40 Th	Menikah	D3	Ibu Rumah Tangga	0	3	08972100011
77	Zuhratun	Mulia Baru	Perempuan	43 Th	Menikah	S1	Guru	Rp.3.700.000	3	081399054109
78	Kartini	Durian	Perempuan	39 Th	Menikah	D3	Perawat	Rp.2.300.000	4	082154987165
79	Atet	Dalam Kauman	Laki-laki	45 Th	Menikah	SMA	Pengusaha	Rp.7.000.000	4	089821892100
80	Pusiliong	Setakat	Laki-laki	42 Th	Menikah	SMA	Pengusaha	Rp.6.000.000	4	085698002113
81	David Kardi	Karya Tani	Laki-laki	23 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	085708912277
82	Deby Sahertian	Sungai Kinjil	Perempuan	23 Th	Menikah	D3	Ibu Rumah Tangga	0	1	082209885543
83	Wulan Ramadanur	Sukaharja	Perempuan	23 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	085600914552
84	Eko Sumarsono	Sungai Awan	Laki-laki	25 Th	Belum Menikah	D3	Perawat	Rp.2.300.000	0	081299210098
85	Priska Nasution	Nilam	Perempuan	25 Th	Menikah	S1	Pengusaha	Rp.5.700.000	1	085622089711
86	Zamilah	Mulia Baru	Perempuan	34 Th	Menikah	S1	Guru Tk	Rp.1.200.000	1	085622092109
87	Dedy Suhardi	Kumang	Laki-laki	30 Th	Menikah	S1	Guru	Rp.1.300.000	3	081317596131
88	Jumi Julianti	Sampitan	Perempuan	30 Th	Menikah	D3	Ibu Rumah Tangga	0	3	089877210009
89	Apri Yuningsih	Suka Bangun	Perempuan	23 Th	Belum Menikah	SMK	Mahasiswa	0	0	085733711299
90	Melda Hakiki	Sukaharja	Laki-laki	19 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	089600712155

91	Cristin Priana	Tanjungpura	Perempuan	24 Th	Menikah	S1	Swasta	Rp.2.300.000	2	089813552190
92	Supriyadi	Payak Kumang	Laki-laki	22 Th	Belum Menikah	D3	Swasta	Rp.2.300.000	0	085621509981
93	Zainal Abidin	Karya Tani	Laki-laki	22 Th	Belum Menikah	SMA	Swasta	Rp.1.400.000	0	085221098821
94	Deri Rahman H	Kauman	Laki-laki	23 Th	Belum Menikah	SMA	Mahasiswa	0	0	081398118700
95	Fika A	Sungai Nanas	Perempuan	23 Th	Menikah	D4	Karyawan Perusahaan	Rp.2.400.000	1	089621009891
96	Heni Wulandari	Sungai Baru	Perempuan	22 Th	Menikah	D3	Ibu Rumah Tangga	0	0	085613210077
97	Devi Santiya	Sambas	Perempuan	27 Th	Menikah	D3	Swasta	Rp.2.300.000	1	089811219899
98	Ayu Artisya	Karti	Perempuan	24 Th	Belum Menikah	SMA	Swasta	Rp.1.200.000	0	082112229843
99	Jumratul Hasiah	Tanah Itam	Perempuan	32 Th	Menikah	S1	Guru	Rp.1.400.000	2	089821330800
100	A Mustafa	Dalam Kaum	Laki-laki	46 Th	Menikah	S1	Pns	Rp.4.600.000	4	089671254432

**Lampiran 3****Data Penjualan Apotek Sambas Perbulan Tahun 2017**

NO	BULAN	JUMLAH
1	JANUARI	Rp 12.835.000
2	FEBRUARI	Rp 10.809.000
3	MARET	Rp 12.943.000
4	APRIL	Rp 11.412.000
5	MEI	Rp 12.307.000
6	JUNI	Rp 13.463.000
7	JULI	Rp 13.572.000
8	AGUSTUS	Rp 17.515.000
9	SEPTEMBER	Rp 10.809.000
10	OKTOBER	Rp 10.270.000
11	NOVEMBER	Rp 11.675.000
12	DESEMBER	Rp 12.985.000
TOTAL		Rp 150.595.000



