

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN
BERBELANJA DI TOKO YUDI'S KREASI KABUPATEN SANGGAU**

Tanggung Jawab Yudiris Kepada :

Dwi Lestari
NIM : 181310148

Program Studi Manajemen

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

Majelis Penguji :

Pembimbing Utama



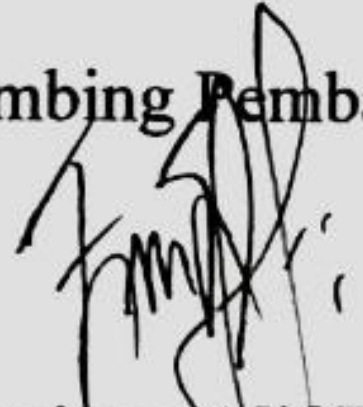
Samsudin, SE, M.Si
NIDN. 11-13117701

Penguji Utama



Dr. Helman Fachri, SE, MM
NIDN. 11-07056101

Pembimbing Pembantu



M. Ebuziyya Alif R, SE, MM
NIDN.11-21029401

Penguji Pembantu



Fita Kurniasari, SMB, MAB
NIDN. 11-04079002

Pontianak,

Disahkan Oleh :

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



Dedi Hariyanto, SE, MM
NIDN. 11-13117702

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA DI TOKO YUDI'S
KREASI KABUPATEN SANGGAU**

SKRIPSI

OLEH :

DWI LESTARI

NIM. 181310148



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

2022

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim,

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufik serta hidayah-Nya, sehingga penulis diberikan kemudahan dalam menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Toko Yudi’s Kreasi Kabupaten Sanggau”. Penulisan skripsi ini merupakan salah satu persyaratan yang harus ditempuh oleh mahasiswa termasuk penulis dalam menyelesaikan pendidikan Strata Satu (S-1) Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Pontianak untuk mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (SE).

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan dari berbagai pihak. Karena itu pada kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Doddy Irawan, ST, 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 Heni Safitri, SE., MM selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
4. Bapak Samsudin, S.E., M.SI selaku dosen pembimbing utama yang telah memberikan bimbingan dan petunjuk dalam penulisan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi.
5. Bapak M. Ebuziyya Alif R. S.E., M.M selaku Dosen Pembimbing Kedua dalam penulisan skripsi ini.
6. Dosen Prodi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis di Universitas Muhammadiyah Pontianak yang telah memberikan ilmunya kepada penulis selama proses belajar.

7. Bapak Yudi Hartono selaku pemilik toko yudi's kreasi telah mengizinkan dan memberikan berbagai informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.
8. Orang tua, keluarga, saudara-saudara yang telah memberikan do'a, motivasi, bantuan dan kasih sayangnya kepada penulis.
9. Sahabat tercinta Tarya Cahyadi, Titis Nafisa, Ayu Novitasari Kepry, Novia Purna Ningsih, Fenty Firmadany, Muhammad Farhan, Deah Ayu, teman-teman kecil yang tiada hentinya memberikan rasa semangat dan motivasi yang tidak bisa penulis sampaikan lewat kata tersusun rapi pada tulisan ini.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih banyak kekurangannya. Oleh karena itu kritik dan saran yang bersifat membangun sangat saya harapkan sehingga dapat menyempurnakan penulisan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi siapa saja yang membacanya. Aamiin.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Pontianak, 15 Maret 2022

Penulis

Dwi Lestari

NIM 181310148

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran dan keputusan konsumen berbelanja di toko Yudi's Kreasi di Kabupaten Sanggau. Metode penelitian yang digunakan adalah metode asosiatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah berbelanja di toko Yudi's Kreasi di Kabupaten Sanggau. Jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan teknik *purposive sampling*. Teknik analisis regresi linear sederhana, koefisien korelasi, koefisien determinasi dan uji kelayakan model (uji f).

Hasil regresi linier sederhana yang dapat di tulis berdasarkan hasil pengolahan hasil pengolahan data dapat di tulis : $Y=1.985 + 0,536 X$. Koefisien Korelasi (R) = 0,649 hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang kuat antara bauran pemasaran dengan keputusan konsumen. Koefisien Determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,421. Hal ini berarti bahwa 42,1% keputusan konsumen membeli di Toko Yudi's Kreasi di Kabupaten Sanggau dapat di jelas kan oleh bauran pemasaran, sedangkan sisanya sebesar 57,9% di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model (uji F) dapat F hitung 71.200 > F tabel 3,94 dan memiliki nilai signifikan sebesar 0,000 (lebih kecil dari 0,05). Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi linear sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen berbelanja di Toko Yudi's Kreasi Kabupaten Sanggau yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

Kata Kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Konsumen

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR.....	vii
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Penelitian.....	1
B. Permasalahan	8
C. Pembatasan Masalah.....	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Kerangka Pemikiran	9
G. Metode Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran	23
B. Bauran Pemasaran.....	24
C. Keputusan Pembelian.....	27
D. Proses Keputusan Pembelian	28
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan	31
B. Visi dan Misi.....	32
C. Tujuan Perusahaan	33
D. Aspek Sumber Daya Manusia.....	35
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	37
B. Analisis Data	41

BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	48
B. Saran.....	49
DAFTAR PUSTAKA	50
LAMPIRAN.....	51

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Daftar Toko Perlengkapan Olahraga Di Kabupaten Sanggau Tahun 2021	4
Tabel 1.2	Daftar Harga Dan Produk Di Kabupaten Sanggau Tahun 2021	5
Tabel 1.3	Daftar Penjualan Toko Yudi's Kreasi Di Kabupaten Sanggau Tahun 2018- 2020.....	7
Tabel 1.4	Skala Likert.....	17
Tabel 1.5	Pedoman Dan Interpretasi Terhadap Nilai R.....	20
Tabel 4.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	37
Tabel 4.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	38
Tabel 4.3	Profil Responde Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	38
Tabel 4.4	Profil Responden Berdasarakan Pekerjaan	39
Tabel 4.5	Profil Responden Berdasarkan Penghasilan	40
Tabel 4.6	Profil Responden Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	40
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran (X).....	41
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Keputusan Konsumen (Y)	42
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas.....	44
Tabel 4.11	Hasil Regresi Linier Sederhana.....	45
Tabel 4.12	Hasil Koefisien Korelasi.....	46
Tabel 4.13	Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F).....	47

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Kerangka Pemikiran.....	12
Gambar 2.1	Proses Keputusan Pembelian	28

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner Penelitian.....	51
Lampiran 2	Karakteristik responden Toko Yudi'S Kreasi Kabupaten Sanggau.	56
Lampiran 3	Tabulasi Variabel Bauran Pemasaran (X).....	62
Lampiran 4	Tabulasi Variabel Keputusan Konsumen (Y).....	67
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran (X).....	72
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Konsumen (Y)	75
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas Bauran Pemasaran (X).....	79
Lampiran 8	Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Konsumen (Y)	79
Lampiran 9	Hasil Uji Normalitas Instrumen.....	80
Lampiran 10	Hasil Perhitungan Regresi Sederhana	80
Lampiran 11	Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi.....	81
Lampiran 12	Hasil Uji Kelayakan Model.....	81

BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Penelitian

Teknologi yang semakin maju membuat perubahan dalam dunia bisnis semakin cepat. Konsumen menuntut suatu produk yang sesuai dengan selera dan kebutuhan. Hal ini menyebabkan perusahaan-perusahaan mengalami persaingan yang begitu ketat karena keinginan konsumen yang begitu kompleks. Selain itu dalam situasi pemasaran yang semakin ketat persaingannya, peranan kualitas produk akan semakin besar dalam perkembangan perusahaan. Pentingnya memahami perilaku konsumen telah menjadi perhatian berbagai macam industri salah satunya industri olahraga. Hal ini disebabkan karena meningkatnya minat dan kesadaran berolahraga pada tiap individu.

