

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA REVO FIT FI DI PT
NUSANTARA SURYA SAKTI KABUPATEN SINTANG**

Tanggung Jawab Yuridis Kepada :

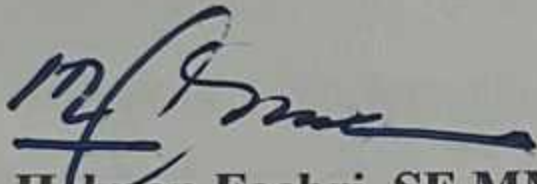
DURRAHMAN
NIM. 181310070

Program Studi Manajemen

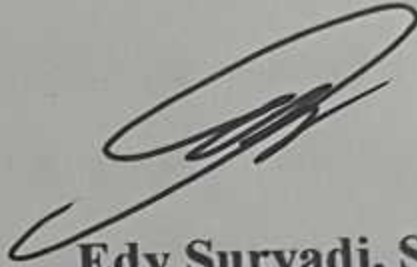
**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian
Skripsi/Komprehensif
Pada Tanggal : 04 Mei 2023**

Majelis Penguji :

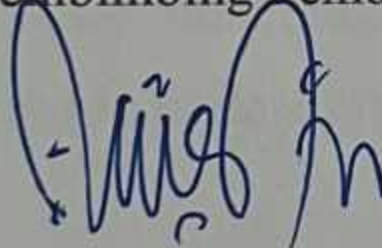
Pembimbing Utama


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

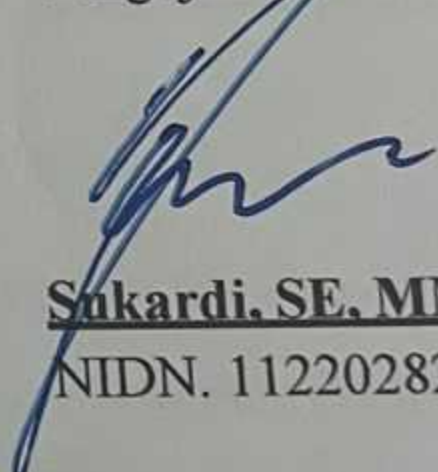
Penguji Utama


Edy Suryadi, SE.MM
NIDN. 1110026301

Pembimbing Pembantu


Neni Triana M., SE. MM
NIDN. 1009028104

Penguji Pembantu



Sukardi, SE. MM
NIDN. 1122028201

Pontianak, 04 Mei 2023

Disahkan Oleh :

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

DEKAN


Dedi Hariyanto, SE. MM
NIDN. 1113117702

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA REVO
FIT FI DI PT NUSANTARA SURYA SAKTI KABUPATEN
SINTANG**

SKRIPSI

OLEH :

**DURRAHMAN
NIM. 181310070**



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

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT karena dengan rahmat dan karunianya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Revo Fit FI Di PT Nusantara Surya Sakti Kabupaten Sintang”**. Skripsi ini dilaksanakan sebagai bentuk tanggung jawab penulis guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan perkuliahan sekaligus mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E), pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Selama penyusunan skripsi ini, penulis banyak sekali memperoleh bantuan, bimbingan, masukan, serta petunjuk dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terimakasih 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. Bapak Dr. H. Helman Fachri, SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia membimbing penulis dengan memberikan arahan dan masukan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.
4. Ibu Neni Triana M., SE, MM, selaku Dosen Pembimbing Kedua yang telah berkenan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.

5. Bapak / Ibu Dosen beserta staf seluruh Civitas Akademika Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak yang telah membekali penulis dengan ilmu selama perkuliahan dan membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Pimpinan Cabang PT Nusantara Surya Sakti Sintang Bapak Suseno Subirin yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan yang dipimpinnya.
7. Kedua Orang tua tercinta, saudara-saudara dan teman-teman penulis yang selalu mendukung baik material maupun doa, perhatian dan dorongan selama ini.
8. Rekan-rekan seperjuangan di Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak angkatan 2018 yang sudah banyak memberikan dukungan serta doa sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan benar.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu kritik dan saran bersifat membangun sangat penulis harapkan guna kesempurnaan dimasa yang akan datang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi kita semua Aamiin.

Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pontianak, Mei 2023
Penulis

Durrahman
NIM.181310070

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Sintang. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Sintang, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*. Analisis data yang dilakukan adalah analisis regresi linier sederhana, koefisien korelasi (R), koefisien determinasi (R^2), dan uji kelayakan model (uji F).

Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi linier sederhana adalah: $Y = 3,535 + 0,329X$. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,322, artinya bahwa hubungan antara variabel bauran pemasaran dengan variabel keputusan pembelian adalah lemah. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,103, artinya bahwa 10,3% keputusan pembelian dipengaruhi oleh bauran pemasaran sedangkan sisanya yaitu sebesar 89,7% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} 11,313 > F_{tabel} 3,94$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian sepeda motor Honda Revo Fit FI yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran pada PT Nusantara Surya Sakti Sintang.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian

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. Permasalahan	10
C. Pembatasan Masalah	10
D. Tujuan Penelitian	11
E. Manfaat penelitian	11
F. Kerangka Pemikiran	12
G. Metode Penelitian	15
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran	25
B. Konsep Pemasaran.....	26
C. Manajemen Pemasaran	26
D. Bauran Pemasaran	27
E. Keputusan Pembelian	32
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan	35
B. Visi Dan Misi Perusahaan	36
C. Struktur Organisasi	37
D. Aspek Pemasaran	39
E. Aspek Sumber Daya Manusia	39
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	42
B. Analisis Data	45

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	52
B. Saran	52
DAFTAR PUSTAKA	54

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Kategori Otomotif Fase 1 Tahun 2020-2022	2
Tabel 1.2	Daftar Dealer Sepeda Motor di Kabupaten Sintang Tahun 2022 ..	4
Tabel 1.3	Tipe dan Harga Sepeda Motor Honda Yang di Jual Tahun 2023	5
Tabel 1.4	Penjualan Honda Revo Fit FI (dalam Unit) 2020-2022	6
Tabel 1.5	Penjualan Honda Revo Fit FI (dalam Rupiah) 2020-2022	7
Tabel 1.6	Skor Pernyataan Responden	20
Tabel 1.7	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	22
Tabel 3.1	Jumlah Karyawan PT Nusantara Surya Sakti Sintang Tahun 2023	40
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	42
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	42
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir	43
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	44
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	44
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	45
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran (X)	45
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	46
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran (X)	47
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas	48
Tabel 4.12	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	49
Tabel 4.13	Hasil Uji Koefisien Korelasi (R)	50
Tabel 4.14	Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)	50

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran	14
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian	33
Gambar 3.1	Struktur Organisasi	37

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	55
Lampiran 2. Rekapitulasi Responden	60
Lampiran 3. Rekapitulasi Variabel Bauran Pemasaran X (7P)	64
Lampiran 4. Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian Y	69
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran (X)	74
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	81
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran (X)	84
Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	85
Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas	86
Lampiran 10. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	87
Lampiran 11. Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	88
Lampiran 12. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)	89

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Industri otomotif berkembang pesat ini, salah satunya di Indonesia. Banyak permintaan masyarakat Indonesia terhadap kendaraan bermotor sebagai alat transportasi yang dapat menunjang aktivitas masyarakat. Kendaraan bermotor berguna terhadap kegiatan masyarakat Indonesia secara langsung. Hal ini menjadikan banyak perusahaan berlomba-lomba dalam memproduksi dan memasarkan produk kendaraan bermotor dengan teknologi canggih dan terbaru.

Pada masa kemajuan teknologi dan persaingan pasar yang kompetitif ini, setiap pelaku bisnis yang ingin memenangkan persaingan harus memperhatikan dan menerapkan strategi pemasaran dan manajemen yang tepat terjadi di lingkungan pemasaran. Perusahaan harus memperhatikan, memahami dan menanggapi dengan cepat perubahan kebutuhan dan keinginan konsumen untuk dapat menjadi pemenang dalam persaingan yang ketat tersebut. Dari sudut pandang perusahaan, harga merupakan komponen yang berpengaruh terhadap laba perusahaan, karena tingkat harga yang ditetapkan harus sebanding dengan kuantitas dan kualitas dari suatu produk yang akan dijual ke pasar. Sedangkan dari sudut pandang konsumen, harga digunakan sebagai pengukur nilai dari manfaat yang dirasakan terhadap barang atau jasa yang pada akhirnya juga mempengaruhi dalam keputusan pembelian. Selain dari pada itu penetapan harga jual kembali dari perusahaan juga merupakan faktor yang tidak kalah penting selain harga beli terhadap suatu barang atau jasa.