**Data Penjualan Apotek Sambas Perbulan Tahun 2018**

NO	BULAN	JUMLAH
1	JANUARI	Rp 14.086.000
2	FEBRUARI	Rp 16.112.000
3	MARET	Rp 15.245.000
4	APRIL	Rp 14.512.000
5	MEI	Rp 17.302.000
6	JUNI	Rp 17.901.500
7	JULI	Rp 14.783.000
8	AGUSTUS	Rp 13.992.500
9	SEPTEMBER	Rp 10.051.000
10	OKTOBER	Rp 6.484.000
11	NOVEMBER	Rp 14.429.000
12	DESEMBER	Rp 9.902.000
TOTAL		Rp 164.800.000

**Data Penjualan Apotek Sambas Perbulan Tahun 2019**

NO	BULAN	JUMLAH
1	JANUARI	Rp 13.597.000
2	FEBRUARI	Rp 15.750.000
3	MARET	Rp 16.919.000
4	APRIL	Rp 17.535.000
5	MEI	Rp 18.550.000
6	JUNI	Rp 13.310.000
7	JULI	Rp 18.615.000
8	AGUSTUS	Rp 15.579.000
9	SEPTEMBER	Rp 13.750.000
10	OKTOBER	Rp 11.333.000
11	NOVEMBER	Rp 10.455.000
12	DESEMBER	Rp 13.435.000
TOTAL		Rp 178.829.000

## Lampiran 4

## Tabulasi Variabel X

No	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X total	X rata-rata
1	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	48	4,00
2	4	4	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	51	4,25
3	5	4	5	3	4	4	4	3	3	3	4	3	45	3,75
4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	46	3,83
5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	48	4,00
6	5	3	3	3	4	4	5	3	4	5	4	4	47	3,92
7	4	3	3	2	3	4	3	4	4	3	2	2	37	3,08
8	4	3	4	4	4	5	4	3	3	4	3	3	44	3,67
9	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	2	44	3,67
10	4	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	50	4,17
11	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	46	3,83
12	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	56	4,67
13	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	3	53	4,42
14	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	55	4,58
15	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	53	4,42
16	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	3	4	52	4,33
17	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	52	4,33
18	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	3	47	3,92
19	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	51	4,25
20	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	51	4,25
21	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	3	3	49	4,08
22	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	53	4,42
23	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	40	3,33
24	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	2	2	40	3,33
25	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	3	3	49	4,08
26	4	3	3	2	3	4	4	3	4	4	3	3	40	3,33
27	4	4	4	4	5	5	5	5	4	3	3	3	49	4,08
28	5	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	48	4,00
29	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	3	48	4,00
30	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	51	4,25
31	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	3	4	54	4,50
32	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	45	3,75
33	4	5	5	4	4	5	5	3	4	4	3	2	48	4,00
34	4	3	4	3	4	5	4	5	4	4	2	3	45	3,75
35	5	4	3	3	4	4	3	4	3	4	2	2	41	3,42
36	4	4	5	3	4	4	4	3	3	4	3	3	44	3,67
37	5	3	4	4	4	5	4	4	4	5	3	3	48	4,00