Olahraga sudah menjadi sebuah kebutuhan yang penting bagi individu-individu modern saat ini karena berolahraga selain membuat tubuh lebih sehat dan mengurangi risiko terkena berbagai macam penyakit, berolahraga juga menjadi alasan masyarakat untuk menghabiskan waktu luangnya terkait dengan hobi berolahraganya. Olahraga memiliki arti sebagai salah satu aktivitas fisik maupun psikis seseorang yang berguna untuk menjaga dan meningkatkan kualitas kesehatan seseorang setelah berolahraga.

Olahraga bisa dilakukan dengan menggunakan berbagai macam benda sebagai perlengkapan dalam melakukan aktivitas olahraga. Perlengkapan olahraga ini bisa dibeli di toko olahraga. Toko olahraga adalah tempat

dimanadi dalamnya terdapat berbagai benda olahraga yang dijual kepada konsumen untuk melakukan aktivitas olahraga, seperti bola, raket, dan sebagainya.

Di Kabupaten Sanggau sendiri sudah banyak toko olahraga dan letaknya pun sangat strategis sehingga mudah dijumpai. Persaingan antar toko olahraga menjadi sangat ketat, sehingga masing-masing toko olahraga memiliki strategi khusus untuk menghadapi persaingan agar tujuan yang di inginkan tercapai.

Salah satu usaha yang bergerak di bidang perdagangan alat dan perlengkapan olahraga adalah Yudi's Kreasi, di mana toko ini menjual berbagai macam peralatan olahraga dengan berbagai macam jenis dan merek.

Nama usaha yang telah berdiri dan di kembangkan sejak tahun 2017 ini diberikan dengan nama "Yudi's Kreasi". Nama ini di ambil dari nama pemiliknya yang memiliki nama asli Yudi Hartono, nama belakang toko diberi dengan nama "Kreasi" karena titik awal memulai bisnis ini diawali dengan bisnis sablon baju rumahan saja di mana bisnis sablon sendiri harus bermodalkan *skill* dan kreatifitas hingga seiring berjalannya waktu di tahun 2017, berdirilah toko Yudi's Kreasi yang terletak di Pasar Jarai, Jalan Gajah Mada, Kelurahan Beringin, Kecamatan Kapuas, di mana lokasi toko terletak di pusat Pasar Induk Kabupaten Sanggau.

Sejak berdirinya toko Yudi's Kreasi di tahun 2017 yang awalnya hanya menjual baju sablon rumahan seiring berjalannya waktu dan modal juga

semakin bertambah, usaha ini mulai melengkapi tokonya dengan menjual alat-alat dan perlengkapan olahraga seperti *jersey*, bola, perlengkapan *badminton* dan *tennis*, perlengkapan futsal, perlengkapan bola, perlengkapan basket, sablon dan aksesoris lainnya.

Hasil wawancara langsung dengan pemilik toko Yudi's Kreasi yaitu Bapak Yudi Hartono, penulis memperoleh informasi seperti sejarah berdirinya perusahaan, produk yang dijual, fasilitas yang ada, memperoleh data yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dan konsumen yang membeli di toko Yudi's kreasi di Kabupaten Sanggau. Kendala yang di dapatkan penulis pada proses penelitian adalah tidak ada nya laporan laba dan rugi sehingga penulis harus merekap ulang laba dan rugi, kendala saat meminta surat izin usaha dari toko Yudi's Kreasi dan merekap ulang laporan keuangan hingga menjadi *softfile*.

Besarnya kesempatan dan peluang usaha yang menjanjikan dari pangsa pasar usaha perlengkapan olahraga didukung pula oleh banyaknya sumber daya yang ada, akan tetapi seiring berjalannya waktu banyak pelaku usahayang berani mengambil langkah untuk menjalankan usaha yang serupa seperti toko perlengkapan olahraga di Kabupaten Sanggau yang dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut :

Tabel 1.1
Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu
Daftar Toko Perlengkapan Olahraga di Kabupaten Sanggau
Tahun 2021

No	Nama Usaha	NIB	Tanggal Terbit
1	Saprodi Tri JayaAbadi	0249010040074	07/10/2020
2	Aneka Indah	0220005781542	14/07/2020
3	Toko “BURUNGMANIA “	1225000701634	13/07/2021
4	Bintang Music dan Sport (Yudi’s Kreasi)	1274000330138	03/03/2021

Sumber: Dinas Penanaman Modal dan PTSP, Tahun 2021

Pada Tabel 1.1 diatas terdapat beberapa usaha yang menjual produk serupa yang ada di Kabupaten Sanggau, penelitian ini saya fokus melakukan penelitian di “Yudi’s Kreasi”. Data di atas diambil berdasarkan daftar toko yang terdaftar di Dinas Penanaman Modal dan Pelayanan Terpadu Satu pintu di mana pada daftar tabel tersebut di ambil berdasarkan perdagangan eceran khusus peralatan olahraga Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM). Pengertian Usaha Modal Kecil dan Menengah Dalam Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2008 Tentang Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah Bab VI Pasal 20 mengatur bahwa Pemerintah dan Pemerintah Daerah memfasilitasi pengembangan usaha dengan cara memberikan insentif bagi Usaha Mikro, Kecil dan Menengah mengembangkan teknologi dan kelestarian lingkungan hidup.

Pemilik menjalankan bisnisnya, dengan menciptakan strategi

dan memberikan pelayanan terbaik agar konsumen merasa puas membeli produk di toko sehingga konsumen akan memutuskan untuk membeli produk kebutuhan olahraga di toko Yudi's Kreasi. Sistem pemasaran pada toko Yudi's Kreasi menggunakan media *online* seperti : *facebook* dengan nama Yudi Hartono dan *WhatsApp* serta memasang papan nama toko agar konsumen mengetahui toko tersebut. Produk yang tersedia Yudi's Kreasi untuk lebih jelasnya akan dilampirkan pada tabel dibawah ini :

Tabel 1.2
Toko Yudi's Kreasi
Daftar Harga dan Produk
di Kabupaten Sanggau
Tahun 2021

No	Produk	Satuan	Harga
1	Bola basket DBL GG 6	Buah	500.000
2	Bola Basket DBL titanium GG 7	Buah	550.000
3	Bola Kaki Mitre/Nike	Buah	520.000
4	Bola Voli Mikasa	Buah	530.000
5	Ganti Senar	Per Raket	60.000
6	Bola Futsal Nike	Buah	480.000
7	Bola Tennis Meja <i>butterfly</i>	1 pack	42.000
8	Bet Tennis Meja <i>Dunlop Evolution</i>	Buah	380.000
9	Net Dinding Voli outdoor 5x30 M	Buah	480.000
10	Net Tennis Meja set tiang merk Katana	Buah	288.000
11	Net Bulu tangkis Li-Ning BN 700	Buah	432.000
12	<i>Stop Watch Rox Digital Chronograph 100 M</i>	Buah	384.000
13	Cook Bulu Tangkis <i>Shuttle Cock</i>	Buah	78.000

Tabel 1.2 (lanjutan)

14	Bola Basket Spalding	Buah	672.000
15	Bola Takraw Marathon Original	Buah	110.000
16	Bendera sudut Lap Bola Corner Flag DT 7000	Set	300.000
17	Baju Futsal Bahan Jersey	Set	600.000
18	Baju Bola Bahan Jersey	Set	1.440.000
19	Baju Sablon 30 S Lengan Panjang Bahan Katun	Buah	75.000
20	Baju Sablon 30 S LenganPendek Bahan Katun	Buah	65.000
21	Baju sablon Partai Bahan Polyester	Buah	60.000
22	Medali Akrilik	Buah	45.000
23	Piala Besar	Buah	250.000
24	Piala Sedang	Buah	170.000
25	Piala Kecil	Buah	140.000
26	Sablon	Buah	20.000
27	Kaos Kaki futsal/Bola	Buah	45.000
28	Peluit	Buah	25.000
29	Training Olahraga bahan <i>babyterry</i>	Buah	75.000