Masing-masing perusahaan memberikan keunggulan yang terbaik dari produk yang ditawarkan kepada konsumen, agar perusahaan tersebut dapat merebut pasar persaingan. Di mata konsumen produksi sepeda motor yang mempunyai kualitas dari segi model, ketersediaan suku cadang, bengkel resmi, desain produk, performa mesin dan harga jual kembali menjadi faktor-faktor pendukung dalam menentukan pilihan mereka.

Salah satu survei yang dijadikan sebagai indikator kesuksesan sebuah merek adalah *Top Brand Award* yang didasarkan pada tiga parameter yaitu merek yang paling diingat (*top of mind*), merek yang terakhir kali dibeli atau dikonsumsi (*last used*), serta merek yang akan dipilih kembali di masa mendatang (*future intention*). Untuk menyandang predikat *Top Brand* merek harus memiliki kriteria yang harus dipenuhi yaitu memperoleh *Top Brand Index* minimum sebesar 10% dan berada dalam posisi *top three* di dalam kategori produknya. Berikut adalah data jumlah pengguna sepeda motor roda dua berdasarkan survei *Top Brand Award* dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut:

Tabel 1.1
Top Brand Index Kategori Otomotif Fase 1
(Sepeda Motor) Tahun 2020-2022

Merek	Tipe Dan Jenis		Top Brand Index (TBI)		
			2020	2021	2022
Kawasaki	<i>Sport</i>	VIXION	-	10.1%	-
	<i>Sport</i>	Kawasaki Ninja	-	11.6%	11.30%
Honda	<i>Matic</i>	Beat	35.8%	35.6%	34.20%
		Vario	24.5%	21.9%	20.80%
	Bebek	Supra	23.7%	24.0%	20.30%
		Revo Fit	14.5%	14.7%	15.80%

Tabel 1.1
(Lanjutan)

	<i>Sport</i>	Honda CBR	22.1%	31.6%	31.40%
Yamaha	<i>Matic</i>	Mio	13.6%	12.9%	12.30%
	Bebek	Jupiter	10.7%	12.0%	12.40%

Sumber : <http://www.topbrand-award.com>

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, menunjukkan bahwa Honda Revo Fit berada di posisi keempat *Top Brand Award* dalam kategori sepeda motor bebek pada Tahun 2020-2022.

Honda merupakan sepeda motor yang diproduksi oleh PT Astra Honda Motor (AHM). PT Astra Honda Motor (AHM) merupakan satu-satunya perusahaan manufaktur dan distribusi yang memiliki hak sebagai Agen Tunggal Pemegang Merek (ATPM) sepeda motor Honda di Indonesia dan memiliki beberapa *main dealer* yang bertempat disetiap ibukota provinsi yang tersebar diberbagai kota di Indonesia. Di Kalimantan Barat terdapat *main dealer* yang berfungsi untuk pemesanan sepeda motor dan suku cadang yaitu Astra Motor Pontianak. Astra Motor Pontianak merupakan *main dealer* yang mendistribusikan sepeda motor Honda ke berbagai *dealer* resmi yang ada di Kalimantan Barat.

PT Nusantara Surya Sakti Sintang merupakan cabang dari PT Nusantara Surya Sakti Pontianak, merupakan *dealer* resmi yang bergerak dibidang penjualan sepeda motor merek Honda yang menjual berbagai tipe sepeda motor dengan variasi produk serta desain yang beragam.

PT Nusantara Surya Sakti Sintang merupakan salah satu *dealer* sepeda motor Honda yang beralamat di JL. MT. Haryono, Sintang. Berikut adalah daftar

dealer sepeda motor di Kabupaten Sintang pada Tabel 1.2 berikut :

Tabel 1.2
Dinas Penanaman Modal, Tenaga Kerja dan PTSP Sintang
Daftar Dealer Sepeda Motor di Kabuapten Sintang
Tahun 2022

No	Daftar Nama Dealer	Alamat
1	Astra Motor Sintang	Jl. MT. Haryono No. 19, Sintang
2	PT Nusantara Surya Sakti	Jl. MT. Haryono, Sintang
3	Panca Motor	Jl. Lintas Melawi, Sintang
4	Daya Motor	Jl. Lintas Melawi, Sintang
5	Aneka Motor	Jl. MT. Haryono No. 112 A, Sintang
6	Cahaya Motor	Jl. MT. Haryono , Sintang
7	Fajar Utama Motor	Jl. Aji Melayu Tanjung Ria Kec. Sepauk, Sintang
8	Fortuna Jaya Motor	Jl. Lintas Melawi No 13, Sintang
9	Kurnia Motor	Jl. Dusun Pandang Ds. Sungai Ukoi, Sintang
10	Multi motor	Jl. MT. Haryono No. 16-19 , Sintang
11	Power motor	Jl. WR. Supratman No. 3-4 Sintang
12	Yanto motor	Jl. Kelam, Simpang Tugu Beji, Sintang
13	Pt. Super sukses motor	Jl. Lintas Melawi, Sintang
14	Suzuki mt haryono	Jl. MT. Haryono No, 3-6, Sintang
15	Perkasa kelam permai	Jl. Kebong, Kelam Permai, Sintang
16	Bintang Motor	Jl. MT. Haryono , Sintang
17	Arema Motor	Jl. Mensiku Jaya, sintang
18	Marvel Motor	Jl. Kapuas Kanan Hulu, Sintang
19	Yamaha Perkasa Motor	Jl. Lintas Melawi, Sintang

Sumber : Dinas Penanaman Modal PTSP Sintang, 2022

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa terdapat 19 dealer sepeda motor di Kabupaten Sintang salah satunya PT Nusantara Surya Sakti Sintang.

Berikut adalah tipe dan harga sepeda motor Honda yang dijual oleh PT Nusantara Surya Sakti Sintang tahun 2023 dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut :

Tabel 1.3
PT Nusantara Surya Sakti Sintang
Tipe dan Harga Sepeda Motor Honda
2023

Jenis	No	Tipe	Harga (Rupiah)
Matic	1	Beat Sporty CBS ISS Deluxe	20.215.000
	2	Beat Sporty CBS	19.475.000
	3	Beat Sporty CBS ISS	20.125.000
	4	Beat Street	19.925.000
	5	Genio CBS-ISS	20.430.000
	6	Genio CBS	20.010.000
	7	Vario 125 CBS	23.325.000
	8	Vario 125 CBS-ISS	24.025.000
	9	Vario 150 PLUS	27.080.000
	10	Vario 150 Sporty PLUS	27.230.000
	11	Vario 160 CBS	27.250.000
	12	Vario 160 ABS	29.950.000
	13	Scoopy Stylish	19.750.000
	14	Scoopy Sporty	19.750.000
	15	PCX 160 CBS	32.540.000
	16	PCX 160 ABS	36.040.000
	17	ADV 150 CBS	37.050.000
	18	ADV 150 ABS	40.090.000
Bebek	19	Revo Fit FI	17.050.000
	20	Revo X	18.550.000
	21	Supra X 125 CW	20.900.000
	22	New Supra GTR 150 Sporty	25.680.000
	23	New Supra GTR 150 Exclusive	25.930.000
Sport	24	Sonic 150 R	25.040.000
	25	CB 150 X STD	33.490.000
	26	CB 150 VERZA X STD	22.550.000
	27	CB 150 VERZA SE	33.990.000
	28	CB 150 VERZA CW	22.550.000
	29	CBR 150 STD	38.120.000
	30	CRF 150L - Extreme Red	35.760.000

Sumber : PT Nusantara Surya Sakti Sintang, Tahun 2023

Berdasarkan tabel 1.3 menunjukkan bahwa terdapat tipe dan harga sepeda motor Honda yang dijual di PT Nusantara Surya Sakti Sintang. Salah satu tipe sepeda motor yang dijual adalah Honda Revo Fit FI yang di jual dengan harga

17.050.000. Honda Revo Fit FI memiliki harga jual yang relatif lebih rendah dibanding dengan jenis motor bebek lainnya yang dijual di PT Nusantara Surya Sakti Sintang. Honda Revo Fit FI memiliki pesaing dari jenis sepeda motor bebek lainnya yang dijual di PT Nusantara Surya Sakti Sintang yaitu Honda Supra X 125, Honda Supra GTR 150 yang membuat pilihan akan sepeda motor bebek semakin banyak dan beragam. Harga yang diberikan untuk New Supra X 125 dan Honda Supra GTR 150 sangat jauh berbeda dengan Honda Revo Fit FI yang membuat persaingan sepeda motor Honda tersebut sangat kompetitif dalam menarik minat konsumen.

