

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO M3 CW DI
YAMAHA KSM SEKADAU**

Tanggung Jawab Yuridis Kepada :

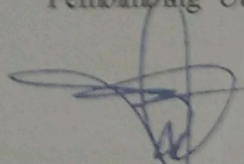
FATUR RAHMAN
NIM. 171310520

Program Studi Manajemen

**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian
Skripsi/Komprehensif
Pada Tanggal : 7 JULI 2022**

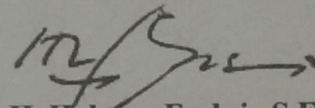
Majelis Penguji :

Pembimbing Utama



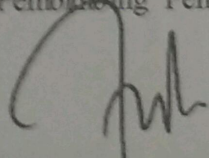
Samsuddin, S.E, M.Si
NIDN. 1113117701

Penguji Utama



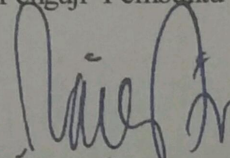
Dr. H. Helman Fachri, S.E, M.M
NIDN. 1107056101

Pembimbing Pembantu



Fita Kurniasari, S.M.B., M.A.B
NIDN. 1104079002

Penguji Pembantu



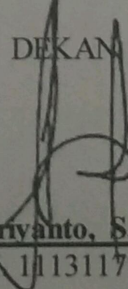
Neni Triana M., S.E, M.M
NIDN. 1009028104

Pontianak, 7 JULI 2022

Disahkan Oleh :

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

DEKAN



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

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN SEPEDA MOTOR YAMAHA MIO M3 CW DI
YAMAHA KSM SEKADAU**

SKRIPSI

OLEH :

**FATUR RAHMAN
NIM. 171310520**



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

2022

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Tuhan yang Maha Kuasa atas Rahmat nya penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “ **Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio M3 CW Di Yamaha KSM Sekadau**”. Skripsi ini dilaksanakan sebagai bentuk tanggung jawab penulis guna memenuhi syarat untuk menyelesaikan perkuliahan sekaligus mendapatkan gelar Sarjana Ekonomi (S.E), di 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 Samsuddin, SE, M.Si, selaku Dosen Pembimbing Utama yang telah bersedia membimbing penulis dengan memberikan arahan dan masukan demi kesempurnaan penulisan skripsi ini.
3. Ibu Fita Kurniasari, SMB,MAB, selaku Pembimbing Kedua yang telah berkenan membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini sehingga dapat diselesaikan dengan baik.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh Tenaga Kependidikan Universitas Muhammadiyah Pontianak.

5. Kedua orangtua dan saudara-saudara penulis yang selalu memberikan dukungan baik materi maupun doa, perhatian dan dorongan selama ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan perkuliahan di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.
6. Pemimpin cabang Yamaha KSM Sekadau yang telah memberikan izin bagi penulis untuk melakukan penelitian di perusahaan yang dipimpinnya.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa skripsi ini masih jauh dari 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.

Pontianak, Juli 2022

Penulis

Fatur Rahman
NIM.171310520

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio M3 CW di Yamaha KSM Sekadau. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha Mio M3 CW di Yamaha KSM Sekadau, dengan sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang di gunakan 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: $\hat{Y} = 3,020 + 0,385X$. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,368, artinya bahwa hubungan antara variabel bauran pemasaran dengan variabel keputusan pembelian adalah lemah. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,136, artinya bahwa 13,6% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran sedangkan sisanya yaitu sebesar 86,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian sepeda motor Yamaha Mio M3 CW yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran pada Yamaha KSM Sekadau.

Kata kunci: Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vi
DAFTAR GAMBAR	viii
DAFTAR LAMPIRAN	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
F. Kerangka Pemikiran	10
G. Metode Penelitian	11
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Pemasaran	21
B. Konsep Pemasaran	22
C. Manajemen Pemasaran	23
D. Bauran Pemasaran	23
E. Keputusan Pembelian	28
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Sejarah Singkat Perusahaan.....	31
B. Visi Dan Misi Perusahaan	32
C. Struktur Organisasi	33
D. Aspek Sumber Daya Manusia	35
E. Aspek Pemasaran	37
BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
A. Karakteristik Responden	38
B. Analisis Data	42

BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	50
	B. Saran	51
DAFTAR PUSTAKA		52

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Top Brand Index Sepeda Motor Katergori Matic.....	2
Tabel 1.2	Daftar Dealer sepeda motor Kabupaten Sekadau	3
Tabel 1.3	Jenis dan harga sepeda motor di yamaha KSM Sekadau	4
Tabel 1.4	Penjualan sepeda Motor Mio M3 CW Tahun 2018-2020.....	5
Tabel 1.5	Alternatif Jawaban.....	16
Tabel 1.6	Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan	19
Tabel 3.1	Jumlah Karyawan	35
Tabel 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	38
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	39
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan	39
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	40
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Penghasilan	41
Tabel 4.6	Karakteristik Responden Berdasarkan Status Perkawinan	41
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran (X)	42
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	43
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran (X)	44
Tabel 4.10	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	45
Tabel 4.11	Hasil Uji Normalitas	45
Tabel 4.12	Hasil Analisis Regresi Linier Sederhana	46
Tabel 4.13	Hasil Koefisien Korelasi (R)	47
Tabel 4.14	Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)	48

DAFTAR GAMBAR

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

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner	53
Lampiran 2. Karakteristik Responden	58
Lampiran 3. Rekapitulasi Variabel Bauran Pemasaran	61
Lampiran 4. Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian	65
Lampiran 5. Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran (X)	69
Lampiran 6. Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	77
Lampiran 7. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran (X)	81
Lampiran 8. Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	81
Lampiran 9. Hasil Uji Normalitas	82
Lampiran 10. Hasil Perhitungan Regresi Linier Sederhana	83
Lampiran 11. Hasil Koefisien Korelasi dan Koefisien Determinasi	84
Lampiran 12. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)	85

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.

Banyak perusahaan yang bergerak di bidang transportasi seperti sepeda motor bersaing dan berlomba-lomba menawarkan produknya. 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.

Yamaha merupakan sepeda motor yang diproduksi oleh Yamaha Indonesia. PT Yamaha Indonesia merupakan satu-satunya perusahaan manufaktur dan distribusi yang memiliki hak sebagai agen tunggal pemegang merek (ATPM) sepeda motor Yamaha di Indonesia dan memiliki beberapa *main dealer* yang bertempat di setiap ibukota provinsi yang tersebar di berbagai

kota di Indonesia.

Yamaha KSM Sekadau merupakan cabang dari KSM Sanggau, merupakan *dealer* resmi yang bergerak dibidang penjualan sepeda motor merek Yamaha. Yamaha KSM Sekadau menawarkan servis gratis selama tiga bulan pasca pembelian dan menyediakan layanan pengantaran sepeda motor kerumah konsumen.

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 ofmind*), 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 berdasarkan survei *Top Brand Award* yang disajikan pada Tabel 1.1.

Tabel 1.1
Top Brand Index Kategori Sepeda Motor Matic
Tahun 2019 – 2021

Jenis	No	Tipe dan Jenis	Top Brand Index (TBI)		
			2019	2020	2021
Matic	1	Honda Beat	36,30%	35,80%	35,60%
	2	Honda Vario	18,5%	24,50%	21,90%
	3	Yamaha Mio	12,90%	13,60%	12,90%

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

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas, menunjukkan bahwa Yamaha Mio berada di posisi ketiga *Top Brand Award* dalam kategori sepeda motor matic pada Tahun 2019 – 2021.

