

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA DI WASERDA
KOPERASI KARYAWAN ANGKASA PURA KUBU RAYA**

SKRIPSI

OLEH :

**IVAN ARDIANTO
NIM. 161310755**



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

2022

**PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP
KEPUTUSAN KONSUMEN BERBELANJA DI WASERDA KOPERASI
KARYAWAN ANGKASA PURA KUBU RAYA**

Tanggung Jawab Yuridis Kepada :

IVAN ARDIANTO
NIM. 161310755

Program Studi Manajemen


**Dinyatakan Telah Memenuhi Syarat dan Lulus Dalam Ujian
Skripsi/Komperhensif
Pada Tanggal : 9 September 2022**

Majelis Penguji

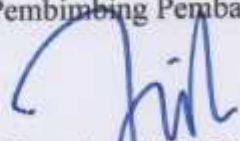
Pembimbing Utama


Dr. H. Helman Fachri, SE, MM
NIDN. 11-070561-01

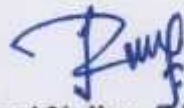
Penguji Utama


Samsuddin, SE, M.Si
NIDN. 11-131177-01

Pembimbing Pembantu


Fita Kurniasari, SMB, MAB
NIDN. 11-040790-02

Penguji Pembantu



Ryani Yulian, S.PD, M.PD
NIDN. 11-070784-01

Pontianak, 9 September 2022

Disahkan Oleh :

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONTIANAK**

DEKAN


Dedi Harivanto, SE, MM
NIDN. 11-131177-02

KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillah, puji syukur penulis ucapkan ke hadirat ALLAH SWT, yang telah melimpahkan rahmat dan hidayah-nya sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura Kubu Raya”. Skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi pada Program Studi Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Muhammadiyah Pontianak.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa penulisan skripsi ini tidak lepas dari bantuan, bimbingan, motivasi, saran dan kritik yang telah diberikan oleh semua pihak. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis dengan segala kerendahan hati dan rasa hormat mengucapkan terima kasih seluruh nya kepada :

1. Bapak Dr. Doddy Irawan, ST. M.Eng. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Pontianak.
2. Bapak Dr. H. Helman Fachri, SE, MM. Selaku sebagai dosen pembimbing utama yang telah memberikan arahan dan bimbingan, sehingga dapat terselesaikannya penulisan skripsi ini.
3. Ibu Fita Kurniasari, SMB, MAB. selaku sebagai dosen pembimbing kedua yang telah bersedia memberi petunjuk dan arahan dalam penulisan skripsi ini.
4. Bapak dan Ibu dosen, serta seluruh tenaga kependidikan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Pontianak.

5. Bapak Zulhendri, selaku manajer Koperasi Karyawan Angkasa Pura serta seluruh karyawan, admin, kepala Koperasi dan rekan-rekan Waserda yang telah banyak sekali membantu saya sehingga penelitian ini terlaksana dan selesai dengan baik.
6. Terima kasih yang tidak terhingga secara khusus penulis sampaikan kepada kedua orang tua tercinta, Ibunda Diana dan Ayahanda Ari Wahyudi yang tidak ada henti-hentinya selalu memotivasi, memberikan nasihat, serta mendo'akan saya dari awal hingga detik ini sehingga terselesaikannya skripsi ini. Dan kepada saudara, keluarga, teman dan abang kakak senior yang tidak dapat disebutkan namanya satu per satu yang telah banyak sekali membantu dalam menyelesaikan skripsi ini, saya ucapkan terima kasih.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh sebab itu, penulis sangat mengharapkan saran dan kritik yang konstruktif demi kesempurnaan skripsi ini dan agar menjadi pelajaran untuk penyusunan skripsi selanjutnya. Mudah-mudahan dapat bermanfaat khususnya bagi penulis umumnya dan bagi teman-teman semua Amin.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Pontianak, Juli 2022
Penulis

Ivan Ardianto
Nim. 161310755

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen berbelanja di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura Kubu Raya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang berbelanja di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura Kubu Raya dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Adapun metode analisis dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear sederhana, koefisien korelasi (R), koefisien determinasi (R²), dan uji kelayakan model (Uji F).

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan persamaan regresi yaitu $Y = 2,550 + 0,500X$. Hasil analisis koefisien (R) sebesar 0,246 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang lemah antara bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura Kubu Raya. Hasil analisis koefisien determinasi (R²) sebesar 0,061 artinya 6,1% keputusan pembelian dapat dijelaskan oleh bauran pemasaran sedangkan sisanya yaitu sebesar 93,9% yang mana keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil uji kelayakan model (Uji F) diperoleh nilai F_{hitung} 6,323 dengan taraf signifikan sebesar 0,014, maka dapat disimpulkan bahwa model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura Kubu Raya yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, Keputusan Pembelian

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	i
ABSTRAK	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	vi
DAFTAR GAMBAR	vii
DAFTAR LAMPIRAN.....	viii
BAB 1 PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Permasalahan.....	8
C. Pembatasan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	9
E. Manfaat Penelitian	9
1. Bagi Peneliti	9
2. Bagi Perusahaan	9
3. Bagi Almamater	9
F. Kerangka Pemikiran.....	10
G. Metode Penelitian.....	12
1. Jenis Penelitian	12
2. Teknik Pengumpulan Data	12
3. Populasi Dan Sampel.....	14
4. Variabel Penelitian.....	16
5. Skala Pengukuran	17
6. Teknik Analisis Data	17
BAB II LANDASAN TEORI	

	A. Pemasaran	23
	1. Pengertian Pemasaran	23
	2. Konsep Pemasaran	24
	3. Manajemen Pemasaran.....	25
	B. Bauran Pemasaran	25
	C. Keputusan Pembelian.....	31
BAB III	GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
	A. Sejarah Singkat Perusahaan	36
	B. Struktur Organisasi Prusahaan	37
	C. Aspek Sumber Daya Manusia.....	40
BAB IV	ANALISIS DAN PEMBAHASAN	
	A. Karakteristik Responden	43
	B. Analisis Data	46
	1. Uji Validitas	46
	2. Uji Reliabilitas	49
	C. Uji Normalitas.....	49
	D. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	50
	E. Analisis Koefisien Korelasi (R)	51
	F. Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	52
	G. Uji Kelayakan Model (Uji F).....	52
BAB V	PENUTUP	
	A. Kesimpulan	55
	B. Saran.....	56
	DAFTAR PUSTAKA	58

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Daftar Koperasi di Kabupaten Kubu Raya Tahun 2020	3
Tabel 1.2	Daftar Produk dan Harga Waserda Angkasa Pura Tahun 2020.....	5
Tabel 1.3	Data Penjualan Waserda Angkasa Pura Tahun 2018 - 2020	6
Tabel 1.4	Skor Pernyataan Responden.....	17
Tabel 1.5	Pedoman Dan Interpretasi Terhadap Nilai r	20
Tabel 3.2	Jumlah Karyawan Waserda Angkasa Pura Tahun 2020	41
Tabel 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	43
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	44
Tabel 4.3	Jumlah Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	44
Tabel 4.4	Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	45
Tabel 4.5	Jumlah Responden Berdasarkan Pendapatan.....	45
Tabel 4.6	Jumlah Responden Berdasarkan Status Perkawinan.....	46
Tabel 4.7	Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran (X).....	46
Tabel 4.8	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	48
Tabel 4.9	Hasil Uji Reliabilitas	49
Tabel 4.10	Hasil Uji Normalitas	50
Tabel 4.11	Hasil Uji Regresi Linear Sederhana.....	51
Tabel 4.12	Hasil Uji Koefisien Korelasi (R).....	52
Tabel 4.13	Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Kerangka Pemikiran.....	12
Gambar 2.1 Proses Keputusan Pembelian	32
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Waserda Angkasa Pura	38

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuesioner	59
Lampiran 2	Rekapitulasi Variabel Bauran Pemasaran (X)	65
Lampiran 3	Rekapitulasi Variabel Keputusan Pembelian (Y)	69
Lampiran 4	Data Responden	73
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas Variabel Bauran Pemasaran (X)	77
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	80
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Bauran Pemasaran (X)	83
Lampiran 7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian (Y)	83
Lampiran 7	Hasil Uji Normalitas	83
Lampiran 7	Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana.....	83
Lampiran 8	Hasil Analisis Koefisien Korelasi (R) dan Determinasi (R ²)	84
Lampiran 8	Hasil Uji Kelayakan Model (UJI F).....	84

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Koperasi sebagai wujud perekonomian bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan para anggotanya dan masyarakat pada umumnya. Dimana koperasi berperan sebagai suatu wadah untuk membantu masyarakat dalam melakukan transaksi dalam kegiatan ekonomi. Dengan adanya koperasi dapat menjadi kekuatan di dalam menjalankan kegiatan ekonomi masyarakat khususnya anggota. Keberadaan koperasi dapat berlangsung apabila koperasi tersebut mendapatkan dukungan atau partisipasi dari seluruh anggota. Oleh karena itu keberhasilan suatu koperasi tidak dapat diukur dari besarnya keuntungan yang diperoleh saja, tetapi juga bagaimana pelayanan yang diberikan oleh koperasi kepada anggota.