Sumber: Toko Yudi's Kreasi, Tahun 2022

Tabel 1.2 merupakan daftar produk, satuan dan harga yang di jual oleh Tabel 1.2 merupakan daftar produk, satuan dan harga yang di jual oleh toko Yudi's Kreasi. Pada tabel 1.2 merupakan harga eceran produk yang dijual, untuk pembelian grosir mendapatkan potongan harga sesuai dengan banyak nya barang yang di beli dengan kesepakatan antara konsumen dan pemilik toko. Harga produk pada toko Yudi's Kreasi merupakan standar harga produk olahraga dan mampu bersaing dengan toko lainnya yang ada di Kabupaten Sanggau, selain itu harga produk sudah mencakup dalam keuntungan dan biaya operasional toko. Toko Yudi's Kreasi juga memiliki kebijakan di mana jika sudah membeli barang tidak dapat di tukarkan kembali karena sebelum di berikan pada konsumen

pihak toko memeriksa terlebih dahulu kondisi barang tersebut dan took Yudi's Kreasi melakukan pengantaran barang dengan pembelian pada jumlah tertentu dengan jumlah pembelian barang yang banyak.

Selain itu laporan laba dan rugi toko Yudi's Kreasi dapat di lihat pada tabel 1.3 berikut :

Tabel 1.3
Daftar Penjualan Toko Yudi's Kreasi
di Kabupaten Sanggau
Tahun 2018-2020

No	Tahun	Penjualan (Rp)	Modal Awal (Rp)	Laba Bersih (Rp)	Naik (Turun) dalam %
1	2018	72.548.000	54.628.000	13.253.000	-
2	2019	63.234.000	46.424.000	12.607.000	(0,04%)
3	2020	56.451.000	42.101.000	10.265.000	(0,18%)

Sumber: Toko Yudi's Kreasi Sanggau, Tahun 2021

Tabel 1.3 dijelaskan bahwa penjualan pada tahun 2018 mengalami kenaikan sebesar sebesar (0,04%) dari tahun 2018 dan pada tahun 2020 mengalami penurunan sebesar (0,18%) dari tahun 2019. Berdasarkan tabel 1.3 di atas dapat di lihat dari penjualan yang mengalami penurunan pada tahun 2020 sebesar (0,18%).

Dari hal-hal yang telah diuraikan di atas penulis tertarik untuk meneliti mengenai pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen berbelanja di toko yudi's kreasi Kabupaten Sanggau.

B. Permasalahan

Dari uraian latar belakang masalah di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah Apakah terdapat pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen berbelanja di Toko Yudi's Kreasi di

Kabupaten Sanggau?

C. Pembatasan Masalah

Agar pembahasan masalah lebih jelas dan terarah, diperlukan batasan masalah agar tujuan penelitian dapat dicapai. Oleh karena itu, permasalahan penelitian ini di batasi pada bauran pemasaran toko Yudi's Kreasi di Kabupaten Sanggau yang mencakup 4P yaitu :

- a. Produk (*Product*)
- b. Harga (*Price*)
- c. Promosi (*Promotion*)
- d. Lokasi (*Place*)

Proses keputusan pembelian terdiri dari 5 (lima) tahap yaitu:

1. Pengenalan Kebutuhan
2. Pencarian Informasi
3. Evaluasi Alternatif
4. Keputusan Pembelian
5. Perilaku Pasca Pembelian.

D. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang dikemukakan diatas, maka yang menjadi tujuan di dalam penelitian ini adalah untuk mengkaji pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen berbelanja di toko Yudi's Kreasi di Kabupaten Sanggau.

E. Manfaat Penelitian

- a. Bagi Penulis

Dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana dalam

menambah wawasan dan menerapkan ilmu yang diperoleh selama perkuliahan.

b. Bagi Perusahaan

Sebagai bahan pertimbangan bagi perusahaan dalam mengevaluasi strategi pemasaran untuk menarik konsumen dimasa yang akan datang.

c. Bagi Almamater

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

F. Kerangka Pemikiran

Pengertian bauran pemasaran (*marketing mix*) menurut Kotler dan Armstrong (2008:62): adalah kumpulan alat pemasaran taktis terkendali yang dipadukan perusahaan untuk menghasilkan respons yang diinginkannya di pasar sasaran”.

Kotler dan Amstrong (2008:62) mengelompokkan empat variabel yaitu “Empat P” yaitu :

1. Produk (*product*)
Kombinasi barang dan jasa yang ditawarkan perusahaan kepada pasar sasaran.
2. Harga (*price*)
Jumlah uang yang harus dibayarkan pelanggan untuk memperoleh produk.
3. Tempat (*place*)
Kegiatan perusahaan yang membuat produk tersedia bagi pelanggan sasaran.
4. Promosi (*promotion*)
Aktivitas yang menyampaikan manfaat produk dan membujuk pelanggan membelinya.

Pengertian keputusan pembelian (*purchase decision*) menurut Kotler dan Armstrong (2008:181): konsumen adalah membeli merek yang paling disukai, tetapi dua faktor bisa berada antara niat pembelian dan keputusan pembelian.

Menurut Kotler dan Amstrong (2008:179) proses keputusan pembelian sebagai berikut :

1. Pengenalan Kebutuhan
Proses pembelian dimulai dengan pengenalan kebutuhan (*need recognition*)- pembeli menyadari suatu masalah atau kebutuhan.
2. Pencarian Informasi

Konsumen yang tertarik mungkin lebih banyak informasi atau mungkin tidak.

3. Evaluasi Alternatif

Kita telah melihat cara konsumen menggunakan informasi untuk sampai pada sejumlah pilihan merek akhir.

4. Keputusan Pembelian

Dalam tahap evaluasi, konsumen menentukan peringkat merek dan membentuk niat pembelian.

5. Perilaku Pasca Pembelian

Pekerjaan pemasar tidak berakhir Ketika produk telah dibeli.

Beberapa penelitian terdahulu yang menjadi referensi dalam penelitian ini antara lain:

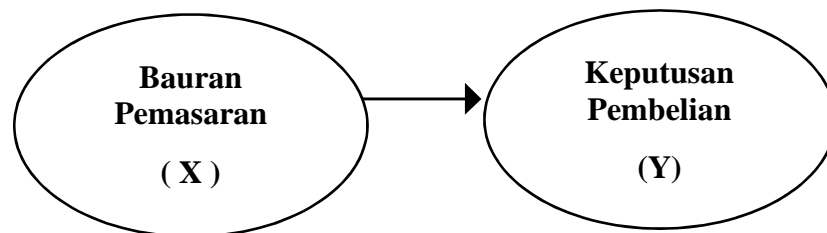
- a. Penelitian Kaskojo Adi dan Eliska Mayorita (2017) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Rasyid Pada Pasar Lokal Kelurahan Mangli, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember berdasarkan uji hipotesis, variabel bauran pemasaran berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen dalam pembelian produk pakaian di Toko Rasyid pada Pasar Lokal Kelurahan Mangli, Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember.
- b. Suriyani dan Kurniasari (2020) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Gaul Sport di Kota Pontianak yang menggunakan teknik analisis regresi sederhana menunjukkan pengaruh positif antara bauran pemasaran dan keputusan pembelian, artinya semakin tinggi bauran pemasaran maka keputusan pembelian juga akan semakin tinggi dan Hasil uji kelayakan model menunjukkan hasil yang positif. Uji kelayakan model ini bisa digunakan untuk memprediksi variabel keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh

bauran pemasaran.

- c. Ismail dan Madiawati (2021) dalam penelitiannya yang berjudul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans Di Kota Bandung menyimpulkan bahwa Secara parsial Bauran Pemasaran yang meliputi Produk, Harga, Tempat/Distribusi dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian pada Sepatu Vans.