Yamaha KSM Sekadau merupakan salah satu *dealer* sepeda motor Yamaha yang beralamat di Jl. Merdeka Barat No.28 Kecamatan Sekadau Hilir, Kabupaten Sekadau. Berikut adalah daftar *dealer* sepeda motor di Kabupaten Sekadau yang disajikan pada Tabel 1.2 berikut :

Tabel 1.2
Dinas Penanaman Modal, Tenaga kerja, Dan PTSP
Daftar Dealer Sepeda Motor Di Kabupaten Sekadau
Tahun 2021

No.	Nama Dealer	Alamat
1.	PD. Meteor Motor	Jl. Merdeka Timur No. C/27
2.	Elco Motor	Jl. Merdeka Timur No. AB/40
3.	Honda Daya Motor	Jl. Irian Mungguk No. A15
4.	Elco Simpang Empat	Jl. Raya Sintang No. A65
5.	Daya Motor Kayu Lapis	Jl. Raya Sintang No. B92
6.	Daya Motor Rawak	Jl. Raya Rawak-Taman 45D
7.	Yamaha KSM Sekadau	Jl. Merdeka Barat Km 2 No. 28
8.	Yamaha Fortuna Motor	Jl. Merdeka Timur No. BB/58
9.	KSM Kayu Lapis	Jl. Raya Sintang, Komp. Simpang Empat No.73
10.	Yamaha Fortuna Motor Belitang	Jl. Pasar Belitang No. 130-131
11.	KSM Sei Ayak	Jl. Adi Sucipto RT.29 No. 35-36C
12.	Suzuki Motor Sekadau	Jl. Merdeka Timur Km 5 No.167
13.	Taman Indah Motor	Jl. Raya Taman-Mahap Blok S / 34
14.	Indotama Sekadau	Jl. Merdeka Timur No. 100C
15.	Dzaki Motor	Jl. Merdeka Timur Blok S/34
16.	Anugerah Motor	Jl. Merdeka Barat Gg. Haji Abdurahman No. 18
17.	Ceria Motor	Jl. Raya Sintang No. 43
18.	Setia Motor	Jl. HM. Saleh Ali Pasar Belitang No. 119

Tabel 1.2

(Lanjutan)

19.	Milennium Motor	Jl. Dr. Sutomo, RT 12/13 F11
20.	Mitra Motor	Jl. Pasar Mahap No. 47

Sumber : Dinas Penanaman Modal PTSP Sekadau, 2021

Berdasarkan Tabel 1.2 menunjukkan bahwa terdapat 20 *dealer* sepeda motor di Kabupaten Sekadau salah satunya Yamaha KSM Sekadau.

Berikut adalah jenis dan harga sepeda motor Yamaha yang dijual oleh KSM Sekadau Tahun 2022 yang disajikan pada Tabel 1.3 berikut :

Tabel 1.3
Yamaha KSM Sekadau
Jenis dan Harga Sepeda Motor Yamaha
Tahun 2022

Jenis	No	Jenis motor yang dijual	Harga per unit (Rp)
Matic	1	Mio m3 cw	19.535.000
	2	Mio s	16.945.000
	3	Mio z	15.800.000
	4	Mio m3 spp	17.270.000
	5	Mio m3 aks	17.820.000
	6	Free go std	20.995.000
	7	Free go s	22.630.000
	8	Free go abs	25.090.000
	9	Lexi std	23.560.000
	10	Lexi s	26.770.000
	11	Lexi abs	29.310.000
	12	Aerox std	27.090.000
	13	Aerox r	29.210.000
	14	Aerox gp monsters	29.210.000
	15	Aerox abs	30.940.000
	16	N-max	30.320.000
	17	N-max 155	30.780.000
	18	N-max 155 abs	34.610.000
	19	Fino sporti 125	21.445.000
	20	X-ride 125	21.275.000
	21	X-ride 125 trail	21.825.000

Tabel 1.3
(Lanjutan)

Bebek	22	Vega drum	18.100.00
	23	Vega db sw	18.500.000
	24	Vega db cw	19.930.000
	25	Jupiter z cw fi	20.965.000
	26	Mx king	21.950.000
Sport	27	New vixion	31.225.000
	28	New vixion gp	31.775.000
	29	Vixion r	33.005.000
	30	New Vixion Monster	31.935.000

Sumber : Yamaha KSM Sekadau, Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan bahwa terdapat jenis dan harga sepeda motor Yamaha yang dijual di KSM Sekadau. Salah satu jenis sepeda motor yang dijual adalah Yamaha Mio M3 CW yang di Tahun 2022 dengan Harga Rp19.535.000. Yamaha Mio M3 CW memiliki keunggulan seperti mesin Blue Core yang bertenaga, kapasitas bagasi dan tangki paling besar di kelasnya yang dijual di KSM Sekadau.

Yamaha KSM Sekadau sebagai salah satu *dealer* resmi yang menawarkan berbagai jenis sepeda motor merek Yamaha, salah satunya adalah Yamaha M3 CW. Berikut adalah data penjualan sepeda motor Yamaha M3 CW Yamaha KSM Sekadau dalam unit Tahun 2019 – 2021 yang disajikan pada Tabel 1.4 berikut :

Tabel 1.4
Yamaha KSM Sekadau
Penjualan sepeda Motor Mio M3 CW
Tahun 2019-2021

No	Tahun	Penjualan Yamaha M3 CW (Dalam Unit)	Penjualan Yamaha M3 CW (Dalam Rupiah)	Peningkatan /Penurun an (%)
1	2019	54	1.054.900.000	-
2	2020	52	1.005.820.000	(3,7)
3	2021	22	429.770.000	(56,08)
Jumlah		128	2.490.490.000	

Sumber : Yamaha KSM Sekadau, Tahun 2022

Berdasarkan Tabel 1.4 menunjukkan bahwa penjualan sepeda motor Yamaha M3 CW di KSM Sekadau Tahun 2019 ke Tahun 2020 mengalami penurunan sebesar 3,7% dan jumlah penjualan sepeda motor Yamaha M3 CW di KSM Sekadau Tahun 2021 mengalami penurunan sebesar 56,08% dari Tahun 2020.

Kebijakan yang dilakukan oleh KSM Sekadau terkait bauran pemasaran Yamaha M3 CW adalah dengan terus meningkatkan dari segi desain, fitur, dan merek yang di miliki oleh Yamaha M3 CW itu sendiri, serta terus meningkatkan dan menjaga kualitas pelayanan yang diberikan kepada konsumen KSM Sekadau juga menyediakan layanan pengantaran sepeda motor langsung kerumah konsumen. Yamaha KSM Sekadau memberikan diskon dan potongan harga untuk pembelian sepeda motor secara *cash* atau tunai, serta menyediakan persyaratan kredit yang sangat mudah dengan besaran uang muka yang cukup terjangkau.

KSM Sekadau memiliki tempat yang strategis dalam melakukan

pemasaran sepeda motornya, berada di tengah kota Sekadau di Jl. Merdeka Barat Km No. 28 sehingga mudah untuk dijangkau, dan memiliki papan nama sehingga mudah untuk ditemukan.

KSM Sekadau melakukan berbagai promosi untuk menarik minat konsumen dalam membeli sepeda motor. Adapun promosi yang dilakukan oleh KSM Sekadau yaitu dengan mengadakan road show atau pameran dagang dengan mendirikan stand di beberapa event yang diselenggarakan di Kabupaten Sekadau. Selain itu, KSM Sekadau juga membagikan brosur atau canvassing melalui sales penjualan dalam menawarkan sepeda motor Yamaha kepada konsumen dan membuat spanduk. KSM Sekadau juga mempromosikan produknya melalui media sosial dimana saat ini media sosial menjadi sarana yang bagus untuk memperkenalkan produk kepada masyarakat luas. KSM Sekadau memiliki akun Instagram dimana akun tersebut digunakan untuk mempromosikan berbagai produk Yamaha dan melalui media sosial tersebut informasi produk Yamaha dapat sampai ke masyarakat luas.

Dalam melayani konsumen, KSM Sekadau memiliki karyawan berjumlah 13 orang, yang terdiri dari pimpinan cabang, *Pre Delivery Inspection (PDI Man)* atau mekanik, admin, bagian penjualan, kasir, dan keuangan. Proses pembelian sepeda motor Yamaha di KSM Sekadau sangat mudah. Selain itu, proses pembayaran, proses persyaratan kredit, proses pelunasan, dan proses service kendaraan dilayani dengan baik.

Bukti fisik dari KSM Sekadau yaitu dengan menyediakan fasilitas ruang tunggu yang dilengkapi dengan TV, kursi, dan kipas angin. Tersedia tempat

parkir yang luas dan lokasi berada dipinggiran Jalan Raya Sekadau – Sanggau sehingga mudah dijangkau oleh konsumen.

