

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI LAPTOP
PADA KONSUMEN TOKO MENARA KOMPUTER
PONTIANAK**

Tanggung Jawab Yuridis Kepada:

ALFI GUNAWAN
NIM. 181310145

Program Studi Manajemen

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

**Pada Tanggal:
22 Mei 2023**

Majelis Penguji:

Pembimbing Utama



Samsuddin, SE., M.Si.
NIDN. 1113117701

Penguji Utama



Dr. H. Helman Fachri, SE., M.M.
NIDN. 1107056101

Pembimbing Pembantu



Ananda Archie, S.E., M.A.B
NIDN. 1113099401

Penguji Pembantu

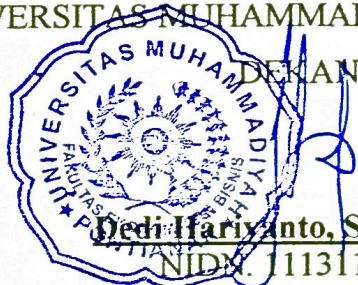


Sumiyati, SE., M.M.
NIDN. 1125117801

Pontianak, 22 Mei 2023

Disahkan Oleh:

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**



Dedi Hariyanto, S.E., M.M.
NIDN. 1113117702

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
LAPTOP PADA KONSUMEN TOKO MENARA KOMPUTER
PONTIANAK**

SKRIPSI

OLEH :

**ALFI GUNAWAN
NIM. 181310145**



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK
2023**

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat dan karunia-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Ulang Laptop pada Konsumen Toko Menara Komputer Pontianak”.

Dalam penulisan skripsi ini, penulis banyak mendapatkan arahan, bimbingan, saran dan masukan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. Doddy Irawan, S.T., M.Eng. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Dedi Hariyanto, S.E., M.M. selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
3. Ibu Neni Triana M., SE., M.M. selaku Ketua Program Studi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
4. Bapak Samsuddin, S.E., M.Si. selaku Pembimbing Utama dalam penulisan skripsi ini yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
5. Ibu Ananda Archie, S.E., M.A.B. selaku Pembimbing Kedua dalam penulisan skripsi ini yang telah memberikan bimbingan dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
6. Bapak dan Ibu Dosen pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak, beserta Bapak dan Ibu selaku

Staf pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

7. Pemilik, Manajer dan seluruh karyawan Toko Menara Komputer CV Menara Square yang telah membantu dan mendukung penulis dalam proses penelitian dan pengambilan data Penelitian.
8. Para responden penelitian yang telah bersedia membantu penulis dalam pelaksanaan penelitian.
9. Kedua orang tua yang telah memberikan dukungan dan motivasi baik secara moral maupun materil dalam penulisan skripsi ini.
10. Abang dan adik saya yang telah memberikan semangat dalam penulisan skripsi ini.
11. Rekan-rekan seperjuangan yang memberikan dorongan dan bantuan selama penulisan skripsi ini.

Penulis telah mengusahakan penulisan skripsi ini sebaik mungkin, namun penulis menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih dimungkinkan ditemukan kekurangan sehingga diperlukan penyempurnaan. Akhir kata semoga atas hidayah Allah SWT, skripsi ini dapat memberikan manfaat khususnya bagi penulis pribadi dan menjadi bahan bacaan pihak-pihak lain yang mungkin berkenan merespon hal-hal yang berhubungan dengan manajemen pemasaran.

Pontianak, Mei 2023
Penulis,

Alfi Gunawan
NIM 181310145

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli ulang laptop pada konsumen Toko Menara Komputer Pontianak. Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif. Teknik pengumpulan data yaitu dengan wawancara dan kuesioner. Metode penarikan sampel dalam penelitian ini adalah *purposive sampling* dengan jumlah 100 orang responden. Adapun metode analisis data dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana, koefisien korelasi (R), koefisien determinasi (R^2) dan uji kelayakan model (uji F).

Nilai persamaan regresi sederhana yang diperoleh adalah $Y = 0,353 + 1,194X$ yang artinya jika bauran pemasaran bernilai 0 maka minat beli ulang konsumen bernilai sebesar 0,353 satuan. Kemudian, jika variabel bauran pemasaran meningkat sebesar 1 (satu) satuan, maka minat beli ulang konsumen akan meningkat sebesar 1,194 satuan. Hasil analisis koefisien korelasi adalah 0,788. Artinya, hubungan variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini dikategorikan kuat. Hasil analisis koefisien determinasi (*R Square*) adalah 0,620 atau 62%. Artinya, variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen sebesar 62,0%. Sedangkan 38,0% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model (Uji F) adalah nilai $f_{hitung} 160,023 > f_{tabel} 3,938$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi sederhana dapat digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

Kata Kunci: Bauran Pemasaran, Minat Beli Ulang

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	15
C. Batasan Masalah	15
D. Tujuan Penelitian	16
E. Manfaat Penelitian	16
F. Kerangka Pemikiran	17
G. Metode Penelitian	20
1. Jenis Penelitian.....	20
2. Teknik Pengumpulan Data.....	20
3. Populasi dan Sampel	21
4. Variabel Penelitian	23
5. Skala Pengukuran.....	23
6. Teknik Analisis Data.....	24
BAB II. LANDASAN TEORI	
A. Manajemen Pemasaran	30
1. Pengertian Manajemen Pemasaran	30
2. Konsep Manajemen Pemasaran	31
B. Bauran Pemasaran.....	33
1. Pengertian Bauran Pemasaran.....	33
2. Dimensi Bauran Pemasaran	33
C. Minat Beli Ulang	39
1. Pengertian Minat Beli Ulang.....	39
2. Dimensi-dimensi Minat Beli Ulang	41
BAB III. GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Profil Toko Menara Komputer CV Menara Square Pontianak.....	43
B. Tujuan Toko Menara Komputer CV Menara Square Pontianak	44
C. Visi dan Misi Toko Menara Komputer CV Menara Square Pontianak	44
D. Struktur Organisasi Toko Menara Komputer CV Menara Square Pontianak	45
E. Waktu Operasional Toko Menara Komputer Pontianak.....	51
BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden.....	52
1. Usia Responden.....	52

2. Jenis Kelamin Responden	53
3. Pekerjaan Responden	53
4. Status Perkawinan Rssponden.....	54
5. Merek Laptop yang Diminati Responden	54
6. Pendidikan Terakhir Responden	55
7. Pendapatan Responden.....	55
B. Uji Instrumen dan Analisis Data.....	56
1. Uji Validitas	56
2. Uji Reliabilitas	58
3. Uji Normalitas	59
4. Analisis Regresi Linear Sederhana	60
5. Analisis Koefisien Korelasi (R)	61
6. Koefisien Determinasi (R^2).....	62
7. Uji Kelayakan Model (Uji F)	63
BAB V. PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	64
B. Saran.....	65
Daftar Pustaka	67
Lampiran-lampiran.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Nama Toko Komputer di Kota Pontianak Tahun 2022	2
Tabel 1.2	Daftar Harga dan Produk yang Ditawarkan di Toko Menara Komputer Tahun 2019-2021	7
Tabel 1.3	Penjualan Laptop di Toko Menara Komputer Tahun 2019-2021	11
Tabel 1.4	Pendapatan dan Persentase Toko Menara Komputer	13
Tabel 1.5	Bobot Penilaian Skala <i>Likert</i>	24
Tabel 1.6	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	27
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	53
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	53
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	54
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Merek Laptop yang Diminati	54
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	55
Tabel 4.7	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	55
Tabel 4.8	Uji Validitas Bauran Pemasaran (X)	57
Tabel 4.9	Uji Validitas Minat Beli Ulang Konsumen (Y)	58
Tabel 4.10	Uji Reliabilitas Instrumen	59
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas	60
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	61
Tabel 4.13	Hasil Analisis Koefisien Korelasi (R)	62
Tabel 4.14	Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)	63

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	19
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Toko Menara Komputer Pontianak.....	46

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner.....	69
Lampiran 2. Data Responden Penelitian.....	76
Lampiran 3. Skor Kuesioner Bauran Pemasaran (X).....	81
Lampiran 4. Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran	86
Lampiran 5. Skor Kuesioner Minat Beli Ulang Konsumen (Y)	90
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Beli Ulang Konsumen	93
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran.....	95
Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Minat Beli Ulang Konsumen	96
Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas.....	97
Lampiran 10. Hasil Analisis Regresi Linear	98
Lampiran 11. Hasil Analisis Koefisien Korelasi dan Determinasi	99
Lampiran 12. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)	100
Lampiran 13. R Tabel	101
Lampiran 14. F Tabel.....	104

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pada era revolusi industri 4.0 ini dunia telekomunikasi dan industri komputer sudah berkembang pesat persaingan bisnis khususnya dunia telekomunikasi tidak dapat dihindari. Produsen yang akan menjual produknya, berupa barang dan jasa harus mampu memenuhi apa yang dibutuhkan dan diinginkan oleh para konsumennya, sehingga dapat memberikan nilai yang lebih baik daripada rivalnya. Pelaku usaha yang bergerak di bidang penjualan dan pemasaran barang atau jasa harus dapat melakukan upaya untuk memberikan pengaruh kepada konsumen dengan tujuan konsumen tertarik dan mau membeli produk yang ditawarkannya, bahkan yang semula tidak atau belum memiliki keinginan, menjadi tertarik dan ingin membeli. Hal ini dikarenakan pada prinsipnya konsumen yang menolak hari ini belum tentu menolak hari berikutnya, akibatnya timbul persaingan dalam menawarkan produk-produk yang berkualitas dengan harga yang mampu bersaing di pasaran. Di era modern ini fenomena dalam industri teknologi informasi merupakan suatu industri bisnis besar sehingga sudah menjadi gaya hidup yang sangat diminati bahkan menjadi kebutuhan barang pokok.

Minat beli sering kali digunakan sebagai sarana dalam menganalisis perilaku konsumen. Sebelum melakukan suatu transaksi pembelian, konsumen pada umumnya akan mengumpulkan informasi, baik mengenai produk yang didasarkan pada pengalaman pribadi maupun yang berasal dari lingkungan

sekitar. Setelah informasi terkumpul, konsumen akan memulai penilaian terhadap produk yang ditawarkan, mengevaluasi serta membuat suatu keputusan pembelian setelah membandingkan produk dan mempertimbangkannya.

Laptop merupakan salah satu produk yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia dalam mempermudah suatu pekerjaan. Permintaan manusia akan perangkat *portable*, seperti laptop semakin hari semakin meningkat mengingat cepatnya inovasi teknologi yang digunakan pada masa ke masa. Penggunaan media sosial juga sangat berpengaruh terhadap pola dalam pembelian di masyarakat, mudahnya akses internet juga memudahkan masyarakat mencari atau mengetahui inovasi yang sedang tren saat ini. Di bawah ini merupakan daftar usaha toko *showroom* laptop di Kota Pontianak, khususnya yang berada di sekitar Toko Menara Komputer, dapat dilihat pada tabel 1.1.