Berdasarkan tiga jurnal diatas jurnal tersebut sama-sama menyatakan bahwa variabel bauran pemasaran berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan konsumen. Ketiga fenomena yang dielaborasi pada tiga jurnal tersebut dan pokok permasalahan yang ada pada toko Yudi's Kreasi membuat penulis tertarik untuk mengangkat penelitian ini dengan kerangka penelitian sebagai berikut:

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



Pada Gambar 1.1 kerangka pemikiran di halaman sebelumnya diketahui dalam penelitian ini memiliki dua variabel yaitu bauran pemasaran (X) dan keputusan konsumen (Y).

G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Metode penelitian yang digunakan oleh penulis adalah metode asosiatif. Menurut Siregar (2019:15): “Penelitian asosiatif 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

b. Data Primer

Menurut Siregar (2019:37): Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan. Adapun cara mendapatkan data primer yaitu sebagai berikut:

1. Wawancara

Menurut Sugiyono (2017:220): Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti ingin melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang harus diteliti, dan juga apabila peneliti ingin mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam dan jumlah respondennya sedikit/kecil.

Disini penulis melakukan wawancara langsung dengan pemilik toko Yudi's Kreasi di Kabupaten Sanggau dan memperoleh

informasi seperti sejarah berdirinya perusahaan, produk yang dijual, fasilitas yang ada, memperoleh data yang berhubungan dengan masalah yang dibahas dan konsumen yang membeli di toko Yudi's kreasi di Kabupaten Sanggau. Kendala yang yang di dapatkan penulis pada proses penelitian adalah merekap ulang laba dan rugi, kendala saat meminta surat izin usaha dari toko Yudi's Kreasi dan merekap ulang laporan keuangan hingga menjadi *softfile*.

2. Kuesioner

Menurut Sugiyono (2017:225): Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Responden disini yaitu konsumen yang berbelanja di Toko Yudi's Kreasi di Kabupaten Sanggau.

b. Data sekunder

Menurut Siregar (2019:37): Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengelolanya. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu informasi yang diperoleh dari perusahaan adalah data keuangan, data produk yang di jual, penelitian terdahulu, daftar pustaka serta laporan perusahaan yang erat kaitannya dengan permasalahannya yang akan dibahas dalam penelitian ini.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2017:136): Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: Objek/Subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh konsumen yang telah berbelanja di Yudi's Kreasi di Kabupaten Sanggau.

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2017:81): "Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut". Pada penelitian ini, jumlah populasi tidak diketahui secara pasti, maka untuk menentukan sampel digunakan rumus dari Purba (1997) dalam Sujarweni (2015:155), yaitu sebagai berikut:

Di mana :

$$n = \frac{Z^2}{4(Moe)^2}$$

N = jumlah sampel

Z = Tingkat distribusi normal pada taraf signifikan 5% = 1,96

Moe = *Margin Of Error Max*, yaitu tingkat kesalahan maksimal pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi

atau yang diinginkan.

Dengan menggunakan *margin of error max* sebesar 10%

Maka jumlah sampel minimal yang dapat diambil sebesar:

$$N = 1,96/4 (0,10)^2$$

$$N = 96,04 \text{ atau } 96$$

Berdasarkan perhitungan diperoleh jumlah sampel minimal yang

harus dipenuhi sebanyak 96 responden. Tetapi penulis membulatkan jumlah sampel menjadi 100 responden, untuk mempermudah perhitungan sampel dalam penelitian ini. Tujuan dari pengambilan sampel ini adalah untuk memperoleh keterangan mengenai objeknya hanya dengan mengamati sebagian dari populasi. Adapun teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan metode *Purposive Sampling*. Menurut Sugiyono (2017:85): *Purposive Sampling* adalah teknik penentuan dengan pertimbangan tertentu”. Kriteria penentuan sampel dalam penelitian ini adalah:

1. Pria dan wanita usia 17-50 tahun sekurang – kurangnya pernah berbelanja di toko Yudi’s kreasi dan yang memutuskan berbelanja di toko Yudi’s kreasi.
2. Berdomisili di Kabupaten Sanggau.

4. Variabel penelitian

Variabel penelitian menurut Sugiyono (2017:66): “Segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya”. Variabel dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang menjadi objek penelitian yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu :

a. Variabel bebas (variabel independen)

Menurut Sugiyono (2017:68): “Variabel bebas adalah variabel yang

mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah variabel bauran pemasaran (4p) yang diberi notasi tanda X.

b. Variabel Terikat (variabel dependen)

Menurut Sugiyono (2017:68): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat (*variabel dependen*) dalam penelitian ini adalah Keputusan Pembelian yang diberi notasi tanda Y.

5. Skala pengukuran

Menurut Siregar (2019:46): “Skala pengukuran adalah prosedur pemberian angka pada suatu objek agar dapat menyatakan karakteristik dari objek tersebut”. Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala *Likert*. Menurut Siregar (2019 :50): “Skala *Likert* adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu”.

Skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian berisi 5 (lima) tingkat preferensi jawaban dengan pilihan sebagai berikut :

Tabel 1.4
Skala Likert
Skor Pernyataan Responden

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

Sumber: Siregar, Tahun 2019

6. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2019:75): “Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*)”. Validitas berasal dari kata *validity* yang mempunyai arti sejauh mana kecepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya, atau memberikan hasil ukuran yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut. Validitas dikatakan valid apabila nilai korelasi di atas 0,195 (5%). Untuk mengetahui skor masing-masing item pertanyaan valid atau tidak, maka ditetapkan ketentuan sebagai berikut :

- a. Jika r hitung $\geq r$ tabel, maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi terhadap skor total (dinyatakan valid).
- b. Jika r hitung $< r$ tabel, maka item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Untuk mengukur kevalidan kuesioner peneliti menggunakan *Software SPSS 19.00 for Windows*.

2. Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2019:87): “Reliabilitas bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten”. Uji reliabilitas yaitu uji untuk menunjukkan sejauh mana suatu hasil pengukuran relatif konsisten apabila pengukuran diulangi dua kali atau lebih dan dikatakan reliabel jika *cronbach's alpha* $> 0,60$.

b. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2019:153): “Tujuan dilakukannya uji normalitas terhadap serangkaian data adalah untuk mengetahui apakah populasi data berdistribusi normal atau tidak”. Uji normalitas dimaksudkan untuk mengetahui apakah residual model regresi yang diteliti berdistribusi normal atau tidak. Metode yang digunakan untuk menguji normalitas adalah dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov $> 0,05$, atau $0,01$ maka asumsi normalitas terpenuhi. Uji normalitas dalam penelitian ini menggunakan bantuan *Software SPSS 19.00 for Windows*.

c. Analisis Regresi Linear Sederhana

Yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kuantitatif berupa analisis regresi linear sederhana. Menurut Sugiyono (2017:298): “Regresi sederhana didasarkan pada hubungan fungsional ataupun kausal satu variabel independen dengan satu variabel dependen”. Analisis ini dimaksudkan untuk mengetahui hubungan atau pengaruh antara variabel bebas yaitu Bauran Pemasaran(X) dengan variabel terikat yaitu Keputusan Pembelian (Y). Rumus yang digunakan adalah Siregar (2019 : 379):

$$Y = a + b.X$$

Dimana:

Y = Variabel Terikat (*dependent*) : Keputusan Pembelian

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

b = konstanta

d. Koefisien Korelasi (R)

Menurut Siregar (2017:337): “Koefisien korelasi adalah bilangan yang menyatakan kekuatan hubungan antara dua variabel atau lebih, juga dapat menentukan arah hubungan dari kedua variabel. Koefisien korelasi dalam penelitian ini di gunakan untuk mengukur kekuatan hubungan antara variabel Bauran Pemasaran(X) dan Keputusan Pembelian (Y).” Teknik yang digunakan untuk mencari koefisien korelasi dalam penelitian ini adalah *Pearson Product Moment*.