38	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	3	49	4,08
39	5	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	3	47	3,92
40	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	2	39	3,25
41	4	4	4	3	4	4	4	2	4	4	2	2	41	3,42
42	4	5	4	4	5	5	4	3	3	4	4	3	48	4,00
43	5	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	51	4,25
44	4	3	5	4	4	4	5	3	3	3	3	3	44	3,67
45	5	5	5	4	4	4	3	2	2	3	3	3	43	3,58
46	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	40	3,33
47	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	48	4,00
48	5	2	4	3	3	4	4	3	3	3	2	2	38	3,17
49	4	3	3	4	4	5	4	3	4	4	3	3	44	3,67
50	5	5	3	3	3	5	4	4	4	4	3	3	46	3,83
51	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	50	4,17
52	4	3	3	4	4	4	5	3	4	4	3	3	44	3,67
53	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	49	4,08
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4,00
55	5	3	5	3	4	4	5	2	4	4	4	4	47	3,92
56	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	3	50	4,17
57	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	55	4,58
58	5	5	5	4	3	5	5	4	4	5	3	3	51	4,25
59	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	44	3,67
60	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	52	4,33
61	5	5	5	3	5	5	4	4	4	4	3	2	49	4,08
62	4	4	4	2	3	4	4	2	3	4	3	3	40	3,33
63	5	4	5	3	4	4	5	3	2	3	2	1	41	3,42
64	4	3	3	3	4	3	4	3	3	4	3	3	40	3,33
65	4	3	5	4	5	5	5	3	3	4	4	4	49	4,08
66	3	3	4	2	3	4	5	3	2	4	2	2	37	3,08
67	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	46	3,83
68	5	4	4	3	4	4	5	3	3	4	3	4	46	3,83
69	4	3	4	3	3	3	3	2	2	4	2	2	35	2,92
70	4	4	5	4	3	4	4	3	3	4	4	3	45	3,75
71	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	52	4,33
72	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	51	4,25
73	5	4	5	3	3	4	4	4	3	5	3	3	46	3,83
74	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	45	3,75
75	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	3	4	47	3,92
76	4	4	3	2	3	4	3	3	3	4	3	2	38	3,17
77	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	50	4,17
78	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	49	4,08
79	5	3	4	5	4	3	4	3	4	5	4	5	49	4,08

80	5	5	3	4	3	5	5	4	4	5	4	5	52	4,33
81	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	3	3	46	3,83
82	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	49	4,08
83	4	4	4	4	3	5	4	5	4	4	4	4	49	4,08
84	4	5	3	5	4	3	5	5	4	4	4	4	50	4,17
85	5	3	5	4	5	4	4	3	3	5	4	4	49	4,08
86	5	4	3	5	5	4	4	4	4	5	3	4	50	4,17
87	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	50	4,17
88	4	5	4	4	3	4	5	3	4	4	3	3	46	3,83
89	4	3	2	4	3	4	5	4	4	4	3	3	43	3,58
90	5	3	3	5	4	4	5	4	3	4	4	4	48	4,00
91	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	3	3	45	3,75
92	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	3	3	48	4,00
93	4	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	5	45	3,75
94	4	4	5	4	2	5	4	4	3	4	4	5	48	4,00
95	5	3	2	4	3	3	5	3	4	4	4	4	44	3,67
96	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	45	3,75
97	5	4	4	4	5	4	4	3	3	5	3	4	48	4,00
98	5	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	4	53	4,42
99	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	44	3,67
100	4	4	3	2	4	5	4	4	4	3	3	3	43	3,58