Tabel 1.1
Dinas Penanaman Modal dan PTSP
Daftar Nama Toko Komputer di Kota Pontianak
2022

No.	Nama Perusahaan	Alamat	Nama KBLI
1.	Arhagatri	Jl. Teuku Umar Komp. Pontianak Mall, Blok B No. 20	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
2.	Bagilmu	Jl. Johar Gg. Pelangi No. 8	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
3.	Cahaya Mandiri	Jl. KH. Ahmad Dahlan, No. 47	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
4.	Cipta Nusantara	Jl. Diponegoro, No. 167	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
5.	CV. Orange Multimedia	Jl. KH. Ahmad Dahlan, Gg. Margosari, No. 28	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
6.	Daya Multi Kreasi	Jl. Teuku Umar, Komp. Pontianak Mall, Blok B, 17	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya

**Tabel 1.1
(Lanjutan)**

No.	Nama Perusahaan	Alamat	Nama KBLI
7.	Digit	Jl. Nusa Indah Blok III, No. 99	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
8.	Digit	Jl. Bardan Nadi, Komp. Tanjungpura Indah, Blok E-10	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
9.	Gemilang Jaya	Jl. Nusa Indah, Blok B, No. 20	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
10.	Haikal Putra Ramadhan	Jl. KH. Ahmad Dahlan, No. 24	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
11.	Haroka	Jl. KH. Ahmad Dahlan, Gg. Dodi 1, No. 26	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
12.	Konsumen Kartika Wicaksana Borneo	Jl. Rahadi Usman, No. 1	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
13.	Mahardhika Karya	Jl. Cendrawasih, No. 4	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
14.	Mahkota Komputer	Jl. Johar, No. 90C	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
15.	Mako Mitra Abadi	Jl. Johar, No. 90C	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
16.	Menara Grup	Jl. HOS. Cokroaminoto, No. 294	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
17.	Menara Quantum	Jl. HOS. Cokroaminoto	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
18.	Menara Square	Jl. HOS. Cokroaminoto, No. 294	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
19.	One Elektronik	Jl. Diponegoro, No. 29	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
20.	Pattimura Jaya	Jl. Patimura, Blok CC, No. 18	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
21.	PD. Indo	Jl. HOS. Cokroaminoto, No. 495	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
22.	Pegawai Perum Telekomunikasi	Jl. Teuku Umar, No. 16	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
23.	Putera Pertama	Jl. Camar, No. 27	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
24.	Rian Rizky Purnama	Jl. KH. Ahmad Dahlan, No. 46	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
25.	Toko Kreatif	Jl. Nusa Indah I, No. 36	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya
26.	Zafrando Agung	Jl. Patimura, Komp. Patimura Indah, No. 291-A	Perdagangan Eceran Komputer dan Perlengkapannya

Sumber: Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kota Pontianak, 2022

Pada Tabel 1.1 di atas diketahui bahwa terdapat banyak toko yang menjalankan bisnis atau usaha berupa penjualan produk perangkat komputer

dan laptop di daerah sekitar Toko Menara Komputer. Dalam hal ini terdapat 24 toko atau usaha serupa yang terdaftar dan memiliki izin resmi, menjadi pesaing bagi Toko Menara Komputer dalam menjalankan bisnis dan usahanya di bidang penjualan laptop di wilayah Kelurahan Tengah, Kecamatan Pontianak Kota, Kota Pontianak. Sedangkan Menara Quantum dan Menara Grup tidak dimasukkan sebagai pesaing usaha, karena merupakan perusahaan yang pemiliknya sama dengan CV Menara Square.

Toko Menara Grup juga menerima pelayanan *service* untuk produk laptop dan komputer selain merek ASUS. Sementara itu, Toko Menara Quantum sudah tidak menjalankan aktivitas operasional lagi, namun masih terdaftar di Dinas Penanaman Modal dan PTSP Kota Pontianak. Dalam menjalankan bisnisnya, CV Menara Square memiliki beberapa unit usaha, yaitu Toko Menara Komputer yang melakukan penjualan komputer, laptop dan aksesoris-aksesorisnya serta pelayanan *service* untuk produk laptop dan komputer dengan merek ASUS. Kemudian Toko Menara Grup yang fokus pada penjualan unit-unit komputer, laptop dan barang-barang habis pakai seperti tinta *printer*, *cartridge printer*, *toner*, kabel *power*, kabel *USB* dan selang *tinta infus* dalam jumlah banyak untuk kepentingan pengadaan di kantor-kantor atau lembaga-lembaga milik pemerintah maupun swasta.

Selanjutnya, CV Menara Square memiliki unit usaha lainnya yaitu Toko Menara Ponsel yang melakukan penjualan *smartphone* dari berbagai merek, beserta aksesoris-aksesorisnya serta *service* untuk produk *smartphone* dengan merek ASUS. Kemudian, Toko Buku Menara yang melakukan penjualan buku-

buku bacaan baik fiksi maupun ilmiah, termasuk buku-buku materi untuk sekolah dan perguruan tinggi, serta menjual alat-alat tulis perkantoran.

Toko Menara Komputer sudah menjalankan usahanya selama 13 tahun yaitu bermula pada tahun 2008. Dalam rentang waktu tersebut, pemilik usaha tentu sudah berpengalaman dalam memahami perkembangan produk, merek, kualitas dan spesifikasi pada tiap-tiap produk yang dijual. Hal inilah yang membuat produk yang dijual terjamin keasliannya dan desain yang variatif. Toko Menara Komputer pun berusaha untuk selalu menghadirkan koleksi terbaru mengikuti perkembangan zaman untuk menarik perhatian konsumen, memenangkan hati para konsumen bahkan memberikan kepuasan kepada konsumen. Artinya, hal-hal yang berkaitan dengan dimensi produk (*product*) seperti kualitas, keaslian dan spesifikasi tersedia cukup lengkap di Toko Menara Komputer, sehingga konsumen memiliki banyak pilihan ketika hendak membeli produk di Toko Menara Komputer.

CV Menara Square melalui unit usahanya Toko Menara Komputer dengan nama KBLI perdagangan eceran komputer dan perlengkapannya fokus pada penjualan-penjualan laptop, komputer dan perlengkapan atau aksesoris lainnya untuk pembelian satuan untuk kepentingan pribadi. Produk yang dijual di toko ini terbilang cukup lengkap, seperti *Personal Computer* (PC), Layar Komputer, CPU, Laptop, dan aksesoris lainnya seperti *Flashdisc* (USB), *Keyboard*, *Mouse*, *Stick Gaming* dan *Printer* serta aksesoris-aksesoris lainnya.

Toko Menara Komputer dalam menjalankan usahanya, berkembang menjadi salah satu tempat resmi untuk *service center* produk merek ASUS.

Produk Laptop dengan merek ASUS apabila mengalami kerusakan atau perlu diperbaiki, dapat dilakukan di Toko Menara Komputer dengan garansi resmi ASUS. Dalam hal produk yang dijual, Toko Menara Komputer tidak hanya menjual produk merek ASUS, namun terdapat pula produk-produk dengan merk lain, seperti AXIOO, ACER, LENOVO dan HP (*Hewlett Packard*). Khusus untuk penjualan produk laptop pada masing-masing merek, CV Menara Square menawarkan 2 (dua) versi yaitu versi *Gaming Series* dan *Non-Gaming Series*. Kemudian, tersedia pula pilihan tipe 32 bit dan 64 bit baik untuk versi *Gaming Series* maupun *Non-Gaming Series*. Secara detailnya adalah produk laptop *Gaming dan Non-Gaming Series 14-16 Inc (64 Bit dan 32 Bit)*, produk *Notebook 10-12 Inc (64 Bit dan 32 Bit)*, *Maxbook 9-11 Inc (64 Bit dan 32 Bit)*.

Berdasarkan daftar pesaing yang ada, dapat dikatakan persaingan usaha yang harus dihadapi oleh Toko Menara Komputer pada bisnis ini cukup ketat. Artinya, Toko Menara Komputer memang harus jeli dalam memanfaatkan peluang dan mengantisipasi tantangan yang ada. Tentunya beberapa hal yang harus diperhatikan oleh Toko Menara Komputer agar tetap mampu bersaing dan dipercaya oleh masyarakat untuk menjadi pilihan sebagai tempat untuk membeli perangkat komputer maupun laptop adalah, dengan menjaga kualitas dan orisinalitas produk yang dijual serta mengupayakan harga penjualan produk yang kompetitif, namun tetap mendapatkan keuntungan.

Pada penelitian ini, penjualan barang atau produk yang menjadi fokus penelitian adalah laptop. Hal ini disebabkan, laptop sudah menjadi salah satu

alat atau perangkat yang sangat penting untuk dimiliki oleh sebagian orang untuk menunjang aktivitas kerjanya sehari-hari. Untuk produk laptop yang tersedia di Toko Menara Komputer lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel 1.2 di bawah ini:

Tabel 1.2
Toko Menara Komputer
Daftar Harga dan Produk yang Ditawarkan
Toko Menara Komputer Kota Pontianak
2019-2021

Nama Produk (Untuk Semua Spesifikasi)	Rentang Harga (Rp)
LAPTOP	
AXIOO	3.499.000 – 12.999.000
HP (<i>Hawlett Packard</i>)	6.399.000 – 23.999.000
ASUS	5.399.000 – 28.199.000
ACER	5.749.000 – 28.599.000
LENOVO	5.199.000 – 7.799.000
PC DESKTOP	
Paket Intel Dual Core	2.499.000 – 3.699.000
Paket Intel Core i3	3.199.000 – 4.799.000
Paket Intel Core i5	7.099.000 – 8.099.000
Paket Intel Core i7	10.199.000 – 10.999.000
PRINTER	
Brother	2.250.000 – 7.300.000
PROJEKTOR	
Cheerlux All Type	1.399.000 – 2.799.000
Acer BS 120PV	5.099.000
Epson All Type	5.199.000 – 6.399.000
Infocus All Type	5.199.000 – 5.499.000
HARGA SPAREPART BESERTA ONGKOS PASANG	
Keyboard All Type and Product	250.000 – 350.000
Baterai Laptop/NB/MB All Type and Product	450.000 – 550.000
LCD Panel All Type and Product	450.000 – 800.000
LAPTOP SECOND	
ASUS	1.499.000 – 3.699.000
ACER	1.299.000 – 5.400.000
LENOVO	2.199.000
MACBOOK	8.999.000
ONGKOS SERVICE BIASA	
Ongkos Service Hardware	100.000 – 300.000
Ongkos Service Software/Instalan	20.000 – 120.000
HANDPHONE	
XIAOMI	1.149.000 – 6.599.000
SAMSUNG	1.299.000 – 29.999.000
REALME	1.399.000 – 6.999.000

Tabel 1.2
(Lanjutan)

Nama Produk (Untuk Semua Spesifikasi)	Rentang Harga (Rp)
VIVO	1.499.000 – 8.999.000
OPPO	1.699.000 – 7.999.000
IPHONE	10.999.000 – 32.999.000

Sumber: Toko Menara Komputer Pontianak, 2022

Berdasarkan Tabel 1.2 dapat dilihat Toko Menara Komputer tidak hanya memasarkan produk laptop, namun memasarkan pula produk-produk pendukung lainnya seperti *PC Desktop*, *Printer*, *Projector* dan *Smartphone* dari berbagai merek. Selain itu, Toko Menara Komputer pun menawarkan jasa pelayanan pergantian dan pemasangan *spare part* untuk perangkat laptop atau PC dengan harga *spare part* yang sudah termasuk ongkos pasang.

Kemudian, tersedia pula laptop-laptop *second* dengan harga yang bervariasi menyesuaikan dengan kondisi barang. Khusus untuk harga laptop *second*, tidak dapat dipastikan, karena penentuan harga tergantung kondisi barang dan kesepakatan antara toko dengan pemilik yang hendak menjual laptop tersebut. Dalam hal ini Toko Menara Komputer hanya sebagai perantara penjualan dan mengambil komisi dari hasil penjualan tersebut. Terdapat pula pelayanan *service* biasa seperti instal ulang, instal *software* dan *service hardware* atau perangkat keras. Hanya saja, dalam penelitian ini difokuskan pada produk laptop.

Produk laptop dan harga yang dijual pada Toko Menara Komputer berbeda-beda sesuai dengan kategori merk laptop dan spesifikasi laptop. Penetapan harga tergantung dari spesifikasi dan kualitas yang terdapat pada masing-masing produk dan dengan mempertimbangkan ongkos kirim tiap

produk. Selain itu, penetapan harga laptop pun diupayakan agar dapat bersaing dengan para kompetitor namun tentunya tetap memperhitungkan keuntungan dari setiap penjualan menjadi aspek penting yang diperhatikan Toko Menara Komputer dalam penetapan harga produk.

Dapat dikatakan bahwa pada dimensi harga (*price*), Toko Menara Komputer selalu mempertimbangkan secara matang agar harga yang ditetapkan sesuai dengan kualitas dan spesifikasi produk, sehingga tidak mengecewakan konsumen. Selain itu, pertimbangan mengenai keterjangkauan harga yang sesuai dengan daya beli masyarakat, keuntungan dan promo potongan harga untuk produk pun sering dilakukan dalam upaya menarik minat beli konsumen.

Toko Menara Komputer sebagaimana yang telah diketahui yaitu didirikan sejak tahun 2008 yang beralamat di Jalan HOS. Cokroaminoto Nomor 294, Kota Pontianak. Selain itu, Toko Menara Komputer pun merupakan salah satu tempat *service center* resmi produk merk ASUS di Kota Pontianak, sehingga dapat memberikan jaminan bagi masyarakat untuk ketersediaan *spare part* yang asli, apabila hendak melakukan perbaikan terhadap produk. Mengenai lokasi atau tempat usaha Toko Menara Komputer atau dalam istilah manajemen pemasaran disebut *place* ini cukup mendukung untuk mendapatkan banyak konsumen. Jika dilihat dari lokasi, Toko Menara Komputer ini dekat dengan pusat kota dan keramaian, yaitu dekat dengan Jalan Gajahmada, Jalan Diponegoro, Jalan Teuku Umar, Jalan Tanjungpura, Mall

Matahari, Pontianak Mall, Pasar Mawar dan Pasar Tengah. Kemudian, dekat pula dengan beberapa kantor instansi Pemerintah Kota Pontianak.