Dari hasil wawancara dengan pimpinan KSM Sekadau adalah Yamaha Mio M3 CW memiliki keunikan tersendiri karena merupakan sepeda motor yang masuk disemua kalangan usia dan banyak di pilih baik laki-laki maupun perempuan. Tidak seperti sepeda motor Yamaha jenis lain yang hanya diminati oleh laki-laki saja ataupun perempuan saja. Hal inilah yang membuat penjualan sepeda motor Yamaha M3 Mio CW di KSM Motor Sekadau menjadi tinggi.

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan di atas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang: “Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha M3 Mio CW di Yamaha KSM Sekadau”.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang dikemukakan diatas, maka permasalahan dalam penelitian ini adalah “Apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio M3 CW di KSM Sekadau ?”

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 Yamaha Mio M3 CW di KSM Sekadau.

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 bahan pertimbangan oleh pihak manajemen dalam mengevaluasi dan menyusun kebijakan terutama dalam bidang 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 Yamaha M3 CW di KSM Sekadau.

F. Kerangka Pemikiran

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

Menurut Hurriyati (2015:48) : “Bauran pemasaran (*marketing mix*) merupakan unsur-unsur pemasaran yang saling terkait, dibaurkan, diorganisir dan digunakan dengan tepat, sehingga perusahaan dapat mencapai tujuan pemasaran dengan efektif, sekaligus memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen”.

Zeithalm dan Bitner dalam Hurriyati (2015:48) 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”.

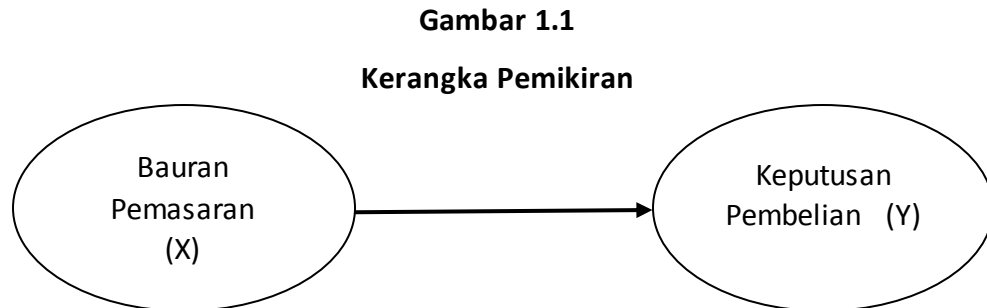
Menurut Kotler dan Armstrong (2008:179): “Proses keputusan pembelian terdiri dari lima tahap: pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian”.

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.
2. Velamasari dan Nirawati (2014) yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat” menunjukkan bahwa secara simultan dan secara parsial variabel Produk, Honda, Promosi, dan Distribusi mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian sepeda Honda Beat.

Dari penjelasan yang dikemukakan di atas, maka peneliti menentukan

kerangka pemikiran dalam penelitian ini yang di gambarkan sebagai berikut :



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 Yamaha M3 CW di KSM Sekadau.

2. Teknik Pengumpulan Data

a. Data primer

Menurut Siregar (2020:37): “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan”. 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 KSM Sekadau untuk memperoleh informasi dan data yang berhubungan dengan masalah yang diteliti.

2) Kuesioner

Menurut Siregar (2020:44) : “Kuesioner adalah suatu teknik pengumpulan informasi yang memungkinkan analis mempelajari sikap-sikap, keyakinan, perilaku, dan karakteristik beberapa orang utama di dalam organisasi, yang bisa terpengaruh oleh sistem yang diajukan atau sistem yang sudah ada”. Responden dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha M3 CW di KSM Sekadau.

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 2020, *dealer* sepeda motor di Kabupaten Sekadau, jenis dan harga jual sepedamotor Yamaha, dan jumlah penjualan sepeda motor Yamaha Mio M3 CW di KSM Sekadau.

3. Populasi dan Sampel

a. Populasi

Menurut Sugiyono (2014:115) : “Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang di tetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya”. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang membeli sepeda motor Yamaha Mio M3 CW Sekadau pada Tahun 2019 sampai 2021 yang berjumlah 128 konsumen

b. Sampel

Menurut Sugiyono (2014:116) : “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 (2017:62) sebagai berikut :

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

Keterangan :

n	=	Sampel
N	=	Populasi
E	=	Perkiraan tingkat kesalahan

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 :

$$n = \frac{128}{1+128 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{128}{1+128 (0,01)}$$

$$n = \frac{128}{1+1,28}$$

$$n = \frac{128}{2,28}$$

$$n = 56,14$$

Berdasarkan perhitungan, maka jumlah sampel minimum yang diteliti adalah sebanyak 56 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 Mio M3 atas keputusan sendiri

4. Variabel Penelitian

Menurut Sugiyono (2014:58) : “Variabel penelitian 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 (2014:59): “Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat)”. Variabel bebas dalam penelitian ini adalah bauran pemasaran yang diberi notasi tanda X.

b. Variabel Terikat (*Dependent Variable*)

Menurut Sugiyono (2014:59): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karena adanya variabel bebas”. Variabel terikat (*Dependent Variable*) dalam penelitian ini adalah keputusan pembelian yang diberi notasi tanda Y.

5. Skala Pengukuran

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini adalah Skala Likert. Menurut Sugiyono (2014:132) : “Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Berdasarkan jawaban dari responden melalui kuesioner yang telah disebarkan, 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 satu variabel. Skala ini diberi bobot secara kuantitatif yang berguna untuk dipakai dalam perhitungan, yaitu sebagai berikut :

Tabel 1.5
Alternatif Skor

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

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 tidak berkorelasi terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

Untuk memperoleh dalam melakukan perhitungan secara statistik, maka analisis dilakukan dengan bantuan *software SPSS 25.00 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 pengukur yang sama pula”. Uji reliabilitas dilakukan dengan melihat nilai *Cronbach's Alpha*. Menurut Siregar (2020:90) : “Kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel bila nilai *Cronbach's Alpha* > 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 25.00 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 linier”. Analisis regresi menggunakan rumus persamaan yaitu sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel Terikat (Keputusan Konsumen)

X = Variabel Bebas (Bauran Pemasaran)

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 melakukan intepretasi mengenai kekuatan hubungan antar dua variabel digunakan kriteria yang dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 1.6
Tingkat Korelasi dan Kekuatan Hubungan

Nilai Korelasi (r)	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 (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 variabel 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 variasi variabel dependen.

f. Uji kelayakan Model (Uji F)

Menurut Gani dan Amalia (2015:143) : “Uji F atau *Goodnes of Fit Test* adalah pengujian kelayakan model. Model yang layak adalah model yang dapat digunakan untuk mengestimasi populasi. Model regresi dikatakan layak jika nilai F sebuah model memenuhi kriteria yang telah ditetapkan”. 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 yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

H_a = Model regresi linier sederhana dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian yang dipengaruhi oleh perilaku konsumen.

2) Menghitung nilai F_{hitung}

Nilai F_{hitung} diperoleh dengan menggunakan *Software SPSS 25.00 for windows*.

3) Membandingkan F_{hitung} dengan F_{tabel}

Hasil uji (F_{hitung}) akan dibandingkan dengan F_{tabel} . Nilai F_{tabel} diperoleh dengan melihat df_1 ($var-1 = 2-1 = 1$) dan df_2 ($n-k-1 = 100-1-1 = 98$) dengan $\alpha = 5\%$, maka nilai F_{tabel} dapat dilihat pada tabel Distribusi F untuk probabilitas 0,05 yang ada pada kolom ke 1 baris ke 98 yaitu sebesar 3,94.