## Lampiran 5

## Tabulasi Variabel Y

No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Y total	Y Rata-Rata
1	4	5	5	3	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	62	4,13
2	5	4	4	2	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	64	4,27
3	4	4	4	3	4	4	3	3	5	4	4	5	4	4	4	59	3,93
4	4	4	5	3	3	2	5	3	5	3	4	4	4	3	3	55	3,67
5	4	5	5	3	3	3	3	3	4	4	4	4	5	5	4	59	3,93
6	4	5	4	2	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	58	3,87
7	3	4	4	1	2	3	4	3	3	4	4	5	4	4	3	51	3,40
8	4	5	4	1	3	3	3	4	4	5	4	3	4	4	3	54	3,60
9	5	4	5	2	2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	55	3,67
10	5	5	4	2	3	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	63	4,20
11	4	4	5	3	3	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	64	4,27
12	5	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	69	4,60
13	5	5	4	3	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	63	4,20
14	5	5	4	3	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	64	4,27
15	5	4	4	3	4	3	3	5	4	4	4	5	4	3	3	58	3,87
16	4	4	5	3	4	4	4	5	5	3	5	3	4	5	3	61	4,07
17	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	64	4,27
18	4	4	5	2	3	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	56	3,73
19	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	67	4,47
20	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	66	4,40
21	4	5	4	3	5	4	5	3	3	4	5	4	5	4	4	62	4,13
22	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	64	4,27
23	3	4	4	2	3	5	3	4	5	4	3	4	5	4	4	57	3,80
24	3	4	4	2	3	4	4	4	5	4	4	3	4	3	3	54	3,60
25	5	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	62	4,13
26	4	4	5	2	3	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	60	4,00
27	5	5	4	3	3	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	66	4,40
28	4	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	65	4,33
29	4	5	5	4	3	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	68	4,53
30	5	5	5	2	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	68	4,53
31	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	68	4,53
32	4	4	4	3	3	3	4	4	3	5	3	4	4	4	3	55	3,67
33	5	4	4	3	4	3	3	4	2	4	4	5	4	4	4	57	3,80
34	5	5	5	3	3	4	4	3	2	5	4	4	4	4	4	59	3,93
35	3	5	5	3	3	3	3	3	2	4	3	3	4	4	4	52	3,47
36	4	4	4	2	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	59	3,93
37	4	4	5	1	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	62	4,13

38	4	5	5	1	3	3	3	4	4	5	4	5	4	5	4	59	3,93
39	5	5	4	2	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	59	3,93
40	3	4	5	2	3	4	4	2	2	5	3	4	3	3	4	51	3,40
41	4	4	5	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	55	3,67
42	4	5	5	3	4	4	4	5	3	5	3	4	4	3	5	61	4,07
43	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	70	4,67
44	4	5	4	3	3	3	4	4	2	5	4	5	5	4	5	60	4,00
45	4	4	4	3	4	4	3	5	4	5	4	5	4	3	5	61	4,07
46	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	4	4	3	3	4	60	4,00
47	5	4	5	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	64	4,27
48	4	4	5	2	3	4	3	4	2	4	3	3	3	4	4	52	3,47
49	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	64	4,27
50	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	64	4,27
51	5	5	4	3	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	69	4,60
52	4	4	4	3	4	2	5	4	4	5	4	4	5	5	4	61	4,07
53	5	4	4	2	4	4	5	5	5	3	4	3	4	4	4	60	4,00
54	5	4	4	2	4	5	5	4	5	3	4	3	4	4	5	61	4,07
55	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	2	4	3	4	54	3,60
56	5	4	5	2	4	4	4	5	4	3	5	4	5	4	5	63	4,20
57	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	71	4,73
58	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	66	4,40
59	4	5	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	59	3,93
60	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	3	65	4,33
61	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	5	4	5	4	4	61	4,07
62	4	4	4	3	3	3	5	3	3	4	3	2	3	3	4	51	3,40
63	4	4	5	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	54	3,60
64	4	4	4	3	3	4	3	2	2	3	4	3	4	4	3	50	3,33
65	4	5	4	3	3	5	3	4	4	4	4	4	5	5	4	61	4,07
66	4	4	4	2	2	4	3	2	3	3	3	2	4	3	4	47	3,13
67	5	4	5	3	4	4	5	3	5	4	4	3	4	3	5	61	4,07
68	4	4	5	1	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	59	3,93
69	3	5	4	2	2	4	2	2	3	3	3	5	4	3	4	49	3,27
70	4	4	4	2	3	4	4	2	5	4	4	5	4	4	4	57	3,80
71	5	5	5	3	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	67	4,47
72	5	5	5	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	63	4,20
73	4	5	5	3	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	66	4,40
74	5	4	4	2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	60	4,00
75	5	4	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	67	4,47
76	5	4	4	2	3	4	3	5	3	3	4	4	4	3	4	55	3,67
77	4	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	68	4,53
78	5	4	4	3	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	62	4,13
79	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	3	4	61	4,07