Toko Menara Komputer mempromosikan produknya tidak hanya mengandalkan pemasangan spanduk atau banner saja. Promosi pun dilakukan melalui media *online* seperti Instagram dengan nama Menara Computer (@menaracomputer) dan WhatsApp Business. Melalui 2 (dua) media sosial tersebut, Toko Menara Komputer selalu melakukan pembaharuan status dan konten setiap harinya secara berkala dan menerima pesan langsung secara melalui 2 (dua) akun media sosial tersebut tanpa konsumen perlu datang ke toko. Untuk mempermudah konsumen mendatangi toko, Toko Menara Komputer tentunya memasang plang nama di toko.

Pada dimensi promosi (*promotion*), Toko Menara Komputer telah berupaya melakukannya semaksimal mungkin, bahkan memanfaatkan akses *online* untuk melakukan promosi dan penjualan produk. Selain itu, promo-promo yang diberikan Toko Menara Komputer untuk penjualan laptop pun cukup menarik yaitu promo potongan harga untuk pembelian produk secara tunai, promo hadiah untuk pembelian tunai dan kredit, promo bunga ringan dan tanpa DP untuk produk dengan merek tertentu yang dibeli dengan cara kredit dan promo program donasi untuk tiap pembelian produk laptop baik yang dilakukan secara tunai maupun kredit. Metode pembayaran pun dipermudah, karena pihak toko menerima pembayaran secara tunai maupun non tunai atau sistem transfer. Namun, untuk sistem non tunai, toko hanya menyediakan pembayaran transfer antar bank, lewat *mobile banking* dan

melalui kartu debit atau kartu kredit. Sejauh ini belum tersedia pembayaran melalui dompet digital.

Daftar penjualan produk laptop yang dilakukan oleh Toko Menara Komputer dapat dilihat pada tabel 1.3 berikut ini:

Tabel 1.3
Toko Menara Komputer
Penjualan Laptop di Toko Menara Komputer
Kota Pontianak
2019-2021

NO	Nama Produk	Jumlah Penjualan (Unit)			Total Penjualan (Unit)
		2019	2020	2021	
1	ASUS	60	65	71	196
2	ACER	8	9	9	26
3	Lenovo	22	24	11	57
4	Hewlett-Packard (HP)	22	28	30	80
Jumlah Unit Terjual		112	126	121	359

Sumber: Toko Menara Komputer, 2022

Berdasarkan Tabel 1.3 di atas produk yang paling laku adalah laptop merk ASUS baik *Gaming Series* maupun *Non-Gaming Series* yang setiap tahunnya selalu mengalami peningkatan paling banyak dan terjual paling banyak diantara produk-produk lain yang dijual pada Toko Menara Komputer. Pemilik usaha menjelaskan bahwa penyebab laptop dengan merk ASUS menjadi produk yang paling laku terjual di Toko Menara Komputer adalah karena fitur dan spesifikasinya dianggap lengkap, mudah dipahami dan mudah dijalankan. Sedangkan produk yang penjualan paling sedikit adalah laptop merk ACER, namun dengan jumlah penjualan di setiap tahunnya relatif stabil. Kurangnya minat beli terhadap produk merk ACER, baik yang versi *Gaming Series* dan *Non Gaming Series* adalah karena di kalangan masyarakat umum, fitur maupun spesifikasi performanya dianggap masih kalah dibandingkan

dengan merk-merk lainnya, sementara dari segi harga justru berada pada range harga yang cukup tinggi.

Pada laptop merk LENOVO sempat mengalami kenaikan penjualan pada tahun 2020, namun mengalami penurunan yang cukup signifikan pula pada tahun 2021. Pemilik usaha menjelaskan bahwa yang menjadi penyebabnya adalah nama merek yang memang masih kalah pamor di kalangan masyarakat umum. Sementara itu, untuk laptop merk Hewlett Packard (HP) cenderung mengalami kenaikan penjualan meskipun jumlah yang terjual tidak sebanyak laptop merk ASUS. Dalam hal ini, pemilik usaha menjelaskan bahwa meskipun rentang harga yang ditawarkan cukup tinggi, namun performa fitur dan spesifikasinya, oleh kalangan masyarakat dianggap yang paling kekinian dan paling lengkap.

Pemilik Toko Menara Komputer memberikan informasi tambahan bahwa yang menjadi penyebab kenaikan penjualan adalah munculnya fitur dan spesifikasi baru dengan performa yang handal untuk setiap produk, ditambah lagi pada tahun 2020 ada kebijakan pemerintah yang memberikan subsidi Pajak Pertambahan Nilai untuk Barang Mewah (PPNBM) yang menjadikan harga pokok produk turun, sehingga harga jualnya pun ikut turun. Hal ini menyebabkan jumlah produk yang terjual meningkat cukup signifikan untuk setiap produk. Ini menunjukkan bahwa faktor produk dan harga cukup memberikan dampak bagi konsumen untuk memutuskan melakukan pembelian produk.

Berdasarkan total penjualan laptop yang dilakukan, maka Toko Menara Komputer memperoleh total pendapatan tahunan sebagaimana dipaparkan dalam tabel 1.4 berikut ini:

Tabel 1.4
Toko Menara Komputer
Pendapatan dan Persentase Toko Menara Komputer
Kota Pontianak
2019-2021

Tahun	Pendapatan	Persentase
2019	Rp664.583.640,00	-
2020	Rp920.905.760,00	38,57%
2021	Rp927.836.000,00	0,75%

Sumber: Toko Menara Komputer, Tahun 2022

Pada Tabel 1.4 di atas dijelaskan bahwa pendapatan Toko Menara Komputer pada tahun 2019 adalah sebesar Rp664.583.640,00 dan tahun 2020 memperoleh pendapatan Rp920.905.760,00 atau naik 38,57% dari tahun sebelumnya dan pada tahun 2021 pendapatan yang diperoleh adalah sebesar Rp927.836.000,00 atau naik 0,75% dari tahun sebelumnya. Dari tabel tersebut dapat dilihat bahwa pendapatan dalam kurun waktu 3 tahun terakhir mengalami kenaikan setiap tahunnya.

Berdasarkan data dan informasi awal yang penulis dapatkan dari hasil wawancara dengan pemilik Toko Menara Komputer diketahui bahwa faktor produk yang berkaitan dengan merk, kualitas, spesifikasi, fitur dan performa menjadi pertimbangan konsumen dalam membeli produk laptop. Selain itu, faktor harga yang berkaitan dengan kenaikan, penurunan dan potongan harga yang ditawarkan pun menjadi pertimbangan lain bagi konsumen. Kemudian faktor lokasi usaha yang berada di pusat kota dan mudah dijangkau pun

menjadi pertimbangan konsumen untuk melakukan pembelian. Selanjutnya adalah, faktor promosi yang selalu dilakukan oleh Toko Menara Komputer baik dalam bentuk promosi biasa, promosi lewat media sosial, promo potongan harga, promo pembelian berhadiah dan sebagainya menarik minat konsumen untuk membeli.

Selanjutnya, berdasarkan latar belakang yang dijelaskan mengenai persaingan usaha yang serupa di Kelurahan Tengah, Kota Pontianak. Kemudian, melihat pendapatan dari hasil penjualan laptop dari tahun 2020 meningkatkan sebesar 38,57%, namun pada tahun 2021 hanya meningkat sebesar 0,75%. Pemilik Toko Menara Komputer menjelaskan bahwa penyebab berkurangnya penjualan di tahun 2021 dibanding tahun sebelumnya adalah sebagian besar merek belum mengeluarkan produk-produk terbaru di pasaran, kemudian harga jual untuk setiap produk mengalami kenaikan, karena mengikuti kenaikan dari harga modal yang harus dikeluarkan oleh pelaku usaha.

Pemilik Toko Menara Komputer menambahkan bahwa penyebab lainnya adalah, terdapat beberapa toko komputer baru yang berada di sekitar lokasi Toko Menara Komputer, sehingga meningkatkan persaingan usaha. Berikutnya adalah promosi yang tidak begitu gencar dilakukan di tahun tersebut. Meskipun demikian peningkatan yang terjadi tetap menunjukkan bahwa Toko Menara Komputer mampu bersaing di bidang usaha penjualan laptop. Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas, maka peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian tentang Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Ulang Laptop pada Konsumen Toko Menara Komputer Pontianak.

B. Rumusan Masalah

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap minat beli ulang laptop pada konsumen Toko Menara Komputer Pontianak?

C. Batasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan agar analisis dan pembahasan menjadi jelas, terarah dan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai dalam suatu penelitian. Dalam penelitian ini, peneliti memberikan pembatasan masalah sebagai berikut:

1. Variabel bauran pemasaran, yang dibatasi pada item indikator:
 - a. Produk (*Product*)
 - b. Harga (*Price*)
 - c. Lokasi (*Place*)
 - d. Promosi (*Promotion*)
 - e. Manusia (*People*)
 - f. Tampilan Fisik (*Physical Evidence*)
 - g. Proses (*Process*).
2. Variabel minat beli ulang yang dibatasi pada item indikator:
 - a. Minat transaksional
 - b. Minat referensial

- c. Minat preferensial
- d. Minat eksploratif.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli ulang laptop pada konsumen Toko Menara Komputer Pontianak.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak yang membutuhkan secara teoritis. Manfaat untuk para pihak yang dimaksud diantaranya:

1. Bagi penulis

Diharapkan dapat mengimplementasikan ilmu manajemen, khususnya manajemen pemasaran yang telah diperoleh dan dipelajari selama masa perkuliahan dan memberikan pemahaman lebih terhadap materi yang didapat. Serta penelitian ini juga merupakan syarat bagi penulis untuk menyelesaikan pendidikan strata 1 (S1) di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

2. Bagi Toko Menara Komputer

Diharapkan dapat memberikan informasi, referensi dan masukan dalam menyusun atau menentukan kebijakan mengenai manajemen pemasaran terutama dalam mengevaluasi strategi pemasaran untuk meningkatkan volume penjualan.

3. Bagi Almamater

Diharapkan dapat menambah wawasan mengenai aspek-aspek manajemen pemasaran dan sebagai bahan referensi bagi peneliti lain yang mempunyai keinginan untuk melakukan penelitian khususnya pada permasalahan serupa.

F. Kerangka Pemikiran

Pengertian bauran pemasaran (*marketing mix*) menurut Hise dalam Tanama Putri (2017:72) adalah: “Kombinasi dari kegiatan-kegiatan pemasaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memasarkan barang dan jasa tertentu selama periode waktu tertentu dan pasar yang tertentu”. Bauran pemasaran terdiri dari semua hal yang dapat dilakukan perusahaan untuk mempengaruhi permintaan produknya yang dapat dikelompokkan menjadi tujuh kelompok variabel yang disebut 7P, Ismanto (2020:33) menjelaskan bahwa:

Bauran pemasaran terdiri dari empat elemen dengan istilah 4P dalam pemasaran barang: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*) dan ditambah lagi bila kita melakukan bisnis jasa menjadi 7P, yaitu: Produk (*Product*), Harga (*Price*), Tempat (*Place*), Promosi (*Promotion*), Orang (*People*), Bukti Fisik (*Physical Evidence*), proses (*Process*).

Minat merupakan salah satu aspek psikologis yang mempunyai pengaruh cukup besar terhadap sikap perilaku dan minat juga merupakan sumber motivasi yang akan mengarahkan seseorang dalam melakukan apa yang ingin mereka lakukan. Menurut Durianto dalam Purbohastuti dan Hidayah (2020:38): “Minat beli ulang merupakan sesuatu yang berhubungan dengan rencana konsumen untuk membeli kembali produk tertentu di tempat yang sama, serta berapa banyak unit produk yang dibutuhkan pada periode tertentu”.

Selanjutnya, Ferdinand dalam Purbohastuti dan Hidayah (2020:39) menyatakan bahwa:

Minat beli ulang dapat diidentifikasi melalui indikator-indikator sebagai berikut:

1. Minat transaksional, yaitu kecenderungan seseorang untuk membeli produk.
2. Minat referensial, yaitu kecenderungan seseorang untuk mereferensikan produk kepada orang lain.
3. Minat preferensial, yaitu minat yang menggambarkan perilaku seseorang yang memiliki preferensi utama pada produk tersebut. Preferensi ini hanya dapat diganti jika terjadi sesuatu dengan produk preferensinya.
4. Minat eksploratif, minat ini menggambarkan perilaku seseorang yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminatinya dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk tersebut.