Dalam upaya mensejahterakan kehidupan anggota maka koperasi diharapkan mampu meningkatkan fungsi dan peranannya melalui peningkatan kebersamaan dan manajemen yang lebih profesional dalam berbagai bidang usaha secara efektif dan efisien. Perkembangan koperasi sebagai wadah kegiatan ekonomi rakyat diharapkan dapat menjadi lembaga yang mandiri dan berorientasi kepada kepentingan anggotanya. Dengan demikian koperasi dapat menjadi badan usaha yang bertujuan untuk mencari laba untuk kepentingan dan kesejahteraan anggotanya sebagai bagaimana tercantum dalam Undang-Undang Dasar Republik Indonesia No.25 Tahun 1992 Tentang Perkoperasian, pada bab 1 pasal 1, yaitu “Koperasi adalah badan usaha yang beranggotakan

orang seorang atau badan hukum koperasi dengan melandaskan kegiatannya berdasarkan prinsip koperasi sekaligus sebagai gerakan ekonomi rakyat yang berdasar atas asas kekeluargaan"

Koperasi Karyawan Angkasa Pura Merupakan Perusahaan yang bergerak dalam bidang Perdagangan Barang dan Jasa serta Konstruksi yang mencakup berbagai bidang diantaranya sebagai Penyedia tenaga kerja, Pengadaan peralatan alat tulis kantor, Suku cadang Teknik Mekanikal, Telekomunikasi, Jasa Pembersih, Pengadaan Suku Cadang Komputer serta Konstruksi Bangunan termasuk perawatannya serta Pertamanan. Koperasi Karyawan Angkasa Pura beralamat di jalan Adisucipto KM.17 Komplek Bandara Supadio Pontianak Kecamatan Sungai Raya Kabupaten Kubu Raya. Jumlah anggota Koperasi Karyawan Angkasa Pura sebanyak 219 orang, Anggota koperasi adalah karyawan Angkasa Pura dan karyawan tetap koperasi itu sendiri yang telah menyatakan dirinya sebagai anggota dengan mengisi formulir yang telah disediakan dan telah memenuhi kewajiban membayar Simpanan pokok dan Simpanan Wajib sesuai dengan Anggaran Dasar. Simpanan wajib di awal Rp.500.000,- simpanan pokok Rp.50.000,- dan simpanan sukarela. Koperasi Karyawan Angkasa Pura terbentuk atas dukungan anggota yang menyadari akan pentingnya perkoperasi dengan maksud dan tujuan meningkatkan kesejahteraan dan taraf hidup anggotanya, yaitu dengan membentuk berbagai unit usaha untuk menunjang kebutuhan anggotanya.

Unit Usaha yang dikelola oleh Koperasi Karyawan Angkasa Pura :
Unit Waserda, Unit Kantin, Unit Simpan Pinjam, Unit Aneka Kredit, Unit

Outsourcing, Unit Cleaning Service, Unit Trolley, Unit Porter, Semua unit usaha di atas, di dirikan sesuai dengan kebutuhan anggota yang berada di Koperasi Karyawan Angkasa Pura.

Untuk melihat daftar nama Koperasi yang sudah memiliki izin dan tertera di Dinas Koperasi, Usaha Mikro Perdagangan Dan Perindustrian Kabupaten Kubu Raya pada tabel 1.1 berikut ini:

Tabel 1.1
Dinas Koperasi, Usaha Mikro Perdagangan Dan Perindustrian
Daftar Nama Koperasi
Di Kabupaten Kubu Raya
Tahun 2020

No.	Nama	Alamat
1.	Kopkar Angkasa Pura	Jl.Adi Sucipto Km.17
2.	Ksu Hidayah	Jl.Parit Bugis Gg. Hidayah Rt.06 Rw,06 Desa Arang Limbung
3.	Primer Ksp Wredatama	Jl.Arteri Supadio Pondok Indah Lestari Blok D-2 No.26 Kec. Sungai Raya
4.	Ksp Berkah	Jl.Merdeka Gertak Kuning Km.17 Desa Limbung Kec.Sungai Raya
5.	Kopkar Sari Kusuma	Desa Kuala Dua Kec. Sungai Raya
6.	Kopkar Bt Kita Persada	Arang Limbung
7.	Kopkar Bitamas	Arang Limbung
8.	Koppontren Bus Mub	Jl.Raya Kuala Dua, Desa Kuala Dua
9.	Koppontren Babul Amal	Jl.Kiwi Desa Kuala Dua
10.	Ksu Mitra Setia	Jl.Parit Bugis Gang Lanjut N0.2 Desa Arang Limbung
11.	Ksu Man Jadda Wajada	Jl.Arteri Supadio Kompleks Duta Bandara C2/12 A
12.	Primkopau Lanud Supadio	Limbung

Sumber : Dinas Koperasi, Usaha Mikro Perdagangan Dan Perindustrian Kabupaten Kubu Raya Tahun 2020

Dapat dilihat pada tabel 1.1 bahwa terdapat koperasi yang terdaftar di Dinas Koperasi, Usaha Mikro Perdagangan Dan Perindustrian Kabupaten Kubu Raya.

Salah satu unit usaha yang dikelola oleh Koperasi Karyawan Angkasa Pura yaitu unit Waserda Angkasa Pura. Adapun Produk yang dijual di Waserda Angkasa Pura menjual produk seperti kebutuhan rumah tangga, termasuk produk kebutuhan sehari-hari dan sebagainya. Yang berbelanja di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura bukan hanya anggota saja tetapi umum untuk semua masyarakat Selain Waserda Angkasa Pura masih banyak toko retail yang ada di Kabupaten Kubu Raya.

Banyak nya toko retail atau waserda yang menawarkan varian produk dan merek yang sama yang telah memiliki izin membuat persaingan semakin ketat. Suatu kewajiban jika toko retail atau waserda pada saat ini menyiapkan strategi dan kegiatan untuk mempertahankan diri agar tetap dapat eksis dipasaran. Sehingga setiap perusahaan melakukan kegiatan pemasarannya dengan sangat serius agar dapat memenangkan persaingannya tersebut.

Untuk mengetahui produk dan harga yang tersedia di Waserda Angkasa Pura pada tahun 2020 dapat dilihat pada tabel 1.2 berikut ini:

Tabel 1.2
Waserda Angkasa Pura
Daftar Produk Dan Harga
Tahun 2020

No	Nama Produk	Harga (Rp)
1	Makanan Instan (Indomie, Queker, Bubur Bayi, Snack)	2.000 – 62.000
2	Masakan Dapur (Kecap, Gula, Terigu, Bumbu Sajiku)	500 – 310.000
3	Minuman (Indomilk, Sosro, Coca-Cola, Pocari)	1.000 – 97.000
4	Minyak Goreng (Filma, Bimoli)	12.000 – 67.000
5	Es Krim (Magnum, Conetto, Connelo)	3.500 – 50.000
6	Sabun Pembersih/Pengharum (Lifebuoy, Lux, Dettol)	1.000 – 36.500
7	Shampo/Kosmetik (Sunsilk, Clear, Dove, Ponds)	1.500 – 66.000
8	Susu (Susu Sachet Dan Susu Kaleng Enak, Dancow)	1.300 – 102.000
9	Rokok (Sampoerna, L.A, Gudang Garam)	12.000 – 30.000
10	Permen (Kopiko, Relaxa, Kiss, Mentos)	1.000 – 10.000
11	ATK (Buku Tulis, Penggaris, Penghapus, Pensil)	300 – 30.000
12	Anti Nyamuk (Autan, Baygon, Vape)	600 – 39.000
13	Barang Kelontong (Ember, Baskom)	5.000 – 230.000
14	Obat-Obatan (Paracetamol, Paramex, Bodrex)	500 – 45.000

Sumber : Waserda Angkasa Pura Tahun 2020

Berdasarkan tabel 1.2 dapat diketahui bahwa terdapat berbagai macam produk kebutuhan rumah tangga, termasuk produk kebutuhan sehari-hari yang dijual oleh Waserda Angkasa Pura. dari segi harga Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura menyediakan harga yang relatif mulai dari Rp.300 sampai Rp.310.000 untuk produk di Waserda Angkasa Pura harga yang disesuaikan untuk barang/produk yang dibutuhkan konsumen,

Untuk mengetahui penjualan Waserda Angkasa Pura dari tahun 2018 sampai tahun 2020 dapat dilihat pada Tabel 1.3 berikut:

Tabel 1.3
Waserda Angkasa Pura
Jumlah Penjualan
Tahun 2018-2020

NO	Tahun	Jumlah	Persentase (%)
1	2018	Rp. 428.773.688	-
2	2019	Rp. 427.243.113	(0,36)
3	2020	Rp. 367.325.073	(14,02)

Sumber : Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura 2020

Berdasarkan Tabel 1.3 menunjukkan data penjualan Waserda Angkasa Pura tiga tahun terakhir. Pada tahun 2019 penjualan Waserda Angkasa Pura mengalami penurunan penjualan sebesar 0,36% dari tahun 2018. Kemudian penjualan tahun 2020 terus mengalami penurunan dari tahun 2019 sebesar 14,02% dari penjelasan diatas dapat diketahui bahwa penjualan Waserda Angkasa Pura mulai dari tahun 2018 – 2020 terus mengalami penurunan.