,80	4	5	5	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	67	4,47
81	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	66	4,40
82	5	4	5	3	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	67	4,47
83	4	4	4	2	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	64	4,27
84	5	4	4	2	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	65	4,33
85	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	57	3,80
86	5	4	5	2	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	3	65	4,33
87	5	5	4	3	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	68	4,53
88	4	5	4	4	4	5	3	5	5	5	4	5	4	4	3	64	4,27
89	4	5	5	4	3	4	3	5	5	4	3	3	4	4	4	60	4,00
90	4	5	5	1	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	64	4,27
91	4	4	4	3	4	5	3	5	4	5	4	5	3	4	4	61	4,07
92	5	5	4	3	4	3	5	3	3	4	4	4	4	4	4	59	3,93
93	4	5	4	3	4	3	2	3	3	4	4	5	4	4	4	56	3,73
94	5	4	3	3	3	2	2	2	3	4	3	4	3	4	5	50	3,33
95	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	4	3	3	3	4	49	3,27
96	3	4	4	2	4	3	3	2	3	4	4	4	4	4	3	51	3,40
97	5	4	4	1	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	3	61	4,07
98	4	5	4	2	4	3	4	4	5	5	5	5	5	4	3	62	4,13
99	5	4	4	2	4	5	2	2	3	4	4	4	4	4	4	55	3,67
100	4	4	5	2	5	4	4	2	3	3	4	3	3	4	5	55	3,67



Lampiran 6

Hasil Uji Validitas Instrumen Bauran Pemasaran

		Correlations												
		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	XTOTAL
X1	Pearson Correlation	1	,197*	,185	,198*	,193	,030	,060	,032	,038	,126	,084	,128	,325**
	Sig. (2-tailed)		,050	,065	,048	,055	,770	,552	,752	,705	,213	,405	,204	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	,197*	1	,258**	,257**	,159	,160	,139	,187	,121	-,015	,169	,137	,440**
	Sig. (2-tailed)	,050		,010	,010	,115	,112	,168	,062	,230	,885	,092	,173	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	,185	,258**	1	,181	,355**	,269**	,185	,005	,002	-,006	,185	,024	,431**
	Sig. (2-tailed)	,065	,010		,071	,000	,007	,066	,959	,985	,949	,065	,810	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	,198*	,257**	,181	1	,384**	,043	,301**	,258**	,266**	,264**	,451**	,489**	,658**
	Sig. (2-tailed)	,048	,010	,071		,000	,674	,002	,009	,007	,008	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pearson Correlation	,193	,159	,355**	,384**	1	,318**	,286**	,178	,280**	,132	,212*	,170	,574**
	Sig. (2-tailed)	,055	,115	,000	,000		,001	,004	,077	,005	,191	,034	,092	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pearson Correlation	,030	,160	,269**	,043	,318**	1	,287**	,279**	,283**	,111	,160	,120	,467**
	Sig. (2-tailed)	,770	,112	,007	,674	,001		,004	,005	,004	,273	,113	,233	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X7	Pearson Correlation	,060	,139	,185	,301**	,286**	,287**	1	,163	,285**	,179	,399**	,352**	,556**
	Sig. (2-tailed)	,552	,168	,066	,002	,004	,004		,104	,004	,074	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8	Pearson Correlation	,032	,187	,005	,258**	,178	,279**	,163	1	,509**	,096	,232*	,259**	,509**
	Sig. (2-tailed)	,752	,062	,959	,009	,077	,005	,104		,000	,340	,020	,009	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X9	Pearson Correlation	,038	,121	,002	,266**	,280**	,283**	,285**	,509**	1	,283**	,348**	,356**	,588**
	Sig. (2-tailed)	,705	,230	,985	,007	,005	,004	,004	,000		,004	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X10	Pearson Correlation	,126	-,015	-,006	,264**	,132	,111	,179	,096	,283**	1	,403**	,491**	,461**
	Sig. (2-tailed)	,213	,885	,949	,008	,191	,273	,074	,340	,004		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X11	Pearson Correlation	,084	,169	,185	,451**	,212*	,160	,399**	,232*	,348**	,403**	1	,733**	,691**
	Sig. (2-tailed)	,405	,092	,065	,000	,034	,113	,000	,020	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X12	Pearson Correlation	,128	,137	,024	,489**	,170	,120	,352**	,259**	,356**	,491**	,733**	1	,677**
	Sig. (2-tailed)	,204	,173	,810	,000	,092	,233	,000	,009	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
XTOTAL	Pearson Correlation	,325**	,440**	,431**	,658**	,574**	,467**	,556**	,509**	,588**	,461**	,691**	,677**	1
	Sig. (2-tailed)	,001	,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