4) 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 24 tahun sampai dengan 29 tahun, berpendidikan SMA/SMK, bekerja sebagai Wiraswasta, penghasilan Rp. 4.000.000 – Rp. 4.999.000 , dan berstatus belum kawin.
2. Persamaan regresi linier sederhana adalah: $\hat{Y} = 3,020 + 0,385X$
3. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,368. Nilai ini menunjukkan bahwa hubungan antara variabel bauran pemasaran dengan variabel keputusan pembelian adalah lemah.
4. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,136. Nilai ini menunjukkan bahwa 13,6% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran, sedangkan sisanya yaitu 86,4% keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel-variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Hasil uji kelayakan model menunjukkan bahwa nilai F_{hitung} 15,379 > F_{tabel} 3,94, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian sepeda motor

Yamaha Mio M3 CW yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran pada Yamaha KSM Sekadau.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang telah dipaparkan di atas, maka diajukan saran sebagai berikut:

1. Yamaha KSM Sekadau harus memasang papan nama di depan kantor Yamaha KSM Sekadau untuk menarik perhatian konsumen.
2. Yamaha KSM Sekadau sebaiknya meningkatkan promosi melalui media sosial seperti instagram.
3. Yamaha KSM Sekadau sebaiknya mempercepat waktu pemesanan suku cadang sepeda motor Yamaha Mio M3 CW.

DAFTAR PUSTAKA

- Adam, Muhammad. 2015. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Firmansyah, M Anang, dan Asyidatur Rosmaniar. 2015. Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepeda Motor Honda Di Surabaya. *Jurnal Balance*. Vol. XII (2), Hal. 28-34.
- Gani, Irwan, dan Siti Amalia. 2015. *Alat Analisis Data*. Edisi Revisi, C.V Andi Offset.
- Hurriyati, Ratih. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. CV.Alfabeta, 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.
- Priansa, Donni Juni, 2017. *Perilaku Konsumen*. Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Siregar, Syofian. 2020. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif*. Dilengkapi dengan perhitungan manual dan aplikasi SPSS versi 17. PT Bumi aksara, Jakarata.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif,dan R&D)*. CV. Alfabeta, Bandung.
- Sumarwan, Ujang. 2017. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Tjiptono, Fandy, 2019. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. CV. Andi Offset, Yogyakarta.
- Velamasari, Ardita, dan Lia Nirawati. 2014. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Beat. *Jurnal Bisnis Indonesia*. Vol. 05 (01), Hal. 89-100.

KUESIONER

Dalam rangka penyusunan skripsi yang berjudul **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio M3 CW di Yamaha KSM Sekadau”**, 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 : Fatur Rahman
NIM : 171310520
Program Studi : Manajemen
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis
Universitas : Muhammadiyah Pontianak

B. Identitas Responden :

Nama :
Jenis Kelamin :
Umur :
Pendidikan :
Pekerjaan :
Pendapatan/Bulan :
Status Perkawinan :
No. Hp :

C. Petunjuk 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. Bauran pemasaran

No	Pernyataan	Penilaian Konsumen				
		SS	S	KS	TS	STS
A.	Produk (<i>product</i>)					
1.	Yamaha KSM Sekadau menjual berbagai tipe sepeda motor Yamaha.					
2.	Yamaha KSM Sekadau menyediakan layanan pengantaran sepeda motor kerumah konsumen.					
3.	Yamaha KSM Sekadau menyediakan layanan servis gratis selama 3 bulan pasca pembelian					
B.	Harga (<i>price</i>)					
4.	Daftar Harga motor Yamaha Mio M3 CW yang di jual di Yamaha KSM Sekadau jelas dan mudah di mengerti.					
5.	Yamaha KSM Sekadau memberikan potongan harga saat membeli sepeda motor Yamaha Mio M3 CW secara tunai.					
6.	Yamaha KSM Sekadau memberikan kemudahan pembayaran, dengan priode pembayaran dengan tempo 3 bulan sampai 12 bulan.					
7.	KSM Yamaha Sekadau memudahkan pembelian secara kredit dengan besaran uang muka yang cukup terjangkau.					

No.	Pernyataan	Penilaian Konsumen				
		SS	S	KS	TS	STS
C. Tempat/Lokasi (<i>place</i>)						
8.	Lokasi Yamaha KSM Sekadau strategis.					
9.	Lokasi Yamaha KSM Sekadau mudah untuk di jangkau.					
11.	Lokasi Yamaha KSM Sekadau mudah ditemukan karena terdapat papan nama.					
D. Promosi (<i>promotion</i>)						
12.	Papan nama di depan kantor Yamaha KSM Sekadau menarik perhatian saya untuk membeli motor Yamaha Mio M3 CW.					
13.	Yamaha KSM Sekadau melakukan promosi melalui sosial media seperti Instagram dan, Brosur.					
14.	Hadiah langsung yang diberikan Yamaha KSM Sekadau berupa helm membuat saya tertarik untuk membeli Motor Yamaha Mio M3 CW.					
E. Orang (<i>people</i>)						
15.	Karyawan Yamaha KSM Sekadau ramah dalam melayani konsumen.					
16.	Karyawan Yamaha KSM Sekadau cepat dalam menangani keluhan konsumen.					
17.	Karyawan Yamaha KSM Sekadau cepat dalam memberikan informasi sehingga mudah dipahami.					
F. Proses (<i>process</i>)						
18.	Yamaha KSM Sekadau memberikan layanan transaksi pembelian dengan syarat yang mudah					
19.	Yamaha KSM Sekadau melayani transaksi pembayaran dengan cepat.					
20.	Yamaha KSM Sekadau memberikan layanan service dengan cepat					
G. Bukti Fisik (<i>physical evidence</i>)						
21.	Yamaha KSM Sekadau memiliki tempat parkir yang memadai					
22.	Yamaha KSM Sekadau menyediakan ruang tunggu yang dilengkapi dengan fasilitas Tv, kursi, dan, kipas angin.					
23.	Yamaha KSM Sekadau melakukan penataan sepeda motor dengan rapi sehingga memudahkan konsumen untuk mencari beberapa tipe sepeda Motor					

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 Yamaha yang harganya terjangkau.					
3.	Saya membutuhkan Dealer sepeda motor merek Yamaha yang lokasinya strategis					
B.	Pencarian Informasi					
4.	Saya mencari informasi Dealer sepeda motor merek Yamaha melalui Instagram					
5.	Saya mendapatkan informasi Dealer sepeda motor merek Yamaha melalui Brosur.					
6.	Saya mendapatkan banyak informasi Dealer sepeda motor merek Yamaha 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					

No	Pernyataan	Penilaian Konsumen			
		SSS	KS	TS	STS
D.	Keputusan Pembelian				
10.	Saya memutuskan untuk membeli di Yamaha KSM Sekadau karena memiliki ketersediaan produk dan suku cadang yang lengkap.				
11.	Saya memutuskan untuk membeli di Yamaha KSM Sekadau karena harganya terjangkau.				
12.	Saya memutuskan untuk membeli di Yamaha KSM Sekadau karena lokasinya yang strategis.				
E.	Perilaku Pasca Pembelian				
13.	Saya merasa puas setelah membeli sepeda motor di Yamaha KSM Sekadau.				
14.	Saya bersedia mengajak siapa saja yang ingin membeli sepeda motor di Yamaha KSM Sekadau.				
15.	Saya akan menceritakan kepada teman dan keluarga tentang sepeda motor Yamaha di Yamaha KSM Sekadau.				

LAMPIRAN 2**Rekapitulasi Data Responden**

No	NAMA	JENIS KELAMIN L/P	USIA	PENDIDIKAN	PEKERJAAN	PENDAPATAN	STATUS PERKAWINAN	NO. HP
1	Alamsyah	L	23	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.500.000	Belum Kawin	08995616093
2	Sulistiyani	P	23	SMK	Swasta	Rp. 2.300.000	Belum Kawin	0895368078025
3	Santi	P	21	SMK	Swasta	Rp. 2.300.000	Belum Kawin	085845472270
4	Paramita	P	21	SMA	Swasta	Rp. 3.000.000	Belum Kawin	089615366998
5	Sri Rahayu	P	22	SMA	Swasta	Rp. 1.300.000	Belum Kawin	081521888438
6	Jumiati	P	27	SMA	Wiraswasta	Rp. 3.000.000	Belum Kawin	0895707087098
7	Rafika agil putri	P	19	SMA	Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Kawin	0895350032395
8	Putri yulia	P	21	SMA	Swasta	Rp. 4.000.000	Belum Kawin	089655252380