Dari hasil wawancara dengan Zuhendri selaku manajer Waserda Angkasa Pura diketahui banyak produk yang ada di Waserda Angkasa Pura, dari berbagai merek yang ada, terdapat barang-barang yang tersedia di Waserda Angkasa Pura antara lain aneka minuman, makanan ringan, sembako serta juga berbagai barang bukan hanya makanan ada juga seperti pembersih rumah, perawatan badan, produk farmasi, serta alat tulis kantor.

Harga-harga yang ditawarkan Waserda Angkasa Pura untuk setiap produk nya sangat bervariasi mulai dari Rp.300 untuk produk yang paling murah hingga Rp.310.000 untuk produk yang paling mahal di Waserda Angkasa Pura.

Untuk promosi yang diberikan Waserda Angkasa Pura dilakukan melalui pemasangan spanduk di depan toko dan brosur dengan memberikan penjelasan barang apa yang dijual di Waserda Angkasa Pura untuk menginfokan kepada konsumen sekitar kalau Waserda Angkasa Pura banyak menyediakan kebutuhan pokok mereka.

Lokasi Waserda Angkasa Pura yang strategis berada di tepi jalan membuat Waserda Angkasa Pura mudah untuk ditemukan. Tetapi saat ini lokasi toko tidak lagi di jalan utama menuju Bandara Supadio karna sudah dialihkan nya jalan utama ditempat sebelum nya menuju Bandara Supadio.

Jumlah karyawan Waserda Angkasa Pura sebanyak 7 (tujuh) orang yang terdiri dari 2 kasir, 4 sales dan 1 supervisor yang bekerja di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura.

Proses pembelian pada Waserda Angkasa Pura sangat mudah, dan proses pembayaran cepat memilih barang yang akan dibeli sudah tertata rapi di tempat kan sesuai katagori barang dengan sesuai kebutuhan yang di perlukan dan jika sudah langsung bisa membayar memalui kasir dengan sistem komputer yang ada.

Fasilitas yang tersedia di Waserda Angkasa Pura adalah tempat yang cukup luas untuk memudahkan konsumen berbelanja dan tata letak barang yang sesuai kelompoknya juga ruangan yang dilengkapi cctv agar konsumen bisa berbelanja lebih aman dan nyaman, juga tersedia tempat parkir yang cukup luas di halaman Waserda Angkasa Pura.

Berdasarkan uraian di atas, maka penelitian ini berusaha mengetahui dan menganalisis variabel-variabel yang mempengaruhi keputusan pembelian produk di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura. Oleh karena itu, diambil judul penelitian **“Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura Kubu Raya”**.”.

B. Permasalahan

Berdasarkan latar belakang yang sudah dijelaskan di atas, maka yang menjadi permasalahan dalam penelitian ini adalah “Apakah bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan konsumen untuk berbelanja di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura Kubu Raya?”

C. Pembatasan Masalah

Agar pembahasan yang dilakukan lebih terarah dan sesuai dengan tujuan peneliti, maka penelitian ini dibatasi pada sebagai berikut :

1. Bauran Pemasaran
 - a. Produk (*product*)
 - b. Harga (*Price*)
 - c. Tempat (*Place*)
 - d. Promosi (*Promotion*)
 - e. Orang (*People*)
 - f. Proses (*Process*)
 - g. Bukti fisik (*Physical Evidence*)
2. Keputusan Pembelian

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

D. Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura.

E. Manfaat Penelitian

1. Bagi Peneliti

Penelitian ini merupakan salah satu cara untuk mengaplikasikan ilmu dan teori-teori terutama berkenaan dengan Manajemen Pemasaran yang telah diperoleh selama di bangku kuliah dengan pelaksanaan sesungguhnya di lapangan.

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 yang tepat untuk menarik konsumen baru di masa yang akan datang dan berusaha memberikan yang terbaik bagi konsumen yang telah ada.

3. Bagi Almamater

Hasil penelitian ini diharapkan bisa berguna bagi para mahasiswa untuk menambah wawasan serta bermanfaat sebagai bahan referensi untuk penulisan karya ilmiah.

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”.

Hurriyati (2015:48) bauran pemasaran jasa terdiri dari 7P yakni, *produk, price, pleace, promotion, people, physical evidence, dan proses*. Unsur-unsur bauran pemasaran jasa 7P sebagai berikut :

1. Produk
Produk jasa merupakan suatu kinerja penampilan yang tidak berwujud dan cepat hilang, serta pelanggan lebih cepat dapat berpartisipasi aktif terkait proses mengkonsumsi jasa tersebut.
2. Harga
Penentuan harga merupakan titik kritis terkait bauran pemasaran jasa karena harga menentukan pendapatan dari suatu usaha atau bisnis.
3. Lokasi
Place diartikan sebagai tempat pelayanan jasa yang digunakan terkait memasok jasa kepada pelanggan yang dituju merupakan keputusan kunci.
4. Promosi
Promosi ialah suatu bentuk komunikasi yang merupakan aktivitas pemasaran yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi/membujuk, membeli dan loyal pada produk yang ditawarkan perusahaan yang bersangkutan.
5. Orang
Mendefinisikan elemen-elemen dari *people* ialah pegawai perusahaan, dan konsumen lain dalam lingkungan jasa.
6. Proses
Proses ialah semua prosedur aktual, mekanisme dan aliran aktivitas yang digunakan untuk menyampaikan jasa. Proses merupakan faktor utama terkait bauran pemasaran jasa seperti pelanggan akan sering merasakan sistem penyerahan jasa sebagai bagian dari jasa itu sendiri.
7. Bukti Fisik
Bukti fisik merupakan suatu hal yang secara nyata turut mempengaruhi keputusan konsumen untuk membeli dan menggunakan produk jasa yang ditawarkan.

Schiffman dan Kanuk (2010) dalam Sumarwan (2015:357) mendefinisikan “Suatu keputusan sebagai pemilihan suatu tindakan dari dua atau lebih pilihan alternatif”. Menurut Kotler dan Keller (2009:184): “Dalam proses keputusan pembelian, konsumen melalui lima tahap yaitu pengenalan masalah, pencarian informasi, evaluasi alternatif, keputusan pembelian, dan perilaku pasca pembelian”.

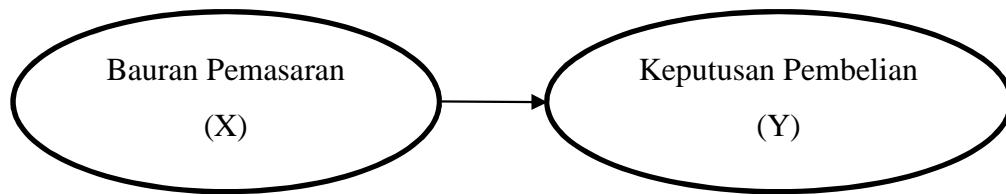
Adapun hasil penelitian terdahulu yang menjadi acuan dalam penelitian ini yaitu :

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Utami (2016), dengan judul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopma, menyimpulkan bahwa variabel produk, harga, promosi, dan lokasi berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di minimarket kopma.

Sementara dalam penelitian Hilmi (2020), dengan judul Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada 212 Mart, menyimpulkan bahwa bauran pemasaran berpengaruh terhadap keputusan pembelian 212 Mart.

Berikut adalah gambar dari kerangka pemikiran yang variabel bebasnya adalah bauran pemasaran (X) dan variabel terikatnya adalah keputusan konsumen (Y) dapat dilihat pada Gambar 1.1 berikut :

Gambar 1.1
Kerangka Pemikiran



G. Metode Penelitian

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan dalam penelitian ini adalah penelitian asosiatif Menurut Siregar (2017:7), “Penelitian asosiatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antar dua variabel atau lebih. Pada penelitian ini, jenis yang digunakan adalah penelitian asosiatif”, hal ini disebabkan peneliti ingin mengetahui hubungan variabel pertama atau variabel X (variabel bebas) dengan variabel yang kedua atau biasa disebut sebagai variabel Y (variabel terikat), dalam penelitian ini yang merupakan variabel (X) adalah Bauran Pemasaran dan yang merupakan variabel (Y) adalah Keputusan Pembelian pada Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura.