Berikut adalah data penjualan sepeda motor Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Sintang dalam unit Tahun 2020 – 2022 dapat dilihat pada Tabel 1.4 berikut :

Tabel 1.4
PT Nusantara Surya Sakti Sintang
Penjualan Sepeda motor Revo Fit FI (dalam unit)
Tahun 2020-2022

No	Tahun	Penjualan Honda Revo Fit FI	Peningkatan/Penurunan %
1	2020	340	-
2	2021	402	18,2
3	2022	355	(11,6)

Sumber : PT Nusantara Surya Sakti Sintang, Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan bahwa penjualan sepeda motor Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Sintang Tahun 2020 ke Tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 18,2% dan jumlah penjualan sepeda motor Honda Revo Fit di PT Nusantara Surya Sakti Sintang Tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 11,6% dari Tahun 2021.

Berikut adalah data penjualan sepeda motor Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Sintang dalam (Rp) Tahun 2020-2022 dapat dilihat pada tabel 1.5 berikut :

Tabel 1.5
PT Nusantara Surya Sakti Sintang
Penjualan Sepeda Motor Honda Revo Fit FI (dalam rupiah)
Tahun 2020-2022

No	Tahun	Penjualan Honda Revo Fit FI (Rp)	Peningkatan / penurunan %
1	2020	7.067.700.000	-
2	2021	8.962.000.000	26,8
3	2022	5.115.000.000	(42,92)

Sumber : PT Nusantara Surya Sakti Sintang, Tahun 2023

Berdasarkan Tabel 1.5 menunjukkan bahwa penjualan sepeda motor Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Sintang Tahun 2021 mengalami kenaikan sebesar 26,8% dari tahun 2020 dan jumlah penjualan sepeda motor Honda Revo Fit FI Tahun 2022 mengalami penurunan sebesar 42,92% dari Tahun 2021.

Perusahaan yang bergerak dalam penjualan motor harus memiliki strategi pemasaran sesuai dengan perkembangan ekonomi suatu daerah yang menjadi pangsa pasar . Strategi bauran pemasaran yang terkendali seperti produk, harga, tempat, promosi, orang, proses, dan bukti fisik dalam upaya mencapai tujuan perusahaan agar konsumen tetap bersedia membeli barang yang di tawarkan oleh perusahaan dan membangun hubungan yang baik dengan pelanggan, sehingga tujuan akhir perusahaan untuk meningkatkan penjualan dapat tercapai. Untuk menarik perhatian konsumen, PT Nusantara Surya Sakti Sintang melakukan kebijakan sebagai berikut :

1. Produk

PT Nusantara Surya Sakti Sintang menawarkan berbagai tipe sepeda motor Honda dengan kualitas yang baik dan desain yang menarik. PT Nusantara Surya Sakti Sintang menyediakan layanan penghantaran sepeda motor ke rumah konsumen.

2. Harga

Terdapat daftar harga sepeda motor yang ditawarkan di PT Nusantara Surya Sakti Sintang. Konsumen bisa melakukan pembelian secara cash atau kredit. Untuk pembelian secara kredit, PT Nusantara Surya Sakti Sintang bekerja sama dengan pihak finance, dengan persyaratan yang mudah dan besarnya uang muka (DP) dan cicilan per bulan disesuaikan dengan kemampuan konsumen.

3. Tempat

PT Nusantara Surya Sakti Sintang beralamat di Jalan MT Haryono No. 29a, merupakan lokasi yang sangat strategis dan mudah dijangkau oleh alat transportasi apapun. Lokasi PT Nusantara Surya Sakti Sintang mudah ditemukan karena terdapat papan nama di depan PT Nusantara Surya Sakti Sintang.

4. Promosi

PT Nusantara Surya Sakti Sintang melakukan promosi yaitu dengan cara membagikan brosur di jalan raya dan rumah-rumah melalui sales penjualan. Dan juga dengan cara sosial media seperti facebook, insragram dll. PT Nusantara Surya Sakti Sintang juga biasanya tergabung di beberapa *event*

seperti di Tahun 2019, PT Nusantara Surya Sakti Sintang bekerjasama dengan Astra Honda Motor (AHM) untuk melakukan *road show* atau pameran dagang dengan mendirikan *stand* di acara Sintang EXPO yang di selenggarakan di Stadion baning Kabupaten Sintang. PT Nusantara Surya Sakti Sintang juga melakukan promosi dengan mendirikan *stand* di acara Gawai Dayak Rumah Betang Kabupaten Sintang yang rutin diadakan setiap tahunnya dengan menawarkan produk sepeda motor Honda jenis terbaru kepada konsumen.

5. Orang

Terdapat 20 orang karyawan di PT Nusantara Surya Sakti Sintang, yang terdiri dari pimpinan cabang, bagian penjualan, mekanik dan kasir. Karyawan PT Nusantara Surya Sakti Sintang melayani konsumen dengan ramah. Mekanik PT Nusantara Surya Sakti Sintang handal dan teliti dalam memperbaiki sepeda motor konsumen.

6. Proses

Proses pembelian sepeda motor di PT Nusantara Surya Sakti Sintang cepat dan mudah, proses pembayaran cicilan mudah, proses pelunasan mudah, proses servis dan ganti oli cepat, dan proses pemesanan suku cadang sepeda motor mudah.

7. Bukti Fisik

Fasilitas yang tersedia di PT Nusantara Surya Sakti Sintang adalah ruang tunggu yang dilengkapi dengan tv, kursi dan kipas angin. Tersedia tempat parkir dan tempat servis sepeda motor yang memadai.

Dari hasil wawancara dengan pimpinan cabang PT Nusantara Surya Sakti Sintang adalah penjualan sepeda motor Honda Revo Fit FI saat ini mengalami penurunan. Hal ini juga menjadi permasalahan yang dihadapi oleh PT Nusantara Surya Sakti Sintang. Penurunan penjualan ini dikatakan karena munculnya sepeda motor merek lainnya dengan harga yang lebih murah dan kualitas yang tidak kalah dari sepeda motor Honda Revo Fit FI.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang: “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Sintang”.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah “Apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Sintang ?”.

C. Pembatasan Masalah

Agar pembahasan yang dilakukan tidak menyimpang, jelas, terarah dan sesuai dengan tujuan penelitian, maka permasalahan dalam penelitian ini dibatasi pada :

1. Variabel Bauran Pemasaran dibatasi pada dimensi:

- a. Produk (*Product*)
- b. Harga (*Price*)
- c. Tempat/lokasi (*Place*)

- d. Promosi (*Promotion*)
- e. Orang (*People*)
- f. Proses (*process*)
- g. Bukti Fisik (*Physical Evidence*)

2. Variabel Keputusan Pembelian dibatasi pada tahapan pengambilan

keputusan pembelian yaitu:

- a. Pengenalan kebutuhan
- b. Pencarian informasi
- c. Evaluasi alternatif
- d. Keputusan pembelian
- e. Perilaku pasca pembelian

D. Tujuan Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang dikemukakan diatas maka tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Sintang.

E. Manfaat Penelitian

Adapun penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat bermanfaat :

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu cara dalam menerapkan berbagai teori yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan sekaligus mengukur kemampuan menulis ilmiah dalam penelitian bidang pemasaran.

2. Bagi Perusahaan

Hasil penelitian ini diharapkan dapat berguna sebagai masukan dan sumbangan pemikiran yang dapat digunakan sebagai variabel penelitian bahan pertimbangan oleh pihak manajemen dalam mengevaluasi dan menyusun strategi kebijakan terutama dalam bidang bauran pemasaran.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu bahan masukan untuk referensi bagi mahasiswa yang ingin mengkaji lebih dalam mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Sintang.

F. Kerangka Pemikiran

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:62): “Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respon yang diinginkannya dipasar sasaran”.

Menurut Zeithaml dan Bitner dalam Huriyati (2020:48) mengemukakan :

Konsep bauran pemasaran tradisional (*traditional marketing mix*) terdiri dari 4P, yaitu *product* (produk), *price* (harga), *place* (tempat/lokasi) dan *promotion* (promosi). Untuk pemasaran jasa perlu bauran pemasaran yang diperluas (*expanded marketing mix for services*) dengan penambahan unsur *non-traditional marketing mix*, yaitu *people* (orang), *process* (proses), dan *physical evidence* (fasilitas fisik), sehingga menjadi tujuh unsur (7P).

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:181) : “Keputusan pembelian adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembeli dan keputusan pembelian”.

Menurut Kotler dan Armstrong (2008:179): “Proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian”.