9.	Giri Rizky Liansyah	L	21	SMA	Swasta	RP.2.300.000	Belum Kawin	089606061933
10	Kamila putri	P	22	SMA	Swasta	Rp.3.500.000	Belum Kawin	082157477112
11	Natasha Lie	P	19	SMK	Pelajar	Rp.600.000	Belum Kawin	083358485983
12	Sanjaya	L	27	SMA	Swasta	Rp.4.323.000	Kawin	085388598085
13	Anisya Wulandari	P	20	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 8.400.000	Kawin	089693429379
14	Deden Juliansyah	L	26	SMK	Swasta	Rp. 2.300.000	Kawin	08963799986
15	Eva Yuliana	P	24	SMA	Swasta	Rp.3000.000	Belum Kawin	089694162183
16	Fitri	P	28	S1	PNS	Rp.1.300.000	Kawin	089693547637
17	Nur arisa	P	31	SMA	Wiraswasta	Rp. 7.300.000	Kawin	089693799855
18	Meliyani	P	23	S2	Manager perusahaan	Rp.4.500.000	Kawin	085252455671
19	Yuna wati	P	25	SMK	Perusahaan Surya	Rp. 3.000.000	Belum Kawin	083150022625
20	Bargi raynaldi	L	21	SMA	Swasta	Rp. 4.000.000	Belum Kawin	081342549524
21	Nur Asmita	P	30	SMA	Swasta	Rp. 3.000.000	Kawin	085346734975
22	Sudei	L	32	SMK	Pengusaha	Rp. 10.000.000	Kawin	083156014202
23	Putri april liani	L	25	SMA	Swasta	Rp. 2.500.000	Kawin	083151603799
24	Ahmad riski	L	27	SMA	Swasta	Rp.2.000.000	Kawin	08238840846
25	Wildan kurniansyah	L	23	SMA	Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Kawin	089694388137
26	Esti	P	25	S1	PNS	Rp. 4.000.000	Belum Kawin	089688945946

27	Maulina Rosita	P	40	SMA	Swasta	Rp. 4.000.000	Kawin	08154561631
28	Siwi kiranawati	P	40	S1	Swasta	Rp. 4.000.000	Kawin	082254972210
29	Shinta	P	29	SMA	Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Kawin	08211315370
30	Lie Qenny	P	18	SMA	Karyawan Alfamart	Rp. 2.000.000	Belum Kawin	08992660302
31	Tiara	P	18	SMK	Swasta	Rp. 1.850.000	Belum Kawin	085821328012
32	Winka panca rini	P	19	SMA	Karyawan Perusahaan	Rp.2.300.000	Belum Kawin	089676433696
33	Indah fitriani	P	21	SMA	Swasta	Rp. 3.000.000	Belum Kawin	089646505178
34	Endha	P	25	S1	Swasta	Rp. 3.500.000	Belum Kawin	082182601189
35	Devi nurilaini	P	21	D3	Swasta	Rp.2.300.000	Belum Kawin	09852356612
36	M. Ali akbar	L	22	SMA	Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Kawin	08235086746
37	Galang ramadani	L	22	SMA	Swasta	Rp.1.700.000	Belum Kawin	089693284316
38	M. Yusuf Hardiansyah	L	25	D3	Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Kawin	08131735867
39	Anjiadiansyah	L	22	SMA	Wirausaha	Rp. 1.200.000	Belum Kawin	089624313876
40	Awila effendi	P	24	D3	Honor PNS	Rp. 2.650.000	Belum Kawin	089693050731
41	Bernard m.t simatorang	L	29	SMA	Swasta	Rp. 5.000.000	Belum Kawin	08139675910
42	Ririyanti	P	28	SMA	Swasta	Rp. 3.000.000	Belum Kawin	082299409388

44	Selvi maryani	P	20	SMA	PNS	Rp. 2.300.000	Belum Kawin	085752006132
45	Yulita patricia	P	18	SMK	Sales	Rp. 2.000.000	Belum Kawin	082607121110
46	Retika	P	18	SMK	Pelajar	Rp. 450.000	Belum Kawin	089694765047
47	Kids al batsir	L	22	SMA	Swasta	Rp. 2.200.000	Kawin	089650467331
48	Sari	P	28	S1	Swasta	Rp. 7.000.000	Kawin	08979265508
49	Julia margareta	P	19	SMA	Admin Perkantoran	Rp 2.500.000	Kawin	089609806869
50	Vera	P	21	SMK	Swata	Rp. 3.500.000	Kawin	089625945125
51	Herman	L	22	SMA	Swasta	Rp. 4.000.000	Kawin	085845561073
52	Deafri lia	P	48	S1	Dosen	Rp. 6.000.000	Belum Kawin	082158205248
53	Nabila putri	P	28	SMK	PNS	Rp. 4.000.000	Belum Kawin	085654253672
54	Meilani	P	28	SMK	PNS	Rp. 4.000.000	Belum Kawin	083151961351
55	Verensia fransca	P	22	S1	Swasta	Rp. 5.300.000	Belum Kawin	08983002245
56	Ujin pangestu	L	30	S1	Swasta	Rp. 3.500.000	Kawin	085298687291
57	Yenny dwi lestari	P	21	S1	Swasta	Rp. 3.000.000	Belum Kawin	08973007948
58	Iskandar	L	37	SMA	Swasta	RP. 4.000.000	Kawin	082254672112
59	Hizrah Mutafa	L	28	S1	PNS	Rp. 3.500.000	Belum Kawin	089752316787
60	jeo redundo	L	28	S1	PNS	Rp. 3.00.000	Belum Kawin	089697678152
61	Hosilah	P	19	SMA	SPG	Rp. 2.300.000	Belum Kawin	089646993356

62	Desi wulandari	P	18	SMA	Swasta	Rp. 2.600.000	Kawin	08990721002
63	Somadin	L	40	SMA	Swasta	Rp. 2.700.000	Kawin	085845472270
64	Syarifah fitri	P	21	SMA	Swasta	Rp. 3.500.000	Kawin	08950895968
65	M. hasyim	L	36	SMA	Swasta	Rp. 2.600.000	Belum Kawin	081258120325
66	Maya	P	43	SMP	Ibu rumahg tangga	Rp. 2.600.000	Kawin	08964957740
67	Khairunnisyah	P	25	SMK	Swasta	Rp. 2.300.000	Belum Kawin	089648668537
68	Putri anggraini	P	22	D3	Ibu rumah tangga	Rp. 4.200.000	Kawin	085354570452
69	Yani	P	27	SMK	Swasta	Rp. 5.600.000	Belum Kawin	089664612473
70	Jamila	P	29	SMA	Ibu Rumah Tangga	Rp. 2.550.000	Kawin	085252585155
71	Gardiga	L	28	S1	Sales	Rp. 4.200.000	Belum Kawin	085705381032
72	Bayu Ade	L	25	SMA	Swasta	Rp. 2.300.000	Belum Kawin	085248222321
73	Joko pamungkas	L	21	SMA	Swasta	Rp.2.000.000	Belum Kawin	085659693360
74	Yani	L	25	SMA	Swasta	Rp. 2.800.000	Belum Kawin	085821671779
75	Ade Apriyani	P	20	SMK	Swasta	Rp. 1.800.000	Belum Kawin	089693708672
76	Sahrul	L	21	SMK	Swasta	Rp. 2.600.000	Belum Kawin	082157477112
77	Heru kurnia sandy	L	22	SMK	Swasta	Rp. 2.400.000	Belum Kawin	089694116047
78	Saiful anwar	L	28	SMK	Swasta	Rp. 2.350.000	Belum Kawin	089693403528
79	Sadewo	L	22	SMA	Swasta	Rp. 2.000.000	Belum Kawin	08996003811