2. Teknik Pengumpulan Data

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan sekunder:

a. Data Primer

Menurut Siregar (2017:39), “Data primer adalah data yang dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau

tempat objek peneliti dilakukan”. Pengumpulan data dengan melakukan penelitian langsung pada perusahaan dan pelanggan yang menjadi objek penelitian ini dengan cara :

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 responden nya sedikit/kecil”. Di sini penulis melakukan wawancara langsung dengan Manajer Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura dan konsumen yang membeli di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura, untuk memperoleh informasi atau data yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

2) Kuesioner

Menurut Siregar (2017:225), “kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya”. Responden dalam penelitian ini adalah para konsumen yang berbelanja di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura.

b. Data Sekunder

Menurut Siregar (2017:37): “Data sekunder adalah data yang diterbitkan atau digunakan oleh organisasi yang bukan pengelolanya”. Data sekunder dalam penelitian ini yaitu informasi yang diperoleh dari berbagai literatur, penelitian terdahulu, daftar pustaka serta laporan perusahaan yang erat kaitannya dengan permasalahannya, data sekunder dalam penelitian ini adalah hasil penjualan Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura dan data laporan laba rugi Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura.

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 berbelanja di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura.

b. Sampel

Menurut Sujarweni (2015:81): “Sampel adalah bagian dari sejumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi yang digunakan untuk penelitian. Sampel juga diambil dari populasi yang benar-benar mewakili dan valid yaitu dapat mengukur sesuatu yang seharusnya diukur”. Dalam

penelitian ini responden adalah seluruh konsumen yang datang untuk berbelanja di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura.

Menurut Sujarweni (2015:155): “Apabila populasi dalam suatu penelitian jumlahnya tidak diketahui dengan pasti, maka untuk mengambil ukuran sampel penelitian ditentukan dengan rumus Rao Purba yaitu :

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

Keterangan :

N = Jumlah Sampel

Z = Tingkat keyakinan dalam penentuan sampel (95%=1,96)

Moe = Bat Margin of error kesalahan maksimum yang bisa ditolerir sebesar 10%

Dengan rumus diatas, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut :

$$\begin{aligned} n &= \frac{1,96^2}{4(0,1)^2} \\ &= 96,04 \end{aligned}$$

Dalam penelitian ini, peneliti mengambil sampel sebanyak 100 orang konsumen dari seluruh konsumen yang membeli produk di Waserda Angkasa Pura.

Teknik pengambilan sampel menggunakan metode pengumpulan sampel secara sengaja (*purposive sampling*) artinya adapun kriteria sampel yang dipilih antara lain:

- 1) Responden adalah semua konsumen yang berbelanja di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura.
- 2) Berumur 18 tahun.

4. Variabel Penelitian

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

a. Variabel Bebas (*independent variabel*)

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 Bauran Pemasaran yang diberi notasi tanda (X).

b. Variabel Terikat (*dependent variabel*)

Menurut Sugiyono (2017:68): “Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat karna adanya variabel bebas”. Variabel terikat (*dependent variabel*) dalam penelitian ini adalah keputusan konsumen yang diberi notasi (Y).

5. Skala Pengukuran

Pengukuran variabel dalam penelitian ini menggunakan skala Likert. Menurut Sugiyono (2017:157): “Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial”. Skala Likert digunakan untuk mengukur tingkat persetujuan responden terhadap pernyataan atau pertanyaan yang diajukan, dengan melihat jawaban dari responden melalui koesioner yang disebar, kemudian dikelompokkan menurut jenisnya masing-masing. Skala ini agar diberi bobot secara kuantitatif yang berguna untuk dipakai dalam perhitungan yaitu :

Tabel 1.4
Skor Pertanyaan Responden

No	Keterangan	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 : Sugiyono (2017:157)

6. Teknik Analisis Data

a. Uji Instrumen

Menurut Siregar (2017:75): “Instrumen penelitian adalah suatu alat yang dapat digunakan untuk memperoleh, mengolah, dan menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari para responden yang dilakukan dengan menggunakan pola ukur yang sama”.

1) Uji Validitas

Menurut Siregar (2017:75): “Validitas atau kesahihan menunjukkan sejauh mana sesuatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (*a valid measure if it successfully measure the phenomenon*)”. Uji validitas dilakukan dengan teknik korelasi *Product Moment Pearson*.

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 mempermudah dalam melakukan perhitungan secara statistik, maka analisis dilakukan dengan bantuan *Software SPSS For Windows*.

2) Uji Reliabilitas

Menurut Siregar (2015:55): “Reliabilitas adalah 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 (2015:57): “Kriteria suatu instrumen penelitian

dikatakan *reliable* bila nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,6$ ". Uji reliabilitas dilakukan dengan bantuan aplikasi *software SPSS For Windows*.

b. Uji Normalitas

Menurut Siregar (2017:153), "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*. Jika nilai signifikan dari hasil uji *kolmogorov Smirnov* $> 0,05$ maka asumsi normalitas terpenuhi..

c. Analisis Regresi Linier Sederhana

Menurut Siregar (2017:379): "Regresi linier sederhana digunakan hanya untuk satu variabel bebas (*independent*) dan satu variabel tak bebas (*dependent*). Regresi linier sederhana bertujuan untuk meramalkan atau memprediksi besaran nilai variabel tak bebas (*dependent*) yang dipengaruhi oleh variabel bebas (*independent*)". Adapun rumus persamaan regresi linier sederhana dalam penelitian ini ditulis sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Dimana :

Y = Variabel Terikat (Keputusan Pembelian)

a = Konstanta Regresi

b = Koefisien Regresi

X = Variabel Bebas (Bauran Pemasaran)

d. Analisis Koefisien Korelasi (R)

Siregar (2017:337): “Koefisien korelasi dilakukan untuk mengetahui berarti tidaknya hubungan antara variabel-variabel yang diteliti hubungannya”. Analisis ini digunakan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen yaitu Bauran Pemasaran (X) terhadap variabel dependen yaitu Keputusan Konsumen (Y) dengan menggunakan bantuan program Software SPSS *for Windows*. Adapun pedoman untuk mengetahui seberapa besar hubungan dari nilai perhitungan koefisien korelasi dari hasil perhitungan penelitian pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Konsumen adalah sebagai berikut :

Tabel 1.5
Pedoman Dan Interpretasi Terhadap Nilai r

No	Nilai Korelasi (r)	Interprestasi
1	0,00-0,199	Sangat lemah
2	0,20-0,399	Lemah
3	0,40-0,599	Cukup
4	0,60-0,799	Kuat
5	0,80-1,000	Sangat Kuat

Sumber : Siregar (2017:337)

e. Analisis Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Siregar (2017:338): “Koefisien determinasi adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap variabel Y (terikat)”. Nilai R^2 yang kecil berarti kemampuan variabel independen dalam menjelaskan variasi variabel dependen sangat terbatas, sedangkan nilai R^2 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 *Goodness of Fit Test* adalah pengujian kelayakan model. Model yang layak adalah model yang dapat digunakan untuk mengestimasi populasi”. Pada tahapan ini dilakukan pengujian apakah model regresi sederhana yang telah dibahas sebelumnya dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen berbelanja di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura yang dipengaruhi bauran pemasaran. Langkah pengujian adalah sebagai berikut:

1) Menentukan Hipotesis

H_0 = Artinya model regresi sederhana tidak dapat digunakan untuk memprediksi keputusan konsumen berbelanja di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura yang dipengaruhi bauran pemasaran.

H_a = Artinya model regresi sederhana dapat digunakan untuk

memprediksi keputusan berbelanja di Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura yang dipengaruhi bauran pemasaran.

- 2) Menentukan nilai F_{tabel} dengan kriteria $\alpha = 0,05$ (5%) dan derajat kebebasan (df) $n-2$.
- 3) Menentukan kriteria keputusan : Jika $F_{\text{hitung}} > F_{\text{tabel}}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, dan jika $F_{\text{hitung}} \leq F_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang menjadi konsumen dari Koperasi Waserda Angkasa Pura Kubu Raya adalah laki-laki, berumur antara 27 sampai dengan 35 Tahun, berpendidikan sekolah menengah atas (SMA/SMK), bekerja sebagai karyawan swasta, berpendapatan antara Rp2.300.999–Rp3.299.999 per bulan, dan berstatus sudah menikah atau kawin.
2. Hasil analisis regresi linier sederhana yang menghasilkan persamaan $Y = 2,550 + 0,500x$. Koefisien regresi konstanta (a) senilai 2,550 artinya jika bauran pemasaran (X) bernilai 0 (nol), maka keputusan pembelian (Y) sebesar 2,550, sedangkan untuk koefisien regresi bauran pemasaran diperoleh sebesar 0,500, artinya jika nilai bauran pemasaran meningkat sebesar satu satuan, maka nilai keputusan pembelian akan bertambah sebesar 0,500 artinya koefisien bernilai positif sehingga ada pengaruh yang positif antara bauran pemasaran dengan keputusan pembelian.
3. Hasil analisis koefisien korelasi (R) dalam penelitian ini adalah 0,246 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang lemah antara bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura.