Penelitian Fachreza dan Samsuddin (2021:21) yang berjudul: “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Techno di PD Meteor Motor Sekadau”. Hasil penelitian menyimpulkan terdapat hubungan yang sangat kuat antara bauran pemasaran terhadap minat pembelian sepeda motor Honda Vario Techno di PD Meteor Motor Sekadau.

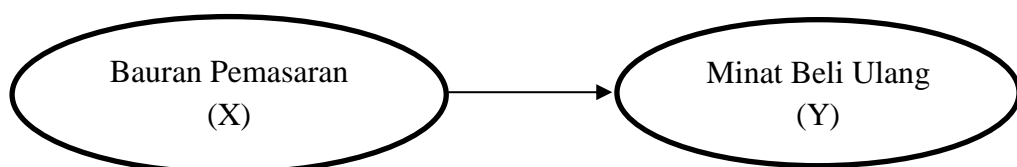
Penelitian Hidayat, Suryadi dan Supriadi (2018:129) yang berjudul: “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Mebel BMS Pontianak”. Hasil penelitian menyimpulkan pengaruh bauran pemasaran terhadap minat konsumen membeli produk mebel pada mebel BMS di Kota Pontianak mempunyai hubungan positif namun rendah.

Penelitian Dwinanda dan Nur (2020:120) yang berjudul: “Bauran Pemasaran 7P dalam Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen pada Retail Gadget Giant Ekspres Makassar”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa bauran pemasaran 7P memiliki pengaruh sebesar 0,496 terhadap minat beli, dengan sisa 50,4% dipengaruhi oleh variabel diluar variabel dalam penelitian

ini. Berdasarkan hasil pengujian inner model diketahui variabel price yang memberikan pengaruh yang paling besar terhadap minat beli. Dari hasil uji hipotesis, hanya variabel price yang diterima berdasarkan perbandingan nilai t hitung $>$ t tabel ($3.428 > 1.978$) dan nilai signifikansi (P value) $0.001 < 0.01$.

Penelitian Lutfiah, Widayanti dan Winarno (2021:4) yang berjudul: “Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di Okui Ponsel Surabaya”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Okui Ponsel Surabaya sudah menerapkan konsep bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan baik. Pada variabel produk, harga, tempat, promosi, dan orang memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen Okui Ponsel Surabaya. Sedangkan pada variabel proses dan bukti fisik tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli ulang konsumen Okui Ponsel Surabaya.

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



Keterangan:

X = Bauran Pemasaran (Variabel Bebas)

Y = Minat Beli Ulang (Variabel Terikat)

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode asosiatif/hubungan. Menurut Siregar (2020:15) penelitian asosiatif/hubungan: “Merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Dengan penelitian ini maka akan dapat dibangun suatu teori yang dapat berfungsi untuk menjelaskan, meramalkan dan mengontrol suatu gejala dalam penelitian”.

2. Teknik Pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data pada Penelitian ini yaitu menggunakan dua macam data, sebagai berikut:

a. Data Primer

Menurut Siregar (2020:37): “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan”. Adapun cara peneliti mendapatkan data primer adalah dengan cara menyebarkan kuesioner dan melakukan wawancara dengan pemilik Toko Menara Komputer. Sugiyono (2019:199) menjelaskan bahwa: “Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”.

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2020:37): “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya”.

Data sekunder yang diperoleh dari Toko Menara Komputer meliputi data laba rugi, data harga produk, data produk yang dijual dan data penjualan tahun 2019 sampai dengan 2021.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2019:285): “Populasi diartikan sebagai 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 seluruh konsumen yang pernah membeli laptop di Toko Menara Komputer selama tahun 2019-2021 baik yang membeli secara tunai maupun kredit. Berdasarkan data penjualan yang penulis peroleh dari Toko Menara Komputer, jumlah konsumen yang membeli laptop pada tahun 2019 - 2021 adalah 359 konsumen.

b. Sampel

Menurut Siregar (2020:56): “Sampel adalah suatu prosedur pengambilan data, di mana hanya sebagian populasi saja yang diambil dan dipergunakan untuk menentukan sifat serta ciri yang dikehendaki dari suatu populasi”. Bila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu

sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili).

Penentuan jumlah sampel untuk jumlah populasi yang diketahui menggunakan rumus Slovin dalam Siregar (2020:61) sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

N = jumlah populasi

e = perkiraan tingkat kesalahan.

$$n = \frac{359}{1 + 359 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{359}{3,60}$$

$$n = 99,72$$

Hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin menunjukkan bahwa jumlah sampel adalah sebanyak 99,72 responden atau jika dibulatkan menjadi 100 responden. Setelah itu, teknik penetapan responden penelitian yang menjadi sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan metode *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2019:289): “*Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu”. Pertimbangan dalam penentuan sampel adalah sebagai berikut:

- 1) Responden berusia minimal 18 tahun.
- 2) Responden dapat mengambil keputusan untuk melakukan pembelian.

4. Variabel Penelitian

Sugiyono (2019:68) mendefinisikan variabel penelitian sebagai :
“Suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu:

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2019:69): “Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel *dependent* (terikat)”. Variabel ini sering disebut sebagai variabel *stimulus*, *predictor*, *antecedent*. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran yang diberi notasi tanda X.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2019:69): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. *Dependent variable* sering disebut dengan variabel output, kriteria, konsekuen. Variabel terikat (*dependent variable*) dalam penelitian ini adalah minat beli ulang yang diberi notasi tanda Y.

5. Skala Pengukuran

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan Skala *Likert*. Menurut Sugiyono (2019:146): “Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Dalam skala *likert* ada 5 (lima) alternatif jawaban atas setiap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan yaitu:

Tabel 1.5
Bobot Penilaian Skala *Likert*

No.	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju (SS)	5
2	Setuju (S)	4
3	Netral (N)	3
4	Tidak Setuju (TS)	2
5	Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Siregar (2020:50)

6. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

Di dalam penelitian ini penulis menggunakan dua uji instrumen yaitu:

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2020:75): “Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur”. Uji validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan uji korelasi *product moment*. Korelasi *product moment* adalah untuk menentukan besaran yang menyatakan bagaimana kuat hubungan suatu variabel dengan variabel lain. Hasil Uji validitas data dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 20. Adapun kriteria pengambilan keputusan adalah sebagai berikut:

- a) Apabila $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$, data dinyatakan valid.
- b) Apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$, data dinyatakan tidak valid.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2020:87): “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 dalam penelitian ini menggunakan teknik *alpha cronbach* dengan menggunakan program SPSS Versi 20. Dimana dikatakan reliabel jika koefisien reliabilitas $> 0,6$. Artinya, hasil perhitungan koefisien reliabilitas untuk hasil jawaban kuesioner dikatakan reliabel apabila lebih besar dari 0,6.

b. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2020:153): “Tujuan dilakukannya 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 bila data tidak berdistribusi normal, maka digunakan uji statistik nonparametrik”. Statistik yang digunakan adalah uji *Kolmogorov Smirnov*. Siregar (2020:154) mengatakan: “Jika nilai signifikansi dari pengujian *Kolmogrov-Smirnov* lebih besar dari 0,05 berarti data normal”.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Siregar (2020:379): “Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu

variabel tak bebas (*dependent*)". Model persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini dapat dituliskan sebagai berikut:

$$Y = a + b.X$$

Sumber: Siregar (2020:379)

Keterangan:

Y = variabel terikat yaitu minat beli konsumen

X = variabel bebas yaitu bauran pemasaran

a dan b = konstanta

d. Analisis Koefisien Korelasi Sederhana (R)

Menurut Siregar (2020:337): "Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel". Nilai korelasi (r) = $(-1 \leq 0 \leq 1)$. Untuk kekuatan hubungan, nilai koefisien korelasi berada di antara -1 sampai 1, sedangkan untuk arah dinyatakan dalam bentuk positif (+) dan negatif (-).

Rumus:

$$r_{hitung} = \frac{n (\sum XY) - (\sum X) (\sum Y)}{\sqrt{[n \sum x^2 - (\sum x)^2] [n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Sumber: Siregar (2020:339)

Dimana:

n = jumlah data (responden)

x = variabel bebas

y = variabel terikat.

Untuk mengukur tingkat korelasi atau kekuatan hubungan antar variabel, tentunya dibutuhkan pembandingan, sehingga dapat memperjelas kategori dari hasil perhitungan korelasi yang diperoleh. Adapun tingkat korelasi dan kekuatan hubungan dapat dilihat pada Tabel 1.6 berikut:

Tabel 1.6
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

No	Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
1	0,000-0,199	Sangat lemah
2	0,200-0,399	Lemah
3	0,400-0,599	Cukup
4	0,600-0,799	Kuat
5	0,800-1,000	Sangat kuat

Sumber: Siregar (2020: 337)

e. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Siregar (2020:338): “Koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)”.

Rumus: $KD = (r)^2 \times 100\%$

Analisis Koefisien Determinasi (R^2) ini digunakan dalam penelitian ini untuk mengetahui seberapa besar pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli laptop pada konsumen Toko Menara Komputer Pontianak.

f. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Gani dan Amalia (2018:159): “Uji atau *Goodness of Fit Test* adalah pengujian kelayakan model. Model yang layak adalah model yang dapat digunakan untuk mengestimasi populasi. Model regresi dikatakan layak jika nilai F sebuah model memenuhi kriteria yang telah ditetapkan”.

Pada penelitian pengujian dengan uji F dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah model regresi sederhana, dapat atau tidak digunakan untuk memprediksi variabel minat beli yang dipengaruhi variabel bauran pemasaran. Adapun hipotesis yang diajukan adalah:

Ho: Model regresi linear sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi minat beli ulang konsumen yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

Ha: Model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksi minat beli ulang konsumen yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

Langkah-langkah yang dilakukan adalah sebagai berikut:

- a) Menentukan taraf signifikansi (α) yaitu 0,05.
- b) Menentukan F tabel, dengan kriterianya adalah:
 - (1) H_0 diterima H_a ditolak jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, $\alpha = 5\%$ ini berarti tidak terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.
 - (2) H_0 ditolak H_a diterima jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, $\alpha = 5\%$ hal ini berarti terdapat pengaruh variabel X terhadap variabel Y.

Adapun perhitungan untuk menentukan F tabel adalah:

$$df1 = k - 1$$

$$df2 = n - k$$

Dimana:

df1 = Pembilang

df2 = Penyebut

k = Jumlah variabel yang diteliti

n = Jumlah sampel.

Berdasarkan rumus perhitungan tersebut, maka nilai F tabel yang diperoleh adalah:

$$df1 = k - 1$$

$$= 2 - 1 = 1$$

$$df2 = n - k$$

$$= 100 - 2 = 98$$

Hasil perhitungan F tabel tersebut menunjukkan bahwa nilai pembilang adalah 1 dan nilai penyebut adalah 98. Selanjutnya, akan dilihat pada tabel nilai-nilai untuk distribusi F untuk menentukan nilai F tabel dengan $df1 = 1$ dan $df2 = 98$. Berdasarkan tabel nilai-nilai untuk distribusi F, diketahui bahwa nilai F tabel untuk pembilang 1 dan penyebut 98 adalah 3,938.

c) Menentukan F hitung, dengan kriterianya adalah:

(1) Jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka H_0 diterima H_a ditolak.

(2) Jika signifikansi $\leq 0,05$ maka H_0 ditolak H_a diterima.

d) Membuat keputusan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian dan pembahasan, penulis menyimpulkan hasil penelitian sebagai berikut:

1. Responden penelitian ini sebagian besar berusia 20-29 tahun, berjenis kelamin laki-laki, bekerja sebagai karyawan swasta, sudah menikah, melakukan pembelian atau berminat terhadap laptop merek Asus, berpendidikan terakhir Sarjana (S1) dan berpenghasilan per bulan Rp2.000.000,00-Rp2.999.999,00.
2. Hasil analisis regresi linear sederhana adalah $Y = 0,353 + 1,194X$ yang artinya jika bauran pemasaran bernilai 0 maka minat beli ulang konsumen bernilai sebesar 0,353 satuan. Kemudian, jika variabel bauran pemasaran meningkat sebesar 1 (satu) satuan, maka minat beli ulang konsumen akan meningkat sebesar 1,194 satuan.
3. Hasil analisis koefisien korelasi adalah 0,788. Artinya, hubungan variabel bebas dengan variabel terikat dalam penelitian ini dikategorikan kuat.
4. Hasil analisis koefisien determinasi (*R Square*) adalah 0,620 atau 62%. Artinya, variabel bauran pemasaran berpengaruh terhadap minat beli ulang konsumen sebesar 62,0%. Sedangkan 38,0% sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Hasil uji kelayakan model (Uji F) adalah nilai $F_{hitung} 160,023 > F_{tabel} 3,938$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi sederhana dapat

digunakan untuk memprediksi pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat. Pernyataan hipotesis yang diterima adalah H_a dan H_o ditolak, artinya terdapat pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli ulang konsumen pada Toko Menara Komputer CV Menara Square Pontianak.