80	Dwi Tri Mardanu	L	21	SMA	Swasta	Rp. 2.300.000	Belum Kawin	0895702601192
81	Dedi	L	20	SMK	Swasta	Rp.2.500.000	Belum Kawin	081952905183
82	Hendri	L	26	SMK	Swasta	Rp. 2.450.000	Belum Kawin	08973107763
83	Baresi sawalludin	L	24	SMK	Devisi Manager	Rp. 7.000.000	Kawin	089622768156
84	Aryo pangestu	L	25	SMA	Swasta	Rp.2.350.000	Belum Kawin	0895613283475
85	Arif Rahman	L	25	SMK	Swasta	Rp. 3.000.000	Belum Kawin	089536807831
86	Dhea	P	21	SMA	Swasta	Rp. 2.400.000	Belum Kawin	085822132836
87	Zia	P	26	SMA	Swasta	Rp. 2.300.000	Belum Kawin	085245272212
88	Busri	L	52	SD	Swasta	Rp.2.800.000	Kawin	085350432105
89	m. taufik	L	24	SMA	PNS	Rp. 4.200.000	Kawin	085750555551
90	Susi riska anggraini	P	26	SMA	Swasta	Rp. 3.500.000	Belum Kawin	082153782700
91	Riri sevira	P	24	SMA	Swasta	Rp. 4.800.000	Belum Kawin	085821105188
92	Azizah	P	24	SMA	Mahasiswa	Rp. 2.500.000	Belum Kawin	089519994319
93	Maryani	P	26	D3	PNS	Rp. 3.800.000	Kawin	089514541433
94	Sri	P	28	SMA	Swasta	Rp. 2.800.000	Belum Kawin	089560038005
95	Winta	P	24	SMA	SPG	Rp.3.000.000	Belum Kawin	0821740487
96	Hendro haryono	L	40	SMA	Pengusaha	Rp. 6.500.000	Kawin	081351566723
97	Herman	L	52	D3	Swasta	Rp. 5.000.000	Kawin	082156952304

98	Siti anggraini	P	24	SMA	Wiraswasta	Rp.5.000.000	Belum Kawin	089862866369
99	Oktavia	P	29	S1	Swasta	Rp.3.200.000	Kawin	081345050127
100	Hobi yanto	L	28	SMA	Wiraswasta	Rp. 8.000.000	Belum Kawin	0895601559817

Lampiran 3

REKAPITULASI VARIABEL PENGARUH BAURAN PEMASARAN (7P)

PRODUK			HARGA				LOKASI			PROMOSI			ORANG			PROSES			BUKTI FISIK			XT	XR	
X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23		
4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	106	4.61
5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	100	4.35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	92	4.00
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	90	3.91
4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	95	4.13
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	89	3.87
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	89	3.87
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	94	4.09
4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	93	4.04
5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	98	4.26
5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	110	4.78
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	3	4	5	5	5	5	5	4	108	4.70
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	3	3	3	4	4	5	5	5	5	5	3	100	4.35
5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	105	4.57

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	96	4.17
4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	91	3.96
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	4	104	4.52
4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	4	5	98	4.26
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	95	4.13
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	89	3.87
5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	93	4.04
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	99	4.30
4	4	4	5	5	5	5	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	103	4.48
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	2	4	2	4	5	5	5	95	4.13
4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	104	4.52
5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	106	4.61
4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	103	4.48
4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	105	4.57
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	95	4.13
5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	98	4.26
3	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	3	4	3	5	5	5	5	5	5	100	4.35
3	3	3	5	5	5	4	5	5	4	2	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	97	4.22

4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	101	4.39
5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	105	4.57
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	105	4.57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	109	4.74
4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	103	4.48
4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	106	4.61
2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	98	4.26
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	5	97	4.22
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	102	4.43
4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	107	4.65
4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	98	4.26
4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	104	4.52
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	106	4.61
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	5	4	4	5	5	4	97	4.22
4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	5	4	4	5	4	5	94	4.09
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	108	4.70
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	107	4.65
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	93	4.04

5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	106	4.61
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	115	5.00
5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	104	4.52
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	5	5	4	5	105	4.57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	107	4.65
5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	107	4.65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	107	4.65
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	111	4.83
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	108	4.70
5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	110	4.78
4	4	4	5	5	5	5	5	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	96	4.17
5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	104	4.52
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	115	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	110	4.78
4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105	4.57
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	115	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	112	4.87
4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	5	5	99	4.30

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	110	4.78
3	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	95	4.13
5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	111	4.83
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	101	4.39
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	107	4.65
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	100	4.35
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	111	4.83
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	107	4.65
5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	113	4.91
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	107	4.65
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	115	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	107	4.65
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	113	4.91
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	96	4.17
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	113	4.91
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	109	4.74
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	5	105	4.57
5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	2	3	3	5	93	4.04

4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	92	4.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	103	4.48
5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	4	3	3	5	4	5	4	3	3	3	5	94	4.09
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	2	3	2	3	4	5	4	5	98	4.26
4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	100	4.35
5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	5	4	3	4	4	4	4	4	1	3	4	4	94	4.09
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	2	4	5	4	5	4	5	2	4	5	102	4.43
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	2	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	95	4.13
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	93	4.04
4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	98	4.26
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	107	4.65
4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	3	4	4	4	99	4.30
4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	98	4.26
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	106	4.61

Lampiran 4

REKAPITULASI VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

PENGENALAN KEPUTUSAN			PENCARIAN INFORMASI			EVALUASI ALTERNATIF			KEPUTUSAN PEMBELIAN			PERILAKU PASCA PEMBELIAN			YT	YR
Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	Y14	Y15		
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	68	4.53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	74	4.93
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	68	4.53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	72	4.80
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	68	4.53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	72	4.80
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	71	4.73
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	70	4.67
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	68	4.53
5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	73	4.87
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74	4.93
5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	69	4.60

5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	69	4.60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	73	4.87
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	73	4.87
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	67	4.47
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	73	4.87
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	73	4.87
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	73	4.87
5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	72	4.80
5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	69	4.60
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	72	4.80
5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	3	65	4.33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	72	4.80
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00

4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	62	4.13
5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	72	4.80
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73	4.87
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	62	4.13
5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	65	4.33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73	4.87

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	74	4.93
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	74	4.93
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72	4.80
5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	71	4.73
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	74	4.93
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	71	4.73
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	68	4.53

4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	63	4.20
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	72	4.80
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	70	4.67
4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	70	4.67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	61	4.07
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	65	4.33
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74	4.93
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4.27
5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	70	4.67
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	62	4.13
5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	70	4.67
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74	4.93

5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74	4.93
5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	64	4.27
5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	74	4.93
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	60	4.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	68	4.53
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	73	4.87
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	62	4.13
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74	4.93
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	74	4.93
4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	65	4.33
5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	68	4.53

5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	74	4.93
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	63	4.20
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	61	4.07
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	63	4.20
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	75	5.00
4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	64	4.27
4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5	64	4.27
3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	5	5	5	63	4.20

LAMPIRAN 5

HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL BAURAN PEMASARAN (X)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X16	X17	X18	X19	X20	X21	X22	X23	X24	XT
X1	Pea rso n Cor rela tion	1	.83 3**	.80 9**	0.1 53	.21 6*	0.1 55	0.1 85	.23 1*	.30 8**	0.1 68	.37 6**	.23 7*	.25 4*	0.1 27	.20 6*	0.1 18	.29 6**	0.1 33	.25 0*	0.0 68	- 0.0 10	0.0 01	0.0 2*	.20 2*	.54 8**
	Sig. (2- tail ed)		0.0 00	0.0 00	0.1 30	0.0 31	0.1 24	0.0 65	0.0 21	0.0 02	0.0 95	0.0 00	0.0 18	0.0 11	0.2 07	0.0 40	0.2 41	0.0 03	0.1 87	0.0 12	0.5 01	0.9 18	0.9 89	0.0 44	0.0 00	
	N	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0	10 0
X2	Pea rso n Cor rela tion	.83 3**	1	.87 3**	0.1 35	.25 0*	0.1 41	0.1 77	.26 8**	.35 7**	0.1 62	.32 1**	.20 1*	.20 3*	0.1 48	0.1 53	0.1 37	.31 4**	0.0 87	.22 8*	0.1 05	0.0 18	0.0 02	.19 9*	.54 5**	

	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.180	0.012	0.162	0.079	0.007	0.000	0.108	0.001	0.045	0.043	0.143	0.129	0.173	0.001	0.390	0.022	0.297	0.858	0.987	0.047	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X3	Pea n Cor rela tion	.809**	.873**	1	.223*	.242*	0.179	.210*	.293**	.307**	0.081	.314**	0.194	.202*	0.095	0.161	0.168	.300**	0.087	0.153	-	-	-	0.095	.501**
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000		0.025	0.015	0.075	0.036	0.003	0.002	0.421	0.001	0.053	0.044	0.349	0.110	0.095	0.002	0.391	0.128	0.607	0.738	0.792	0.347	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X4	Pea n Cor rela tion	0.153	0.135	.223*	1	.745**	.764**	.684**	.317**	.326**	-	-	0.037	-	0.031	0.022	-	0.161	.231*	.330**	.248*	.300**	.238*	0.118	.451**
	Sig. (2-tailed)	0.081	0.053			0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.81	0.053	0.006	0.000	0.012	0.000	0.061	0.11*	0.00**	0.08*	0.00**	0.08*	0.018	0.001**	