Untuk menginterpretasikan nilai korelasi menggunakan pedoman yang dapat dilihat pada Tabel 1.6 berikut ini :

Tabel 1.5
Pedoman Dan Interpretasi Terhadap Nilai R

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00-0,199	Sangat Lemah
0,20-0,399	Lemah
0,40-0,599	Cukup
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,000	Sangat kuat

Sumber:Siregar (2019:37)

e. Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Siregar (2019:338): “Koefisien Determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sambungan yang diberikan oleh variabel X (bebas) terhadap Y (terikat)”.

Koefisien determinasi (R^2) pada intinya mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel 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 variabel variabel dependen.

Rumus:

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

f. Uji Kelayakan Model (Uji F)

Menurut Amalia, dkk (2015:159): “Uji F dan *Godness of Fit Test* adalah pengujian kelayakan model. Model yang layak adalah yang dapat digunakan untuk mengidentifikasi populasi”. Model ini dilakukan untuk mengetahui apakah model regresi sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen Yudi's Kreasi di Kabupaten Sanggau. Penguji tersebut dilakukan di mana jika F hitung > F tabel, maka H_a diterima dan H_0 ditolak atau model regresi sederhana tersebut dapat digunakan untuk memprediksi bauran pemasaran dipengaruhi oleh keputusan konsumen dan sebaliknya.

Langkah pengujian selanjutnya adalah sebagai berikut :

1. Menentukan hipotesis

H_0 : model regresi linier sederhana tidak dapat digunakan untuk melakukan prediksi bauran konsumen yang dipengaruhi oleh keputusan konsumen.

H_a : model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk melakukan prediksi bauran pemasaran yang dipengaruhi oleh keputusan konsumen.

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

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

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

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

1. Responden dalam penelitian ini Sebagian besar memiliki umur 23-27 tahun, berjenis kelamin laki-laki, berpendidikan SMA, bekerja sebagai swasta, berpenghasilan Rp. 1.000.000,00 – Rp. 2.999.999,00 dan status belum menikah.
2. Persamaan atau estimasi regresi linier sederhana yang dapat di tulis berdasarkan hasil pengolahan data dapat di tulis : $Y = 1,985 + 0,582X$.
3. Diketahui bahwa nilai $r = 0,658$. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi hubungan yang cukup kuat antara bauran pemasaran dengan keputusan konsumen.
4. Koefisiensi determinasi (R^2) menunjukkan nilai sebesar 0,421. Hal ini berarti bahwa 42,1% keputusan konsumen membeli di Toko Yudi's Kreasi di Kabupaten Sanggau dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran, sedangkan sisanya sebesar 57,9% di pengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Uji Kelayakan Model (uji F) pada penelitian ini menunjukkan nilai F sebesar $71,200 > F$ tabel 3,94 dan memiliki nilai signifikan (sig) sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05 artinya dapat disimpulkan bahwa model regresi linear sederhana

dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen berbelanja di Toko Yudi's Kreasi Kabupaten Sanggau yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan di atas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang dapat di gunakan sebagai masukan bagi perusahaan sebagai berikut:

1. Toko Yudi's Kreasi harus mampu mempertahankan pelayanan yang baik dan kualitas produk yang di jual agar konsumen merasa puas dan tidak hanya sekali berbelanja tetapi konsumen memutuskan menjadi loyal untuk berbelanja pada toko tersebut.
2. Dari hasil penelitian ini Toko Yudi's Kreasi sebaiknya menyediakan layanan pengantaran produk tidak hanya pada jumlah pembelian tertentu saja tetapi kepada konsumen yang bersedia membayar ongkos pengantaran tanpa adanya batas pembelian nominal barang.
3. Toko Yudi's kreasi sebaiknya membuat papan reklame yang lebih besar agar terlihat oleh konsumen dan toko Yudi's kreasi juga bisa mendaftarkan diri pada google maps agar mudah di akses keberadaan tokonya.

DAFTAR PUSTAKA

- Adi, Kaskojo, dan Eliska Mayorita. 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Di Toko Rasyid Pada Pasar Lokal Kelurahan Mangli Kecamatan Kaliwates, Kabupaten Jember*. *Majalah Ilmiah Dian Ilmu*, Vol. 17. No.1.
- Alma, Buchari. 2018. *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*. Cetakan ke Dua *Belas*. Alfabeta.
- Etta Mamang Sangadji, dan Dr Sopiah, 2013 “*Perilaku Konsumen Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian*” Yogyakarta CV. Andi Offset
- Gani, Irwan dan Amalia Siti.2018. *Alat Analisis Data* Edisi Revisi. Cetakan Kedua. Andi, Yogyakarta.
- Ismail, Hilman danPutu Nina Madiawati. 2021. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sepatu Vans Di Kota Bandung*. *eProceedings of Management* 8.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2018. *Manajemen Pemasaran*, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi 12. Penerbit Erlangga.
- Sangadji, Sopiah. 2013. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Andi Yogyakarta.
- Suryani, Lilis, dan Fita Kurniasari. 2020 . *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Gaul Sport di Kota Pontianak*.
- Siregar. Syofian. 2019. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 20 Tahun 2008 tentang Usaha Mikro

Kecil Menengah. <https://kukm.babelprov.go.id/content/uu-no-20-tahun-2008-tentang-usaha-mikro-kecil-dan-menengah>

Lampiran 1**K U E S I O N E R****PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN BERBELANJA DI TOKO YUDI'S KREASI KABUPATEN
SANGGAU**

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

Nama : Dwi Lestari
NIM : 181310148
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Muhammadiyah Pontianak

memohon kesediaan Bapak/Ibu untuk mengisi kuesioner (daftar pertanyaan) yang diajukan dengan baik dan benar sesuai dengan kondisi yang Bapak/Ibu rasakan.

Daftar pertanyaan ini saya ajukan semata-mata hanya untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan studi pada Program Studi Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

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

A. Petunjuk Pengisian

1. Isilah data dari Bapak/Ibu pada bagian identitas responden.
2. Isilah jawaban atas setiap pertanyaan yang disediakan dengan memberikan tanda silang (X) atau centang () pada kolom yang telah disediakan dengan baik dan benar sesuai dengan kondisi yang Bapak/Ibu rasakan.
3. Pilihan jawaban atas pernyataan yang diajukan terdiri dari:

- a. STS = Sangat Tidak Setuju
- b. TS = Tidak Setuju
- c. KS = Kurang Setuju
- d. S = Setuju
- e. ST = Tidak Setuju

B. Identitas Responden

1. Nama :
.....
2. Jenis Kelamin :
.....
3. Umur :
.....
4. Pendidikan :
.....
5. Pekerjaan :
.....
6. Pendapatan per bulan :
.....
7. Status Perkawinan :
.....

C. Daftar Pernyataan

1. Produk

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	ST
1.	Yudi's kreasi menawarkan berbagai macam produk alat dan perlengkapan olahraga .					
2.	Yudi's kreasi menawarkan produk dengan kualitas yang baik.					

3.	Yudi's kreasi menyediakan layanan pengantaran produk yang di beli untuk pembelian dengan jumlah tertentu.					
4	Yudi's kreasi menata produk dengan susunan yang menarik					

2. Harga

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	ST
1.	Yudi's kreasi menyediakan daftar harga untuk produk yang ditawarkan.					
2.	Yudi's kreasi memberikan potongan harga untuk setiap pembelian di atas Rp 500.000.					
3.	Pembayaran untuk pembelian produk di Toko Yudi's Kreasi bisa dilakukan secara tunai.					

3. Promosi

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	ST
1.	Toko Yudi's Kreasi melakukan promosi penjualan melalui <i>whatsapp</i> , <i>facebook</i> , secara langsung, dan lain-lain.					
2	Toko Yudi's Kreasi membagikan brosur kepada setiap sekolah di Kabupaten Sanggau.					
3.	Toko Yudi's kreasi memasang papan nama pada tokonya.					