Beberapa penelitian terdahulu menunjukkan pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian antara lain:

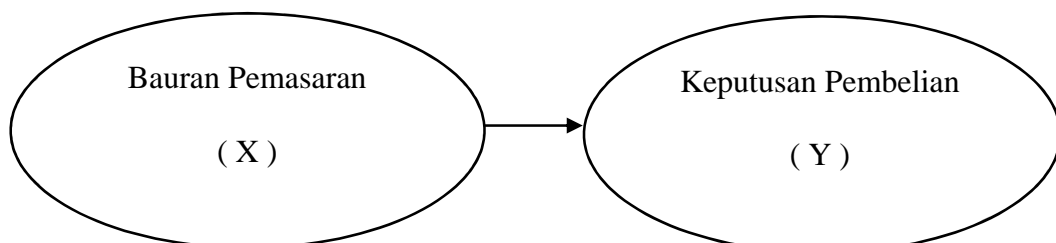
1. Firmansyah dan Rosmaniar (2015) yang berjudul “pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di Surabaya” menunjukkan bahwa *marketing mix* secara simultan berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda di Surabaya. Hal ini terbukti dengan nilai F_{hitung} (8,821) yang lebih besar dari pada F_{tabel} (2,658) dengan tingkat signifikansi (0,000) di bawah *level of significance* 5%. Besarnya perubahan (variasi) dari putusan, pembelian konsumen sepeda motor Honda di Surabaya yang dapat dijelaskan oleh variabel *marketing mix* adalah 50,9%, sedangkan sisanya sebesar 49,1% dijelaskan oleh variabel-variabel lain yang tidak dimasukkan dalam penelitian ini.
2. Fahreza dan samsuddin (2021) yang berjudul “ Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Techno di PD Meteor Motor Sekadau”, diketahui bahwa hasil uji kelayakan model (Uji F) dalam penelitian diperoleh nilai F_{hitung} 261,239 > F_{tabel} 3,94 serta memiliki nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$ yang menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian sepeda motor Honda Vario Techno di PD Meteor Motor Sekadau yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.
3. Maulana dan Fachri (2022) Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor merek Honda di PT Tunas Dwipa Matra Sukadana. Populasi dalam penelitian

ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor merek Honda di PT Tunas Dwipa Matra Sukadana, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Analisis data yang dilakukan adalah analisis regresi linier sederhana, koefisien (R), koefisien determinasi (R^2), dan uji kelayakan model (uji F). Hasil penelitian menunjukkan persamaan regresi linier sederhana adalah: $Y = 3,400 + 0,932X$. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,643, artinya bahwa hubungan antara variabel bauran pemasaran dengan variabel keputusan pembelian adalah kuat. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,413, artinya bahwa 41,3% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran sedangkan sisanya yaitu sebesar 58,7% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} 69,022 > F_{tabel} 3,94$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian sepeda motor merek Honda yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran pada PT Tunas Dwipa Matra Sukadana.

Berdasarkan teori dan penelitian sebelumnya yang dikemukakan diatas, maka peneliti menentukan kerangka pemikiran dalam penelitian ini yang di gambarkan sebagai berikut :

Gambar 1.1

Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian asosiatif. Menurut Siregar (2020:15): “Penelitian asosiatif atau hubungan merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih”. Dengan demikian, penelitian asosiatif dalam penelitian ini adalah untuk memberikan gambaran mengenai bauran pemasaran dan pengaruhnya terhadap keputusan pembelian sepeda motor Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Sintang.

2. Teknik Pengumpulan Data

Menurut Siregar (2020:39) : “Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder dalam suatu penelitian”. Pengumpulan data merupakan langkah yang amat penting, karena data yang akan dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan.

a) Data Primer

Siregar (2020:37): “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan”. Pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung pada perusahaan yang menjadi objek penelitian dengan cara:

1) Wawancara

Menurut Siregar (2020:40) : “Wawancara adalah proses memperoleh keterangan/data untuk tujuan penelitian dengan cara

tanya jawab, sambil bertatap muka antara pewawancara dan responden dengan menggunakan alat yang dinamakan panduan wawancara”. Penulis melakukan wawancara langsung kepada pimpinan PT Nusantara Surya Sakti Sintang untuk memperoleh informasi dan data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2) Kuesioner

Menurut Siregar (2020:44) : “Kuesioner adalah teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analisis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi, yang bisa terpengaruhi oleh sistem yang diajukan atau sistem yang sudah ada”. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Sintang.

b) Data Sekunder

Menurut Siregar (2020:37): “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengolahnya”. Data sekunder dalam penelitian ini terdiri dari data pengguna tipe sepeda motor berdasarkan Top Brand Index kategori Otomotif 2022, *dealer* sepeda motor di Kabupaten Sintang, tipe dan harga jual sepeda motor Honda, dan jumlah penjualan sepeda motor Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Sintang.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2016:80) : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor Honda Revo Fit FI PT Nusantara Surya Sakti Sintang pada Tahun 2020 sampai 2022 yang berjumlah 1.097 konsumen.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2016:81): “Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut”. Karena jumlah populasi diketahui maka perhitungan sampel menggunakan rumus Slovin yang menurut Siregar (2020:61) sebagai berikut :

$$n = 1 \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan :

n = Sampel

N = Populasi

e = Tingkat kesalahan sampel

Alasan menggunakan rumus tersebut adalah karena jumlah populasi diketahui, maka untuk menentukan sampel didalam penelitian ini digunakan rumus slovin dengan tingkat kesalahan pengambilan sampel sebesar 10%. Berdasarkan rumus diatas, maka jumlah sampel minimal dalam penelitian ini dihitung sebagai berikut:

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

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

$$n = \frac{1}{1+1 \cdot 9}$$

$$n = \frac{1,0}{1 \cdot 9}$$

$$n = 91,64$$

Berdasarkan perhitungan diatas maka jumlah sampel minimum yang diteliti adalah 91 responden. Berdasarkan hal tersebut penulis menetapkan jumlah sampel sebanyak 100 orang.

Teknik Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive sampling. Menurut Siregar (2020:60) : “*Purposive Sampling* merupakan metode penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan pada kriteria-kriteria tertentu”. Karakteristik dan syarat responden dalam penelitian ini antara lain sebagai berikut :

- a. Responden berumur minimal 18 tahun
- b. Responden membeli sepeda motor Honda Revo Fit FI atas keputusan sendiri

4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2016:38): “Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Penelitian ini menggunakan dua variabel, yaitu:

a. Variabel Bebas (*Independent Variable*)

Menurut Sugiyono (2016:39): “Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependent (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran yang diberi notasi tanda (X).

b. Variabel Terikat (*Dependent Variabel*)

Menurut Sugiyono (2016:39): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat (*Dependent Variabel*) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang diberi notasi tanda (Y).

5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2016:93): “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Berdasarkan jawaban dari responden melalui kuesioner yang disebar, kemudian dikelompokkan menurut jenisnya masing-masing.

Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat kesetujuan atau ketidaksetujuan responden terhadap serangkaian pernyataan atau pertanyaan yang digunakan untuk mengukur suatu variabel. Skala ini diberi bobot secara kuantitatif yang berguna untuk dipakai dalam perhitungan, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.6
Skor Pernyataan Responden

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

6. Analisis Data

a. Uji Instrumen

Menurut Sugiyono (2016:102): “Instrumen penelitian adalah suatu alat yang digunakan untuk mengukur fenomena alam maupun sosial yang diamati”. Instrumen dalam penelitian ini terdiri dari :

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2020:75): “Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it succesfully measure the phenomenon*)”. Uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi *Pearson Product Moment*.

Untuk mengetahui skor masing-masing item pernyataan valid atau tidak, maka ditetapkan kriteria sebagai berikut :

- a. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka instrumen atau item-item pernyataan berkorelasi terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Untuk memperoleh dalam melakukan perhitungan secara statistik,

maka analisis dilakukan dengan bantuan *software* SPSS 20.00 *for windows*

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 pengukuran yang sama pula”. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach Alpha*. Menurut Siregar (2020:90): “Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabilitas (r) $> 0,60$ ”.

b. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2020:153) “Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak”. Uji normalitas data dilakukan dengan uji Kolmogrov-Smirnov. Untuk mempermudah dalam melakukan perhitungan secara statistik, maka analisis dilakukan dengan bantuan *software* SPSS 20.00 *for windows*.

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif berupa analisis regresi linier sederhana. Menurut Siregar (2020:379): “Regresi linier sederhana adalah salah satu alat yang dapat digunakan dalam memprediksi permintaan di masa yang akan datang dengan berdasarkan

data masa lalu, atau untuk mengetahui pengaruh satu variabel bebas (*independent*) terhadap satu variabel tak bebas (*dependent*) adalah menggunakan regresi linear”. Analisis regresi menggunakan rumus persamaan yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

X = Variabel Bebas (Bauran Pemasaran)

Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

a = Nilai intercept (Konstan)

b = Koefisien arah regresi

d. Koefisien Korelasi (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”. Untuk memudahkan dalam melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antara dua variabel digunakan kriteria yang ditampilkan pada Tabel berikut:

Tabel 1.7
Tingkat korelasi dan peningkatan hubungann

Nilai Korelasi (r)	Tingkat Hubungan
0,000 - 0,199	Sangat Rendah
0,200 - 0,399	Lemah
0,400 - 0,599	Cukup
0,600 - 0,799	Kuat
0,800 - 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Siregar (2020:337)

e. 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 Y (terikat)”.