	Sig. (2-tailed)	0.130	0.180	0.025		0.000	0.000	0.000	0.001	0.001	0.424	0.603	0.714	0.295	0.760	0.826	0.908	0.109	0.021	0.001	0.013	0.002	0.017	0.244	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X5	Pea rso n Cor rela tion	.216*	.250*	.242*	.745**	1	.876**	.791**	.232*	.434**	-	-	0.022	-	0.012	-	-	0.187	.230*	.391**	.403**	.298**	.368**	.226*	.514**	
											0.044	0.044		0.047			0.038	0.083								
	Sig. (2-tailed)	0.031	0.012	0.015	0.000		0.000	0.000	0.020	0.000	0.665	0.664	0.830	0.145	0.909	0.708	0.410	0.063	0.022	0.000	0.000	0.003	0.000	0.024	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X6	Pea rso n Cor rela tion	0.155	0.141	0.179	.764**	.876**	1	.872**	.264**	.402**	-	-	-	-	-	-	-	0.178	0.185	.373**	.296**	.291**	.331**	0.171	.434**	
											0.074	0.076	0.019	.244*	0.031	0.080	0.045									

	Sig. (2-tailed)	0.124	0.162	0.075	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.454	0.852	0.014	0.762	0.429	0.150	0.077	0.066	0.000	0.003	0.003	0.001	0.000	0.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X7	Pea rso n Cor rela tion	0.185	0.177	.210*	.684**	.791**	.872**	1	.311**	.400**	-0.108	0.036	0.098	-0.228*	-0.024	-0.027	-0.098	.214*	0.151	.331**	.261**	.294**	.331**	0.140	.467**	
	Sig. (2-tailed)	0.065	0.079	0.036	0.000	0.000	0.000	0.002	0.000	0.284	0.726	0.334	0.022	0.813	0.791	0.334	0.033	0.134	0.001	0.009	0.003	0.001	0.066	0.166	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X8	Pea rso n Cor rela tion	.231*	.268**	.293**	.317**	.232*	.264**	.311**	1	.628**	-0.139	0.058	0.133	-0.140	-0.014	-0.059	0.019	.282**	.287**	.371**	0.153	.218*	.203*	0.132	.410**	

	Sig. (2-tailed)	0.021	0.007	0.003	0.001	0.020	0.008	0.002	0.000	0.000	0.167	0.569	0.187	0.165	0.889	0.559	0.848	0.004	0.004	0.000	0.128	0.030	0.042	0.189	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X9	Pea rso n Cor rela tion	.308**	.357**	.307**	.326**	.434**	.402**	.400**	.628**	1.000	0.012	0.008	0.061	-0.002	0.078	0.082	0.024	.311**	.388**	.538**	.376**	.317**	.404**	.436**	.595**	
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.000	0.002	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.905	0.941	0.545	0.984	0.439	0.417	0.814	0.002	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X10	Pea rso n Cor rela tion	0.168	0.162	0.081	-0.081	-0.044	-0.174	-0.108	-0.139	0.012	1.000	.416**	.298**	.438**	.403**	.364**	.371**	.253*	0.050	0.080	0.143	0.023	0.118	0.002	0.008	.368**

	Sig. (2-tailed)	0.095	0.108	0.421	0.424	0.665	0.083	0.284	0.167	0.905		0.000	0.003	0.000	0.000	0.000	0.000	0.011	0.622	0.427	0.155	0.819	0.244	0.984	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1	Pea rso n Cor rela tion	.376**	.321**	.314**	-0.053	-0.044	-0.076	0.036	0.058	0.008	.416**	1	.534**	.338**	.335**	.317**	.241*	.202*	-0.054	0.011	-0.094	-0.035	0.050	0.062	.403**	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.001	0.001	0.603	0.664	0.454	0.726	0.569	0.941	0.000		0.000	0.001	0.001	0.001	0.016	0.044	0.596	0.912	0.351	0.730	0.622	0.539	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pea rso n Cor rela tion	.237*	.201*	0.194	0.037	0.022	-0.019	0.098	0.133	0.061	.298**	.534**	1	.407**	.295**	.477**	.302**	.341**	0.049	0.082	0.121	0.125	0.129	.217*	.504**	

	Sig. (2-tailed)	0.018	0.045	0.053	0.714	0.830	0.852	0.334	0.187	0.545	0.003	0.000		0.000	0.003	0.000	0.002	0.001	0.627	0.419	0.231	0.215	0.199	0.030	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X13	Pea rso n Cor rela tion	.254*	.203*	.202*	-0.106	-0.147	-0.244*	-0.228*	0.140	0.002	.438**	.338**	.407**	1	.415**	.479**	.462**	.327**	.237*	0.152	0.119	-0.064	0.105	.225*	.430**	
	Sig. (2-tailed)	0.011	0.043	0.044	0.295	0.145	0.014	0.022	0.165	0.984	0.000	0.001	0.000		0.000	0.000	0.000	0.001	0.018	0.130	0.240	0.529	0.300	0.024	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X14	Pea rso n Cor rela tion	0.127	0.148	0.095	0.031	0.012	-0.031	-0.024	-0.014	0.078	.403**	.335**	.295**	.415**	1	.581**	0.193	0.192	-0.010	0.097	0.179	.377**	.305**	.248*	.474**	

	Sig. (2-tailed)	0.207	0.143	0.349	0.760	0.909	0.762	0.813	0.889	0.439	0.000	0.001	0.003	0.000	0.000	0.000	0.054	0.055	0.923	0.335	0.075	0.000	0.002	0.013	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X15	Pea rso n Cor rela tion	.206*	0.153	0.161	0.022	-0.038	-0.080	-0.027	-0.059	0.082	.364**	.317**	.477**	.479**	.581**	1	.395**	.326**	0.097	0.075	.243*	.221*	.290**	.299**	.528**	
	Sig. (2-tailed)	0.040	0.129	0.110	0.826	0.708	0.429	0.791	0.559	0.417	0.000	0.001	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.339	0.460	0.015	0.027	0.003	0.002	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X16	Pea rso n Cor rela tion	0.118	0.137	0.168	-0.012	-0.083	-0.045	-0.098	0.019	0.024	.371**	.241*	.302**	.462**	0.193	.395**	1	.476**	.337**	0.149	0.048	-0.066	0.098	0.029	0.033**	

	Sig. (2-tailed)	0.241	0.173	0.095	0.098	0.410	0.150	0.334	0.848	0.814	0.000	0.016	0.002	0.000	0.054	0.000	0.000	0.001	0.138	0.637	0.513	0.334	0.772	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X17	Person Correlation	.296**	.314**	.300**	0.161	0.187	0.178	.214*	.282**	.311**	.253*	.202*	.341**	.327**	0.192	.326**	.476**	1	.282**	.443**	.203*	0.124	0.179	0.081	.594**
	Sig. (2-tailed)	0.003	0.001	0.002	0.109	0.063	0.077	0.033	0.004	0.002	0.011	0.044	0.001	0.001	0.055	0.001	0.000	0.000	0.004	0.000	0.043	0.220	0.075	0.421	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X18	Person Correlation	0.133	0.087	0.087	.231*	.230*	0.185	0.151	.287**	.388**	0.050	-0.054	0.049	.237*	-0.010	0.097	.337**	.282**	1	.704**	.512**	.359**	.560**	.347**	.533**