B. Saran

Atas dasar hasil penelitian, terdapat beberapa aspek yang dianggap masih perlu untuk ditingkatkan atau diperbaiki. Oleh sebab itu, penulis merekomendasikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Pihak toko perlu menambah bonus-bonus berupa aksesoris bagi konsumen yang melakukan pembelian laptop. Hal ini perlu dilakukan dengan tujuan untuk memunculkan persepsi positif konsumen bahwa harga produk laptop di toko tersebut sudah sesuai dan terjangkau.
2. Variasi tampilan fisik, seperti warna dan model produk perlu untuk ditingkatkan. Pihak toko diharapkan dapat menghadirkan produk-produk laptop yang lebih beragam, sehingga konsumen memiliki banyak opsi atau pilihan ketika akan membeli produk laptop di Toko Menara Komputer.
3. Penyusunan produk di etalase pun diharapkan dapat lebih rapi dan menarik. Pihak toko dapat melakukan penyusunan berdasarkan merek atau warna, dan menyusun produk-produk yang termasuk *best seller* di etalase terpisah yang posisinya lebih strategis dan mudah dilihat oleh konsumen.
4. Pihak Toko Menara Komputer diharapkan dapat menyediakan metode pembayaran yang lebih bervariasi, seperti pembayaran melalui dompet

digital, lewat *Shope Pay*, OVO atau DANA untuk pembelian secara tunai maupun kredit.

5. Untuk pengajuan syarat-syarat pembelian kredit, karyawan Toko Menara Komputer diharapkan mampu menjelaskan prosedur pengajuan kredit secara jelas kepada konsumen, sehingga konsumen merasa terbantu jika ingin mengajukan kredit.
6. Bagi peneliti berikutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian mengenai bauran pemasaran yang dikaitkan dengan variabel lain di luar dari penelitian ini, seperti keputusan pembelian atau mengenai minat beli yang dikaitkan dengan strategi pemasaran sehingga diperoleh hasil penelitian yang lebih bervariasi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dwinanda, Giri dan Nur, Yuswari. 2020. Bauran Pemasaran 7P dalam Mempengaruhi Minat Beli Ulang Konsumen pada Retail Gadget Giant Ekspres Makassar. *Jurnal Mirai Management*. Vol. 6 (1), 120-136.
- Fachreza, Uti Wiyuda dan Samsuddin. 2021. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Techno di PD Meteor Motor Sekadau. *Jurnal Produktivitas*. Vol. 8 (1), 21-28.
- Gani, Irwan, dan Amalia, S. 2018. *Alat Analisis Data: Aplikasi Statistik untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial*. Andi Offset, Yogyakarta.
- Hendrayani, Eka, Wahyunita Sitinjak, Gusti Putu, E. K, David A. Yani, Ni Nyoman, K. Y, Teti Candrayanti, Voettie Wisataone, Adita Wardhana, Roeskani Sinaga dan Nur Hilal. 2021. *Manajemen Pemasaran (Dasar & Konsep)*. Media Sains Indonesia, Bandung.
- Hidayat, M. Haris., Edy Suryadi dan Fenni Supriadi. 2018. Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Konsumen Membeli Produk Mebel BMS Pontianak. *Jurnal Produktivitas*. Vol. 5 (1), 125-129.
- Ismanto, Juli. 2020. *Manajemen Pemasaran*. Unpam Press, Tangerang.
- Lutfiah, Rizki Ivah, Widayanti, S dan Winarno, Sri Tjondro. 2021. Pengaruh Bauran Pemasaran (*Marketing Mix*) terhadap Minat Beli Ulang Konsumen di Okui Ponsel Surabaya. *AGRI-TEK: Jurnal Ilmu Pertanian, Kehutanan dan Agroteknologi*. Vol. 22 (1), 1-4.
- Panjaitan, Roymon. 2018. *Manajemen Pemasaran*. Sukarno Pressindo. Semarang.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni dan Asmi Ayuning Hidayah. 2020. Meningkatkan Minat Beli Produk Shopee Melalui *Celebrity Endorser*. *Jurnal Bisnis Terapan*. Vol. 04 (1), 37-46.
- Putri Sari, Saidah. 2020. Hubungan Minat Beli dengan Keputusan Pembelian pada Konsumen. *Jurnal Psikoborneo*. Vol. 8 (1), 147-155.
- Shinta, Agustina. 2011. *Manajemen Pemasaran*. UB Press, Malang.
- Siregar, Syofian. 2020. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perhitungan Manual dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Bumi Aksara, Jakarta.

Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta, Bandung.

Tanama Putri, Budi Rahayu. 2017. *Manajemen Pemasaran*. Fakultas Peternakan Universitas Udayana, Bali.

Widarjono, Agus. 2015. *Analisis Multivariat Terapan: Dengan Program SPSS, AMOS dan SMARTPLS*. UPP STIM YKPN, Yogyakarta.

Lampiran 1**KUESIONER****PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI ULANG
KONSUMEN PADA TOKO MENARA KOMPUTER
CV MENARA SQUARE PONTIANAK****A. Pengantar**

Sehubungan dengan penyusunan skripsi dengan judul di atas, maka dengan hormat saya :

Nama : Alfi Gunawan

NIM : 181310145

Prodi : Manajemen (S1)

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Universitas : Muhammadiyah Pontianak

Mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuisisioner (Daftar Pertanyaan) yang diajukan dengan baik dan benar sesuai dengan kondisi yang Bapak/Ibu/Saudara/i rasakan. Daftar pertanyaan yang diajukan berisi tentang Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Beli Ulang Konsumen pada Toko Menara Komputer CV Menara Square Pontianak.

Akhir kata, saya mengucapkan terima kasih atas kesediaan dan bantuan Ibu/Saudari dalam mengisi daftar pertanyaan ini.

Hormat saya,

Alfi Gunawan

KUESIONER MENGENAI KRITERIA RESPONDEN

Berilah tanda “√” pada kolom “Ya” atau “Tidak” sesuai dengan kriteria Bapak/Ibu/Saudara/i.

No.	Kriteria Responden	Ya	Tidak
1.	Saya bertempat tinggal dan menetap di Kota Pontianak.		
2.	Saya berusia 18 tahun ke atas.		

Jika terdapat tanda “√” pada kolom “Tidak” silahkan berhenti mengisi kuesioner ini.

=== Terima Kasih ===

KUESIONER MENGENAI DATA PRIBADI

1. Nama :
2. Usia :
3. Jenis Kelamin :
4. Pekerjaan :
5. Status Perkawinan :
6. Merek Laptop yang Diminati :
7. Pendidikan Terakhir :
8. Pendapatan :

KUESIONER

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI ULANG KONSUMEN PADA TOKO MENARA KOMPUTER CV MENARA SQUARE PONTIANAK

A. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

Pilihlah jawaban dengan memberikan tanda (√) dari pernyataan-pernyataan berikut menurut pendapat Bapak/ Ibu/ Saudara/i pilih, yaitu:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

B. Daftar Pertanyaan

1. Bauran Pemasaran (X)

No	Variabel Bauran Pemasaran (X)	Bauran Pemasaran				
		SS	S	N	TS	STS
Produk (Product)						
1	Semua produk laptop yang ditawarkan adalah produk-produk yang terjamin kualitasnya.					
2	Laptop yang dijual Toko Menara Komputer adalah produk yang asli dan orisinal.					
3	Toko Menara Komputer selalu memberikan produk dengan kemasan yang masih sangat baik dan layak kepada konsumen yang melakukan pembelian.					
Harga (Price)						
4	Harga jual laptop yang ditawarkan sesuai dengan kualitas dan spesifikasi dari produk.					
5	Harga yang ditawarkan untuk tiap produk laptop terbilang cukup terjangkau dan sesuai dengan daya beli masyarakat.					
6	Konsumen yang melakukan pembelian, membayar sesuai dengan harga yang jual yang ditawarkan dan tidak ada biaya tambahan lainnya untuk administrasi.					

(Lanjutan)

No	Variabel Bauran Pemasaran (X)	Bauran Pemasaran				
		SS	S	N	TS	STS
Tempat/Lokasi (Place)						
7	Lokasinya Toko Menara Komputer cukup strategis.					
8	Lokasinya Toko Menara Komputer mudah dijangkau.					
9	Lokasi Toko Menara Komputer berada di kawasan yang ramai penduduknya.					
Promosi (Promotion)						
10	Toko Menara Komputer selalu melakukan pembaharuan informasi mengenai promo-promo melalui media sosial.					
11	Toko Menara Komputer aktif dalam mempromosikan produk secara langsung kepada pelanggan yang datang.					
12	Toko Menara Komputer cukup sering mengadakan promo potongan harga untuk pembelian tunai dan potongan angsuran untuk pembelian secara kredit.					
Orang (People)						
13	Karyawan Toko Menara Komputer ramah dalam memberikan pelayanan kepada konsumen.					
14	Karyawan Toko Menara Komputer mampu memberikan penjelasan yang lengkap dan akurat mengenai produk-produk laptop yang dijual.					
15	Penampilan para karyawan Toko Menara Komputer bersih dan rapi, sehingga membuat nyaman konsumen yang datang.					
Bukti Fisik (Physical Evidence)						
16	Produk-produk laptop yang ditawarkan Toko Menara Komputer memiliki pilihan warna yang bervariasi.					
17	Toko Menara Komputer menyusun produk-produk laptop yang dipajang di etalase dengan rapi.					
18	Model-model dari produk laptop yang ditawarkan Toko Menara Komputer cukup lengkap dan bervariasi.					

(Lanjutan)

No	Variabel Bauran Pemasaran (X)	Bauran Pemasaran				
		SS	S	N	TS	STS
Proses (Process)						
19	Proses pelayanan yang diberikan Toko Menara Komputer terbilang cukup sederhana dan cepat.					
20	Proses pembayaran yang dilakukan di Toko Menara Komputer cukup cepat dan mudah (tersedia metode pembayaran tunai, transfer Bank dan melalui dompet digital).					
21	Proses pengajuan pembelian laptop secara kredit di Toko Menara Komputer cukup mudah.					

2. Minat Beli Ulang Konsumen (Y)

No	Variabel Minat Beli Ulang Konsumen (Y)	Minat Beli Konsumen				
		SS	S	N	TS	STS
Minat Transaksional						
1	Saya membeli produk di Toko Menara Komputer karena laptop dengan spesifikasi yang saya inginkan ada di toko tersebut.					
2	Toko Menara Komputer mampu membantu saya untuk mengenali laptop seperti apa yang saya butuhkan dan menyesuaikannya dengan <i>budget</i> yang saya miliki.					
3	Saya membeli produk di Toko Menara Komputer karena kualitasnya terjamin dan harganya terjangkau.					
Minat Referensial						
4	Saya mencari informasi mengenai produk-produk laptop yang ditawarkan Toko Menara Komputer dari orang-orang yang saya kenal.					
5	Banyak rekan-rekan saya yang membeli produk laptop di Toko Menara Komputer dan merekomendasikan toko tersebut kepada saya.					
6	Saya mendapatkan informasi positif mengenai Toko Menara Komputer dan produk laptop yang dijualnya melalui sosial media dan testimoni dari para konsumen.					
Minat Preferensial						
7	Toko Menara Komputer akan saya jadikan prioritas pilihan pertama untuk pembelian laptop di kemudian hari.					

(Lanjutan)

No	Variabel Minat Beli Ulang Konsumen (Y)	Minat Beli Konsumen				
		SS	S	N	TS	STS
8	Saya akan menjadikan Toko Menara Komputer sebagai tempat untuk melakukan perawatan dan perbaikan apabila laptop saya mengalami kendala dalam pengoperasiannya.					
9	Apabila ada teman atau saudara saya ingin membeli laptop, saya akan merekomendasikannya ke Toko Menara Komputer.					
Minat Eksploratif						
10	Saya melakukan perbandingan harga yang ditawarkan Toko Menara Komputer dengan yang ditawarkan toko lain terhadap produk-produk yang sejenis.					
11	Saya mempelajari spesifikasi, fitur, performa, keunggulan dan kelemahan dari laptop yang ingin saya beli di Toko Menara Komputer lewat website.					
12	Saya mencari informasi mengenai produk-produk laptop yang ditawarkan Toko Menara Komputer dari orang-orang yang saya kenal.					