4. Hasil uji koefisien determinasi (R^2) dalam penelitian ini adalah 0,061 atau 6,1% yang menunjukkan bahwa pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura adalah sebesar 6,1% dan sisanya sebesar 93,9% yang mana keputusan pembelian dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
5. Hasil uji kelayakan model (Uji F) dalam penelitian diperoleh nilai F hitung sebesar 6,323 dengan taraf signifikan sebesar $0,014 < 0,05$ yang menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya model regresi dapat digunakan untuk memprediksi keputusan pembelian pada Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura yang dipengaruhi oleh bauran pemasaran.

B. Saran

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, maka penulis dapat memberikan beberapa saran yang dapat digunakan sebagai masukan bagi koperasi sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian skor terendah pada variabel Lokasi, hendaknya pihak Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura memindahkan atau memberi akses cepat ke lokasi untuk setiap konsumen yang akan melakukan pembelian, sehingga konsumen bisa lebih mudah dan nyaman dalam melakukan pembelian di koperasi.
2. Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura sebaiknya lebih meningkatkan promosinya dengan cara memasang iklan melalui media sosia dan web khususnya di zaman teknologi informasi pada saat ini. Diharapkan agar

masyarakat umum bisa dengan mudah mengetahui produk, informasi, dan program apa saja yang ditawarkan Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura

3. Waserda Koperasi Karyawan Angkasa Pura sebaiknya memperbanyak jenis produk yang dijual dengan harga yang bersaing dengan tempat lainnya, diharapkan dapat meningkatkan penjualan.

DAFTAR PUSTAKA

- Gani, Irwan dan Amalia, Siti. 2015. **Alat Analisis Data Aplikasi Statistik Untuk Penelitian Bidang Ekonomi dan Sosial**. Yogyakarta: ANDI
- Hilmi Rahmad. 2020. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada 212 Mart Banjarmasin. *Jurnal Mitra Manajemen (JMM Online)* Vol. 4, No. 4, 550-565.
- Hurriyati Ratih. 2015. Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen. Bandung: ALFABETHA.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. **Prinsip-Prinsip Pemasaran**. Edisi ke 12, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler, Philips dan Kevin Lane Keller. 2009. **Manajemen Pemasaran**. Edisi 13 jilid 2. Jakarta:Erlangga.
- Priansa, Donni Juni. 2017. *Perilaku Konsumen*, C.V Alfabeta, Bandung.
- Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. **Prilaku Konsumen**. C.V Andi Offset, Yogyakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2010. *Perilaku Konsumen*. Jakarta : PT. Index.
- Siregar, Syofian. 2017. **Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif**. PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Sujarweni V. Wiratna, 2015. Akuntansi Sektor Publik. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Baru Press.
- Sumarwan, Ujang. 2015. **Perilaku Konsumen**. Penerbit Ghalia Indonesia, Bogor.
- Sugiyono. 2017. **Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D**. CV. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, Fandy. 2014. *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan penelitian*, C.V Andi Offset, Yogyakarta
- Utami Arum Puspa. 2016. Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Minimarket Kopma Yogyakarta. **Jurnal Pendidikan dan Ekonomi**. Vol 5, No 6.

LAMPIRAN 1

KUESIONER
PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN
KONSUMEN BERBELANJA DI WASERDA KOPERASI KARYAWAN
ANGKASA PURA KUBU RAYA

Kepada Yth.

Bapak/Ibu, Saudara/i Responden.
 Dengan hormat,

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Ivan Ardianto
 NIM : 161310755
 Program Studi : Manajemen (S1)
 Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis
 Universitas : Muhammadiyah Pontianak

Terkait dengan penyusunan skripsi dengan judul diatas bersama ini, saya mohon ketersediaan Bapak/Ibu, Saudara/i untuk mengisi kuesioner yang tertera dibawah ini. Informasi yang Bapak/Ibu, Saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi saya dalam penyusunan skripsi ini. Atas bantuan dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih.

Identitas Responden

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

Petunjuk Pengisian

Bacalah pernyataan dibawah ini dengan cermat dan teliti. Berilah jawaban dengan memberi tanda *checklist* (\checkmark) pada kolom pernyataan berikut dan berikan skor pada pilihan jawaban

Alternatif jawaban

SS	: Sangat Setuju	: 5
S	: Setuju	: 4
KS	: Kurang Setuju	: 3
TS	: Tidak Setuju	: 2
STS	: Sangat Tidak Setuju	: 1

Daftar Pertanyaan

No	Pertanyaan	Penilaian Konsumen				
		SS	S	KS	TS	STS
BAURAN PEMASARAN						
PRODUK						
1	Produk yang dijual di Waserda Angkasa Pura lengkap dan beragam.					
2	Waserda Angkasa Pura memiliki kualitas produk yang bagus.					
3	Kemasan produk yang ada di Waserda Angkasa Pura bagus.					
4	Variasi ukuran produk yang dijual beraneka ragam sesuai dengan jenis produk.					
5	Produk yang dijual Waserda Angkasa Pura selalu tersedia ditoko.					
6	Produk di Waserda Angkasa Pura bagus dan dapat bersaing dengan produk lain dipasaran.					
HARGA						
7	Harga yang ditawarkan Waserda Angkasa Pura sesuai dengan kualitas produk					
8	Harga produk yang ditawarkan Waserda Angkasa Pura terjangkau.					

9	Harga yang tertera di rak Waserda Angkasa Pura sesuai dengan harga yang harus dibayarkan di kasir.					
10	Harga yang ditawarkan Waserda Angkasa Pura kompetitif.					
11	Harga yang ditawarkan Waserda Angkasa Pura sama dengan harga di tempat lain.					
12	Potongan harga khusus diberikan dalam pembelian jumlah banyak.					
LOKASI						
13	Lokasi Waserda Angkasa Pura berada di lokasi yang strategis.					
14	Lokasi di Waserda Angkasa Pura memiliki fasilitas yang lengkap dalam memudahkan berbelanja.					
15	Lokasi Waserda Angkasa Pura mudah dijangkau oleh kendaraan karena berada tepat di tepi jalan					
16	Lokasi Waserda Angkasa Pura mudah ditemukan karna terdapat papan nama.					
17	Lokasi Waserda Angkasa Pura dekat dengan pemukiman penduduk.					
18	Lokasi Waserda Angkasa Pura menyediakan lokasi parkir kendaraan yang luas					
PROMOSI						
19	Waserda Angkasa Pura melakukan promosi dengan membagikan brosur.					
20	Promosi produk sesuai dengan produk yang sebenarnya.					
21	Iklan produk melalui brosur menarik perhatian untuk membeli.					
22	Spanduk yang digunakan Waserda Angkasa Pura didepan tokonya membuat saya tertarik untuk berbelanja.					
ORANG						
23	Para pekerja Waserda Angkasa Pura selalu melayani konsumen dengan baik dan ramah.					
24	Karyawan Waserda Angkasa Pura memberikan informasi yang jelas.					

25	Para pekerja Waserda Angkasa Pura selalu melayani konsumen dengan memuaskan.					
26	Para pekerja Waserda Angkasa Pura menyambut konsumen dan menanyakan tentang kebutuhan yang dibutuhkan.					
27	Pekerja Waserda Angkasa Pura selalu berpakaian rapi dalam bekerja.					
PROSES						
28	Proses pembayaran di kasir Waserda Angkasa Pura relatif cepat.					
29	Proses dalam memilih produk yang saya inginkan mudah karna sudah disusun di tempat nya masing-masing.					
30	Proses karyawan Waserda Angkasa Pura dalam melayani konsumen sangat sigap.					
31	Karyawan Waserda Angkasa Pura cepat tanggap dalam menghadapi keluhan pelanggan.					
BUKTI FISIK						
32	Waserda Angkasa Pura memiliki bangunan yang layak.					
33	Waserda Angkasa Pura memiliki bangunan yang bersih dan nyaman.					
34	Penataan produk di Waserda Angkasa Pura rapi.					
35	Tersedia tempat parkir yang memadai di Waserda Angkasa Pura.					
36	Terdapat neon box di depan toko Waserda Angkasa Pura.					
37	Terdapat kemudahan pembayaran karena telah menggunakan sistem komputer.					
KEPUTUSAN PEMBELIAN						
A.	Pengenalan Masalah					
38	Saya membutuhkan produk kebutuhan sehari-hari dengan kualitas yang bagus.					
39	Saya membutuhkan produk kebutuhan sehari-hari dengan harga yang terjangkau bagi saya.					

40	Saya membutuhkan produk kebutuhan sehari-hari dengan lokasi yang dekat tempat tinggal saya sehingga mudah dijangkau.					
41	Saya membutuhkan produk kebutuhan sehari-hari dengan informasi produk yang jelas.					
42	Saya membutuhkan produk kebutuhan sehari-hari dengan pelayanan yang baik.					
43	Saya membutuhkan produk kebutuhan sehari-hari dengan proses pembelian yang mudah.					
44	Saya membutuhkan produk kebutuhan sehari-hari dengan berbelanja ditempat yang nyaman.					
B.	Pencarian Informasi					
45	Saya mendapat informasi melalui teman.					
46	Saya mendapat informasi melalui keluarga.					
47	Saya tertarik untuk membeli karena mendapat informasi dari brosur.					
C.	Evaluasi Alternatif					
48	Saya mempertimbangkan kriteria dan kualitas produk sebelum membeli.					
49	Saya mempertimbangkan harga produk sebelum membeli.					
50	Saya mempertimbangkan lokasi toko sebelum berbelanja.					
51	Saya mempertimbangkan informasi produk yang jelas sebelum membeli.					
52	Saya mempertimbangkan pelayanan yang baik sebelum membeli.					
53	Saya mempertimbangkan proses pembelian yang mudah sebelum membeli.					
54	Saya mempertimbangkan lokasi dan tata letak yang nyaman sebelum membeli.					
D.	Keputusan Pembelian					
55	Saya berbelanja di Waserda Angkasa Pura karna terdapat banyak pilihan produk yang bagus.					
56	Saya berbelanja di Waserda Angkasa Pura karena harga produk yang saya inginkan terjangkau.					

57	Saya berbelanja di Waserda Angkasa Pura karena lokasinya yang mudah dijangkau.					
58	Saya berbelanja di Waserda Angkasa Pura karena melihat brousur yang sangat menarik dengan produk yang sesuai kebutuhan saya.					
59	Saya berbelanja di Waserda Angkasa Pura karena pekerjaanya selalu melayani konsumen dengan baik.					
60	Saya berbelanja di Waserda Angkasa Pura karena proses pembelian sangat mudah.					
61	Saya berbelanja di Waserda Angkasa Pura karena Penataan produk nya sangat rapih dan memudahkan saya berbelanja.					
E.	Perilaku Pasca Pembelian					
62	Saya merasa puas berbelanja di Waseda Angkasa Pura.					
63	Produk di Waserda Angkasa Pura tidak mengecewakan.					
64	Saya akan berbelanja kembali di Waseda Angkasa Pura.					
65	Saya akan merekomendasikan Waserda Angkasa Pura ke orang lain.					

26	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	1			
27	4	4	4	4	5	5	3	3	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	3	4	3	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	1			
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	5	4	4	4	3	5	4	4	3	3	5	5	4	4	4	3	4	4	3	5	1		
29	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	1	
30	3	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	5	3	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	4	1	
31	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	1	
32	4	4	4	4	5	5	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	1	
33	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	4	3	5	3	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	1	
34	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	1
35	3	4	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	3	4	5	1	
36	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	1	
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	4	4	4	3	4	3	4	1	
38	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	5	3	4	4	4	3	4	4	4	3	1	
39	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	5	3	4	4	3	3	4	4	4	3	5	3	1	
40	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	3	5	5	4	3	4	5	1	
41	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	2	
42	4	4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	3	5	4	1
43	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	2
44	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4	5	3	5	5	4	4	3	4	4	5	3	4	5	4	3	3	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	2	
45	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	4	1	
46	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	2
47	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	2	
48	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4	4	2	
49	4	4	5	5	4	4	3	5	3	5	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	4	2
50	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	2	
51	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	4	5	5	4	2	
52	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	2	
53	5	5	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	4	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	5	2	
54	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	2	
55	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	1	

56	5	5	4	5	4	4	3	5	4	5	3	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	2		
57	4	5	4	5	5	5	5	4	4	3	5	4	5	5	4	4	3	4	5	4	5	5	4	3	4	5	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	5	2		
58	5	5	5	5	4	4	5	5	3	4	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
59	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	2		
60	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	2
61	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	3	3	4	4	3	4	4	4	1	
62	3	5	4	5	3	3	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	3	4	5	4	3	5	4	2		
63	5	5	4	4	3	3	5	5	5	3	5	5	5	4	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	3	4	4	2	
64	5	5	5	5	3	3	5	5	4	4	5	5	4	5	5	3	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	3	4	5	5	3	5	4	2		
65	4	4	5	4	3	3	5	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	2		
66	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	4	4	3	4	5	4	4	4	5	4	4	4	3	2	
67	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	2		
68	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	4	5	4	5	4	2
69	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	2	
70	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	2	
71	3	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	5	5	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	3	2	
72	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	5	4	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	
73	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	2
74	5	5	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	2	
75	5	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	3	4	2		
76	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	5	5	3	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	2		
77	5	5	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	2	
78	5	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	2
79	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	3	4	4	5	4	5	5	4	4	5	3	2		
80	4	4	4	5	3	3	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3	3	4	4	3	5	4	2		
81	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4	3	4	4	2	
82	4	3	3	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	2	
83	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	3	2	
84	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	4	5	4	3	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	
85	4	4	3	3	2	2	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	2	4	4	3	2	3	4	2		

LAMPIRAN 3

Rekapitulasi variabel keputusan pembelian (Y)

No	PENGENALAN MASALAH							PENCARIAN INFORMASI			EVALUASI ALTERNATIF							KEPUTUSAN PEMEBELIAN								PERILAKU PASCA PEMBELIAN			
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	
1	5	4	3	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	5	3	4	4	3	4	4	4	3	5	5	
2	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	
3	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	
4	5	4	3	4	3	4	4	3	3	5	5	5	4	3	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	
5	5	4	4	3	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	
6	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	5	4	4	5	3	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	3	3	
7	5	4	4	3	4	3	4	3	5	4	3	5	5	5	4	3	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	
8	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	3	3	
9	4	5	5	5	5	5	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	
10	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	3	4	5	3	5	5	4	4	
11	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	
12	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	3	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	
13	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	
14	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	
15	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	
16	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	3	5	4	5	5	4	4	
18	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
19	4	4	4	3	4	3	3	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	
20	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	3	4	5	3	5	5	4	4	
21	5	5	3	4	3	4	3	4	3	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	
22	4	5	3	4	3	4	4	5	3	5	3	4	4	3	5	3	4	5	3	5	4	3	5	4	5	3	4	4	
23	5	5	4	4	4	4	4	5	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	
24	4	4	5	3	5	3	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	

25	4	5	3	5	3	5	4	4	3	5	3	4	5	3	5	3	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	3	3	
26	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	
27	4	4	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	
28	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	
29	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	
30	5	4	3	5	3	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	
31	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	
32	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	5	4	
33	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	
34	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	
35	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	5	4	4	3	5	5	4	3	5	4	3	5	4	4	5	4	
36	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	3	3	5	3	4	5	5	5	
37	4	4	5	3	5	3	4	5	5	4	4	3	4	5	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	
38	4	4	4	5	4	5	4	4	3	5	4	4	5	3	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	
39	4	3	4	5	4	5	4	3	3	5	3	5	5	3	5	3	5	4	4	5	3	4	5	3	4	5	4	4	
40	5	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	3	5	5	4	5	3	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	
41	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4
42	5	4	4	5	4	5	4	3	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	4	4	
43	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	4	4
44	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	
45	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	5	3	3	5	3	4	5	5	5	
46	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
47	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
48	5	4	3	5	3	5	3	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
49	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5
50	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5
51	5	3	3	4	3	4	4	5	5	3	5	5	4	5	3	5	5	4	4	5	2	4	5	2	4	4	4	4	
52	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5
53	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
54	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5

55	5	3	3	3	3	3	4	3	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	
56	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	5	5	3	5	5	5	5	
57	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	
58	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
59	5	5	3	5	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
60	5	4	3	5	3	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	
61	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	
62	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	4	
63	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	
64	4	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	
65	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	3	4	4	3	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	5	
66	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	4	
67	5	3	3	4	3	4	4	4	5	3	4	5	4	5	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4
68	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	
69	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	
70	5	5	3	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
71	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	
72	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	
73	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	3	4	3	3	4	3	5	4	4	4	
74	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	
75	5	4	4	5	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	3	4	5	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	
76	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
77	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5
78	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
79	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
80	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	5	3	4	4	4	4	
81	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	4	4	2	4	4	2	4	4	3	3	
82	4	3	3	5	3	5	4	3	4	5	5	5	4	4	5	5	5	3	2	4	5	2	4	5	4	4	4	4	
83	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3
84	5	3	4	5	4	5	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	3	4	3	3	4	3	3	5	4	4	

85	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	
86	4	3	5	4	5	4	4	5	5	4	3	3	3	5	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	5	3	4	4	
87	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	4	4	3	5	3	5	5	3	5	5	4	4	4	4	
88	4	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3	
89	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	
90	4	3	4	4	4	4	3	5	5	3	4	3	4	5	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	4	4
91	4	5	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	5	5	
92	4	4	3	5	3	5	4	4	5	4	3	4	3	5	4	3	4	3	5	4	3	5	4	3	4	4	4	4	
93	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	
94	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
95	4	4	4	3	4	3	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	
96	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	
97	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	3	5	4	5	5	5	5	
98	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	5	4	3	5	4	4	5	5	5	
99	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	
100	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	

LAMPIRAN 4

Data Responden

No	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Pendapatan Perbulan (Dalam Rupiah)	Status Perkawinan
1	Prasetyo	Laki-laki	55	SMP	Karyawan Swasta	3.800.000	Sudah Menikah
2	Firdaus	Laki-laki	25	D-III	Karyawan Swasta	1.800.000	Belum Menikah
3	Tri Ari N.K	Laki-laki	28	S1	Pengawai BUMN	4.000.000	Sudah Menikah
4	Ahmad Ulinnuha	Laki-laki	52	D-III	Karyawan Swasta	4.000.000	Sudah Menikah
5	Almaita Cahyaning Sukma	Perempuan	29	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2.700.000	Sudah Menikah
6	Faqih Ubaidillah	Laki-laki	56	SMA	Anggota TNI AU	2.500.000	Sudah Menikah
7	Taufik Nur R	Laki-laki	28	S1	Pengawai BUMN	2.200.000	Sudah Menikah
8	Sukmawati Purwaningsih	Perempuan	26	S1	Ibu Rumah Tangga	3.000.000	Sudah Menikah
9	Mustofa Akhyar	Laki-laki	24	S1	Pengawai BUMN	2.000.000	Belum Menikah
10	Kholifah	Perempuan	21	SMA	Anggota TNI AU	1.800.000	Belum Menikah
11	Denny Windarto	Laki-laki	42	S1	Pengawai BUMN	2.600.000	Sudah Menikah
12	Supri Nurseto	Laki-laki	30	SMA	Wiraswasta	3.000.000	Sudah Menikah
13	Siska Sulistiana	Perempuan	25	D-III	Karyawan Swasta	2.800.000	Belum Menikah
14	Ariyani Dewi H	Laki-laki	43	SMP	Karyawan Swasta	2.000.000	Sudah Menikah
15	Ihsantoso	Laki-laki	55	SMA	Pelajar/Mahasiswa	4.000.000	Sudah Menikah
16	Alde Ikhsan	Laki-laki	53	S1	Karyawan Swasta	5.000.000	Sudah Menikah
17	Gilang Ramadhan	Laki-laki	32	SMA	Anggota TNI AU	2.400.000	Sudah Menikah
18	Dhea Errysn	Perempuan	27	SMA	Anggota TNI AU	2.700.000	Sudah Menikah
19	Ulniyatul Ula	Perempuan	49	SMA	Anggota TNI AU	2.600.000	Sudah Menikah
20	Ellys Permatasari	Perempuan	21	SMA	Karyawan Swasta	4.000.000	Belum Menikah
21	Fatkhu Rozak	Laki-laki	30	S1	Pengawai BUMN	5.000.000	Sudah Menikah
22	Luthfi Arif	Laki-laki	27	SMA	Karyawan Swasta	2.500.000	Sudah Menikah
23	Muhayati Defi L.S	Perempuan	20	SMA	Anggota TNI AU	2.500.000	Belum Menikah

24	Panji Rendragraha	Laki-laki	27	SMA	Karyawan Swasta	3.000.000	Belum Menikah
25	Iqbal Maulana	Laki-laki	29	SMA	Anggota TNI AU	3.000.000	Sudah Menikah
26	Dian Anggraini	Perempuan	24	S1	Ibu Rumah Tangga	3.000.000	Belum Menikah
27	Nanang Fahmil	Laki-laki	48	D-III	Karyawan Swasta	3.000.000	Sudah Menikah
28	Denni Suryo Hasni	Laki-laki	27	SMA	Karyawan Swasta	2.600.000	Belum Menikah
29	Ziyan Ghiyas Sahara	Perempuan	27	D-III	Wiraswasta	1.900.000	Belum Menikah
30	Khusniyati	Perempuan	45	SMP	Karyawan Swasta	3.000.000	Sudah Menikah
31	Anggara Timur Subono	Laki-laki	50	SMP	Karyawan Swasta	3.000.000	Sudah Menikah
32	Robby Gunawan	Laki-laki	24	SMA	Anggota TNI AU	3.000.000	Sudah Menikah
33	Anjas	Laki-laki	29	SMA	Ibu Rumah Tangga	2.900.000	Belum Menikah
34	Wawan Andrianto	Laki-laki	26	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3.200.000	Belum Menikah
35	Gita Fitri L	Perempuan	27	SMA	Anggota TNI AU	2.900.000	Belum Menikah
36	Hendri Yanto	Laki-laki	35	SMA	Pelajar/Mahasiswa	4.500.000	Sudah Menikah
37	Akhmad Prasetyadilaga	Laki-laki	45	SMA	Wiraswasta	3.000.000	Sudah Menikah
38	Vivie Widiyatun	Perempuan	22	SMA	Karyawan Swasta	1.800.000	Belum Menikah
39	Nanung Rudiawan	Laki-laki	23	SMA	Pelajar/Mahasiswa	1.500.000	Belum Menikah
40	Nur Khasanah	Perempuan	28	SMA	Karyawan Swasta	1.750.000	Sudah Menikah
41	Prima	Laki-laki	52	S1	Pengawai BUMN	5.000.000	Sudah Menikah
42	Luthfi Fathur Rohman	Laki-laki	48	SMA	Anggota TNI AU	3.000.000	Sudah Menikah
43	Rangga Efri	Laki-laki	32	SMA	Karyawan Swasta	2.800.000	Belum Menikah
44	Latifah	Laki-laki	29	SMA	Pengawai BUMN	2.200.000	Sudah Menikah
45	Wita Susmiyati	Perempuan	25	SMA	Anggota TNI AU	2.000.000	Belum Menikah
46	Muhammad Dhani Julianto	Laki-laki	33	SMA	Karyawan Swasta	2.000.000	Sudah Menikah
47	Dhany	Laki-laki	37	S1	Karyawan Swasta	3.000.000	Sudah Menikah
48	Galang Rastaliani	Laki-laki	26	SMA	Ibu Rumah Tangga	1.800.000	Belum Menikah
49	Aldi Febrian	Laki-laki	53	SMA	Anggota TNI AU	3.500.000	Sudah Menikah
50	Inka Saputri	Perempuan	28	S1	Wiraswasta	2.800.000	Belum Menikah
51	Ahmad Ismatin	Laki-laki	25	SMA	Karyawan Swasta	2.500.000	Sudah Menikah

52	Farhaturohmah	Laki-laki	24	SMA	Karyawan Swasta	2.100.000	Belum Menikah
53	Haris Fachriansyah	Laki-laki	38	SMA	Ibu Rumah Tangga	2.000.000	Sudah Menikah
54	Sutrisno	Laki-laki	29	SMA	Karyawan Swasta	2.500.000	Belum Menikah
55	Ervan Badawi	Laki-laki	25	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2.200.000	Belum Menikah
56	Muhammad Ilyas	Laki-laki	28	SMA	Anggota TNI AU	2.500.000	Sudah Menikah
57	Agus Sudiyono	Laki-laki	49	SMA	Karyawan Swasta	4.000.000	Sudah Menikah
58	Bayu Maulana	Laki-laki	24	SMA	Anggota TNI AU	2.000.000	Belum Menikah
59	Aldy Fitrah	Laki-laki	26	SMA	Karyawan Swasta	3.000.000	Belum Menikah
60	Arif Satria	Laki-laki	43	SMA	Pelajar/Mahasiswa	4.000.000	Sudah Menikah
61	Risky Saputra	Laki-laki	28	S1	Karyawan Swasta	3.500.000	Belum Menikah
62	Luluk Maria Ulfa	Perempuan	38	S1	Pengawai BUMN	2.900.000	Sudah Menikah
63	Habil Agung	Laki-laki	52	S1	Karyawan Swasta	4.000.000	Sudah Menikah
64	Erwin Sebastian	Laki-laki	48	SMP	Karyawan Swasta	2.000.000	Sudah Menikah
65	Sakdiyah	Perempuan	35	SMA	Anggota TNI AU	2.500.000	Sudah Menikah
66	Minggi Sulas	Perempuan	35	S1	Ibu Rumah Tangga	4.000.000	Sudah Menikah
67	Hamzah Hasadulloh	Laki-laki	24	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2.000.000	Belum Menikah
68	Nanda Yusfi	Laki-laki	35	D-III	Karyawan Swasta	2.300.000	Sudah Menikah
69	Sekar Ayunda	Perempuan	25	SMA	Ibu Rumah Tangga	2.700.000	Sudah Menikah
70	Sofiyatun	Perempuan	24	SMA	Pengawai BUMN	3.500.000	Belum Menikah
71	Wahid Hasim	Laki-laki	35	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2.800.000	Sudah Menikah
72	Anggi Asdam Pratama	Laki-laki	38	SMA	Karyawan Swasta	3.000.000	Sudah Menikah
73	Nur Wahyuti	Perempuan	27	SMA	Pelajar/Mahasiswa	2.000.000	Belum Menikah
74	Ivan Parianak	Laki-laki	33	SMA	Anggota TNI AU	3.000.000	Sudah Menikah
75	Triyani	Perempuan	32	D-III	Wiraswasta	2.300.000	Belum Menikah
76	Arbani	Laki-laki	40	SMA	Karyawan Swasta	2.500.000	Sudah Menikah
77	Achmadi	Laki-laki	37	SMA	Anggota TNI AU	3.200.000	Sudah Menikah
78	Dimas Setyawan	Laki-laki	40	S1	Pengawai BUMN	3.900.000	Sudah Menikah
79	Syamsul Huda	Laki-laki	28	SMA	Karyawan Swasta	2.200.000	Belum Menikah

80	Nurhadi	Laki-laki	48	SMA	Anggota TNI AU	4.000.000	Sudah Menikah
81	Sabda Tama	Laki-laki	54	S1	Karyawan Swasta	5.000.000	Sudah Menikah
82	Zainul Arifin	Laki-laki	33	S1	Karyawan Swasta	4.000.000	Sudah Menikah
83	Syamsul Hadi	Laki-laki	29	S1	Pengawai BUMN	2.700.000	Belum Menikah
84	Dwi Yusron	Laki-laki	31	SMA	Anggota TNI AU	2.000.000	Sudah Menikah
85	Muhammad Tomi	Laki-laki	32	S1	Karyawan Swasta	4.500.000	Sudah Menikah
86	Beni Novriadi	Laki-laki	24	SMA	Anggota TNI AU	2.500.000	Sudah Menikah
87	Syamsiah	Laki-laki	33	D-III	Wiraswasta	2.400.000	Sudah Menikah
88	Alfina Damayanti	Perempuan	39	SMA	Anggota TNI AU	2.700.000	Sudah Menikah
89	Yanuar	Laki-laki	28	SMA	Anggota TNI AU	2.300.000	Belum Menikah
90	Dewi Afriani	Perempuan	28	S1	Karyawan Swasta	4.100.000	Belum Menikah
91	Galuh Aji Primadi	Laki-laki	38	S1	Wiraswasta	3.500.000	Sudah Menikah
92	Helmi Wirawan	Laki-laki	25	SMA	Anggota TNI AU	2.500.000	Belum Menikah
93	Ibnu Prabowo	Laki-laki	30	SMA	Wiraswasta	2.000.000	Sudah Menikah
94	Kamal Hafidh	Laki-laki	34	S1	Karyawan Swasta	2.500.000	Sudah Menikah
95	Iqbal Prasetio	Laki-laki	31	SMA	Pelajar/Mahasiswa	3.000.000	Sudah Menikah
96	Riska Imanita	Perempuan	26	D-III	Karyawan Swasta	2.000.000	Sudah Menikah
97	Unggul Prasetio	Laki-laki	32	S1	Wiraswasta	3.500.000	Sudah Menikah
98	Anisa Dwi Marwati	Perempuan	32	SMA	Anggota TNI AU	2.000.000	Sudah Menikah
99	Teguh Rachman	Laki-laki	35	S1	Wiraswasta	2.800.000	Sudah Menikah
100	Ari Putra	Laki-laki	38	SMA	Anggota TNI AU	2.000.000	Sudah Menikah

Y4.23	Pearson Correlation	0,179	0,336**	0,291**	0,300**	0,291**	0,300**	0,153	0,164	0,154	0,339**	0,304**	0,319**	0,434**	0,154	0,339**	0,304**	0,319**	0,506**	0,185	1,000**	0,291**	0,185	1	0,291**	0,260**	0,284**	0,269**	0,269**
	Sig. (2-tailed)	0,074	0,001	0,003	0,002	0,003	0,002	0,128	0,104	0,127	0,001	0,002	0,001	0,000	0,127	0,001	0,002	0,001	0,000	0,066	0,000	0,003	0,066		0,003	0,009	0,004	0,007	0,007
	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	100	100	100
Y4.24	Pearson Correlation	0,185	0,301**	0,139	0,159	0,139	0,159	-0,087	0,200*	0,065	0,158	0,038	0,079	0,111	0,065	0,158	0,038	0,079	0,423**	0,224*	0,291**	1,000**	0,224*	0,291**	1	0,347**	0,029	0,215*	0,215*
	Sig. (2-tailed)	0,066	0,002	0,167	0,115	0,167	0,115	0,392	0,046	0,519	0,116	0,705	0,432	0,273	0,519	0,116	0,705	0,432	0,000	0,025	0,003	0,000	0,025	0,003		0,000	0,775	0,031	0,031
	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	100	100	100
Y5.25	Pearson Correlation	0,180	0,398**	0,197*	0,169	0,197*	0,169	0,023	0,126	0,240*	0,286**	0,102	0,279**	0,146	0,240*	0,286**	0,102	0,279**	0,457**	0,353**	0,260**	0,347**	0,353**	0,260**	0,347**	1	0,077	0,182	0,182
	Sig. (2-tailed)	0,074	0,000	0,049	0,093	0,049	0,093	0,824	0,210	0,016	0,004	0,312	0,005	0,147	0,016	0,004	0,312	0,005	0,000	0,000	0,009	0,000	0,000	0,009	0,000		0,446	0,070	0,070
	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	100	100	100
Y5.26	Pearson Correlation	0,188	0,329**	0,298**	0,304**	0,298**	0,304**	0,046	0,011	0,130	0,087	0,228*	0,236*	0,221*	0,130	0,087	0,228*	0,236*	0,211*	0,119	0,284**	0,029	0,119	0,284**	0,029	0,077	1	0,283**	0,283**
	Sig. (2-tailed)	0,061	0,001	0,003	0,002	0,003	0,002	0,651	0,911	0,199	0,388	0,022	0,018	0,027	0,199	0,388	0,022	0,018	0,035	0,237	0,004	0,775	0,237	0,004	0,775	0,446		0,004	0,004
	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	100	100	100
Y5.27	Pearson Correlation	0,314**	0,216*	0,208*	0,347**	0,208*	0,347**	0,055	0,144	0,073	0,070	0,095	0,272**	0,183	0,073	0,070	0,095	0,272**	0,390**	0,128	0,269**	0,215*	0,128	0,269**	0,215*	0,182	0,283**	1	1,000**
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,031	0,038	0,000	0,038	0,000	0,588	0,152	0,471	0,486	0,347	0,006	0,068	0,471	0,486	0,347	0,006	0,000	0,204	0,007	0,031	0,204	0,007	0,031	0,070	0,004		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	100	100	100
Y5.28	Pearson Correlation	0,314**	0,216*	0,208*	0,347**	0,208*	0,347**	0,055	0,144	0,073	0,070	0,095	0,272**	0,183	0,073	0,070	0,095	0,272**	0,390**	0,128	0,269**	0,215*	0,128	0,269**	0,215*	0,182	0,283**	1,000**	1
	Sig. (2-tailed)	0,001	0,031	0,038	0,000	0,038	0,000	0,588	0,152	0,471	0,486	0,347	0,006	0,068	0,471	0,486	0,347	0,006	0,000	0,204	0,007	0,031	0,204	0,007	0,031	0,070	0,004	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	100	100	100
KEPUTUSAN	Pearson Correlation	0,497**	0,599**	0,507**	0,541**	0,507**	0,541**	0,265**	0,323**	0,450**	0,433**	0,417**	0,468**	0,412**	0,450**	0,433**	0,417**	0,468**	0,665**	0,460**	0,660**	0,481**	0,460**	0,660**	0,481**	0,530**	0,442**	0,522**	0,522**
	Sig. (2-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,008	0,001	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	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	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

1. Hasil Uji Reliabilitas Bauran Pemasaran (X) dan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,914	37

2. Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,877	28

3. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	5,01639106
Most Extreme Differences	Absolute	0,061
	Positive	0,053
	Negative	-0,061
Test Statistic		0,061
Asymp. Sig. (2-tailed)		0,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

4. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error			
1 (Constant)	2,550	0,797		3,200	0,002
BAURAN PEMASARAN_AVRG	0,500	0,199	0,246	2,514	0,014

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN_AVRG

LAMPIRAN 8

5. Hasil Uji Koefisien Korelasi (R) dan Koefisien Determinasi (R²)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0,246 ^a	0,061	0,051	0,48708

a. Predictors: (Constant), BAURAN PEMASARAN

6. Hasil Uji Kelayakan Model (Uji F)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1,500	1	1,500	6,323	0,014 ^b
	Residual	23,250	98	0,237		
	Total	24,750	99			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), BAURAN PEMASARAN