4. Lokasi

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	ST
1.	Lokasi Toko Yudi's kreasi mudah di akses dengan kendaraan roda dua maupun roda empat.					
2.	Lokasi Toko Yudi's kreasi mudah dijangkau					
3.	Toko Yudi's kreasi dapat ditemukan dengan mudah.					
4.	Toko Yudi's kreasi Memiliki lahan parkir yang memadai.					

5. Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	Jawaban				
		STS	TS	KS	S	ST
	Pengenalan kebutuhan					
1.	Saya membeli produk tersebut untuk memenuhi kebutuhan.					
2.	Saya membutuhkan toko yang menyediakan produk dan perlengkapan olahraga dengan harga terjangkau.					
3.	Saya membutuhkan toko yang menyediakan berbagai produk dan perlengkapan olahraga dengan kualitas yang baik.					
	Pencarian Informasi					
4.	Sebelum melakukan pembelian, saya mencari informasi tentang toko produk dan perlengkapan olahraga yang ada.					
5.	Sebelum melakukan pembelian, saya mencari informasi dari orang yang saya kenal (saudara, teman, dll).					
	Evaluasi Alternatif					

6.	Sebelum melakukan pembelian, saya membandingkan tentang harga produk.					
7.	Sebelum melakukan pembelian, saya membandingkan tentang kualitas produk.					
8.	Sebelum melakukan pembelian, saya membandingkan tentang lokasi toko.					
	Keputusan Pembelian					
9.	Saya memutuskan membeli produk di Toko Yudi's Kreasi karena produknya sesuai dengan kebutuhan saya.					
10.	Saya memutuskan membeli produk di Toko Yudi's Kreasi karena produknya sesuai dengan keinginan saya.					
11.	Saya memutuskan membeli produk di Toko Yudi's Kreasi karena harganya terjangkau bagi saya.					
12.	Saya memutuskan membeli produk di Toko Yudi's Kreasi karena memiliki kualitas yang baik.					
	Perilaku Pasca Pembelian					
13.	Saya merasa sangat puas dengan pelayanan yang diberikan oleh Toko Yudi's Kreasi.					
14.	Saya akan merekomendasikan kepada teman dan keluarga untuk membeli produk di Toko Yudi's Kreasi.					
15.	Saya memutuskan melakukan pembelian kembali di Toko Yudi's Kreasi apabila saya membutuhkan produk di masa datang.					

-Terima Kasih atas Partisipasi Anda-

LAMPIRAN 2

KARAKTERISTIK RESPONDEN TOKO YUDI'S KREASI KABUPATEN SANGGAU

NO	NAMA	JENIS KELAMIN	UMUR	PENDIDIKAN	PEKERJAAN	PENDAPATAN PER BULAN	STATUS PERKAWINAN
1	AGUS INDRAWAN	LAKI-LAKI	22	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
2	AHMAD CHAIRI GUNAWAN	LAKI-LAKI	31	D3	KARYAWAN SWASTA	RP 5.000.000	MENIKAH
3	SULASRI	LAKI-LAKI	45	S1	KARYAWAN SWASTA	RP 3.000.000	MENIKAH
4	MUHAMMAD ABRARI	LAKI-LAKI	28	S1	PNS	RP 3.500.000	MENIKAH
5	MUHAMMAD FERGI	LAKI-LAKI	19	SMA	SWASTA	RP 2.000.000	BELUM MENIKAH
6	SRI DEWI NINGSIH	PEREMPUAN	27	D3	SWASTA	RP 2.000.000	BELUM MENIKAH
7	TITIN SUHARTINI	PEREMPUAN	32	SMA	KARYAWAN SWASTA	RP 2.500.000	MENIKAH
8	FATIMATUL ZAHRA	PEREMPUAN	26	SMA	SWASTA	RP 1.500.000	MENIKAH
9	AULIA KHAIRUNNISA	PEREMPUAN	21	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
10	NASYWA ATHAYA	PEREMPUAN	18	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
11	SRI HAYATI	PEREMPUAN	29	SMA	SWASTA	RP 1.000.000	MENIKAH
12	IMAN KHALIFAH	LAKI-LAKI	23	SMA	KARYAWAN SWASTA	RP 2.500.000	BELUM MENIKAH
13	RAHMAYUNI	PEREMPUAN	24	D3	KARYAWAN SWASTA	RP 2.000.000	MENIKAH
14	HENDRA	LAKI-LAKI	28	S1	PNS	RP 5.000.000	MENIKAH

15	AGUSTINA RIZKY	PEREMPUAN	22	D3	KARYAWAN SWASTA	RP 3.500.000	BELUM MENIKAH
16	MELLY WANTY	PEREMPUAN	22	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
17	FIQRY HAIKAL	LAKI-LAKI	22	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
18	YOGA	LAKI-LAKI	25	D3	SWASTA	RP 3.000.000	MENIKAH
19	ABDUL AZIZ	LAKI-LAKI	25	S1	SWASTA	RP 3.500.000	BELUM MENIKAH
20	ACON	LAKI-LAKI	30	SMA	SWASTA	RP 1.500.000	MENIKAH
21	RISKY YUNI AGUSTA	PEREMPUAN	25	SMA	KARYAWAN SWASTA	RP 2.500.000	BELUM MENIKAH
22	UTIN SEKAR KEMALA SITA	PEREMPUAN	23	D3	KARYAWAN SWASTA	RP 3.500.000	BELUM MENIKAH
23	MULYADI	LAKI-LAKI	38	D3	SWASTA	RP 1.500.000	MENIKAH
24	FARADINA	PEREMPUAN	19	SMA	SWASTA	RP 1.000.000	BELUM MENIKAH
25	SYAMSUL	LAKI-LAKI	35	S1	PNS	RP 5.000.000	MENIKAH
26	ALFIAN	LAKI-LAKI	27	S1	KARYAWAN SWASTA	RP 3.000.000	BELUM MENIKAH
27	GUSTI ARIFIN	LAKI-LAKI	28	S1	PNS	RP 3.500.000	MENIKAH
28	AKBAR	LAKI-LAKI	32	D3	SWASTA	RP 2.000.000	MENIKAH
29	HENDRO	LAKI-LAKI	26	SMA	SWASTA	RP 1.500.000	BELUM MENIKAH
30	HERU WISNU	LAKI-LAKI	41	SMA	KARYAWAN SWASTA	RP 3.000.000	MENIKAH
31	YUDI HERPIANDI	LAKI-LAKI	24	D3	KARYAWAN SWASTA	RP 4.000.000	BELUM MENIKAH
32	MUNA LUQIANA	PEREMPUAN	23	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
33	NURUL FADILA	PEREMPUAN	22	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH

34	PUTRI NURUL	PEREMPUAN	29	SMA	KARYAWAN SWASTA	RP 2.000.000	MENIKAH
35	MIA ANISA	PEREMPUAN	18	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
36	ISMAIL	LAKI-LAKI	18	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
37	JAMALUDIN	LAKI-LAKI	38	D3	PNS	RP 3.000.000	MENIKAH
38	ISMARA	LAKI-LAKI	44	S1	PNS	RP 5.000.000	MENIKAH
39	BAMBANG SEMBODHO	LAKI-LAKI	39	S1	PNS	RP 3.000.000	MENIKAH
40	ALDINO PERSI	LAKI-LAKI	22	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
41	TINDA RESTI PRADINA	PEREMPUAN	22	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
42	HERRY	LAKI-LAKI	32	S1	PNS	RP 3.000.000	MENIKAH
43	HERMAN PRAYUDHO	LAKI-LAKI	47	S1	KARYAWAN SWASTA	RP 3.000.000	MENIKAH
44	AAS	PEREMPUAN	41	D3	SWASTA	RP 1.500.000	MENIKAH
45	ANDI	LAKI-LAKI	18	D3	SWASTA	RP 1.500.000	BELUM MENIKAH
46	BURHANUDIN	LAKI-LAKI	33	D3	PNS	RP 3.000.000	MENIKAH
47	DAYAT	LAKI-LAKI	35	SMA	KARYAWAN SWASTA	RP 3.000.000	BELUM MENIKAH
48	TITIN SUMARNI	PEREMPUAN	32	SMA	SWASTA	RP 2.000.000	BELUM MENIKAH
49	WIWIK WAHYUNI	PEREMPUAN	27	D1	SWASTA	RP 2.000.000	MENIKAH
50	RAHMAT	LAKI-LAKI	37	D3	KARYAWAN SWASTA	RP 4.000.000	MENIKAH
51	PUTRA DUTA	LAKI-LAKI	26	SMA	SWASTA	RP 2.000.000	MENIKAH
52	DESI WULAN SARI	PEREMPUAN	27	S1	PNS	RP 4.000.000	MENIKAH
53	LASWADI	LAKI-LAKI	32	SMA	PNS	RP 2.000.000	MENIKAH

54	DERI KURNIADI	LAKI-LAKI	22	SMA	SWASTA	RP 1.500.000	BELUM MENIKAH
55	FIRA	PEREMPUAN	28	S1	SWASTA	RP 1.500.000	MENIKAH
56	ZULFIKAR DEWA	LAKI-LAKI	27	SMA	SWASTA	RP 2.000.000	BELUM MENIKAH
57	MAREANTI FANNI	PEREMPUAN	24	SMA	SWASTA	RP 1.500.000	BELUM MENIKAH
58	MUHAMMAD ZAKY	LAKI-LAKI	25	S1	KARYAWAN SWASTA	RP 2.500.000	BELUM MENIKAH
59	RIVAL	LAKI-LAKI	21	SMA	KARYAWAN SWASTA	RP 2.500.000	BELUM MENIKAH
60	FHIA	PEREMPUAN	28	SMA	SWASTA	RP 2.000.000	MENIKAH
61	OPIK	LAKI-LAKI	24	S1	KARYAWAN SWASTA	RP 2.500.000	BELUM MENIKAH
62	RAFLI	LAKI-LAKI	22	SMA	APARATUR NEGARA	RP 4.000.000	MENIKAH
63	DARWINANTA	LAKI-LAKI	22	SMA	SWASTA	RP 2.000.000	BELUM MENIKAH
64	SUGENG	LAKI-LAKI	48	SMA	KARYAWAN SWASTA	RP 3.000.000	MENIKAH
65	WIWIN YUNIARTI	PEREMPUAN	28	S1	PNS	RP 3.500.000	MENIKAH
66	JALI	LAKI-LAKI	28	S1	PNS	RP 4.000.000	MENIKAH
67	MHIA	PEREMPUAN	25	S1	PNS	RP 4.000.000	MENIKAH
68	ANISHA ARI SUSANTI	PEREMPUAN	23	SMA	SWASTA	RP 2.000.000	BELUM MENIKAH
69	DEVINA LARASATI	PEREMPUAN	23	SMA	SWASTA	RP 1.500.000	BELUM MENIKAH
70	CICI	PEREMPUAN	18	SMA	SWASTA	RP 1.500.000	BELUM MENIKAH
71	WAHYU	LAKI-LAKI	27	D3	SWASTA	RP 2.000.000	MENIKAH
72	OLA	PEREMPUAN	27	S1	KARYAWAN SWASTA	RP 3.000.000	MENIKAH

73	RISA HERMANDIANTY	PEREMPUAN	25	D3	SWASTA	RP 1.500.000	BELUM MENIKAH
74	HARDIAN	LAKI-LAKI	28	D3	SWASTA	RP 1.500.000	MENIKAH
75	SURYANI	PEREMPUAN	32	SMA	KARYAWAN SWASTA	RP 3.000.000	MENIKAH
76	BAGAS	LAKI-LAKI	21	SMA	KARYAWAN SWASTA	RP 2.500.000	BELUM MENIKAH
77	ANDIKA	LAKI-LAKI	24	SMA	SWASTA	RP 2.000.000	BELUM MENIKAH
78	YENNY SULISTYAWATI	PEREMPUAN	36	S1	PNS	RP 4.000.000	MENIKAH
79	UNTUNG KUSUMA	LAKI-LAKI	37	SMA	SWASTA	RP 1.500.000	MENIKAH
80	FATURRAHMAN	LAKI-LAKI	25	S1	SWASTA	RP 1.500.000	BELUM MENIKAH
81	LIA WAHYUNI	PEREMPUAN	24	SMA	KARYAWAN SWASTA	RP 3.000.000	BELUM MENIKAH
82	FARIZ	LAKI-LAKI	19	SMA	SWASTA	RP 2.000.000	BELUM MENIKAH
83	FANDY ELQI SYAHPUTRA	LAKI-LAKI	19	SMA	SWASTA	RP 2.000.000	BELUM MENIKAH
84	YANDA	PEREMPUAN	29	SMA	SWASTA	RP 1.500.000	BELUM MENIKAH
85	MUHAMMAD AQIL	LAKI-LAKI	24	S1	KARYAWAN SWASTA	RP 3.000.000	MENIKAH
86	YUDA	LAKI-LAKI	36	S1	PNS	RP 4.000.000	MENIKAH
87	AGIL	LAKI-LAKI	33	S1	SWASTA	RP 2.000.000	MENIKAH
88	REKA CLAUDIA	PEREMPUAN	23	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
89	YOHANEL GALBANO	LAKI-LAKI	25	SMA	SWASTA	RP 2.500.000	BELUM MENIKAH
90	SHINTYA RADYANTY	PEREMPUAN	27	D3	KARYAWAN SWASTA	RP 2.500.000	BELUM MENIKAH

91	RIANSYAH	LAKI-LAKI	25	SMA	APARATUR NEGARA	RP 4.000.000	BELUM MENIKAH
92	MUHAMMAD ALTHUR	LAKI-LAKI	29	SMA	PNS	RP 4.000.000	MENIKAH
93	FEBRI ALDIANSYAH	LAKI-LAKI	21	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
94	JEFRY	LAKI-LAKI	23	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
95	YOGA VRANGKY	LAKI-LAKI	28	S1	KARYAWAN SWASTA	RP 3.500.000	MENIKAH
96	RANDITO SHAFI	LAKI-LAKI	23	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
97	LUQYANA	PEREMPUAN	34	S1	KARYAWAN SWASTA	RP 3.000.000	MENIKAH
98	CANDRA	LAKI-LAKI	23	SMA	MAHASISWA		BELUM MENIKAH
99	MUSRIANTO	LAKI-LAKI	43	S1	PNS	RP 5.000.000	MENIKAH
100	YUDI SURIANTO	LAKI-LAKI	34	S1	PNS	RP 5.000.000	MENIKAH

LAMPIRAN 3

TABULASI RESPONDEN BAURAN PEMASARAN (X)

No. Res	Produk (X1)				Harga (X2)			Promosi (X3)			Lokasi (X4)				Total	Rata- Rata
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X3.1	X3.2	X3.3	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4		
1	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	63	4.5
2	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	63	4.5
3	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	2	4	5	59	4.2
4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	64	4.6
5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	62	4.4
6	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	61	4.4
7	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	62	4.4
8	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	63	4.5
9	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	64	4.6
10	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	63	4.5
11	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	64	4.6
12	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	65	4.6
13	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	62	4.4
14	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	64	4.6
15	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	65	4.6
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	57	4.1
17	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	57	4.1
18	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	65	4.6
19	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	64	4.6
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	67	4.8