=== Terima Kasih ===

Lampiran 2

DATA RESPONDEN PENELITIAN

No.	Nama	Usia	Jenis Kelamin	Pekerjaan	Status Perkawinan	Merek Laptop	Pendidikan	Pendapatan (Rp)
1	Agung Wijaya	22	L	Mahasiswa	B	Asus	SMA	2,000,000
2	Galang	22	L	Mahasiswa	B	Asus	SMA	2,500,000
3	Kurniawan	22	L	Mahasiswa	B	Asus	SMA	1,500,000
4	Andri Prayogi	22	L	Mahasiswa	B	Asus	SMA	1,500,000
5	Maswin	24	L	Mahasiswa	B	HP	SMA	2,000,000
6	Zaka	22	L	Swasta	B	Asus	SMA	2,000,000
7	Aulia	20	P	Mahasiswa	B	Asus	SMA	1,500,000
8	Putri	20	P	Swasta	B	Acer	SMA	2,000,000
9	Evi	32	P	PNS	S	Acer	S1	3,000,000
10	Sariati	22	P	Mahasiswa	B	Lenovo	SMA	2,000,000
11	Ira Permata	22	P	Swasta	S	Lenovo	SMA	2,000,000
12	Aldi	21	L	Swasta	B	Asus	SMA	2,000,000
13	Herdy	23	L	Swasta	B	Asus	SMK	2,500,000
14	Tasya	25	P	Swasta	S	Asus	S1	2,500,000
15	Thalia	23	P	Swasta	B	Asus	SMA	2,500,000
16	Rian Purwadi	28	L	Swasta	B	Asus	DIII	3,000,000
17	Yusuf	49	L	PNS	S	Acer	S1	3,000,000
18	Eko Amriyono	38	L	PNS	S	HP	S2	3,000,000
19	Linda Fitriyanti	32	P	Swasta	S	Asus	S1	2,500,000

20	Windy	22	P	Swasta	S	Acer	SMA	2,000,000
21	Syafitri Handayani	25	P	Swasta	B	Asus	S1	2,000,000
22	Tutik	25	P	Swasta	S	Asus	S1	2,000,000
23	Tenku Faisal	24	L	Swasta	B	Asus	SMA	2,000,000
24	Veny	23	P	Swasta	B	Axioo	S1	2,500,000
25	Dinar	24	L	Swasta	B	Asus	SMA	2,000,000
26	Dhea Aurelia	23	P	Swasta	B	Asus	S1	2,500,000
27	Nurhanani	23	P	Swasta	B	Asus	S1	2,500,000
28	Yuyun Kurniasih	22	P	Mahasiswa	B	Axioo	SMA	1,800,000
29	Audy	24	P	Swasta	B	Asus	SMA	2,000,000
30	I Kadek	40	L	Polisi	S	Acer	SMK	3,000,000
31	Ni Nyoman	39	P	Polisi	S	Acer	SMK	3,000,000
32	Mursalim	39	L	Tentara	S	HP	DIII	3,000,000
33	Sy. Ilham	39	L	BUMN	S	Lenovo	S1	3,000,000
34	Daus	38	L	Polisi	S	Acer	SMK	3,000,000
35	Wayan	42	L	Polisi	S	Asus	SMK	3,000,000
36	Sabirin	24	L	Swasta	B	Asus	SMA	2,000,000
37	Roni Santuri	24	L	Swasta	B	Asus	S1	2,500,000
38	Rina Wulandari	48	P	PNS	S	Asus	S2	3,000,000
39	Siti Antimah	50	P	PNS	S	HP	S1	3,000,000
40	Ibrahim	55	L	PNS	S	HP	DIII	3,000,000
41	Supriharso	55	L	PNS	S	Asus	S1	3,000,000

42	Sulistiyawati	47	P	PNS	S	Asus	S1	3,000,000
43	Sri Wahyuni	42	P	Swasta	S	HP	SMK	2,000,000
44	Mulyadi	40	L	PNS	S	Asus	S2	3,000,000
45	Edo	40	L	Swasta	S	Asus	S1	2,500,000
46	Fatimah	34	P	Swasta	S	Asus	S1	2,000,000
47	Marini	34	P	Swasta	S	Asus	S1	2,000,000
48	Astuti	36	P	Swasta	S	Asus	DIII	2,000,000
49	M. Amin	36	L	Swasta	S	Acer	S1	2,500,000
50	Subhqi	43	L	Swasta	S	Asus	S1	3,000,000
51	Deski	28	L	Swasta	B	Lenovo	DIII	3,000,000
52	Fitara	41	L	PNS	S	Asus	S1	3,000,000
53	Heru Setiawan	43	L	BUMN	S	Asus	S1	3,000,000
54	Rizal Adira	38	L	Swasta	S	Asus	S1	2,500,000
55	Ato' Ismail	48	L	PNS	S	Asus	S1	3,000,000
56	Yulianti	42	P	BUMN	S	Asus	S1	3,000,000
57	Siti Masdah	45	P	BUMN	S	Asus	S1	3,000,000
58	Andri Permana	33	L	Swasta	S	Lenovo	S1	3,000,000
59	Leli	40	P	Swasta	S	Acer	DIII	3,000,000
60	Entri Ningsih	43	P	Swasta	S	Asus	SMA	2,000,000
61	Kasianus	36	L	Swasta	B	Axioo	SMA	2,500,000
62	Innosensius	23	L	Swasta	B	Asus	SMA	2,000,000
63	Dwi Rizki	23	P	Swasta	B	Asus	SMA	2,000,000

64	Tri Tiastuti	23	P	Swasta	B	Lenovo	S1	2,500,000
65	Resti Miranti	24	P	Swasta	B	Lenovo	SMA	2,000,000
66	Fatur	23	L	Swasta	B	Asus	SMA	2,000,000
67	Eko Kristianto	29	L	Swasta	B	HP	S1	3,000,000
68	Nafisatul	28	P	Swasta	B	Asus	S2	2,500,000
69	Shinta	32	P	Swasta	B	Asus	S1	2,000,000
70	Fifit	30	P	Swasta	B	Asus	S1	2,000,000
71	Yeni Damaiyanti	25	P	BUMN	B	Acer	S1	3,000,000
72	Helansah Mutra	23	L	Swasta	B	Acer	SMK	1,800,000
73	M. Fadil	25	L	Swasta	B	HP	S1	2,500,000
74	Desi Wastina	26	P	Swasta	S	Acer	S1	2,000,000
75	Anggrian Wijanarko	22	L	Mahasiswa	B	Asus	SMA	1,800,000
76	Bella	22	P	Swasta	B	Asus	SMA	1,800,000
77	Soni Hermanto	41	L	Swasta	S	HP	S2	3,000,000
78	Septi Pratiwi	30	P	PNS	S	HP	S1	3,000,000
79	Hendra	35	L	PNS	S	Asus	S1	3,000,000
80	Juni Elsa	42	P	Swasta	S	Asus	S1	2,000,000
81	Andri Saputra	26	L	Swasta	B	Asus	S1	2,500,000
82	Dety	26	P	Swasta	B	Axioo	S1	2,500,000
83	Rio Ferdinand	24	L	Swasta	B	HP	S1	3,000,000
84	Robert Permana	24	L	Swasta	B	HP	S1	3,000,000
85	Endang Sukowati	50	P	PNS	S	Asus	S2	3,000,000

86	Torri Harianto	41	L	PNS	S	Asus	S1	3,000,000
87	Hari Triadi	40	L	PNS	S	Asus	S1	3,000,000
88	Abdul Razak	51	L	PNS	S	Acer	S1	3,000,000
89	Teguh	49	L	Polisi	S	Asus	SMA	3,000,000
90	Della Apriyanti	24	P	Swasta	S	Asus	SMA	2,000,000
91	Mia Safira	24	P	Swasta	B	Acer	SMA	1,800,000
92	Vitri Wulandari	31	P	PNS	S	HP	S1	3,000,000
93	Dedi Mardianto	42	L	PNS	S	HP	S1	3,000,000
94	Yuni	30	P	Swasta	S	Asus	S1	2,500,000
95	Agus Purnomo	42	L	PNS	S	HP	S1	3,000,000
96	Darmadji	46	L	PNS	S	Lenovo	S2	3,000,000
97	Evarino	52	L	PNS	S	Asus	S1	3,000,000
98	Subandi	52	L	PNS	S	Asus	S1	3,000,000
99	Arie	38	L	BUMN	S	HP	S1	3,000,000
100	Rasidah	53	P	PNS	S	Asus	S2	3,000,000

Lampiran 3

SKOR KUESIONER BAURAN PEMASARAN (X)																							
No	Produk			Harga			Lokasi			Promosi			Orang			Bukti Fisik			Proses			Jumlah	Total
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21		
1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	88	4.19
2	5	5	4	3	4	3	3	4	3	3	5	3	5	5	4	3	4	3	3	4	3	79	3.76
3	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	5	5	3	4	3	3	3	4	4	3	3	73	3.48
4	4	5	3	3	4	4	3	4	3	5	4	3	4	5	3	3	4	4	3	4	3	78	3.71
5	3	5	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	5	4	4	3	4	3	3	4	76	3.62
6	5	5	5	3	3	5	5	3	3	5	3	3	5	5	5	3	3	5	5	3	3	85	4.05
7	4	5	5	3	3	5	4	3	3	3	4	3	4	5	5	3	3	5	4	3	3	80	3.81
8	4	4	4	3	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	85	4.05
9	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	82	3.90
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63	3.00
11	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	90	4.29
12	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	83	3.95
13	4	3	4	3	3	4	5	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	5	3	3	74	3.52
14	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	73	3.48
15	4	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	3	78	3.71
16	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	86	4.10
17	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	75	3.57
18	4	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	3	78	3.71
19	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	76	3.62
20	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	81	3.86

21	4	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	5	3	3	79	3.76
22	3	4	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	5	3	3	70	3.33
23	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	75	3.57
24	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	86	4.10
25	4	5	5	3	4	4	4	4	3	3	5	4	4	5	5	3	4	4	4	4	3	84	4.00
26	3	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	71	3.38
27	4	4	5	3	3	5	4	3	3	5	3	4	4	4	5	3	3	5	4	3	3	80	3.81
28	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	74	3.52
29	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	70	3.33
30	4	5	5	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	3	4	4	3	4	83	3.95
31	5	5	5	3	3	5	4	3	3	5	3	3	5	5	5	3	3	5	4	3	3	83	3.95
32	4	4	5	4	3	5	4	3	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	3	4	85	4.05
33	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	79	3.76
34	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	79	3.76
35	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	87	4.14
36	3	4	5	3	3	4	4	3	3	4	5	5	3	4	5	3	3	4	4	3	3	78	3.71
37	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	80	3.81
38	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	70	3.33
39	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	74	3.52
40	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	80	3.81
41	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	3	78	3.71
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64	3.05
43	4	5	5	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	5	5	4	3	5	4	3	4	88	4.19
44	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	80	3.81
45	5	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	5	3	3	79	3.76

46	3	3	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	70	3.33
47	5	5	5	3	3	5	5	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	3	3	89	4.24
48	4	4	4	3	3	5	4	3	3	5	3	3	4	4	4	3	3	5	4	3	3	77	3.67
49	3	3	3	4	3	3	4	3	4	4	5	3	3	3	3	4	3	3	4	3	4	72	3.43
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	83	3.95
51	4	4	4	3	3	5	4	3	3	4	5	3	4	4	4	3	3	5	4	3	3	78	3.71
52	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	65	3.10
53	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	65	3.10
54	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	76	3.62
55	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	78	3.71
56	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	80	3.81
57	4	5	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	5	4	3	4	5	4	4	3	85	4.05
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64	3.05
59	4	4	4	3	3	5	4	3	3	4	3	5	4	4	4	3	3	5	4	3	3	78	3.71
60	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	93	4.43
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	65	3.10
62	5	5	4	3	4	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	3	88	4.19
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64	3.05
64	3	5	5	3	3	5	4	3	3	3	5	5	3	5	5	3	3	5	4	3	3	81	3.86
65	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	3	4	83	3.95
66	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	87	4.14
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	84	4.00
68	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	65	3.10
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	65	3.10
70	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	87	4.14