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara nol dan satu. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel independen amat terbatas. Nilai yang mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen.

f. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Siregar (2020:392) : “Tujuan membandingkan antara F_{tabel} dan F_{hitung} adalah untuk mengetahui, apakah H_0 ditolak atau diterima berdasarkan kaidah pengujian”. Uji ini digunakan untuk mengetahui apakah model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran. Langkah-langkah dalam melakukan uji kelayakan model adalah sebagai berikut :

1) Membuat Hipotesis

H_0 = Model regresi linier sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian sepeda motor Honda Revo Fit

FI yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran pada PT Nusantara Surya Sakti Sintang.

H_a = Model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian sepeda motor Honda Revo Fit FI yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran pada PT Nusantara Surya Sakti Sintang.

2) Menghitung nilai F_{hitung}

Nilai F_{hitung} diperoleh dengan menggunakan *Software SPSS 20.00 for windows*.

3) Membuat keputusan

- a) Jika $F_{hitung} \leq F_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak
- b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa:

1. Karakteristik responden dalam penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin laki-laki, berumur 30 tahun sampai dengan 41 tahun, berpendidikan SMA, bekerja sebagai Petani, pendapatan Rp. 2.000.000 – Rp. 2.999.000 , dan berstatus menikah.
2. Persamaan regresi linier sederhana adalah: $Y = 3,535 + 0,329X$
3. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,322. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bauran pemasaran dengan variabel keputusan pembelian adalah lemah.
4. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,103. Nilai ini menunjukkan bahwa 10,3% keputusan pembelian dapat dipengaruhi oleh bauran pemasaran, sedangkan sisanya yaitu 89,7% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa nilai $F_{hitung} 11,313 > F_{tabel} 3,94$, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian sepeda motor Honda Revo Fit FI yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran pada PT Nusantara Surya Sakti Sintang.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan

beberapa saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian skor terendah pada variabel orang (sebesar 0,391), hendaknya pihak PT Nusantara Surya Sakti Sintang meningkatkan pelayanan dalam melayani konsumen.
2. PT Nusantara Surya Sakti Sintang sebaiknya lebih meningkatkan promosinya dengan cara memasang iklan atau template melalui media sosial dan web khususnya di zaman teknologi informasi seperti saat ini agar masyarakat umum bisa lebih mudah dalam mengetahui produk, informasi, dan program apa saja yang ditawarkan oleh PT Nusantara Surya Sakti Sintang.
3. PT Nusantara Surya Sakti Sintang sebaiknya mempercepat waktu pemesanan suku cadang sepeda motor Honda.

DAFTAR PUSTAKA

- Firmansyah, M Anang, dan Asyiatu Rosmaniar. 2015. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di Surabaya. *Jurnal Balance*. Vol.XII (2), Hal. 28-34.
- Fachreza, U. Wiyuda, dan Samsuddin. 2021. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Vario Techno di PD Meteor Motor Sekadau. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 8(1).
- Hurriyati, Ratih. 2020. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV.Afabeta, Bandung.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip, dan Kevin Lane Keller. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Maulana, Andi, Fachri Helman. 2022. Pengaruh Bauran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Merek Honda Di PT Tunas Dwipa Matra Sukadana. *Jurnal Produktivitas: Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah Pontianak*, 6(1).
- Priansa, Donni Juni, 2017. *Perilaku Konsumen*. Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Siregar, Sofyan. 2020. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Dilengkapi dengan perhitungan manual dan aplikasi SPSS versi 17. PT Bumi aksara, Jakarta
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Bisnis (pendekatan Kuantitatif, dan R&D)* CV. Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2017. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Tjiptono, Fandy, 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian* CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Top Brand Award Index Kategori Otomotif Fase I. Data Pengguna Merek Kendaraan Sepeda Motor Tahun 2020 – 2022. Dalam <https://www.topbrand-award.com>.

LAMPIRAN 1

KUESIONER

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul “**Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Revo Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Kabupaten Sintang**”, saya mohon dengan segala kerendahan hati kepada Bapak/Ibu/Sdr/i untuk meluangkan waktu membantu saya mengisi daftar pertanyaan (kuesioner) yang diajukan dengan sebenar-benarnya. Penyusunan skripsi ini digunakan untuk memenuhi syarat yang telah ditentukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak. Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/i mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih.

A. Identitas Peneliti :

Nama : Durrahman
NIM : 181310070
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Muhammadiyah Pontianak

B. Identitas Responden :

Nama :
Jenis Kelamin :
Usia :
Pendidikan Terakhir :
Pekerjaan :
Pendapatan/Bulan :
Status Perkawinan :
No Hp :

C. Catatan Pengisian :

1. Berilah tanda centang (√) pada salah satu yang sesuai dengan pilihan Bapak/Ibu/Sdr/i.
2. Mohon Bapak/Ibu/Sdr/i mengisi sesuai dengan apa yang Bapak/Ibu/Sdr/i

alami karena hal ini akan sangat membantu penulis dalam memperoleh data yang akurat.

3. Adapun pernyataan yang berkaitan dengan keterangan jawaban sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

D. Daftar Pernyataan

1. Tanggapan responden tentang bauran pemasaran PT. Nusantara Surya Sakti Sintang :

No	Pernyataan	Penilaian Konsumen				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	Produk (<i>product</i>)					
1.	PT NSS Sintang menjual berbagai tipe sepeda motor Honda.					
2.	PT NSS Sintang menyediakan layanan pengantaran sepeda motor kerumah konsumen..					
3.	PT NSS sintang menyediakan layanan servis selama 3 bulan pasca pembelian					
B.	Harga (<i>price</i>)					
4.	Daftar Harga motor Honda Revo Fit FI yang di jual di PT NSS sintang jelas dan mudah di mengerti.					
5.	PT NSS Sintang memberikan potongan harga saat membeli sepeda motor Honda Revo Fit FI secara tunai.					
6.	PT NSS Sintang memberikan kemudahan pembayaran, dengan periode pembayaran dengan tempo 3 bulan sampai 12 bulan.					
7.	PT NSS memudahkan pembelian secara kredit dengan besaran uang muka yang cukup terjangkau.					
C.	Tempat/Lokasi (<i>place</i>)					
8.	Lokasi PT NSS Sintang cukup strategis.					
9.	Lokasi PT NSS mudah untuk di jangkau.					

10.	Lokasi PT NSS mudah ditemukan karena terdapat papan nama.					
D.	Promosi (<i>promotion</i>)					
11.	Papan nama di depan kantor PT NSS Sintang menarik perhatian saya untuk membeli motor Honda Revo Fit FI					
12.	PT NSS melakukan promosi melalui sosial media dan brosur seperti Facebook, Instagram dan Whatsaap.					
13.	Hadiah langsung yang diberikan PT NSS Sintang berupa helm membuat saya tertarik untuk membeli Motor Honda Revo Fit FI.					
E.	Orang (<i>people</i>)					
14.	Karyawan PT NSS Sintang ramah dalam melayani konsumen.					
15.	Karyawan PT NSS Sintang cepat dalam menangani keluhan konsumen.					
16.	Karyawan PT NSS cepat dalam memberikan informasi sehingga mudah dipahami.					
F.	Proses (<i>process</i>)					
17.	PT NSS Sintang memberikan layanan transaksi pembelian dengan syarat yang mudah.					
18.	PT NSS Sintang melayani transaksi pembayaran dengan cepat.					
19.	PT NSS Sintang memberikan layanan service sepeda motor dengan cepat.					
G.	Bukti Fisik (<i>physical evidence</i>)					
20.	PT NSS Sintang memiliki tempat parkir yang memadai.					
21.	PT NSS Sintang menyediakan ruang tunggu yang dilengkapi dengan fasilitas Tv, kursi, dan kipas angin.					
22.	PT NSS Sintang melakukan penataan sepeda motor dengan rapi sehingga memudahkan konsumen untuk mencari beberapa tipe sepeda motor.					