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

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

## Lampiran 7

### Hasil Uji Reliabilitas Bauran Pemasaran

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,771	12

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	42,43	18,005	,214	,773
X2	43,00	17,010	,299	,768
X3	42,76	16,811	,263	,775
X4	43,09	15,335	,538	,740
X5	42,90	16,253	,455	,751
X6	42,51	17,040	,345	,762
X7	42,53	16,696	,453	,752
X8	43,19	16,499	,371	,760
X9	43,17	16,183	,472	,749
X10	42,83	17,213	,348	,762
X11	43,53	15,686	,600	,735
X12	43,52	15,020	,555	,737

Lampiran 8

Hasil Perhitungan Uji Validitas Y

		Correlations															
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	YTOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	,044	-,047	,069	,358**	,260**	,234*	,308**	,150	,069	,371**	,115	,176	,207*	,238*	,464**
	Sig. (2-tailed)		,663	,640	,496	,000	,009	,019	,002	,136	,495	,000	,253	,080	,039	,017	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,044	1	,071	,246*	,219*	,057	-,048	,125	,120	,215*	,192	,205*	,309**	,232*	,024	,357**
	Sig. (2-tailed)	,663		,481	,014	,029	,576	,637	,216	,236	,032	,056	,041	,002	,020	,809	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	-,047	,071	1	,005	,016	,135	,181	,118	,132	,049	,052	-,063	,173	,023	,116	,229*
	Sig. (2-tailed)	,640	,481		,960	,873	,179	,071	,241	,192	,626	,604	,536	,085	,823	,249	,022
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,069	,246*	,005	1	,229*	,138	,082	,241*	,057	,050	,127	,048	,088	-,039	,099	,337**
	Sig. (2-tailed)	,496	,014	,960		,022	,171	,418	,016	,571	,622	,210	,635	,385	,702	,327	,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	,358**	,219*	,016	,229*	1	,357**	,373**	,369**	,339**	,136	,493**	,242*	,264**	,273**	,252*	,669**
	Sig. (2-tailed)	,000	,029	,873	,022		,000	,000	,000	,001	,176	,000	,015	,008	,006	,012	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,260**	,057	,135	,138	,357**	1	,289**	,286**	,400**	,055	,335**	,184	,274**	,170	,241*	,573**
	Sig. (2-tailed)	,009	,576	,179	,171	,000		,004	,004	,000	,585	,001	,067	,006	,091	,016	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Y7	Pearson Correlation	,234*	-,048	,181	,082	,373**	,289**	1	,226*	,392**	,106	,358**	,043	,208*	,206*	,191	,536**
	Sig. (2-tailed)	,019	,637	,071	,418	,000	,004		,024	,000	,293	,000	,674	,038	,039	,056	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	,308**	,125	,118	,241*	,369**	,286**	,226*	1	,408**	,278**	,362**	,181	,371**	,215*	,137	,645**
	Sig. (2-tailed)	,002	,216	,241	,016	,000	,004	,024		,000	,005	,000	,072	,000	,032	,175	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	,150	,120	,132	,057	,339**	,400**	,392**	,408**	1	,110	,346**	,209*	,330**	,276**	,090	,615**
	Sig. (2-tailed)	,136	,236	,192	,571	,001	,000	,000	,000		,274	,000	,037	,001	,005	,375	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	,069	,215*	,049	,050	,136	,055	,106	,278**	,110	1	,082	,337**	,215*	,250*	,106	,397**
	Sig. (2-tailed)	,495	,032	,626	,622	,176	,585	,293	,005	,274		,417	,001	,032	,012	,295	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y11	Pearson Correlation	,371**	,192	,052	,127	,493**	,335**	,358**	,362**	,346**	,082	1	,385**	,435**	,391**	,037	,663**
	Sig. (2-tailed)	,000	,056	,604	,210	,000	,001	,000	,000	,000	,417		,000	,000	,000	,713	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y12	Pearson Correlation	,115	,205*	-,063	,048	,242*	,184	,043	,181	,209*	,337**	,385**	1	,301**	,293**	,091	,478**
	Sig. (2-tailed)	,253	,041	,536	,635	,015	,067	,674	,072	,037	,001	,000		,002	,003	,366	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y13	Pearson Correlation	,176	,309**	,173	,088	,264**	,274**	,208*	,371**	,330**	,215*	,435**	,301**	1	,424**	,155	,609**
	Sig. (2-tailed)	,080	,002	,085	,385	,008	,006	,038	,000	,001	,032	,000	,002		,000	,123	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y14	Pearson Correlation	,207*	,232*	,023	-,039	,273**	,170	,206*	,215*	,276**	,250*	,391**	,293**	,424**	1	,114	,522**
	Sig. (2-tailed)	,039	,020	,823	,702	,006	,091	,039	,032	,005	,012	,000	,003	,000		,258	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Y15	Pearson Correlation	,238*	,024	,116	,099	,252*	,241*	,191	,137	,090	,106	,037	,091	,155	,114	1	,372**
	Sig. (2-tailed)	,017	,809	,249	,327	,012	,016	,056	,175	,375	,295	,713	,366	,123	,258		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y TOT AL	Pearson Correlation	,464**	,357**	,229*	,337**	,669**	,573**	,536**	,645**	,615**	,397**	,663**	,478**	,609**	,522**	,372**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,022	,001	,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	100
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																	