71	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	85	4.05
72	4	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	3	4	83	3.95
73	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	4	85	4.05
74	5	4	4	3	3	3	5	3	3	5	5	5	5	4	4	3	3	3	5	3	3	81	3.86
75	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	81	3.86
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	64	3.05
77	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	3	73	3.48
78	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	74	3.52
79	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	80	3.81
80	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	71	3.38
81	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	3	5	4	3	4	84	4.00
82	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	88	4.19
83	5	5	4	3	4	3	3	4	3	3	5	3	5	5	4	3	4	3	3	4	3	79	3.76
84	3	4	3	3	3	4	4	3	3	3	5	5	3	4	3	3	3	4	4	3	3	73	3.48
85	4	5	3	3	4	4	3	4	3	5	4	3	4	5	3	3	4	4	3	4	3	78	3.71
86	3	5	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	5	4	4	3	4	3	3	4	76	3.62
87	5	5	5	3	3	5	5	3	3	5	3	3	5	5	5	3	3	5	5	3	3	85	4.05
88	4	5	5	3	3	5	4	3	3	3	4	3	4	5	5	3	3	5	4	3	3	80	3.81
89	4	4	4	3	4	5	5	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	3	85	4.05
90	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	82	3.90
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	63	3.00
92	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	90	4.29
93	4	4	4	3	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	3	83	3.95
94	4	3	4	3	3	4	5	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	5	3	3	74	3.52
95	4	3	3	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	4	3	73	3.48

96	4	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	3	78	3.71
97	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	86	4.10
98	3	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	75	3.57
99	4	4	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	3	3	78	3.71
100	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	76	3.62
JML	382	402	391	337	340	400	396	340	337	397	391	386	382	402	391	337	340	400	396	340	337		
R	3.82	4.02	3.91	3.37	3.4	4	3.96	3.4	3.37	3.97	3.91	3.86	3.82	4.02	3.91	3.37	3.4	4	3.96	3.4	3.37		

X18	Pearson Correlation	.377**	.480**	.572**	.029	.115	1.000**	.321**	.115	.029	.544**	.204*	.208*	.377**	.480**	.572**	.029	.115	1	.321**	.115	.029	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.772	.253	0.000	.001	.253	.772	.000	.042	.037	.000	.000	.000	.772	.253		.001	.253	.772	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X19	Pearson Correlation	.428**	.220*	.427**	-.015	-.012	.321**	1.000**	-.012	-.015	.387**	.278**	.176	.428**	.220*	.427**	-.015	-.012	.321**	1	-.012	-.015	.534**
	Sig. (2-tailed)	.000	.028	.000	.880	.909	.001	0.000	.909	.880	.000	.005	.080	.000	.028	.000	.880	.909	.001		.909	.880	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X20	Pearson Correlation	.134	.164	.020	.220*	1.000**	.115	-.012	1.000**	.220*	.370**	.047	.078	.134	.164	.020	.220*	1.000**	.115	-.012	1	.220*	.468**
	Sig. (2-tailed)	.183	.103	.845	.028	0.000	.253	.909	0.000	.028	.000	.642	.439	.183	.103	.845	.028	0.000	.253	.909		.028	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X21	Pearson Correlation	-.043	.136	.145	1.000**	.220*	.029	-.015	.220*	1.000**	.146	.129	.158	-.043	.136	.145	1.000**	.220*	.029	-.015	.220*	1	.424**
	Sig. (2-tailed)	.668	.177	.150	0.000	.028	.772	.880	.028	0.000	.149	.200	.116	.668	.177	.150	0.000	.028	.772	.880	.028		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.624**	.701**	.718**	.424**	.468**	.659**	.534**	.468**	.424**	.700**	.444**	.315**	.624**	.701**	.718**	.424**	.468**	.659**	.534**	.468**	.424**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.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	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

SKOR KUESIONER MINAT BELI ULANG KONSUMEN (Y)														
No	Minat Transaksional			Minat Referensial			Minat Preferensial			Minat Eksploratif			Jumlah	Total
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12		
1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49	4.08
2	5	5	4	4	4	3	3	4	3	5	5	4	49	4.08
3	3	4	3	5	3	4	4	5	3	3	4	3	44	3.67
4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3.00
5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	54	4.50
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5.00
7	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	57	4.75
8	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49	4.08
9	3	4	3	5	3	4	4	5	3	3	4	3	44	3.67
10	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3.00
11	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	54	4.50
12	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	52	4.33
13	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	45	3.75
14	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	43	3.58
15	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	4.08
16	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	4.08
17	3	4	4	5	4	3	4	5	5	3	4	4	48	4.00
18	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	4.08
19	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4.00
20	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47	3.92
21	4	4	4	3	5	4	5	3	3	4	4	4	47	3.92
22	3	4	3	4	3	3	5	4	3	3	4	3	42	3.50
23	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47	3.92
24	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	4.08
25	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	55	4.58
26	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	43	3.58
27	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	53	4.42
28	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	44	3.67
29	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	3	3	40	3.33
30	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	51	4.25
31	5	5	5	3	3	5	4	3	3	5	5	5	51	4.25
32	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	53	4.42
33	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	47	3.92
34	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	48	4.00
35	4	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	5	51	4.25
36	3	4	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	52	4.33

37	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	45	3.75
38	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	39	3.25
39	3	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	3	41	3.42
40	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49	4.08
41	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	52	4.33
42	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3.00
43	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	55	4.58
44	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	45	3.75
45	5	4	4	5	3	4	5	5	5	5	4	4	53	4.42
46	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	38	3.17
47	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5.00
48	4	4	4	5	3	5	4	5	5	4	4	4	51	4.25
49	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	39	3.25
50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4.00
51	4	4	4	3	3	5	4	3	3	4	4	4	45	3.75
52	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	37	3.08
53	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	37	3.08
54	4	4	4	5	3	4	4	5	5	4	4	4	50	4.17
55	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	46	3.83
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4.00
57	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	54	4.50
58	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3.00
59	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	53	4.42
60	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	55	4.58
61	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3.00
62	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	56	4.67
63	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3.00
64	3	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	5	55	4.58
65	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	51	4.25
66	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	4.08
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4.00
68	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	37	3.08
69	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3.00
70	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	4.08
71	3	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	47	3.92
72	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	50	4.17
73	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	47	3.92
74	5	4	4	3	5	3	5	3	3	5	4	4	48	4.00
75	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	47	3.92
76	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3.00
77	3	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	40	3.33

78	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	47	3.92
79	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	45	3.75
80	3	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	42	3.50
81	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49	4.08
82	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49	4.08
83	5	5	4	4	4	3	3	4	3	5	5	4	49	4.08
84	3	4	3	5	3	4	4	5	3	3	4	3	44	3.67
85	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3.00
86	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	54	4.50
87	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	60	5.00
88	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	57	4.75
89	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	49	4.08
90	3	4	3	5	3	4	4	5	3	3	4	3	44	3.67
91	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	36	3.00
92	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	54	4.50
93	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	52	4.33
94	4	3	4	4	3	4	5	4	3	4	3	4	45	3.75
95	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	43	3.58
96	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	4.08
97	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	4.08
98	3	4	4	5	4	3	4	5	5	3	4	4	48	4.00
99	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	49	4.08
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48	4.00
JML	378	398	389	405	384	400	396	405	393	378	398	389		
R	3.78	3.98	3.89	4.05	3.84	4	3.96	4.05	3.93	3.78	3.98	3.89		

Y12	Pearson Correlation	.597**	.753**	1.000**	.421**	.614**	.582**	.435**	.421**	.647**	.597**	.753**	1	.855**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	0.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Rata-rata	Pearson Correlation	.709**	.861**	.855**	.736**	.673**	.707**	.567**	.736**	.811**	.709**	.861**	.855**	1
	Sig. (2-tailed)	.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

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

Lampiran 7

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL BAURAN PEMASARAN

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
.886	21

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1	74.4200	44.893	.565	.878
X2	74.2200	44.113	.651	.875
X3	74.3300	44.223	.672	.875
X4	74.8700	47.488	.365	.884
X5	74.8400	47.146	.411	.883
X6	74.2400	44.043	.595	.877
X7	74.2800	45.295	.457	.882
X8	74.8400	47.146	.411	.883
X9	74.8700	47.488	.365	.884
X10	74.2700	43.452	.641	.875
X11	74.3300	46.264	.360	.885
X12	74.3800	47.592	.224	.889
X13	74.4200	44.893	.565	.878
X14	74.2200	44.113	.651	.875
X15	74.3300	44.223	.672	.875
X16	74.8700	47.488	.365	.884
X17	74.8400	47.146	.411	.883
X18	74.2400	44.043	.595	.877
X19	74.2800	45.295	.457	.882
X20	74.8400	47.146	.411	.883
X21	74.8700	47.488	.365	.884

Lampiran 8

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL MINAT BELI ULANG KONSUMEN

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
.931	12

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	43.3500	32.573	.652	.927
Y2	43.1500	31.199	.829	.920
Y3	43.2400	31.396	.824	.920
Y4	43.0800	31.812	.675	.926
Y5	43.2900	32.309	.603	.929
Y6	43.1300	31.791	.638	.928
Y7	43.1700	33.375	.485	.933
Y8	43.0800	31.812	.675	.926
Y9	43.2000	30.586	.761	.923
Y10	43.3500	32.573	.652	.927
Y11	43.1500	31.199	.829	.920
Y12	43.2400	31.396	.824	.920

Lampiran 9

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	.31506619
	Absolute	.074
Most Extreme Differences	Positive	.074
	Negative	-.061
Kolmogorov-Smirnov Z		.740
Asymp. Sig. (2-tailed)		.644

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 10**HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR****Coefficients^a**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	.353	.253		.142	.082
Bauran Pemasaran	1.194	.094	.788	12.650	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Lampiran 11**HASIL ANALISIS KOEFISIEN KORELASI DAN DETERMINASI****Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.788 ^a	.620	.616	.31667

a. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran

b. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

Lampiran 12**HASIL UJI KELAYAKAN MODEL (UJI F)**

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	16.047	1	16.047	160.023	.000 ^b
Residual	9.827	98	.100		
Total	25.874	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli Ulang

b. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran

Lampiran 13

R Tabel

df	0.1	0.05	0.02	0.01
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999
2	0.9	0.95	0.98	0.99
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343
7	0.5822	0.6664	0.7498	0.7977
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348
10	0.4973	0.576	0.6581	0.7079
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835
12	0.4575	0.5324	0.612	0.6614
13	0.4409	0.514	0.5923	0.6411
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055
16	0.4	0.4683	0.5425	0.5897
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705
28	0.3061	0.361	0.4226	0.4629
29	0.3009	0.355	0.4158	0.4556
30	0.296	0.3494	0.4093	0.4487
31	0.2913	0.344	0.4032	0.4421
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238
35	0.2746	0.3246	0.381	0.4182
36	0.2709	0.3202	0.376	0.4128
37	0.2673	0.316	0.3712	0.4076
38	0.2638	0.312	0.3665	0.4026
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932

41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843
43	0.2483	0.294	0.3457	0.3801
44	0.2455	0.2907	0.342	0.3761
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.361
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274
60	0.2108	0.25	0.2948	0.3248
61	0.2091	0.248	0.2925	0.3223
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198
63	0.2058	0.2441	0.288	0.3173
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.315
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.306
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017
71	0.194	0.2303	0.2718	0.2997
72	0.1927	0.2287	0.27	0.2977
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919
76	0.1876	0.2227	0.263	0.29
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.283
81	0.1818	0.2159	0.255	0.2813
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796
83	0.1796	0.2133	0.252	0.278

84	0.1786	0.212	0.2505	0.2764
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687
90	0.1726	0.205	0.2422	0.2673
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617
95	0.168	0.1996	0.2359	0.2604
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.254
1000	0.0519	0.0619	0.0734	0.0812
10000	0.0164	0.0196	0.0233	0.0258