2. Tanggapan responden tentang keputusan pembelian sepeda motor Honda Revo
Fit FI di PT Nusantara Surya Sakti Sintang :

No	Pernyataan	Penilaian Konsumen				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	Pengenalan Kebutuhan					
1.	Saya membutuhkan Dealer sepeda motor yang memiliki ketersediaan produk dan suku cadang yang lengkap.					
2.	Saya membutuhkan Dealer sepeda motor Honda yang harganya terjangkau.					
3.	Saya membutuhkan Dealer sepeda motor merek Honda yang lokasinya strategis					
B.	Pencarian Informasi					
4.	Saya mencari informasi Dealer sepeda motor merek Honda melalui Instagram					
5.	Saya mencari informasi Dealer sepeda motor merek Honda melalui Brosur					
6.	Saya mendapatkan banyak informasi Dealer sepeda motor merek Honda dari tenaga marketing					
C.	Evaluasi Alternatif					
7.	Sebelum memutuskan untuk membeli, saya membandingkan ketersediaan produk dan suku cadang masing-masing dealer.					
8.	Sebelum memutuskan untuk membeli, saya membandingkan harga yang ditawarkan masing-masing dealer.					
9.	Sebelum memutuskan untuk membeli, saya membandingkan lokasi yang ditawarkan masing-masing dealer.					
D.	Keputusan Pembelian					
10.	Saya memutuskan untuk membeli di PT NSS Sintang karena memiliki ketersediaan produk dan suku cadang yang lengkap.					
11.	Saya memutuskan untuk membeli di PT NSS Sintang karena harga terjangkau.					
12.	Saya memutuskan untuk membeli di PT NSS Sintang karena lokasinya yang strategis.					

E.	Perilaku Pasca Pembelian						
13.	Saya merasa puas setelah membeli sepeda motor di PT NSS Sintang.						
14.	Saya bersedia mengajak siapa saja yang ingin membeli sepeda motor di PT NSS Sintang.						
15.	Saya akan menceritakan kepada teman dan keluarga tentang sepeda motor Honda di PT NSS Sintang.						

LAMPIRAN 2

REKAPITULASI RESPONDEN

No	NAMA	JENIS KELAMIN L/P	USIA	PENDIDIKAN TERAKHIR	PEKERJAAN	PENDAPATAN	STATUS PERKAWINAN	NO. HP
1	Miltari	Laki-Laki	39	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	082154833188
2	Pebrianus Toni Our	Laki-Laki	22	SMA	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 1.500.000	Belum Menikah	085705163740
3	Agus Rodiansyah	Laki-Laki	29	SMA	Wiraswasta	Rp. 3.500.000	Menikah	081649322055
4	Muhamad Fatoni	Laki-Laki	41	S1	Wiraswasta	Rp. 2.500.000	Menikah	085753810185
5	Vita Anggoro Sari	Perempuan	28	SMA	Wiraswasta	Rp. 2.500.000	Menikah	085752107359
6	Ari Azhari	Laki-Laki	42	S1	PNS	Rp. 3.500.000	Menikah	08125788441
7	Siti Nurhalimah	Perempuan	49	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.500.000	Menikah	085386534636
8	Nikodemus	Laki-Laki	39	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	082150905818
9	Sriani	Perempuan	45	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.500.000	Menikah	085346973287
10	Luncin	Laki-Laki	40	SMA	Petani	Rp. 1.500.000	Menikah	085752901658
11	Mujiono	Laki-Laki	37	S1	Pedagang	Rp. 2.500.000	Menikah	081346170019
12	Eti Yulianti	Perempuan	33	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000	Menikah	085750295737
13	Heny.M	Perempuan	35	S1	Guru Honoror	Rp. 1.500.000	Menikah	081254792559
14	Fransiskus Sepianus	Laki-Laki	54	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	085349466106
15	Hilmito	Laki-Laki	31	SMP	Petani	Rp. 1.000.000	Menikah	085787694993
16	Ensawing	Laki-Laki	55	S1	Guru Honoror	Rp. 1.500.000	Menikah	081352438298
17	Ade Yuska Putra	Laki-Laki	26	SMA	Wiraswasta	Rp. 2.500.000	Belum Menikah	0857505138834
18	Matius Barau	Laki-Laki	41	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	085651313776
19	Zenobius Tobing	Laki-Laki	29	SMA	Perdagangan	Rp. 2.500.000	Menikah	082352522734
20	Lusia Susi	Perempuan	57	SMP	Ibu Rumah Tangga	Rp. 2.500.000	Menikah	085705159876
21	Oktavianus Yun	Laki-Laki	47	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	085849395863
22	Aloisius	Laki-Laki	38	S1	PNS	Rp. 3.500.000	Menikah	08212044837
23	Lipi	Laki-Laki	35	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	085248934254

24	Mandoi	Laki-Laki	55	S1	Wiraswasta	Rp. 2.500.000	Menikah	081253418041
25	Kumiarti	Perempuan	46	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.500.000	Menikah	089513280238
26	Agustina	Perempuan	28	S1	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.500.000	Menikah	081244660614
27	Ali Hasan Bakri	Laki-Laki	30	S1	Pegawai Swasta	Rp. 2.500.000	Menikah	082251801164
28	Tutur Ananda Wahidil Padli	Laki-Laki	19	SMA	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 1.000.000	Belum Menikah	0823584248666
29	Tapin	Laki-Laki	42	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	082358533675
30	Japar Agi Sahrial	Laki-Laki	32	SMA	Petani	Rp. 2.000.000	Menikah	085347850720
31	Endang Rumanti	Perempuan	27	SMP	Ibu Rumah Tangga	Rp. 2.500.000	Menikah	082151450362
32	Yosef Priyanto	Laki-Laki	31	SMP	Petani	Rp. 2.000.000	Menikah	081350781337
33	Teresia Yohana	Perempuan	58	SMP	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	081349673970
34	Vensensius Atang	Laki-Laki	26	SMA	Petani	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	082151421092
35	M. Nanang Setiawan	Laki-Laki	33	SMA	Petani	Rp. 1.000.000	Menikah	082311494482
36	Yonatan	Laki-Laki	24	S1	Pegawai Swasta	Rp. 2.500.000	Belum Menikah	085849866596
37	Rachmah	Perempuan	57	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.500.000	Menikah	0822256543386
38	Xaverius Asep	Laki-Laki	52	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	0831104340522
39	Sholiah	Perempuan	39	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 2.500.000	Menikah	085752301119
40	Rosul Tofik	Laki-Laki	23	DIII	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 1.500.000	Belum Menikah	08152017841
41	Anun Suriati	Perempuan	35	S1	Pegawai Swasta	Rp. 2.500.000	Menikah	081345160234
42	Margareta Mulini	Perempuan	45	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 2.500.000	Menikah	082159565212
43	Andrianus	Laki-Laki	29	DIII	Wiraswasta	Rp. 2.500.000	Menikah	085654591050
44	Tasridal	Laki-Laki	44	S1	Pegawai Swasta	Rp. 2.500.000	Menikah	085245996662
45	Lincang	Laki-Laki	40	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	085387694790
46	Khoirul Fuat	Laki-Laki	59	S1	PNS	Rp. 4.500.000	Menikah	085245866189
47	Petrus Langgun	Laki-Laki	42	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	081349745226
48	Supriyanto Bansang	Laki-Laki	54	S1	PNS	Rp. 2.500.000	Menikah	081352399245
49	Aleksander Akau	Laki-Laki	22	S1	Pegawai Swasta	Rp. 1.500.000	Belum Menikah	085845512691
50	Edi Yanus	Laki-Laki	23	SMA	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 1.500.000	Belum Menikah	085750841711
51	Ngaidin	Laki-Laki	53	S1	Wiraswasta	Rp. 2.500.000	Menikah	082158349271
52	Sugito	Laki-Laki	45	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	085753453613
53	Susanna Sumi	Perempuan	38	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.500.000	Menikah	081352634686