21	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	4	5	56	4.0
22	4	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	56	4.0
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	69	4.9
24	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	66	4.7
25	5	4	5	4	5	4	5	4	3	2	3	2	5	3	54	3.9
26	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	62	4.4
27	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	65	4.6
28	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	65	4.6
29	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	64	4.6
30	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	64	4.6
31	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	2	4	5	59	4.2
32	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	2	5	5	60	4.3
33	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	64	4.6
34	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	65	4.6
35	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	64	4.6
36	5	5	2	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	58	4.1
37	5	3	2	5	5	5	5	4	3	5	5	3	4	5	59	4.2
38	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	56	4.0
39	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	67	4.8
40	3	4	4	4	3	5	2	5	4	4	4	4	4	4	54	3.9
41	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	61	4.4
42	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	61	4.4
43	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	2	3	4	56	4.0
44	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	64	4.6
45	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	63	4.5

46	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	63	4.5
47	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	63	4.5
48	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	64	4.6
49	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	64	4.6
50	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	63	4.5
51	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	63	4.5
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	57	4.1
53	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	69	4.9
54	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	50	3.6
55	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	5	4	5	5	53	3.8
56	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	65	4.6
57	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	3	4	47	3.4
58	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	2	2	3	3	46	3.3
59	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	60	4.3
60	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	68	4.9
61	4	3	2	4	4	5	4	4	4	5	4	3	5	4	55	3.9
62	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	63	4.5
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	61	4.4
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	61	4.4
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	61	4.4
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	61	4.4
67	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	65	4.6
68	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	61	4.4
69	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	63	4.5
70	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	64	4.6

96	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	3	53	3.8
97	4	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	3	53	3.8
98	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	64	4.6
99	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	63	4.5
100	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	2	3	4	57	4.1

TABULASI RESPONDEN KEPUTUSAN KONSUMEN (Y)

No Res	Keputusan Konsumen (Y)															Total	Rata-Rata
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15		
1	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	69	4.6
2	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	68	4.5
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.0
4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	69	4.6
5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	68	4.5
6	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	68	4.5
7	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	68	4.5
8	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	67	4.5
9	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	66	4.4
10	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	70	4.7
11	5	4	4	3	4	5	5	4	3	5	4	4	3	4	5	62	4.1
12	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	71	4.7
13	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	67	4.5
14	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	66	4.4
15	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	67	4.5
16	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	60	4.0
17	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	58	3.9
18	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	70	4.7
19	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	70	4.7
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.0
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.0
22	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	58	3.9
23	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	69	4.6

24	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	62	4.1	
25	5	3	5	3	5	3	5	4	3	5	3	5	3	5	3	60	4.0	
26	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	61	4.1	
27	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	69	4.6	
28	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	67	4.5	
29	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	69	4.6	
30	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	67	4.5	
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.0	
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.0	
33	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	68	4.5	
34	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	70	4.7	
35	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	68	4.5	
36	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.0	
37	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	68	4.5	
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.0	
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.0	
40	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	56	3.7
41	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	63	4.2	
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.0	
43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.0	
44	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	59	3.9	
45	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	66	4.4	
46	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	70	4.7	
47	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	70	4.7	
48	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	66	4.4	

49	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	69	4.6
50	5	4	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	63	4.2
51	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	70	4.7
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.0
53	5	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	4	4	62	4.1
54	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.0
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.0
56	4	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	70	4.7
57	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.0
58	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.0
59	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	65	4.3
60	5	5	2	4	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	67	4.5
61	5	5	3	4	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	4	64	4.3
62	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	68	4.5
63	5	4	3	5	4	4	3	4	5	5	4	3	5	4	4	62	4.1
64	5	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	63	4.2
65	5	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	63	4.2
66	5	4	3	5	4	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	63	4.2
67	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	69	4.6
68	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	5	68	4.5
69	5	4	5	5	4	3	5	4	3	5	4	5	5	4	3	64	4.3
70	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	68	4.5
71	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	69	4.6
72	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	67	4.5
73	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	67	4.5

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

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

LAMPIRAN 6

HASIL PERHITUNGAN UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUTUSAN KONSUMEN (Y)

CORRELATIONS

```

/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10 Y11 Y12 Y13 Y14 Y15 SKOR_TOTAL
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.

```

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	SKOR_
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15	TOTAL
Y1	Pearson Correlation	1	-.005	-.020	.245*	.197	.209*	.323**	.215*	.320**	1.000**	-.005	-.020	.245*	.197	.209*	.449**
	Sig. (2-tailed)		.964	.840	.014	.050	.037	.001	.032	.001	.000	.964	.840	.014	.050	.037	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	-.005	1	.166	.149	.258**	.426**	.358**	.486**	.378**	-.005	1.000**	.166	.149	.258**	.426**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.964		.100	.138	.010	.000	.000	.000	.000	.964	.000	.100	.138	.010	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	-.020	.166	1	.199*	.153	.235*	.401**	.276**	.069	-.020	.166	1.000**	.199*	.153	.235*	.508**

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y13	Pearson Correlation	.245*	.149	.199*	1.000**	.251*	.258**	.373**	.373**	.392**	.245*	.149	.199*	1	.251*	.258**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.014	.138	.047	.000	.012	.010	.000	.000	.000	.014	.138	.047		.012	.010	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y14	Pearson Correlation	.197	.258**	.153	.251*	1.000**	.182	.355**	.326**	.135	.197	.258**	.153	.251*	1	.182	.530**
	Sig. (2-tailed)	.050	.010	.128	.012	.000	.070	.000	.001	.181	.050	.010	.128	.012		.070	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y15	Pearson Correlation	.209*	.426**	.235*	.258**	.182	1.000**	.318**	.314**	.496**	.209*	.426**	.235*	.258**	.182	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.037	.000	.019	.010	.070	.000	.001	.001	.000	.037	.000	.019	.010	.070		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
SKOR_T OTAL	Pearson Correlation	.449**	.583**	.508**	.657**	.530**	.657**	.663**	.659**	.582**	.449**	.583**	.508**	.657**	.530**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

LAMPIRAN 7**HASIL PERHITUNGAN UJI RELIABILITAS VARIABEL BAURAN PEMASARAN (X)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	14

RELIABILITY

```

/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X2.1 X2.2 X2.3 X3.1 X3.2 X3.3 X4.1
X4.2 X4.3 X4.4

```

```

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

```

```

/MODEL=ALPHA

```

```

/SUMMARY=TOTAL.

```

LAMPIRAN 8**HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL KEPUTUSAN KONSUMEN (Y)****Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.857	15

RELIABILITY

```

/VARIABLES=Y1 Y2 Y3 Y4 Y5 Y6 Y7 Y8 Y9 Y10 Y11 Y12 Y13 Y14 Y15

```

```

/SCALE('ALL VARIABLES') ALL

```

```

/MODEL=ALPHA

```

```

/SUMMARY=TOTAL.

```


LAMPIRAN 9**HASIL PERHITUNGAN UJI NORMALITAS****One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.75902778
Most Extreme Differences	Absolute	.090
	Positive	.072
	Negative	-.090
Kolmogorov-Smirnov Z		.904
Asymp. Sig. (2-tailed)		.387

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

LAMPIRAN 10**HASIL PERHITUNGAN UJI REGRESI LINIER SEDERHANA****Coefficients^a**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.985	.276		7.199	.000
	BAURAN PEMASARAN	.536	.064	.649	8.438	.000

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

LAMPIRAN 11**ANALISIS KOEFISIEN KORELASI DAN KOEFISIEN DETERMINASI****Model Summary^b**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.649 ^a	.421	.415	.25451

a. Predictors: (Constant), BAURAN PEMASARAN

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

LAMPIRAN 12**HASIL PERHITUNGAN UJI KELYAKAN MODEL****ANOVA^a**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4.612	1	4.612	71.200	.000 ^b
	Residual	6.348	98	.065		
	Total	10.960	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), BAURAN PEMASARAN