Lampiran 14

F Tabel

TABEL F	
Probability	0.05
Numerator	2
Denominator	98
Hasil	3.938111078

DF	NUMERATOR								
	1	2	3	4	5	30	40	60	120
1	161.4476388	199.5000000	215.7073454	224.5832406	230.1618781	250.0951482	251.1431531	252.1957391	253.2528540
2	18.5128205	19.0000000	19.1642921	19.2467943	19.2964097	19.4624114	19.4707364	19.4790638	19.4873936
3	10.1279645	9.5520945	9.2766282	9.1171823	9.0134552	8.6165759	8.5944112	8.5720041	8.5493514
4	7.7086474	6.9442719	6.5913821	6.3882329	6.2560565	5.7458770	5.7169984	5.6877441	5.6581050
5	6.6078910	5.7861350	5.4094513	5.1921678	5.0503291	4.4957123	4.4637933	4.4313797	4.3984538
6	5.9873776	5.1432528	4.7570627	4.5336770	4.3873742	3.8081643	3.7742863	3.7397966	3.7046667
7	5.5914479	4.7374141	4.3468314	4.1203117	3.9715232	3.3758075	3.3404297	3.3043229	3.2674453
8	5.3176551	4.4589701	4.0661806	3.8378534	3.6874987	3.0794065	3.0427778	3.0053026	2.9669233
9	5.1173550	4.2564947	3.8625484	3.6330885	3.4816587	2.8636523	2.8259327	2.7872486	2.7475248
10	4.9646027	4.1028210	3.7082648	3.4780497	3.3258345	2.6995512	2.6608552	2.6210772	2.5801219
11	4.8443357	3.9822980	3.5874337	3.3566900	3.2038743	2.5704891	2.5309055	2.4901228	2.4480238
12	4.7472253	3.8852938	3.4902948	3.2591667	3.1058752	2.4662791	2.4258801	2.3841656	2.3409949
13	4.6671927	3.8055653	3.4105336	3.1791171	3.0254383	2.3803339	2.3391800	2.2965956	2.2524142
14	4.6001099	3.7388918	3.3438887	3.1122498	2.9582489	2.3082070	2.2663505	2.2229496	2.1778105
15	4.5430772	3.6823203	3.2873821	3.0555683	2.9012945	2.2467892	2.2042757	2.1601053	2.1140557
16	4.4939985	3.6337235	3.2388715	3.0069173	2.8524092	2.1938409	2.1507110	2.1058132	2.0588952
17	4.4513218	3.5915306	3.1967768	2.9647081	2.8099962	2.1477084	2.1039981	2.0584109	2.0106627
18	4.4138734	3.5545571	3.1599076	2.9277442	2.7728532	2.1071433	2.0628854	2.0166430	1.9680995
19	4.3807497	3.5218933	3.1273500	2.8951073	2.7400575	2.0711859	2.0264101	1.9795438	1.9302371
20	4.3512435	3.4928285	3.0983912	2.8660814	2.7108898	2.0390859	1.9938191	1.9463579	1.8963175
21	4.3247937	3.4668001	3.0724670	2.8400998	2.6847807	2.0102483	1.9645153	1.9164857	1.8657392
22	4.3009495	3.4433568	3.0491250	2.8167083	2.6612739	1.9841950	1.9380185	1.8894451	1.8380180
23	4.2793443	3.4221322	3.0279984	2.7955387	2.6399994	1.9605375	1.9139385	1.8648441	1.8127603
24	4.2596773	3.4028261	3.0087866	2.7762893	2.6206541	1.9389565	1.8919545	1.8423604	1.7896424
25	4.2416991	3.3851900	2.9912409	2.7587105	2.6029874	1.9191877	1.8718007	1.8217267	1.7683955
26	4.2252013	3.3690164	2.9751540	2.7425941	2.5867901	1.9010098	1.8532546	1.8027193	1.7487946
27	4.2100085	3.3541308	2.9603513	2.7277653	2.5718864	1.8842364	1.8361285	1.7851493	1.7306499
28	4.1959718	3.3403856	2.9466853	2.7140758	2.5581275	1.8687092	1.8202633	1.7688566	1.7138002
29	4.1829643	3.3276545	2.9340299	2.7013993	2.5453865	1.8542930	1.8055229	1.7537040	1.6981073
30	4.1708768	3.3158295	2.9222772	2.6896276	2.5335545	1.8408717	1.7917901	1.7395736	1.6834524

31	4.1596151	3.3048173	2.9113340	2.6786671	2.5225378	1.8283448	1.7789638	1.7263633	1.6697328
32	4.1490974	3.2945368	2.9011196	2.6684369	2.5122549	1.8166249	1.7669558	1.7139845	1.6568589
33	4.1392525	3.2849177	2.8915635	2.6588665	2.5026350	1.8056359	1.7556894	1.7023594	1.6447525
34	4.1300177	3.2758980	2.8826042	2.6498940	2.4936160	1.7953109	1.7450970	1.6914199	1.6333447
35	4.1213382	3.2674235	2.8741875	2.6414652	2.4851432	1.7855909	1.7351193	1.6811061	1.6225751
36	4.1131653	3.2594463	2.8662656	2.6335321	2.4771687	1.7764239	1.7257034	1.6713648	1.6123897
37	4.1054559	3.2519238	2.8587961	2.6260523	2.4696496	1.7677635	1.7168028	1.6621487	1.6027410
38	4.0981717	3.2448184	2.8517413	2.6189880	2.4625482	1.7595687	1.7083758	1.6534156	1.5935862
39	4.0912786	3.2380961	2.8450678	2.6123056	2.4558306	1.7518025	1.7003850	1.6451279	1.5848872
40	4.0847457	3.2317270	2.8387454	2.6059749	2.4494664	1.7444320	1.6927972	1.6372518	1.5766099
41	4.0785457	3.2256838	2.8327471	2.5999690	2.4434286	1.7374273	1.6855822	1.6297568	1.5687232
42	4.0726538	3.2199423	2.8270487	2.5942634	2.4376926	1.7307618	1.6787130	1.6226154	1.5611994
43	4.0670474	3.2144803	2.8216282	2.5888361	2.4322365	1.7244112	1.6721649	1.6158028	1.5540132
44	4.0617065	3.2092780	2.8164658	2.5836674	2.4270401	1.7183536	1.6659158	1.6092963	1.5471417
45	4.0566125	3.2043173	2.8115435	2.5787392	2.4220855	1.7125690	1.6599454	1.6030754	1.5405641
46	4.0517487	3.1995817	2.8068449	2.5740350	2.4173560	1.7070392	1.6542353	1.5971215	1.5342614
47	4.0470999	3.1950563	2.8023552	2.5695400	2.4128368	1.7017476	1.6487687	1.5914174	1.5282161
48	4.0426521	3.1907273	2.7980606	2.5652405	2.4085141	1.6966791	1.6435301	1.5859475	1.5224124
49	4.0383926	3.1865824	2.7939489	2.5611240	2.4043754	1.6918198	1.6385055	1.5806974	1.5168356
50	4.0343097	3.1826099	2.7900084	2.5571791	2.4004091	1.6871569	1.6336818	1.5756539	1.5114723
51	4.0303926	3.1787993	2.7862288	2.5533954	2.3966048	1.6826787	1.6290472	1.5708049	1.5063101
52	4.0266314	3.1751410	2.7826004	2.5497630	2.3929526	1.6783743	1.6245906	1.5661391	1.5013376
53	4.0230170	3.1716259	2.7791143	2.5462731	2.3894438	1.6742338	1.6203019	1.5616463	1.4965442
54	4.0195410	3.1682460	2.7757624	2.5429175	2.3860699	1.6702478	1.6161717	1.5573168	1.4919202
55	4.0161955	3.1649934	2.7725369	2.5396886	2.3828233	1.6664080	1.6121913	1.5531417	1.4874564
56	4.0129734	3.1618612	2.7694309	2.5365794	2.3796970	1.6627062	1.6083526	1.5491129	1.4831445
57	4.0098679	3.1588427	2.7664379	2.5335833	2.3766845	1.6591353	1.6046481	1.5452226	1.4789766
58	4.0068729	3.1559320	2.7635518	2.5306942	2.3737795	1.6556883	1.6010708	1.5414637	1.4749454
59	4.0039825	3.1531233	2.7607670	2.5279066	2.3709765	1.6523588	1.5976143	1.5378297	1.4710442
60	4.0011914	3.1504113	2.7580783	2.5252151	2.3682702	1.6491410	1.5942725	1.5343142	1.4672665
61	3.9984945	3.1477912	2.7554807	2.5226149	2.3656557	1.6460292	1.5910397	1.5309115	1.4636065
62	3.9958871	3.1452584	2.7529698	2.5201015	2.3631283	1.6430183	1.5879107	1.5276162	1.4600585
63	3.9933649	3.1428085	2.7505411	2.5176705	2.3606839	1.6401035	1.5848804	1.5244233	1.4566174
64	3.9909238	3.1404376	2.7481909	2.5153179	2.3583183	1.6372801	1.5819442	1.5213278	1.4532784
65	3.9885598	3.1381419	2.7459153	2.5130401	2.3560278	1.6345440	1.5790979	1.5183255	1.4500367
66	3.9862695	3.1359179	2.7437108	2.5108335	2.3538090	1.6318910	1.5763372	1.5154121	1.4468881
67	3.9840493	3.1337623	2.7415742	2.5086948	2.3516584	1.6293176	1.5736584	1.5125837	1.4438286
68	3.9818963	3.1316720	2.7395023	2.5066210	2.3495730	1.6268201	1.5710579	1.5098365	1.4408542
69	3.9798072	3.1296440	2.7374923	2.5046091	2.3475499	1.6243952	1.5685322	1.5071671	1.4379615
70	3.9777794	3.1276756	2.7355415	2.5026565	2.3455863	1.6220397	1.5660781	1.5045722	1.4351471
71	3.9758102	3.1257642	2.7336472	2.5007604	2.3436797	1.6197508	1.5636927	1.5020487	1.4324076

72	3.9738970	3.1239074	2.7318070	2.4989186	2.3418275	1.6175257	1.5613730	1.4995935	1.4297401
73	3.9720375	3.1221029	2.7300187	2.4971287	2.3400276	1.6153616	1.5591164	1.4972040	1.4271417
74	3.9702296	3.1203485	2.7282801	2.4953885	2.3382776	1.6132561	1.5569203	1.4948775	1.4246098
75	3.9684710	3.1186421	2.7265892	2.4936960	2.3365757	1.6112069	1.5547823	1.4926116	1.4221416
76	3.9667598	3.1169818	2.7249439	2.4920493	2.3349197	1.6092116	1.5527000	1.4904038	1.4197349
77	3.9650941	3.1153658	2.7233426	2.4904465	2.3333079	1.6072683	1.5506714	1.4882520	1.4173872
78	3.9634721	3.1137923	2.7217834	2.4888860	2.3317385	1.6053749	1.5486944	1.4861539	1.4150963
79	3.9618920	3.1122596	2.7202647	2.4873660	2.3302100	1.6035294	1.5467670	1.4841077	1.4128603
80	3.9603524	3.1107662	2.7187850	2.4858849	2.3287206	1.6017302	1.5448874	1.4821114	1.4106771
81	3.9588517	3.1093105	2.7173427	2.4844414	2.3272689	1.5999754	1.5430537	1.4801631	1.4085447
82	3.9573883	3.1078913	2.7159366	2.4830340	2.3258536	1.5982634	1.5412644	1.4782612	1.4064615
83	3.9559610	3.1065071	2.7145651	2.4816614	2.3244732	1.5965927	1.5395178	1.4764039	1.4044256
84	3.9545684	3.1051566	2.7132271	2.4803223	2.3231265	1.5949618	1.5378124	1.4745897	1.4024355
85	3.9532093	3.1038387	2.7119214	2.4790155	2.3218123	1.5933692	1.5361468	1.4728172	1.4004896
86	3.9518824	3.1025521	2.7106468	2.4777398	2.3205293	1.5918138	1.5345196	1.4710848	1.3985865
87	3.9505867	3.1012958	2.7094021	2.4764941	2.3192766	1.5902940	1.5329294	1.4693913	1.3967246
88	3.9493210	3.1000686	2.7081865	2.4752774	2.3180530	1.5888088	1.5313750	1.4677353	1.3949026
89	3.9480844	3.0988697	2.7069988	2.4740887	2.3168575	1.5873570	1.5298552	1.4661155	1.3931193
90	3.9468757	3.0976980	2.7058381	2.4729270	2.3156892	1.5859375	1.5283688	1.4645309	1.3913733
91	3.9456942	3.0965527	2.7047034	2.4717915	2.3145472	1.5845491	1.5269148	1.4629801	1.3896636
92	3.9445389	3.0954328	2.7035940	2.4706812	2.3134306	1.5831909	1.5254921	1.4614623	1.3879889
93	3.9434088	3.0943374	2.7025090	2.4695953	2.3123385	1.5818618	1.5240997	1.4599762	1.3863482
94	3.9423033	3.0932659	2.7014476	2.4685330	2.3112702	1.5805611	1.5227367	1.4585210	1.3847405
95	3.9412215	3.0922174	2.7004091	2.4674936	2.3102248	1.5792877	1.5214020	1.4570956	1.3831646
96	3.9401627	3.0911913	2.6993926	2.4664763	2.3092018	1.5780408	1.5200949	1.4556991	1.3816198
97	3.9391261	3.0901867	2.6983975	2.4654805	2.3082002	1.5768196	1.5188144	1.4543307	1.3801049
98	3.9381111	3.0892030	2.6974232	2.4645054	2.3072195	1.5756233	1.5175599	1.4529896	1.3786193
99	3.9371169	3.0882396	2.6964690	2.4635504	2.3062591	1.5744511	1.5163304	1.4516748	1.3771619
100	3.9361430	3.0872959	2.6955343	2.4626149	2.3053182	1.5733023	1.5151253	1.4503857	1.3757321