	Sig. (2-tailed)	0.187	0.390	0.391	0.021	0.022	0.066	0.134	0.004	0.000	0.622	0.596	0.627	0.018	0.923	0.339	0.001	0.004	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X19	Pea rso n Cor rela tion	.250*	.228*	0.153	.330**	.391**	.373**	.331**	.371**	.538**	0.080	0.011	0.082	0.152	0.097	0.075	0.149	.443**	.704**	1.000	.622**	.472**	.560**	.337**	.659**
	Sig. (2-tailed)	0.12	0.22	0.28	0.01	0.00	0.00	0.01	0.00	0.00	0.427	0.912	0.419	0.130	0.335	0.460	0.138	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X20	Pea rso n Cor rela tion	0.068	0.105	-0.052	.248*	.403**	.296**	.261**	0.153	.376**	0.143	-0.094	0.121	0.119	0.179	.243*	0.048	.203*	.512**	.622**	1.000	.598**	.649**	.323**	.566**

	Sig. (2-tailed)	0.501	0.297	0.607	0.013	0.000	0.003	0.009	0.128	0.000	0.155	0.351	0.231	0.240	0.075	0.015	0.637	0.043	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	
X21	Pea rso n Correlation	-0.10	0.018	-0.034	.300**	.298**	.291**	.294**	.218*	.317**	0.023	-0.035	0.125	-0.064	.377**	.221*	-0.066	0.124	.359**	.472**	.598**	1.033**	.673**	.303**	.500**
	Sig. (2-tailed)	0.918	0.858	0.738	0.002	0.003	0.003	0.003	0.030	0.001	0.819	0.730	0.215	0.529	0.000	0.027	0.513	0.220	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X22	Pea rso n Correlation	0.001	0.002	-0.027	.238*	.368**	.331**	.331**	.203*	.404**	0.118	0.050	0.129	0.105	.305**	.290**	0.098	0.179	.560**	.560**	.649**	.673**	1.033**	.340**	.594**

	Sig. (2-tailed)	0.989	0.987	0.792	0.017	0.000	0.001	0.001	0.004	0.000	0.244	0.622	0.199	0.300	0.002	0.003	0.334	0.075	0.000	0.000	0.000	0.000	0.001	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X23	Pea rso n Cor rela tion	.202*	.199*	0.095	0.118	.226*	0.171	0.140	0.132	.436**	0.002	0.062	.217*	.225*	.248*	.299**	0.029	0.081	.347**	.337**	.323**	.303**	.340**	1.077**
	Sig. (2-tailed)	0.044	0.047	0.347	0.244	0.024	0.088	0.166	0.189	0.000	0.984	0.539	0.030	0.024	0.013	0.002	0.772	0.421	0.000	0.001	0.001	0.002	0.001	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X T	Pea rso n Cor rela tion	.548**	.545**	.501**	.451**	.514**	.434**	.467**	.410**	.595**	.368**	.403**	.504**	.430**	.474**	.528**	.393**	.594**	.533**	.659**	.566**	.500**	.594**	.477**

Sig. (2- tail ed)	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00	00
N	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0

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	YT
Y1	Pearson Correlation	1	.699*	.835*	.613*	.572*	.364*	.491*	.454*	.375*	.411*	.358*	0.151	0.160	.342*	0.180	.683*
	Sig. (2-tailed)		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.134	0.112	0.000	0.074	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.699*	1	.700*	.581*	.600*	.387*	.505*	.410*	.433*	.432*	.410*	.298*	.327*	.366*	.251*	.720*
	Sig. (2-tailed)	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.012	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.835*	.700*	1	.701*	.705*	.290*	.452*	.414*	.379*	.416*	.361*	0.178	0.194	.401*	.262*	.712*

	Sig. (2-tailed)	0.00 0	0.00 0		0.00 0	0.00 0	0.00 3	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.07 6	0.05 3	0.00 0	0.00 8	0.00 0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.613* *	.581* *	.701* *	1	.886* *	.249* *	.502* *	.457* *	.430* *	.425* *	.408* *	.207* *	.329* *	.382* *	.262* *	.727* *
	Sig. (2-tailed)	0.00 0	0.00 0	0.00 0		0.00 0	0.01 3	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.03 9	0.00 1	0.00 0	0.00 9	0.00 0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.572* *	.600* *	.705* *	.886* *	1	.338* *	.552* *	.458* *	.479* *	.472* *	.458* *	.302* *	.381* *	.445* *	.316* *	.775* *
	Sig. (2-tailed)	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0		0.00 1	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 2	0.00 0	0.00 0	0.00 1	0.00 0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.364* *	.387* *	.290* *	.249* *	.338* *	1	.665* *	.569* *	.401* *	.493* *	.509* *	.541* *	.280* *	.240* *	0.13 6	.602* *
	Sig. (2-tailed)	0.00 0	0.00 0	0.00 3	0.01 3	0.00 1		0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 0	0.00 5	0.01 6	0.17 7	0.00 0
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Y7	Pearson Correlation	.491*	.505*	.452*	.502*	.552*	.665*	1	.788*	.649*	.639*	.574*	.516*	.450*	.497*	.218*	.809*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.030	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y8	Pearson Correlation	.454*	.410*	.414*	.457*	.458*	.569*	.788*	1	.816*	.705*	.636*	.549*	.358*	.493*	.222*	.792*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.026	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y9	Pearson Correlation	.375*	.433*	.379*	.430*	.479*	.401*	.649*	.816*	1	.617*	.711*	.566*	.479*	.471*	.418*	.787*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y10	Pearson Correlation	.411*	.432*	.416*	.425*	.472*	.493*	.639*	.705*	.617*	1	.760*	.601*	.524*	.330*	0.102	.749*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000		0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.31	0.00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1 1	Pearson Correlation	.358*	.410*	.361*	.408*	.458*	.509*	.574*	.636*	.711*	.760*	1	.681*	.607*	.307*	.222*	.757*
	Sig. (2-tailed)	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.02	0.00
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1 2	Pearson Correlation	0.15	.298*	0.178	.207*	.302*	.541*	.516*	.549*	.566*	.601*	.681*	1	.491*	.259*	.202*	.606*
	Sig. (2-tailed)	0.134	0.003	0.076	0.039	0.002	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.009	0.044	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1 3	Pearson Correlation	0.160	.327*	0.194	.329*	.381*	.280*	.450*	.358*	.479*	.524*	.607*	.491*	1	.223*	0.108	.562*
	Sig. (2-tailed)	0.112	0.001	0.053	0.001	0.000	0.005	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.026	0.284	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Y1	Pearson	.342*	.366*	.401*	.382*	.445*	.240*	.497*	.493*	.471*	.330*	.307*	.259*	.223*	1	.731*	.642*
4	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*		*	*
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.016	0.000	0.000	0.000	0.001	0.002	0.009	0.026		0.000	0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y1	Pearson	0.180	.251*	.262*	.262*	.316*	0.136	.218*	.222*	.418*	0.102	.222*	.202*	0.108	.731*	1	.467*
5	Correlation		*	*	*	*		*	*	*		*	*		*		*
	Sig. (2-tailed)	0.074	0.012	0.008	0.009	0.001	0.177	0.030	0.026	0.000	0.311	0.026	0.044	0.284	0.000		0.000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
YT	Pearson	.683*	.720*	.712*	.727*	.775*	.602*	.809*	.792*	.787*	.749*	.757*	.606*	.562*	.642*	.467*	1
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2-tailed)	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
	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)

Cronbach's Alpha	N of Items
.861	23

LAMPIRAN 8

Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	15

LAMPIRAN 9

HASIL UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
	N	100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0.0000000
	Std. Deviation	0.28695406
	Most Extreme Differences	
	Absolute	0.161
	Positive	0.084
	Negative	-0.161
	Test Statistic	0.161
	Asymp. Sig. (2-tailed)	.200 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

LAMPIRAN 10

HASIL PERHITUNGAN REGRESI LINIER SEDERHANA

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.020	0.436		6.921	0.000
	BAURAN PEMASARAN	0.385	0.098	0.368	3.922	0.000
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						

LAMPIRAN 11

HASIL KOEFISIEN KORELASI DAN KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.368 ^a	0.136	0.127	0.28841
a. Predictors: (Constant), BAURAN PEMASARAN				
b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN				

LAMPIRAN 12

HASIL UJI KELAYAKAN MODEL (UJI F)

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.279	1	1.279	15.379	.000 ^b
	Residual	8.152	98	0.083		
	Total	9.431	99			
a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN						
b. Predictors: (Constant), BAURAN PEMASARAN						