54	Banai	Laki-Laki	58	SMA	Petani	Rp. 2.000.000	Menikah	081396120132
55	Sahroni	Laki-Laki	23	S1	Guru Honorer	Rp. 1.500.000	Belum Menikah	085750996797
56	Aniatu Janah	Perempuan	39	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 2.500.000	Menikah	082255025693
57	Kharisma Putri	Perempuan	20	SMA	Wiraswasta	Rp. 2.500.000	Belum Menikah	085827082978
58	Anisah	Perempuan	48	SMA	Perdagangan	Rp. 2.500.000	Menikah	0858819146111
59	Dedi Marselinus	Laki-Laki	22	SMA	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 1.500.000	Belum Menikah	0878143866381
60	Mokhta Yofi	Laki-Laki	41	S1	Wiraswasta	Rp. 2.500.000	Menikah	081345376355
61	Erniwati	Perempuan	47	S1	PNS	Rp. 4.500.000	Menikah	081345740492
62	Fandy Septriadi	Laki-Laki	41	S1	Pegawai Swasta	Rp. 2.500.000	Menikah	081345189998
63	Ngadimin	Laki-Laki	40	SMA	Wiraswasta	Rp. 3.000.000	Menikah	085349532145
64	Suwati	Perempuan	39	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 2.500.000	Menikah	081352337733
65	Warno	Laki-Laki	32	SMA	Wiraswasta	Rp. 2.500.000	Menikah	081352337733
66	Muhamad Nur Fazriansyah	Laki-Laki	21	SMA	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 1.500.000	Belum Menikah	081348898447
67	Tuyinah	Perempuan	36	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 2.500.000	Menikah	085820750774
68	Arianto	Laki-Laki	39	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	081254775914
69	Samuel	Laki-Laki	35	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	081352337733
70	James Neo Malanda	Laki-Laki	21	SMA	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 1.000.000	Belum Menikah	081256658989
71	Biali	Laki-Laki	36	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	082350555261
72	Banau	Laki-Laki	39	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	085349389966
73	Sumarno	Laki-Laki	54	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	081256658989
74	Abdul Fatah	Laki-Laki	23	SMA	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 1.000.000	Belum Menikah	085845931722
75	Ayu Soraya	Perempuan	27	SMA	Petani	Rp. 2.500.000	Menikah	0857056675248
76	Immanuel Ade Priadi	Laki-Laki	23	SMA	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 2.500.000	Belum Menikah	085348997208
77	Rutin Kecamatan	Laki-Laki	40	S1	PNS	Rp. 4.000.000	Menikah	085245100701
78	Rutin Kecamatan	Laki-Laki	40	S1	PNS	Rp. 3.000.000	Menikah	085245100701
79	Bend. Rutin Kantor Camat Sungai Tebelian	Laki-Laki	45	S1	PNS	Rp. 3.500.000	Menikah	081215417999
80	Juliana	Perempuan	37	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.500.000	Menikah	082255593422
81	Dessy.Ds	Perempuan	34	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.500.000	Menikah	081345681115
82	Ludovika Krisa Marentini	Perempuan	23	SMA	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 1.000.000	Belum Menikah	081345752763

83	Erni	Perempuan	43	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 2.000.000	Menikah	082150741569
84	Veronika Nursia	Perempuan	36	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 2.000.000	Menikah	085787679513
85	Selimun	Laki-Laki	60	SMA	Petani	Rp. 2.000.000	Menikah	085751755890
86	Puput Kintoko.S.Sos	Perempuan	37	S1	PNS	Rp. 4.000.000	Menikah	08127748988
87	Bend. Pengeluaran Dinas Perumahan Rakyat Dan Kawas	Laki-Laki	32	S1	PNS	Rp. 5.000.000	Menikah	081345584571
88	Susinem	Perempuan	45	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 1.000.000	Menikah	089670529546
89	Nyuntih	Perempuan	34	SMA	Petani	Rp. 1.000.000	Menikah	082351777713
90	Pujiman	Laki-Laki	34	S1	Wiraswasta	Rp. 2.500.000	Menikah	081528732646
91	Hafidz Ridha	Laki-Laki	23	SMA	Mahasiswa/Pelajar	Rp. 1.000.000	Belum Menikah	82155077540
92	Bend. Dinas Kesehatan Kab. Sintang	Laki-Laki	40	S1	PNS	Rp. 4.000.000	Menikah	08215938299
93	Andi Benaya	Laki-Laki	27	SMA	Wiraswasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	081545516943
94	Sunarto	Laki-Laki	25	SMA	Wiraswasta	Rp. 2.000.000	Belum Menikah	081255124216
95	Hajjah	Perempuan	57	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 2.000.000	Menikah	085246110323
96	Mustapa	Laki-Laki	48	SMA	Petani	Rp. 1.000.000	Menikah	085750912827
97	Dedah Rumidah	Perempuan	26	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 2.000.000	Menikah	085820750323
98	Lina Maryati	Perempuan	29	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 2.000.000	Menikah	082151774873
99	Ambun	Laki-Laki	28	SMA	Wiraswasta	Rp. 2.500.000	Menikah	082150590818
100	Muhammad Diman	Laki-Laki	38	SMA	Wiraswasta	Rp. 2.500.000	Menikah	085386776324

Lampiran 3

REKAPITULASI VARIABEL PENGARUH BAURAN PEMASARAN X (7P)

No	Produk (X1)			Harga (X2)				Tempat (X3)			Promosi (X4)			Orang (X5)			Proses (X6)			Bukti Fisik (X7)			TOTAL	RATA-RATA
	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22		
1	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	105	4.8
2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	105	4.8
3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	5	5	5	5	5	104	4.7
4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	3	3	5	4	5	5	5	98	4.5
5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	102	4.6
6	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	94	4.3
7	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	96	4.4
8	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	98	4.5
9	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	99	4.5
10	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	101	4.6
11	5	5	4	5	5	4	3	4	5	5	5	4	4	4	3	4	4	5	5	4	5	5	97	4.4
12	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	95	4.3
13	5	5	5	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	4	3	3	4	5	5	5	4	5	97	4.4
14	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	5	5	97	4.4
15	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	89	4.0
16	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	3	5	4	3	5	5	4	4	4	92	4.2
17	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	4	4	93	4.2
18	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	5	5	4	4	4	92	4.2
19	5	4	4	3	3	3	3	5	3	4	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	3	3	81	3.7
20	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	103	4.7

21	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	98	4.5
22	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	100	4.5
23	5	5	5	4	5	5	4	3	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	96	4.4
24	4	4	5	5	4	4	5	5	3	3	3	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	94	4.3
25	4	5	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	4	4	85	3.9
26	4	4	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	93	4.2
27	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	5	4	4	92	4.2
28	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	92	4.2
29	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	98	4.5
30	5	5	5	5	4	4	5	3	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	98	4.5
31	4	5	4	5	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	5	4	5	4	90	4.1
32	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	101	4.6
33	4	4	4	4	4	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	88	4.0
34	5	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	3	3	3	5	4	4	5	4	90	4.1
35	4	5	5	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	92	4.2
36	5	4	5	5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3	4	5	4	5	5	3	88	4.0
37	5	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	3	4	4	3	4	5	4	5	5	4	92	4.2
38	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	94	4.3
39	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	86	3.9
40	4	4	5	5	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	5	3	85	3.9
41	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	89	4.0
42	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	100	4.5
43	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	94	4.3
44	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	96	4.4
45	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	4	4	97	4.4

46	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	85	3.9
47	5	5	4	4	5	5	4	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	95	4.3
48	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	97	4.4
49	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	92	4.2
50	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	105	4.8
51	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	3	5	4	3	5	5	5	5	5	101	4.6
52	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	5	5	5	4	4	94	4.3
53	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	4	3	3	4	4	4	4	5	5	93	4.2
54	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	98	4.5
55	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	105	4.8
56	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	99	4.5
57	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	3	83	3.8
58	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	5	4	98	4.5
59	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	98	4.5
60	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	102	4.6
61	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	97	4.4
62	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	5	101	4.6
63	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	102	4.6
64	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	102	4.6
65	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	97	4.4
66	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	5	5	5	5	5	100	4.5
67	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	103	4.7
68	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	102	4.6
69	4	4	5	4	5	4	5	4	5	3	4	3	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	93	4.2
70	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	102	4.6

71	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	99	4.5
72	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	99	4.5
73	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	97	4.4
74	5	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	3	3	3	5	5	4	5	5	5	5	4	96	4.4
75	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	95	4.3
76	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	96	4.4
77	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	99	4.5
78	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	104	4.7
79	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	99	4.5
80	5	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	5	5	3	5	5	4	4	4	93	4.2
81	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	89	4.0
82	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	5	5	5	5	5	94	4.3
83	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	3	3	5	5	4	4	4	85	3.9
84	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5	5	94	4.3
85	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	104	4.7
86	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	3	3	5	3	3	3	3	4	4	5	4	4	84	3.8
87	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	3	75	3.4
88	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	5	5	4	4	3	90	4.1
89	4	5	5	3	4	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	3	4	95	4.3
90	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	94	4.3
91	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	89	4.0
92	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	90	4.1
93	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	95	4.3
94	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	93	4.2
95	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	90	4.1

96	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	94	4.3
97	4	4	4	4	3	3	2	4	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	79	3.6
98	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	76	3.5
99	5	4	4	5	3	4	4	3	4	4	5	3	5	3	4	4	4	5	4	4	5	3	89	4.0
100	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	3	5	5	4	4	4	5	5	5	100	4.5
	458	447	451	447	431	442	416	432	427	422	413	419	425	391	416	412	403	458	447	451	447	431		