## Lampiran 9

### Hasil Uji Reliabilitas Kaputusan Pembelian

<b>Case Processing Summary</b>			
		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.			

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,789	15

<b>Item-Total Statistics</b>				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	56,13	26,862	,372	,780
Y2	56,03	27,848	,274	,786
Y3	56,07	28,490	,135	,793
Y4	57,77	27,250	,199	,794
Y5	56,62	24,440	,577	,761
Y6	56,37	25,326	,466	,771
Y7	56,49	25,364	,413	,776
Y8	56,43	23,945	,529	,765
Y9	56,47	24,353	,496	,768
Y10	56,27	27,088	,286	,786
Y11	56,30	25,162	,585	,763
Y12	56,29	26,067	,355	,781
Y13	56,13	25,831	,530	,769
Y14	56,38	26,198	,424	,775
Y15	56,41	27,335	,264	,787

## Lampiran 10

### Hasil Uji Normalitas Data

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,65344802
Most Extreme Differences	Absolute	,049
	Positive	,047
	Negative	-,049
Test Statistic		,049
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 <sup>c,d</sup>
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		



## Lampiran 11

### Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,168	,265		4,415	,000
	Bauran Pemasaran	,733	,067	,739	10,860	,000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**Lampiran 12****Hasil Perhitungan Analisis Koefisien Korelasi Dan Deteminasi**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,739 <sup>a</sup>	,546	,542	,24520
a. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran				

### Lampiran 13

#### Uji Kelayakan Model (Uji F)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7,091	1	7,091	117,946	,000 <sup>b</sup>
	Residual	5,892	98	,060		
	Total	12,984	99			
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian						
b. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran						