

DAFTAR PUSTAKA

- Agustina, E. S., Sonani, N., Kardini, N., & Aghivirwiati, G. (2023). Manajemen Distribusi. Cendikia Mulia Mandiri. Kota Batam.
- Alma, B. (2016). Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Alfabeta. Bandung.
- Arif, H. M., Nur'aini, H., Sumartono, E., Ayu, M., & Prasetya, A. (2023). Inovasi frozen vegetable sebagai produk andalan oleh-oleh khas Desa Wisata Belirang. J. Dehasen Untuk Negeri. **2**(1): 125-130.
- Darmawan, D. (2017). Pengaruh kemasan dan harga terhadap keputusan pembelian produk sayuran hidroponik. J. Agrimas. **1**(1): 28-37.
- Dewi, O. I & Susanto, E. M. (2016). Pengaruh bauran pemasaran terhadap volume pembelian konsumen Chang Tea di Surabaya. J. Agora. **6**(2): 1- 6.
- Djharuddin, D. (2017). Pengaruh Saluran Distribusi Terhadap Volume Penjualan. J. Ekonomi Dan Bisnis Kontemporer. **3**(2): 1-8.
- Elmore, J. S., Girardot, C., & Stewart, K. (2021). Flavour and taste components in food. J. Food Composition and Analysis. **2**(1): 10-18.
- Fandy Tjiptono. (2012). Strategi Pemasaran. Vol 3, Andi. Yogyakarta.
- Faqih, R. A., Nurlenawati, N., & Triadinda, D. (2022). Potensi Desa Rawagempol Wetan dalam bidang pertanian. J. Manajemen dan Akuntansi, **6**(1): 35-37.
- Ghozali, I. (2018). Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hapsah, S. (2016). Industri pertanian sebagai *leading sector* dalam pertanian Indonesia. J. Geografi. **7**(2):10-18.
- Hardiansyah, R. (2018). Pengaruh bauran pemasaran (*product, price, place, promotion*) terhadap penjualan produk hasil produksi petani pada Pasar Tani Mekar Jaya Kelurahan Toapaya Asri. J. Manajerial dan Bisnis Tanjungpinang. **2**(1): 40-55.
- Haque, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). Strategi Pemasaran Konsep, Teori dan Implementasi. Pascal Books. Tangerang.
- Irawati, K & Nuswiokoantara, B. (2019). Hubungan marketing mix terhadap keputusan konsumen sayuran hidroponik di Crispy Farm Kecamatan Banyumanik Kabupaten Semarang. J. Ilmu-Ilmu Pertanian. **6**(2): 1-13.

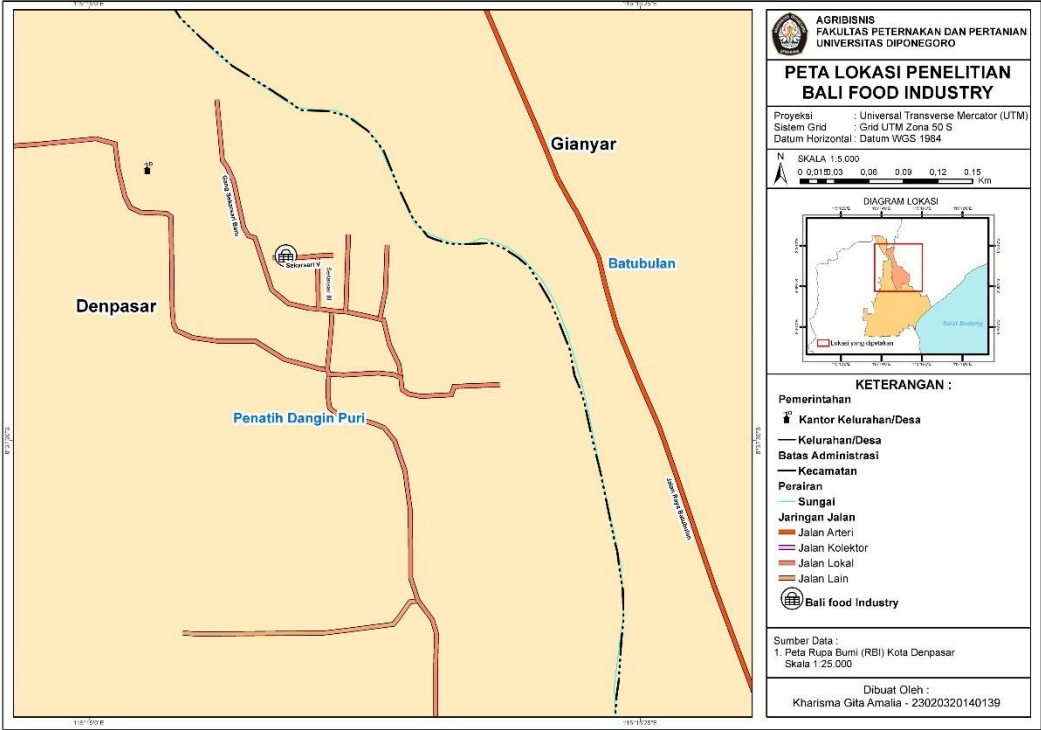
- Isnaini, D. B. (2019). Efektivitas peranan saluran distribusi dan hubungannya terhadap peningkatan volume penjualan minyak goreng cap sendok pada PT. Astra Agro Lestari Tbk. Medan. J. Wahana Inovasi. **8**(2): 13-20.
- Istoto, S., & Subagja, I. K. (2018). Pengaruh kualitas produk dan promosi terhadap keputusan pembelian buah melon PT. Syafina Niaga. J. Manajemen Bisnis Krisnadwipayana. **6**(2): 1-16.
- Khumaidi, A. (2013). Analisis Pengaruh Produk, Harga, Distribusi & Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Teh Celup Sariwangi (Studi Kasus Pada Konsumen Rumah Tangga Di Kp. MUK Cengkareng). Jakarta: Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Khoiriyah, A., & Wicaksana, P. S. I. (2023). Pengaruh kualitas produk, citra merek dan harga terhadap keputusan pembelian produk *frozen food* merek golden farm di masyarakat Kota Bekasi. J. Informatika Ekonomi Bisnis **2**(3): 1141-1144.
- Kotler, P., & Amstrong, G . (2016). Prinsip-prinsip Pemasaran. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1 dan 2. PT. Indeks. Jakarta.
- Kuncoro, M. (2018). Metode Kuantitatif Teori Dan Aplikasi Untuk Bisnis dan Ekonomi. Edisi Kelima. Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YPKN: Yogyakarta.
- Michael, S. (2016) Customer Behaviour Buying, Having and Being. Pearson Education. USA.
- Mulyana, M. (2019). Strategi Promosi dan Komunikasi. Manajemen Pemasaran Universitas Terbuka. Tangerang.
- Noer, Z., & Ilvira, R. F. (2023). Preferensi konsumen dalam keputusan pembelian produk olahan buah di food delivery e-commerce Kota Medan. J. Pembangunan dan Pendidikan Vokasi Pertanian. **4**(1): 42-51.
- Nugroho, A. (2005). Strategi Jitu Memilih Metode Statistic Penelitian Dengan SPSS, Andi. Yogyakarta.
- Ohoitmur, S. F., Fatmawati, E. W., & Winahyu, N. (2024). Analisis pengaruh brand image (citra merek), harga dan promosi terhadap keputusan pembelian minuman kopi di Alinea Kediri. J. Agribisnis Cendekia. **1**(1): 17-24.
- Pertiwi, M. I., Yulianto, E. & Sunarti. (2016). Pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian. J. Administrasi Bisnis. **37**(1): 179-186.

- Pitaloka, D. (2017). Hortikultura: Potensi, pengembangan dan tantangan. G-Tech: J.Teknologi Terapan. **1**(1): 1-4.
- Pomering, A. (2017). Marketing for sustainability : Extending the conceptualisation of the marketing mix to drive value for individuals and society at large. J. Australasian Marketing (AMJ). **25**(2): 157–165.
- Prasetya, I., S. (2016). Pengaruh Produk, Harga, Saluran Distribusi Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Kukubima Ener-G. J. Ilmu dan Riset Manajemen. **5**(7): 1-8.
- Prayudi, D., Oktapiani, R., & Gunawan, A. A. (2021). Keputusan promosi efektif dengan metode oreste fuzzy multiple attribute decision making (FMADM) pada UMKM. J. Informatika Universitas Pamulang. **6**(2): 290-296.
- Putlia, G. (2022). Perilaku konsumen *frozen fruit* ditinjau dari preferensi dan daya belinya. J. Manajemen Strategi dan Aplikasi Bisnis. **5**(1): 99 – 112.
- Putri, S. W. A. (2019). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Kepuasan Konsumen Serta Dampaknya terhadap Volume Pembelian (Doctoral dissertation, Institut Manajemen Koperasi Indonesia).
- Rahardjo, C. R. (2017). Empat faktor yang menjadi preferensi konsumen dalam membeli produk *frozen food*. J. Manajemen dan Start-Up Bisnis. **1**(1): 32–43.
- Rahardjo, M. (2017). Studi kasus dalam penelitian kualitatif: konsep dan prosedurnya. J. Ilmiah. Malang: **3**(1): 10-25.
- Rahayu, L. M., Y. Abdillah. (2017). Pengaruh *green marketing* terhadap keputusan pembelian konsumen. J. Administrasi Binis. **43**(1): 121-13.
- Ramadhani, A., & Probosari, E. (2014). Perbedaan kadar trigliserida sebelum dan setelah pemberian sari bengkuang (*Pachyrrhizus erosus*). (Doctoral dissertation, Diponegoro University).
- Restuningtyaswidi, H., & Simamora, L. (2021). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan pembelian buah dan sayur terhadap penggunaan aplikasi di jabodetabek. J. Sosial Ekonomi Pertanian. **17**(2): 39-54.
- Saputra, G. R., & Roswaty, R. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran 4p Terhadap Keputusan Pembelian Pupuk Eceran Di Toko Tani Makmur Pagar Alam Sumatera Selatan. J. Nasional Manajemen Pemasaran & SDM. **1**(2): 32 - 45.
- Saputra, M. D. (2023). Pengaruh lokasi dan kualitas produk terhadap keputusan pembelian. J. Sammanjiva Penelitian Bisnis dan Manajemen. **1**(3):304-317.

- Sekaran, U & Roger, B. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis: Pendekatan Pengembangan-Keahlian*, Edisi 6, Buku 1, Cetakan Kedua, Salemba Empat. Jakarta Selatan.
- Sujarweni, W. (2021). *Manajemen Keuangan Teori, Aplikasi dan Hasil Penelitian*. Pustaka Baru Press. Yogyakarta.
- Saladin, D. (2016). *Manajemen Pemasaran*. Agung Ilmu. Bandung.
- Sangadji, E, M., & Sopiah. (2013). *Prilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai: Himpunan Jurnal Penelitian*. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Sethuraman, R., Tellis, G. J., & Briesch, R. A. (2011). How well does advertising work? Generalizations from meta-analysis of brand advertising elasticities. *J. Marketing Research*. **48**(3): 457-471.
- Sulaiman. (2015). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap kepercayaan merek dan dampaknya pada keputusan pembelian. *J. Manajemen*. **4**(1): 1-5.
- Sudaryono. (2016). *Manajemen Pemasaran Teori Dan Implementasi*. Andi. Yogyakarta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R & D*. CV Alfabeta. Bandung.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods)*. CV Alfabeta. Bandung.
- Taylor, H. (2018). *B2B Marketing Strategy, Differentiate, Develop and Deliver Lasting Customer Engagement*. Kogan Page. London.
- Tisnawati, E & Saefullah, K. (2015). *Pengantar Manajemen*. Penerbit Kencana: Jakarta.
- Tjiptono, F. (2014). *Pemasaran Jasa - Prinsip, Penerapan, dan Penelitian*. Andi. Yogyakarta.
- Tjiptono & Chandra. (2016). *Service, Quality, and Satisfaction*. Andi. Yogyakarta.
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis Bisnis*. PT. Raja Grafindo. Jakarta.
- Widyastuti, P. (2018). Kualitas dan Harga sebagai Variabel Terpenting pada Keputusan Pembelian Sayuran Organik. *J. Bisnis dan Manajemen Ekspetra*. **2**(1): 17-28.

- Widyatami, L. E., & Wiguna, A. A. (2017). Peningkatan nilai tambah potensi buah kenitu melalui diversifikasi pengolahan dan analisis usaha buah kenitu di Kecamatan Sumberbaru Kabupaten Jember. Politeknik Negeri Jember. Jember
- Zuraika, N., Sebayang, T., & Supriana, T. (2018). Analisis pengaruh bauran pemasaran dan karakteristik konsumen terhadap zuraime pembelian sayuran hijau di pasar modern di Kota Medan. J. Social Economic of Agriculture and Agribusiness. **9**(10): 4-12

Lampiran 1. Peta Lokasi Bali Food Industry



Lampiran 2. Kuesioner

I. Pengalaman Konsumen

- Petunjuk Pengisian

Berilah tanda *checklist* (V) pada salah satu pilihan jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat anda alami sebagai tenaga kerja pada komponen-komponen variabel. Masing-masing pilihan jawaban memiliki makna sebagai berikut:

SS = Apabila jawaban tersebut menurut anda sangat setuju.

S = Apabila jawaban tersebut menurut anda setuju.

KS = Apabila jawaban tersebut menurut anda kurang setuju.

TS = Apabila jawaban tersebut menurut anda tidak setuju.

STS = Apabila jawaban tersebut menurut anda sangat tidak setuju

A. Langkah Keputusan Pembelian

1. Penngenanalan Masalah

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya menyadari akan kebutuhan gizi konsumen, terutama asupan vitamin dan serat dalam pola makan mereka					
2.	Saya menyadari akan kebutuhan bahan makanan yang cepat dan praktis serta memiliki berbagai variasi					
3.	Saya menyadari akan kebutuhan bahan baku yang tersedia sepanjang tahun (bahkan untuk buah yang tidak musiman sepanjang tahun)					

Lampiran 2. (Lanjutan)

2. Pencarian Informasi

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya mencari informasi tentang berbagai jenis <i>frozen fruit</i> yang tersedia di pasaran					
2.	Saya mencari ulasan mengenai produk dan mengecek nutrisi					
3.	Saya mencari saran dan berkonsultasi dengan orang-orang yang memiliki pengalaman dengan produk-produk tertentu					

3. Evaluasi Alternatif

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya mengevaluasi berbagai merek dan jenis <i>frozen fruit</i> berdasarkan faktor-faktor seperti rasa, kualitas, dan harga					
2.	Saya mempertimbangkan antara <i>frozen fruit</i> (<i>frozen fruit</i>) dan buah segar					
3.	Saya mempertimbangkan apakah buah-buahan tersebut bebas dari pengawet agar tetap mempertahankan kandungan gizi					

4. Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya memutuskan untuk membeli beberapa jenis <i>frozen fruit</i> yang memenuhi kebutuhan gizi konsumen					

Lampiran 2. (Lanjutan)

2.	Saya memutuskan untuk membeli <i>frozen fruit</i> karena ketersediaan bahan sepanjang tahun					
3.	Saya juga memutuskan untuk membeli karena dipengaruhi oleh faktor promosi					

5. Perilaku Pasca Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Setelah menggunakan produk <i>frozen fruit</i> , saya merasa terpenuhi harapan saya dalam hal rasa, kualitas, dan ketersediaan					
2.	Saya merasa puas dengan <i>frozen fruit</i> dan akan menjadi pelanggan setia dan memilihnya kembali dalam pembelian berikutnya					
3.	Saya akan merekomendasikan produk <i>frozen fruit</i> kepada orang lain					

A. Bauran Pemasaran

1. Produk (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1.	Produk yang ditawarkan <i>frozen fruit Bali Food Industry</i> memiliki cita rasa yang tidak merubah rasa buah asli					
2.	Produk <i>frozen fruit</i> yang dijual <i>Bali Food Industry</i> memiliki daya tahan simpan yang tahan lama (kisaran 6 bulan – 1 tahun)					

Lampiran 2. (Lanjutan)

3.	Produk <i>frozen fruit</i> yang dijual <i>Bali Food Industry</i> memiliki berbagi jenis varian buah					
4.	Produk <i>frozen fruit</i> yang dijual <i>Bali Food Industry</i> memiliki potongan buah yang memudahkan untuk dikonsumsi					
5	Produk <i>frozen fruit</i> yang dijual <i>Bali Food Industry</i> tersedia sepanjang tahun					

2. Harga (X₂)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Harga produk yang ditawarkan <i>Bali Food Industry</i> terjangkau dan bervariasi tergantung dengan ukuran dan jenis <i>frozen fruit</i>					
2	Harga produk yang ditawarkan <i>Bali Food Industry</i> sesuai dengan manfaat dari <i>frozen fruit</i>					
3	Kepraktisan dan nominal harga yang ditawarkan memudahkan konsumen dalam melakukan pembayaran					
4	Harga produk sebanding dengan kualitas dan keamanan kemasan					
5.	Adanya potongan harga khusus untuk pelanggan					

Lampiran 2. (Lanjutan)

3. Distribusi (X₃)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	<i>Bali Food Industry</i> memberikan pengiriman gratis sesuai dengan kriteria pemesanan					
2	Produk bisa diantar sesuai permintaan konsumen					
3	Produk diantar tepat waktu dan sesuai pesanan					
4	Bertanggung jawab menangani pengembalian produk dengan cepat					
5	<i>Bali Food Industry</i> memiliki tempat penyimpanan (<i>coolbox</i>) yang bersih pada saat proses pendistribusian					

4. Promosi (X₄)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Promosi yang dilakukan oleh <i>Bali Food Industry</i> sesuai dengan kenyataan (gambar pada sosial media, promosi oleh sales, dll)					
2.	Iklan di media sosial sangat berguna dalam memberikan informasi					
3.	Promosi berupa media offline (sales) membuat konsumen tertarik datang (pembagian brosur)					
4.	Adanya pemberian bonus secara langsung					
5.	Promosi dilakukan membuat konsumen teredukasi					

Lampiran 2. (Lanjutan)

5. Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	KS	TS	STS
1	Saya mengevaluasi terlebih dahulu produk <i>Bali Food Industry</i> sebelum melakukan keputusan pembelian					
2.	Saya melakukan keputusan pembelian setelah mengetahui kualitas dari <i>Bali Food Industry</i> sesuai dengan kebutuhan saya					
3.	Saya merasa membeli ulang produk dari <i>Bali Food Industry</i>					
4.	Saya akan memberikan rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di <i>Bali Food Industry</i>					
5.	Saya merasa frekuensi pembelian <i>frozen fruit</i> dari <i>Bali Food Industry</i> meningkat					

B. Perilaku Konsumsi

2. Berapa jumlah volume pembelian (kg) *frozen fruit* di *Bali Food Industry* dalam sekali transaksi?
3. Berapa kali dalam sebulan Anda melakukan transaksi di *Bali Food Industry*?

Lampiran 3. Identitas Responden

NO	Nama Responden	Nama Restoran	Usia	Tingkat Pendidikan	Jabatan
1	Ida Ayu Nyoman	Lush Kitchen			Admin
2	Adyaguhyanthi		25	S1	Purchasing
3	Ardi	Djuma	28	D3	Manajer
4	Iffa	Superfood Changgu	41	S1	Owner
5	Putu	Dedari Cafe Eatery	24	D3 Pariwisata	Manajer
6	Rama	Puco Rooftop	24	S1	Manajer
7	Nina	Chiringuito	28	D4	Manajer
8	Rini	Capil Beach Bar	32	S1	Manajer
9	Kadek Agus	Djoglo Seminyak	37	S1	Manajer
10	Eko	Chez Gado Gado	30	S1	Manajer
		Amv Shooting And			
11	Maya Lestari	Sport Bar	29	SMA	Staff
12	Putu Siva				
13	Ranggadana	Bali Timbungan	27	D4	Manajer
14	Febri	Babylon Shisa	32	D3	Manajer
15	Noni Purnama				
16	Wulandari	Bali Bondi	38	S1	Owner
17	Tasya	Work Space Bali	23	S1	Owner
18	Kebink	Bambo Eatery	33	S1	Manajer
19	Jeany	Cork Sanur	35	S1	Manajer
20	Rhendy Ervan	Costa by Monsta	32	S1	Manajer
21	Rachel	Dapur Deli	29	S1	Manajer
22	Wahyu	Jojo Pizza	28	D4	Manajer
23	Mita Diantari	Pump Kitchen	32	S1	Manajer
24	Iwan Wiadyana	Touche	36	S1	Manajer
25	Niluh Nia				
26	Karolina	Suksma Kitchen	40	S1	Manajer
27	Raka Suaningsih				
28	Imani	Little Frenchie	39	D3	Manajer
29	Greg Normandy	The Normandy French	45	S1	Owner
30	Gede	Happy Monkey Sanur	37	S1	Manajer
31	Komang Babla	Warung Baby Monkey	28	S1	Manajer
32	Jaya	Tapha	35	S1	Manajer
33	Putu Ayu Vinka	Warung Man Gege	32	S1	Owner
34	Arix	Veneta Galeteria	26	D3	Purchasing
35		Jiwan Coffee and			
36	Prema Sathira	Things Bali	34	S1	Manajer
37	Luhde Evayanti	Mangsi	42	S1	Owner
38	Nurul	Soleram	28	S1	Manajer
39	Ella	Lakoo Eatery	25	S1	Manajer
40	Ani	Protein Island	29	S1	Manajer
41	Yuni	The Lawn Canggu	28	S1	Manajer
42	Abi Arya	Tygr Canggu	32	D4	Manajer
43	Syailendra Abadi	Kabunku Eatery	29	D3	Manajer
44	Angga	Mewali Saseh	25	D3	Purchasing

Lampiran 3 (Lanjutan)

NO	Nama Responden	Nama Restoran	Usia	Tingkat Pendidikan	Jabatan
39	Yudhistira	Enigma Garden	37	S1	Manajer
40	Ony Firmansyah	Jumpa Kopi	28	S1	Manajer
41	Brandon	Bodhi Leaf	29	S1	Owner
42	Wisma	Sunfield Resto	32	S1	Manajer
43	Melinda Lusi	Lusi And Pakan	39	S1	Owner
44	Winny	Luber Resto	30	S1	Manajer
45	Rian Suriwathi	Warung Happy Legian	28	S1	Manajer
46	Sari	Swich	29	S1	Manajer
47	Suherman	Lucky 8 Roast	53	S1	Owner
48	Yelso Asriani	Uncle Bens 23	26	S1	Purchasing
49	I Made Parta				
49	Wijaya	Lucky Day Seminyak	36	S1	Manajer
50	Komang Ayu	Warung Eropa	36	S1	Purchasing
51	Devi	Warung Imeme	28	S1	Manajer
52	Ni Luh Gede				Admin
52	Anggik Dwi P	Men-Ramen	25	S1	Purchasing
53	Gus Bian	Healthy Plus	26	S1	Staff
NO	Nama Responden	Nama Kafe	Usia	Tingkat Pendidikan	Jabatan
54	Aldea	Escape Cafe	25	S1	Owner
55					Admin
55	Octa Viana	Amo	25	S1	Purchasing
56	Purnama Sari	Alleyway	30	S1	Manajer
57	Linda	Cactus	29	S1	Manajer
58	Steven Tjahjadi	Cumulus	30	S1	Owner
59	Oriana Levina	Dough Darling	27	S1	Manajer
60	Luh Rutiniasih	Fed	42	S1	Manajer
61	Riana	Fruitful Smoothie	35	D3	Manajer
62	Rosalin	Eforhis Almond	29	S1	Manajer
63	Kartika	Dulang Cafe	33	D3	Purchasing
64	Sham Brian	Cafe Bloom Sanur			
64	Anggara		32	S1	Manajer
65	Septy	Dapur Septy	42	S1	Owner
66	Suartika Putra	La Playa	34	D4	Manajer
67	Dyah Astuti				
67	Sukardi	Kopitoko Sanur	42	S1	Owner
68	Prabawa	Ducok Dan Pucok	30	D4	Manajer
69	Ni Wayan Savitri	Amolas Cafe	28	S1	Manajer
70	Ningsih	Clear Cafe	35	S1	Manajer
71	Ni Ketut Werti	Lucky Smoothies	42	SMA	Owner
72	Ayu	Saigon Cafe	51	S1	Owner
73	Astrid Sulaiman	Goro Goro Cafe	41	D3	Manajer
74	Luhde Suarini	Loii	43	S1	Owner
75	Pande Komang				
75	Ayu Maha Putri	Tanpanama	29	S1	Owner

Lampiran 3. (Lanjutan)

NO	Nama Responden	Nama Kafe	Usia	Tingkat Pendidikan	Jabatan
76	Komang	Heart Bean Cafe	30	S1	Manajer
77	Ni Putu Sri Utari	Awake Coffee	42	S1	Owner
78	Jeru Sekar	Batan Waru Ubud	50	S1	Owner
79	Rahayu Wulandari	Nena Cafe Canggu	29	S1	Manajer
80	Dwi Oktaviani	Wanderlust	28	S1	Manajer
81	Wayan	Sugar Daddy Cafe	32	D4	Manajer
	Melissa Huang	Al Bacio Cafe & Gelato	35	S2	Owner
82					
83	Arik	Fine Cafe	27	D4	Manajer
	Oktavia Sawanita	Broken Coffee			
84	Sari		32	S1	Manajer
	Ni Made Nungki	Sogil Brew			
85	Suardhani		30	S1	Manajer
86	Nuke	Coffee Corner Legian	33	S1	Manajer
87	Susanti Dewi	Etnik Rumah Kopi	34	S1	Manajer
88	Maya	Dear Lucy	33	S1	Manajer
89	Dyanthi Utami	Local Cafe	26	S1	Staff
	Samsun Opi				
90	Widiari	Kynd	35	S1	Manajer
91	Made Carloz	South+East	34	S1	Manajer
92	Pujawan	Coffee Cartel	35	S1	Manajer
93	Bagus Adi	Tentang Kopi	28	D4	Manajer
94	Christine	Urbastea	39	S1	Manajer
NO	Nama Responden	Nama Hotel	Usia	Tingkat Pendidikan	Jabatan
95	Dwi Yanti	Claremont Luxury	35	D4	Manajer
96	Arry Sunarta	Amadea Hotel	27	D4	Manajer
97	Widi	D Prima Hotel	32	S1	Manajer
98	Gio Pranama	Zest Hotel	38	D4	Manajer
99	Indah Cahyani	Marine Bay Sanur	34	S1	Manajer
100	Prada	Kemilau	35	D4	Manajer
	Windy Setyowati				
101	Eszaba	Koa D Surfer	31	S1	Manajer
102	Eka Agustiani	Swissbell Sanur	34	S1	Manajer
103	Sukra	Maya Sayang	27	D4	Manajer
104	Yudi	Anumana Hotel	30	D4	Manajer
105	Kadek Edy	Aston Canggu	30	S1	Manajer
106	Rustiani	Restu Bali	32	S1	Manajer
107	Agung Mayun	Swissbell In Legian	33	D3	Purchasing
		Four Points By			
108	Dian Wardika	Sheraton	28	D3	Staff

Lampiran 4. Hasil Input Data

NO	PRODUK(X1)						HARGA(X2)						DISTRIBUSI(X3)						PROMOSI(X4)						KEPUTUSAN PEMBELIAN(Y)					
	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM
1	4	4	4	4	4	20	5	5	5	4	5	24	4	5	5	4	4	22	5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	5	23
2	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24	5	5	4	5	5	24	5	5	3	5	5	23	5	5	5	5	5	25
3	5	4	4	4	3	20	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
4	5	2	5	5	5	22	5	5	5	5	3	23	5	5	5	5	5	25	3	3	2	3	4	15	4	5	5	5	5	24
5	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	5	21	4	4	4	4	4	20	4	3	3	4	4	18	5	4	5	4	4	22
6	5	5	4	5	5	24	4	5	3	5	3	20	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	4	4	4	5	5	22
7	5	5	4	4	5	23	4	4	3	3	4	18	4	4	5	5	5	23	5	5	4	5	4	23	4	4	5	5	5	23
8	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	5	24	5	5	4	3	4	21	5	5	5	5	5	25
9	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
10	4	5	4	4	3	20	3	5	5	4	5	22	5	5	4	5	5	24	4	5	4	3	4	20	4	4	5	5	4	22
11	5	5	5	5	4	24	4	5	4	5	5	23	5	4	5	5	4	23	5	5	5	4	5	24	5	5	4	4	5	23
12	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
13	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24	5	4	5	4	5	23	5	5	5	4	5	24
14	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
15	4	4	4	4	3	19	5	4	4	3	5	21	4	4	4	5	4	21	5	5	3	5	3	21	4	5	4	4	4	21
16	4	4	4	4	4	20	3	4	4	4	3	18	4	4	4	4	5	21	4	5	5	5	4	23	4	4	4	4	4	20
17	4	4	3	4	4	19	3	4	4	3	4	18	4	3	3	5	5	20	5	3	4	3	5	20	4	4	4	4	5	21
18	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	4	21	4	5	4	5	4	22	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
19	5	4	5	5	4	23	5	5	4	4	4	22	4	4	4	5	5	22	5	4	4	4	4	21	5	4	5	5	5	24
20	4	3	4	4	4	19	4	4	4	5	4	21	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
21	5	5	5	4	5	24	4	5	4	5	5	23	4	4	4	4	5	21	5	4	5	4	3	21	4	4	4	4	4	20
22	4	5	5	5	4	23	4	5	4	4	4	21	4	4	5	5	4	22	4	5	4	4	4	21	4	4	4	4	4	20
23	4	5	5	4	5	23	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	5	24	5	4	5	5	5	24	4	4	4	5	4	21
24	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	5	21	4	4	5	5	5	23	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	5	21
25	5	5	4	4	5	23	4	5	4	4	4	21	5	4	5	4	4	22	4	4	5	4	4	21	4	4	4	4	4	20

Lampiran 4. (Lanjutan)

NO	PRODUK(X1)						HARGA(X2)						DISTRIBUSI(X3)						PROMOSI(X4)						KEPUTUSAN PEMBELIAN(Y)					
	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM
26	5	4	4	3	3	19	4	4	5	5	5	23	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
27	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	3	21
28	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	5	25
29	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	23
30	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	3	23	4	4	3	5	5	21	5	5	2	3	5	20	5	5	4	4	5	23
31	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25
32	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
33	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24
34	4	5	5	4	5	23	5	5	4	5	4	23	5	5	5	4	4	23	4	4	3	4	4	19	4	3	5	4	5	21
35	5	4	4	4	3	20	3	4	4		3	14	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20
36	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20
37	4	4	5	5	5	23	5	5	5	4	5	24	4	5	5	5	5	24	5	4	5	4	4	22	5	4	5	5	5	24
38	3	3	4	3	4	17	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
39	4	4	3	3	3	17	4	3	4	4	3	18	3	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	19	4	4	4	4	4	20
40	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	5	21	4	4	5	4	5	22	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25
41	5	5	4	5	5	24	4	5	4	5	5	23	5	5	4	5	5	24	4	5	4	5	4	22	5	5	4	5	4	23
42	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24
43	5	4	5	5	4	23	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	4	21
44	5	5	5	5	5	25	4	5	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25
45	5	5	5	5	5	25	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
46	5	5	5	5	5	25	5	4	5	5	5	24	4	4	4	3	4	19	3	4	4	3	5	19	5	5	4	5	5	24
47	4	4	4	4	4	20	3	3	3	3	3	15	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	3	19
48	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	4	23
49	3	4	3	4	4	18	4	4	4	5	4	21	5	5	4	4	5	23	5	4	5	4	4	22	4	4	4	3	4	19
50	5	5	5	5	4	24	5	5	4	5	5	24	4	5	5	4	5	23	5	4	5	5	4	23	5	4	5	4	5	23

Lampiran 4. (Lanjutan)

NO	PRODUK(X1)						HARGA(X2)						DISTRIBUSI(X3)						PROMOSI(X4)						KEPUTUSAN PEMBELIAN(Y)					
	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM
51	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
52	5	5	5	3	4	22	3	4	3	3	4	17	4	3	4	3	4	18	3	3	3	5	4	18	5	4	4	5	4	22
53	5	4	5	5	5	24	4	5	5	5	4	23	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
54	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	4	4	3	3	3	17	4	5	5	5	5	24
55	4	3	4	4	3	18	3	4	4	4	3	18	3	3	4	4	4	18	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20
56	5	5	5	5	4	24	4	4	4	5	4	21	5	5	5	4	5	24	4	4	4	4	5	21	5	5	5	4	4	23
57	5	5	5	5	5	25	5	5	3	5	4	22	5	5	5	5	4	24	5	4	3	3	5	20	5	5	5	4	5	24
58	5	5	5	5	5	25	5	4	4	5	4	22	5	5	5	5	5	25	4	5	5	3	5	22	5	5	5	4	5	24
59	5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	5	23	5	5	5	4	5	24	4	5	5	4	5	23	5	5	5	5	5	25
60	4	4	4	3	3	18	4	4	3	4	4	19	4	5	5	3	5	22	5	5	5	5	5	25	4	4	3	4	4	19
61	4	5	5	4	5	23	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
62	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22
63	4	4	3	3	3	17	4	4	4	4	3	19	3	4	4	4	4	19	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	19
64	4	4	4	5	4	21	4	4	4	4	4	20	4	4	3	4	4	19	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21
65	4	4	5	5	4	22	5	4	4	5	4	22	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	5	21	5	5	5	4	4	23
66	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	3	4	4	3	4	18	4	4	4	4	5	21
67	5	4	5	4	3	21	3	4	5	4	5	21	5	4	5	4	5	23	5	4	4	5	4	22	5	5	4	5	4	23
68	3	3	3	3	3	15	3	3	4	3	3	16	3	3	3	4	3	16	4	3	3	3	3	16	5	4	4	5	4	22
69	4	5	5	5	5	24	5	5	4	5	5	24	4	4	4	3	3	18	3	3	3	3	3	15	4	4	5	5	4	22
70	5	5	5	4	5	24	5	4	4	4	5	22	4	5	5	5	4	23	5	5	5	4	5	24	5	4	5	4	5	23
71	4	4	3	3	4	18	4	4	4	4	4	20	4	5	5	5	5	24	4	4	4	4	5	21	5	4	4	4	5	22
72	4	4	4	4	4	20	4	4	5	4	4	21	5	4	5	4	4	22	4	4	3	4	4	19	4	4	5	5	5	23
73	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	5	4	5	5	23	5	5	4	5	5	24
74	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	4	23	5	4	5	5	4	23	5	5	4	4	5	23
75	5	5	5	4	5	24	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25

Lampiran 4. (Lanjutan)

NO	PRODUK(X1)						HARGA(X2)						DISTRIBUSI(X3)						PROMOSI(X4)						KEPUTUSAN PEMBELIAN(Y)					
	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM
76	5	5	5	5	5	25	4	4	4	5	5	22	5	4	5	5	5	24	5	4	5	5	4	23	5	4	4	4	5	22
77	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	4	24	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
78	5	4	5	5	5	24	5	5	4	4	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
79	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	5	5	22	5	5	5	5	5	25
80	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22
81	5	4	5	5	4	23	4	4	4	5	4	21	4	4	5	5	5	23	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
82	5	5	5	5	5	25	5	4	4	4	5	22	5	5	5	5	4	24	3	3	3	3	4	16	5	5	5	5	4	24
83	5	5	5	4	5	24	5	4	4	4	5	22	5	4	4	5	5	23	4	4	5	4	5	22	4	5	4	4	5	22
84	4	4	3	3	3	17	3	3	4	3	3	16	4	4	4	4	3	19	4	4	4	3	4	19	4	4	4	4	4	20
85	5	5	5	4	4	23	5	5	5	4	4	23	5	4	4	5	4	22	5	4	4	5	5	23	5	5	4	4	3	21
86	5	5	5	5	5	25	5	4	5	4	5	23	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	5	5	4	22
87	5	5	4	4	3	21	4	4	3	4	4	19	3	4	3	4	3	17	4	3	4	3	4	18	4	4	4	3	3	18
88	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	5	24	5	5	5	5	5	25
89	5	4	5	4	5	23	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	5	25
90	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	5	25	5	5	4	5	4	23	4	5	4	4	5	22	5	5	4	4	4	22
91	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	5	24	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	5	23	5	5	5	5	4	24
92	5	4	4	3	4	20	4	3	4	3	4	18	4	4	4	5	4	21	5	4	4	4	4	21	4	4	4	4	3	19
93	4	5	5	4	5	23	5	5	4	5	5	24	5	4	5	4	5	23	5	5	5	5	4	24	5	4	5	5	5	24
94	4	5	5	4	5	23	5	5	5	4	4	23	4	4	4	4	4	20	5	4	4	4	4	21	4	5	4	4	4	21
95	5	5	5	5	5	25	4	5	4	4	4	21	5	4	4	4	4	21	5	4	4	4	5	22	4	4	4	4	5	21
96	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	4	23	5	5	5	5	5	25	5	5	3	5	5	23	5	5	5	4	5	24
97	4	5	4	4	4	21	4	4	4	5	5	22	5	4	4	4	5	22	5	5	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20
98	5	5	5	5	5	25	5	5	5	4	4	23	5	4	4	5	5	23	5	5	5	4	5	24	5	5	5	5	4	24
99	4	4	3	4	2	17	4	3	3	4	3	17	4	4	3	4	3	18	4	3	2	2	4	15	4	5	5	4	4	22
100	5	4	5	4	4	22	3	4	4	4	3	18	4	4	4	3	4	19	3	4	3	4	4	18	4	4	4	3	4	19

Lampiran 4. (Lanjutan)

NO	PRODUK(X1)						HARGA(X2)						DISTRIBUSI(X3)						PROMOSI(X4)						KEPUTUSAN PEMBELIAN(Y)					
	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM	1	2	3	4	5	SUM
101	4	4	4	5	5	22	5	5	4	5	5	24	5	4	5	5	4	23	5	5	3	4	4	21	5	5	4	5	5	24
102	5	5	5	4	5	24	4	5	4	5	5	23	4	5	5	4	5	23	5	4	3	4	4	20	5	5	4	4	5	23
103	5	5	4	5	5	24	4	5	5	5	4	23	5	4	4	4	4	21	4	4	5	5	4	22	4	4	5	4	5	22
104	5	5	5	5	5	25	5	5	5	5	4	24	4	4	4	4	5	21	5	5	5	5	5	25	5	5	4	4	5	23
105	4	4	5	5	5	23	4	5	5	5	4	23	5	4	4	4	4	21	5	5	5	5	4	24	5	5	5	4	4	23
106	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	23	4	5	4	5	4	22	5	4	5	4	5	23
107	4	5	5	5	5	24	5	5	4	5	4	23	5	5	4	5	4	23	4	5	5	5	5	24	4	5	5	5	5	24
108	5	3	5	5	4	22	5	5	5	5	3	23	4	4	4	4	4	20	4	3	3	3	5	18	5	5	5	5	5	25

Lampiran 5. Uji Kelayakan Instrumen

1. Uji Validitas

1.1 Variabel Produk

		Correlations					
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	Total_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.430**	.566**	.444**	.357**	.697**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X1.2	Pearson Correlation	.430**	1	.459**	.373**	.477**	.704**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X1.3	Pearson Correlation	.566**	.459**	1	.640**	.647**	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X1.4	Pearson Correlation	.444**	.373**	.640**	1	.568**	.792**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X1.5	Pearson Correlation	.357**	.477**	.647**	.568**	1	.810**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108
Total_X1	Pearson Correlation	.697**	.704**	.856**	.792**	.810**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108

Lampiran 5. (Lanjutan)

1.2 Variabel Harga

		Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	Total_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.532**	.373**	.423**	.441**	.771**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	107	108	108
X2.2	Pearson Correlation	.532**	1	.468**	.586**	.373**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	107	108	108
X2.3	Pearson Correlation	.373**	.468**	1	.321**	.294**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.002	.000
	N	108	108	108	107	108	108
X2.4	Pearson Correlation	.423**	.586**	.321**	1	.288**	.718**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001		.003	.000
	N	107	107	107	107	107	107
X2.5	Pearson Correlation	.441**	.373**	.294**	.288**	1	.683**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.003		.000
	N	108	108	108	107	108	108
Total_X2	Pearson Correlation	.771**	.786**	.647**	.718**	.683**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	107	108	108

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

Lampiran 5. (Lanjutan)

1.3 Variabel Distribusi

		Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	Total_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.515**	.484**	.424**	.526**	.778**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X3.2	Pearson Correlation	.515**	1	.507**	.460**	.422**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X3.3	Pearson Correlation	.484**	.507**	1	.364**	.499**	.763**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X3.4	Pearson Correlation	.424**	.460**	.364**	1	.439**	.711**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X3.5	Pearson Correlation	.526**	.422**	.499**	.439**	1	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108
Total_X3	Pearson Correlation	.778**	.765**	.763**	.711**	.762**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108

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

Lampiran 5. (Lanjutan)

1.4 Variabel Promosi

		Correlations					
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	Total_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	.479**	.429**	.414**	.298**	.687**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.002	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X4.2	Pearson Correlation	.479**	1	.525**	.565**	.482**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X4.3	Pearson Correlation	.429**	.525**	1	.539**	.420**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X4.4	Pearson Correlation	.414**	.565**	.539**	1	.362**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
X4.5	Pearson Correlation	.298**	.482**	.420**	.362**	1	.657**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108
Total_X4	Pearson Correlation	.687**	.807**	.802**	.786**	.657**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108

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

Lampiran 5. (Lanjutan)

1.5 Variabel Keputusan Pembelian

		Correlations					
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Total_Y
Y1	Pearson Correlation	1	.589**	.361**	.302**	.347**	.710**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.002	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
Y2	Pearson Correlation	.589**	1	.367**	.364**	.294**	.722**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.002	.000
	N	108	108	108	108	108	108
Y3	Pearson Correlation	.361**	.367**	1	.535**	.397**	.738**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
Y4	Pearson Correlation	.302**	.364**	.535**	1	.391**	.727**
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000		.000	.000
	N	108	108	108	108	108	108
Y5	Pearson Correlation	.347**	.294**	.397**	.391**	1	.693**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000	.000		.000
	N	108	108	108	108	108	108
Total_Y	Pearson Correlation	.710**	.722**	.738**	.727**	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	108	108	108	108	108	108

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

Lampiran 5. (Lanjutan)

2. Uji Reliabilitas

2.1 Varibel Produk

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.830	.831	5

2.2 Variabel Harga

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.771	.773	5

2.3 Variabel Tempat

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.812	.812	5

2.4 Variabel Promosi

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.803	.804	5

Lampiran 5. (Lanjutan)

2.5 Variabel Keputusan Pembelian

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.763	.765	5

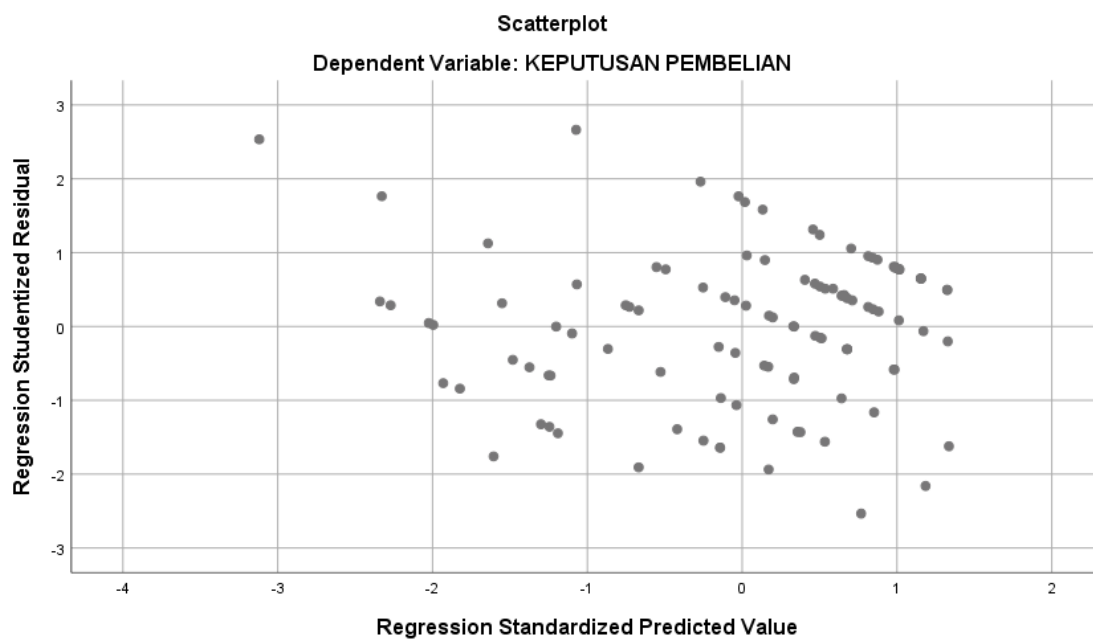
Lampiran 6. Uji Asumsi Klasik

1. Uji Multikolinearitas

Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	8.742	1.569		5.573	.000		
	PRODUK	.180	.079	.234	2.269	.025	.501	1.997
	HARGA	.224	.090	.280	2.479	.015	.417	2.398
	DISTRIBUSI	.221	.095	.258	2.326	.022	.434	2.302
	PROMOSI	-.003	.069	-.004	-.046	.964	.617	1.621

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

2. Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 6. (Lanjutan)

3. Uji Normalitas

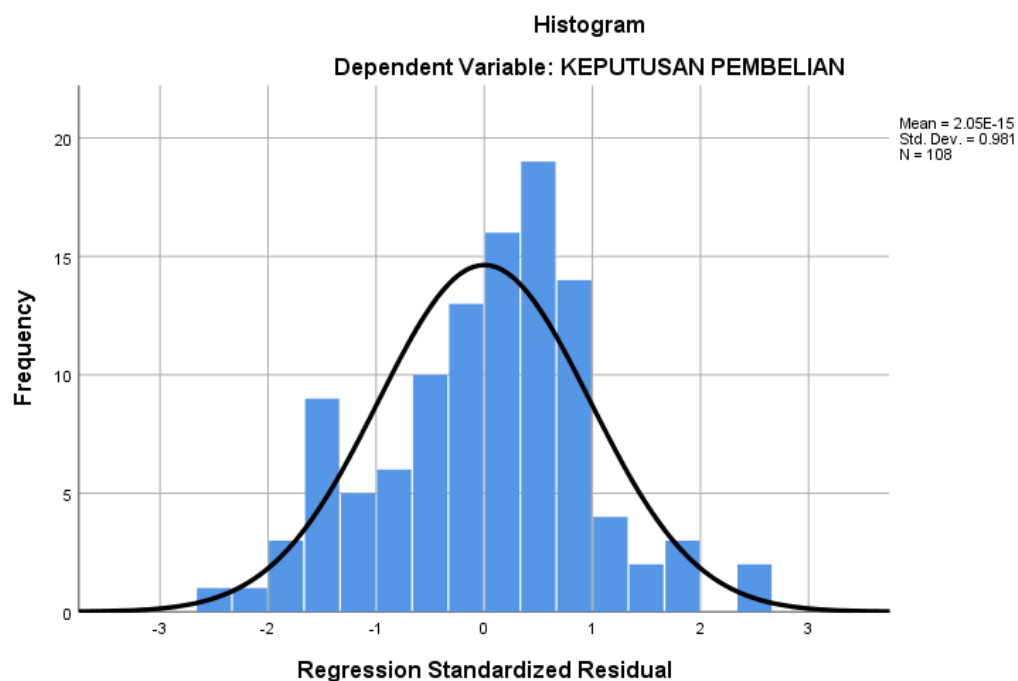
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

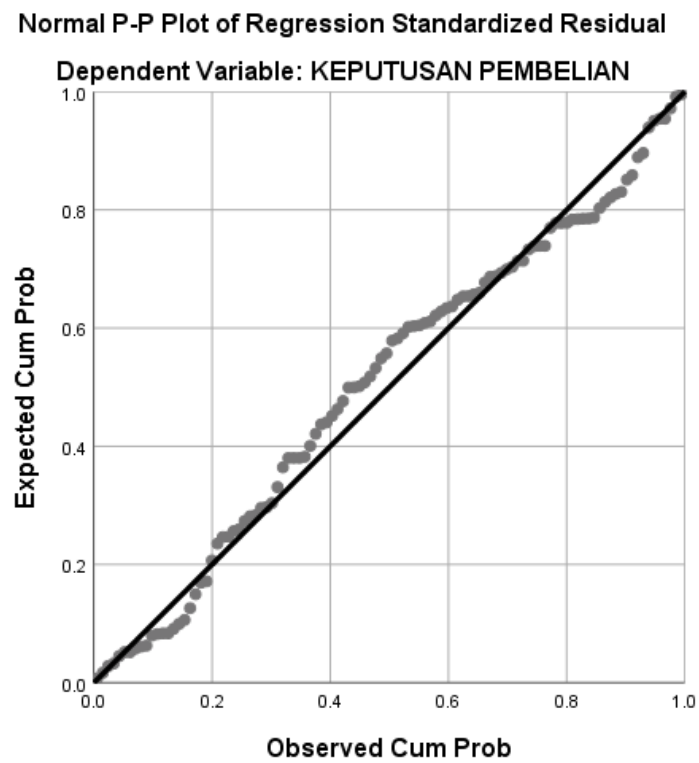
		Unstandardized Residual
N		108
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.43302266
Most Extreme Differences	Absolute	.080
	Positive	.063
	Negative	-.080
Test Statistic		.080
Asymp. Sig. (2-tailed)		.084 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



Lampiran 6. (Lanjutan)

Lampiran 7. Uji Regresi Linear Berganda

1. Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 ^a	.451	.430	1.46058

a. Predictors: (Constant), PROMOSI, PRODUK, DISTRIBUSI, HARGA

b. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

2. Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180.816	4	45.204	21.190	.000 ^b
	Residual	219.730	103	2.133		
	Total	400.546	107			

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

b. Predictors: (Constant), PROMOSI, PRODUK, DISTRIBUSI, HARGA

3. Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.742	1.569		5.573	.000
	PRODUK	.180	.079	.234	2.269	.025
	HARGA	.224	.090	.280	2.479	.015
	DISTRIBUSI	.221	.095	.258	2.326	.022
	PROMOSI	-.003	.069	-.004	-.046	.964

a. Dependent Variable: KEPUTUSAN PEMBELIAN

T tabel

Jumlah variabel (k) = 5

N = 108

0,025

Df = N - K - 1 = 108 - 4 - 1 = 103 = 1,98326

F tabel

DF1 = 4

DF2 = N - K - 1 = 108 - 4 - 1 = 103

F tabel = 2,45992

Lampiran 8. Dokumentasi Penelitian



Founder *Bali Food Industry*



Produk *Frozen Fruit Bali Food Industry*



Distribusi *Frozen Fruit Bali Food Industry*



Promosi *Frozen Fruit Bali Food Industry*



Wawancara dengan responden



Manajer dan Purchasing Restoran



Pengisian Kuesioner



Pengisian Kuesioner

RIWAYAT HIDUP



Penulis Bernama lengkap Kharisma Gita Amalia, lahir di Sukoharjo pada tanggal 1 Februari 2002 dan merupakan putri pertama dari Bapak Sugiyarto dan Ibu Sarpini. Penulis berasal dari Sukoharjo tepatnya tinggal di Mancasan, Baki, Sukoharjo.

Penulis menempuh Pendidikan di SD Islam Al – Azhar 28 dan tamat tahun 2014, sekolah menengah pertama di SMP Islam Al – Azhar 21, serta menempuh pendidikan sekolah menengah atas di SMAN 1 Sukoharjo yang diselesaikan pada tahun 2020. Tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Diponegoro Kota Semarang pada Program Studi S-1 Agribisnis Departemen Pertanian, Fakultas Peternakan dan Pertanian.

Masa perkuliahan penulis diisi dengan aktif dalam kegiatan akademik dan non akademik. Kegiatan yang pernah diikuti yaitu magang di Kopi Tani Manunggal (Kopi Kelir) dan Bali Food Industry, bergabung di unit kegiatan mahasiswa yaitu IKEMAS Undip(2020-2023), SBS Radio FPP Undip (2020-2022), dan Club Seni FPP Undip (2020-2021), kepanitiaan yaitu Degrefair FPP (2022), TOMAS (2022), Broducation 6.0 (2021), Partition (2021), dan Club Seni Mampir.