Lampiran 4

REKAPITULASI VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

No	Pengenalan Kebutuhan			Pencarian Informasi			Evaluasi Alternatif			Keputusan Pembelian			Perilaku Pasca Pembelian			TOTAL	RATA-RATA
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15		
1	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	67	4.5
2	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	70	4.7
3	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	66	4.4
4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	65	4.3
5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	69	4.6
6	4	5	5	5	5	5	4	3	3	5	5	4	4	5	5	67	4.5
7	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	70	4.7
8	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	71	4.7
9	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	67	4.5
10	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	67	4.5
11	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	67	4.5
12	4	3	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	68	4.5
13	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	58	3.9
14	5	5	5	4	4	5	4	3	4	5	4	4	4	5	4	65	4.3
15	5	5	3	4	4	4	4	3	4	3	5	5	5	3	4	61	4.1
16	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	69	4.6
17	3	3	4	5	5	4	4	4	4	4	3	5	5	4	5	62	4.1
18	4	3	3	5	2	3	3	3	3	3	5	4	3	3	5	52	3.5

44	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	5	63	4.2
45	4	5	5	3	4	4	4	3	4	5	4	5	3	5	3	61	4.1
46	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	67	4.5
47	4	3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	65	4.3
48	4	4	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	58	3.9
49	5	5	4	4	3	4	3	4	5	4	5	4	5	4	4	63	4.2
50	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	64	4.3
51	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	5	63	4.2
52	4	4	3	4	5	5	5	4	5	3	5	4	5	3	4	63	4.2
53	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	69	4.6
54	5	5	4	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	64	4.3
55	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	73	4.9
56	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	65	4.3
57	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	66	4.4
58	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	68	4.5
59	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	66	4.4
60	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	66	4.4
61	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	71	4.7
62	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	68	4.5
63	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	70	4.7
64	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	69	4.6
65	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	71	4.7
66	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	61	4.1
67	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	69	4.6
68	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	68	4.5

69	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	72	4.8
70	4	5	5	4	3	4	3	5	4	5	5	5	5	5	4	66	4.4
71	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	64	4.3
72	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	67	4.5
73	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	63	4.2
74	4	4	3	4	4	5	5	4	5	3	4	3	5	3	4	60	4.0
75	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	66	4.4
76	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	66	4.4
77	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	5	4	66	4.4
78	5	5	4	4	4	4	5	5	3	4	5	4	4	4	4	64	4.3
79	4	4	4	3	3	3	3	3	4	4	5	5	5	4	3	57	3.8
80	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	57	3.8
81	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	5	4	3	59	3.9
82	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	5	5	3	4	55	3.7
83	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	62	4.1
84	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	72	4.8
85	5	5	3	4	4	3	3	3	4	3	4	5	5	3	4	58	3.9
86	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	5	4	3	4	56	3.7
87	5	5	3	5	4	4	4	4	5	3	3	4	5	3	5	62	4.1
88	4	4	4	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	61	4.1
89	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	62	4.1
90	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	67	4.5
91	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5	5	4	4	63	4.2
92	5	5	3	4	3	4	3	3	3	3	5	4	4	3	4	56	3.7
93	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	67	4.5

94	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	62	4.1
95	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	63	4.2
96	5	5	3	4	2	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	56	3.7
97	4	4	3	4	2	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4	55	3.7
98	5	5	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	5	3	4	58	3.9
99	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	65	4.3
100	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	5	5	3	4	55	3.7

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

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

Lampiran 6

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	Rata-rata
Y1	Pearson Correlation	1	,404**	,047	,068	-,081	,098	,062	,001	,128	,047	,064	-,098	,214*	,047	,068	,278**
	Sig. (2-tailed)		,000	,640	,504	,421	,334	,539	,993	,206	,640	,526	,333	,033	,640	,504	,005
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	,404**	1	,203*	-,045	-,050	,312**	,015	,086	-,072	,203*	,149	,030	,074	,203*	-,045	,346**
	Sig. (2-tailed)	,000		,043	,656	,624	,002	,882	,397	,479	,043	,140	,767	,463	,043	,656	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	,047	,203*	1	,053	,285**	,361**	,208*	,356**	,085	1,000**	-,003	,132	-,039	1,000**	,053	,730**
	Sig. (2-tailed)	,640	,043		,600	,004	,000	,038	,000	,400	,000	,976	,189	,702	,000	,600	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	,068	-,045	,053	1	,292**	,008	,093	,299**	,213*	,053	-,020	-,065	-,124	,053	1,000**	,411**
	Sig. (2-tailed)	,504	,656	,600		,003	,938	,359	,003	,033	,600	,845	,521	,219	,600	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	-,081	-,050	,285**	,292**	1	,245*	,200*	,339**	,274**	,285**	-,042	,042	,071	,285**	,292**	,527**
	Sig. (2-tailed)	,421	,624	,004	,003		,014	,046	,001	,006	,004	,680	,676	,486	,004	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	,098	,312**	,361**	,008	,245*	1	,399**	,241*	,219*	,361**	,074	-,132	-,022	,361**	,008	,514**
	Sig. (2-tailed)	,334	,002	,000	,938	,014		,000	,016	,029	,000	,465	,191	,826	,000	,938	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y7	Pearson Correlation	,062	,015	,208*	,093	,200*	,399**	1	,203*	,187	,208*	,005	-,072	,032	,208*	,093	,437**

	Sig. (2-tailed)	,539	,882	,038	,359	,046	,000		,043	,062	,038	,961	,474	,749	,038	,359	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,001	,086	,356**	,299**	,339**	,241*	,203*	1	,183	,356**	-,011	,088	,085	,356**	,299**	,582**
Y8	Sig. (2-tailed)	,993	,397	,000	,003	,001	,016	,043		,068	,000	,917	,384	,399	,000	,003	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,128	-,072	,085	,213*	,274**	,219*	,187	,183	1	,085	-,110	-,016	,120	,085	,213*	,352**
Y9	Sig. (2-tailed)	,206	,479	,400	,033	,006	,029	,062	,068		,400	,275	,872	,233	,400	,033	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,047	,203*	1,000**	,053	,285**	,361**	,208*	,356**	,085	1	-,003	,132	-,039	1,000**	,053	,730**
Y10	Sig. (2-tailed)	,640	,043	,000	,600	,004	,000	,038	,000	,400		,976	,189	,702	,000	,600	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,064	,149	-,003	-,020	-,042	,074	,005	-,011	-,110	-,003	1	,197*	,223*	-,003	-,020	,203*
Y11	Sig. (2-tailed)	,526	,140	,976	,845	,680	,465	,961	,917	,275	,976		,050	,026	,976	,845	,043
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	-,098	,030	,132	-,065	,042	-,132	-,072	,088	-,016	,132	,197*	1	,339**	,132	-,065	,227*
Y12	Sig. (2-tailed)	,333	,767	,189	,521	,676	,191	,474	,384	,872	,189	,050		,001	,189	,521	,023
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,214*	,074	-,039	-,124	,071	-,022	,032	,085	,120	-,039	,223*	,339**	1	-,039	-,124	,240*
Y13	Sig. (2-tailed)	,033	,463	,702	,219	,486	,826	,749	,399	,233	,702	,026	,001		,702	,219	,016
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,047	,203*	1,000**	,053	,285**	,361**	,208*	,356**	,085	1,000**	-,003	,132	-,039	1	,053	,730**
Y14	Sig. (2-tailed)	,640	,043	,000	,600	,004	,000	,038	,000	,400	,000	,976	,189	,702		,600	,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y15	Pearson Correlation	,068	-,045	,053	1,000**	,292**	,008	,093	,299**	,213*	,053	-,020	-,065	-,124	,053	1	,411**

	Sig. (2-tailed)	,504	,656	,600	,000	,003	,938	,359	,003	,033	,600	,845	,521	,219	,600		,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	Pearson Correlation	,278**	,346**	,730**	,411**	,527**	,514**	,437**	,582**	,352**	,730**	,203*	,227*	,240*	,730**	,411**	1
Ratarata	Sig. (2-tailed)	,005	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,043	,023	,016	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

Lampiran 7

HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL BAURAN PEMASARAN (X)

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
,838	22

Lampiran 8**HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)****Case Processing Summary**

		N	%
	Valid	100	100,0
Cases	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
,733	15

Lampiran 9

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	2,76739495
	Absolute	,088
Most Extreme Differences	Positive	,046
	Negative	-,088
Kolmogorov-Smirnov Z		,876
Asymp. Sig. (2-tailed)		,427

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Lampiran 10

HASIL ANALISIS REGRESI SEDERHANA

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3,535	4,230		6,747	,000
	Bauran Pemasaran	,329	,098	,322	3,363	,001

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 11**HASIL KOEFISIEN KORELASI DAN KOEFISIEN DETERMINASI****Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,322 ^a	,103	,094	2,781

a. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran

Lampiran 12**HASIL UJI KELAYAKAN MODEL (UJI F)****ANOVA^a**

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	87,521	1	87,521	11,313	,001 ^b
1 Residual	758,189	98	7,737		
Total	845,710	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran