

DAFTAR PUSTAKA

- Bagja, S. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan terhadap minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Economia*. Vol.10, No. 2 (141-146).
- Brigham, Eugene F dan Houston. 2006. *Fundamental of Financial Management: Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Cengiz, E., Yayla, H. E. (2007). The Effect of marketing Mix on Positive Word of Mouth Communication : Evidence from Accounting Offices in Turkey. *Innovative Marketing*, 15 (4):73-85.
- Fajar , Laksana , 2008, Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis , Penerbit Graham Ilmu , Yogyakarta.
- Faisal Hardiansyah. 2019. Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Volume 3 No 1*.
- Fetrina, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan Alexandre Christie Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Padang).
- Ferdinan, Comaeni Enril, dan Raini Nugraheni. (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki (Studi Pada Pembeli – Pengguna Sepeda Motor Suzuki di Kota Solo). *Journal of Management*. Vol. 2, No. 2. Hal 1. ISSN (online): 2337-3792.
- Fure, Hendra. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA*. Vol.1, No.3, September 2013: 273-283.
- Ghozali, I. (2016). Statistik Non-Parametrik: Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS. In Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hendrawan, R., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Merek, Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(12).
- Hiransomboon, Katanyu. (2012). Marketing Mix Affecting Accommodation Service Buying Decisions of Backpacker Tourist Traveling at Inner Rattanakosin Island in Bangkok, Thailand. *Emerging Markets Queries in Finance and Business*, 3, 276 – 283. Retrieved from ScienceDirect.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition,

Pearson Education, Inc.

- Kushwaha, G. S., dan Agrawal, S. R. (2014). *Journal of Retailing and Consumer Services*. India : National Institute of Technology (MANIT).
- Muala, A. A., Qurneh, M. A. (2012). *Assesing the Relationship between marketing mix and loyalty through tourist satisfaction in Jordan curative tourism*. *American Academic & Scholarly Research Journal*. Vol. 4 no.2
- Priantono, T. S., & Soekotjo, H. (2019). *Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya*. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(4).
- Rahayu dkk. (2011). *Perkembangan Kartu Kredit di Indonesia*. *Jurnal Manajemen*. 1(1) : 1-2.
- Rinaldy dkk. (2017). *Sistem Informasi Eksekutif di PT Bank Mega Bandung*. *Prosiding SNATIF .4* : 357-358.
- Schiffman & Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.
- Shih, H., Radix, S. (2010). *Analisa Marketing Mix-7P terhadap Keputusan Pembelian*. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen*. 1 (2) : 216-228.
- Siti, M. (2020). *Analisis Pengaruh Bauran Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Pada Toko Elizabeth Jember* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember).
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. In *Metode Penelitian Ilmiah*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet. In Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Lin, Su Mei (2011). *Marketing Mix (7P) and Performance Assesment of Western Fast Food Industry in Taiwan : An Application by associating DEMATEL and ANP*. *African Journal of Business Management*. Vol. 5(26),pp. 10634-10644.
- Tawakal, M. I. (2017). *Analisis Pengaruh Desain, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan Merek G-Shock* (Doctoral dissertation, Universitas Bakrie).
- Tjiptono and Gregorius Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Utami, A. R. (2018). *Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada Pada Mahasiswa Di Jakarta*. *Jurnal Industri Kreatif dan*

Kewirausahaan, 1(2).

Wulan Vradita, E., Subhan, S., & Anita, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Instan Rabbani Bagi Siswi Sman 5 Kota Jambi (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).

Zeithaml, V.A., M.J. Bitner and D.D Gremler. 2013. Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. 6e, Mc.Graw-Hill, Boston.



DAFTAR PUSTAKA

- Bagja, S. (2014). Pengaruh Kualitas Pelayanan dan Produk Pembiayaan terhadap minat dan Keputusan Menjadi Nasabah di Bank Syariah. *Jurnal Economia*. Vol.10, No. 2 (141-146).
- Brigham, Eugene F dan Houston. 2006. *Fundamental of Financial Management: Dasar-Dasar Manajemen Keuangan*. Edisi 10. Jakarta: Salemba Empat.
- Cengiz, E., Yayla, H. E. (2007). The Effect of marketing Mix on Positive Word of Mouth Communication : Evidence from Accounting Offices in Turkey. *Innovative Marketing*, 15 (4):73-85.
- Fajar , Laksana , 2008, Manajemen Pemasaran Pendekatan Praktis , Penerbit Graham Ilmu , Yogyakarta.
- Faisal Hardiansyah. 2019. Pengaruh Lokasi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Restoran Singapore Di Kota Makassar. *Jurnal Profitability Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Volume 3 No 1*.
- Fetrina, M. (2017). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan Alexandre Christie Pada Mahasiswa Universitas Negeri Padang (Doctoral dissertation, Universitas Negeri Padang).
- Ferdinan, Comaeni Enril, dan Raini Nugraheni. (2013). Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Persepsi Kualitas Produk dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Suzuki (Studi Pada Pembeli – Pengguna Sepeda Motor Suzuki di Kota Solo). *Journal of Management*. Vol. 2, No. 2. Hal 1. ISSN (online): 2337-3792.
- Fure, Hendra. 2013. Lokasi, Keberagaman Produk, Harga, dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Minat Beli Pada Pasar Tradisional Bersehati Calaca. *Jurnal EMBA*. Vol.1, No.3, September 2013: 273-283.
- Ghozali, I. (2016). Statistik Non-Parametrik: Teori dan Aplikasi dengan Program SPSS. In Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hendrawan, R., & Satrio, B. (2018). Pengaruh Merek, Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 7(12).
- Hiransomboon, Katanyu. (2012). Marketing Mix Affecting Accommodation Service Buying Decisions of Backpacker Tourist Traveling at Inner Rattanakosin Island in Bangkok, Thailand. *Emerging Markets Queries in Finance and Business*, 3, 276 – 283. Retrieved from ScienceDirect.
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. (2016). *Marketing Managemen*, 15th Edition,

Pearson Education, Inc.

- Kushwaha, G. S., dan Agrawal, S. R. (2014). *Journal of Retailing and Consumer Services*. India : National Institute of Technology (MANIT).
- Muala, A. A., Qurneh, M. A. (2012). Assessing the Relationship between marketing mix and loyalty through tourist satisfaction in Jordan curative tourism. *American Academic & Scholarly Research Journal*. Vol. 4 no.2
- Priantono, T. S., & Soekotjo, H. (2019). Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Promosi, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Eiger Pada Mahasiswa Stiesia Surabaya. *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen (JIRM)*, 8(4).
- Rahayu dkk. (2011). Perkembangan Kartu Kredit di Indonesia. *Jurnal Manajemen*. 1(1) : 1-2.
- Rinaldy dkk. (2017). Sistem Informasi Eksekutif di PT Bank Mega Bandung. *Prosiding SNATIF* .4 : 357-358.
- Schiffman & Kanuk. 2004. *Perilaku Konsumen* (edisi 7). Jakarta: Prentice Hall.
- Shih, H., Radix, S. (2010). Analisa Marketing Mix-7P terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen*. 1 (2) : 216-228.
- Siti, M. (2020). Analisis Pengaruh Bauran Promosi, Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Tas Pada Toko Elizabeth Jember (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Jember).
- Sugiyono. (2014). Metode Penelitian Pendidikan pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In *Metode Penelitian Ilmiah*.
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet. In Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Lin, Su Mei (2011). Marketing Mix (7P) and Performance Assesment of Western Fast Food Industry in Taiwan : An Application by associating DEMATEL and ANP. *African Journal of Business Management*. Vol. 5(26),pp. 10634-10644.
- Tawakal, M. I. (2017). Analisis Pengaruh Desain, Kualitas Produk, Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Jam Tangan Merek G-Shock (Doctoral dissertation, Universitas Bakrie).
- Tjiptono and Gregorius Chandra. 2007. *Service, Quality Satisfaction*. Andi Ofset. Yogyakarta.
- Utami, A. R. (2018). Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Produk Fashion Di Lazada Pada Mahasiswa Di Jakarta. *Jurnal Industri Kreatif dan*

Kewirausahaan, 1(2).

Wulan Vradita, E., Subhan, S., & Anita, E. (2020). Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Kerudung Instan Rabbani Bagi Siswi Sman 5 Kota Jambi (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).

Zeithaml, V.A., M.J. Bitner and D.D Gremler. 2013. Service Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm. 6e, Mc.Graw-Hill, Boston.



LAMPIRAN 1

CURRICULUM VITAE



Name : Fanie Ardianti
Gender : Female
Place and Date of Birth : Jakarta, 19 January 1992
Address : Payung Asri Raya Street 5, Pudak Payung Semarang
E-mail address : fanieardianti92@gmail.com
Phone Number : 08112756500

EDUCATIONAL BACKGROUND

Period	Institution	Note
2009-2013	Diponegoro University, Accounting , Bachelor Degree (Semarang, Indonesia)	GPA 3.05 (scale 0-4)
2019 – Now	Diponegoro University, Magister Management (Semarang, Indonesia)	On Going

ORGANIZATION

Period	Organization	Positi
2011	Sound Photography and More 2011 (SOPHOMORE)	Coordinator of ticketing
2011	CARAKA (Cretivity Festival)	Coordinator of Gallery
2012	Open Recruitment BSO Tari Economic Faculty	Coordinator of Program
2011-2013	Member of BSO Tari Economic Faculty	Dancer
2013	Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tim 1 UNDIP	Sub Coordinator

TRAINING /COURSES/ SEMINAR/ DISCUSSION/ EVENT

Time	Name	Place
Desember 2014	Personal Adjustment & T- Group	Bogor, Jawa Barat
Oktober 2014	Personal Excellence Program PT BCA	Ciawi, Jawa Barat
January 2013	Kuliah Kerja Nyata (KKN) Tim 1 UNDIP	Pekalongan
December 2012	TOEFL Preparation	LIA Semarang

WORK EXPERIENCE

Institution	Description	Year
Ruangguru	Field Education Consultant	2021 - Now
BPJS Kesehatan	Perluasan Peserta dan	2017 - 2019
PT BFI	Mortgage Processing	2016 - 2017
PT Bank Central Asia	Customer Service Officer	2014 – 2015

HEALTH

Height : 159 cm

Weight: 52 kg

REFERENCES

“Reference will be given if it is needed”

I certify that all data and information given in this curriculum vitae are true and correct and were made in good faith and with my best knowledge.

Regard,

Fanie Ardianti

LAMPIRAN 2

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.
Saudara/i Responden
di Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka pelaksanaan penelitian saya dengan judul ” **Analisis Bauran Pemasaran Pada Keputusan Pembelian BSI Hasanah Card (Studi Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani Semarang)**”, saya mohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi kuesioner ini. Kerahasiaan informasi yang diperoleh dan digunakan dalam penelitian akan saya jaga dan tidak akan digunakan untuk tujuan lain selain untuk penelitian ini.

Atas kesediaan Saudara/i untuk berpartisipasi dalam penelitian ini, saya sampaikan terimakasih.

FEB UNDIP

SCREENING RESPONDEN

Apakah saat ini anda sedang mengajukan BSI Hasanah Card di Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani Semarang?

[] Ya

Jika ya, maka dapat dilanjutkan ke pertanyaan berikutnya.

[] Tidak

Jika tidak, maka cukup sampai di sini.

i. IDENTITAS RESPONDEN

1. Nama:
2. Alamat e-mail:
3. No HP:
4. Jenis kelamin:
 - a. Laki – laki
 - b. Perempuan
5. Usia:
 - a. 21 – 29 tahun
 - b. 30 - 39 tahun
 - c. 40 – 49 tahun
 - d. $\geq$ 50 tahun
6. Pekerjaan:
 - a. Pegawai Swasta
 - b. Pegawai Negeri
 - c. Pegawai BUMN
 - d. Wirausaha
 - e. Profesional
 - f. Lainnya _____
7. Pendapatan per Bulan
 - a. Rp 5.000.000 – Rp 15.000.000
 - b. Rp 15.000.001 – Rp 30.000.000
 - c. Rp 30.000.001 – Rp 45.000.000
 - d. $\geq$ Rp 45.000.001
8. Apakah tujuan utama anda mengajukan BSI Hasanah Card? (dapat dipilih lebih dari satu)
 - a. Digunakan sendiri
 - b. Investasi
 - c. Lainnya _____

Pilihlah salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan, sesuai dengan yang saudara rasakan!

Keterangan:

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

Pertanyaan	STS (1)	TS (2)	N (3)	S (4)	SS (5)
VARIABEL PRODUK					
Produk BSI Hasanah Card Cab Ahmad Yani memenuhi kebutuhan untuk transaksi sehari-hari					
Produk BSI Hasanah Card Cab Ahmad Yani memiliki fasilitas yang tidak dimiliki kartu kredit bank lain					
Produk BSI Hasanah Card Cab Ahmad Yani sesuai dengan prinsip perbankan syari'ah					
VARIABEL HARGA					
BSI Hasanah Card Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani memberikan iuran tahunan yang lebih ringan					
BSI Hasanah Card Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani memberikan biaya tarik tunai yang murah per transaksinya					
Biaya penggantian BSI Hasanah Card Bank Syariah Indonesia (misalnya rusak, hilang dll) terjangkau					
VARIABEL TEMPAT					
Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani memiliki akses transportasi umum yang mudah.					

Bank Syariah Indonesia terletak di pusat kota yang strategis					
Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani dekat dengan wilayah perkantoran					
VARIABEL PROMOSI					
Saya pernah melihat iklan BSI Hasanah Card Bank Syariah Indonesia Cab Ahmad Yani melalui televisi					
Saya pernah melihat <i>booth</i> Bank Syariah Indonesia di salah satu <i>mall</i> di Semarang					
Promosi tentang BSI Hasanah Card menciptakan kesan tersendiri bagi anda untuk ikut bergabung menjadi nasabah baru					
VARIABEL ORANG					
Karyawan BSI Hasanah Card Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani melayani dengan perhatian secara personal					
Karyawan BSI Hasanah Card Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani melayani dengan sopan					
Karyawan Bank Syariah Indonesia memberikan penjelasan mengenai BSI Hasanah Card dengan baik					
VARIABEL BUKTI FISIK					
Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani menyediakan kantor yang modern					
Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani memiliki peralatan teknologi yang canggih					
Call center Bank Syariah Indonesia melayani 24 jam					
VARIABEL PROSES					
Proses penerbitan BSI Hasanah Card Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani sangat mudah					

Proses penerbitan BSI Hasanah Card Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani sangat cepat					
Proses BSI Hasanah Card Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani memberikan pelayanan yang membuat saya nyaman					
VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN					
BSI Hasanah Card Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani memiliki produk / jasa yang berkualitas.					
BSI Hasanah Card Bank Syariah Indonesia Cabang Ahmad Yani memiliki produk / jasa yang aman dan andal.					
Saya akan sering melakukan transaksi menggunakan BSI Hasanah Card					

LAMPIRAN 3

NO	X1.1	X1.2	X1.3	JMH_X1	X2.1	X2.2	X2.3	JMH_X2	X3.1	X3.2	X3.3	JMH_X3	X4.1	X4.2	X4.3	JMH_X4	X5.1	X5.2	X5.3	JMH_X5	X6.1	X6.2	X6.3	JMH_X6	X7.1	X7.2	X7.3	JMH_X7	Y1	Y2	Y3	JMH_Y
1	3	3	3	9	4	3	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10
2	5	5	5	15	5	4	5	14	4	5	4	13	5	4	5	14	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15
3	5	4	5	14	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	3	11	5	4	4	13	4	4	4	12	3	3	3	9
4	5	5	5	15	4	5	4	13	5	5	4	14	4	5	4	13	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13
5	3	3	3	9	4	3	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	2	2	2	6	2	3	3	8	2	2	2	6	2	2	2	6
6	3	4	3	10	5	5	5	15	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11	3	3	3	9	2	3	2	7	4	3	3	10
7	5	5	5	15	3	4	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	4	12
8	3	4	3	10	3	4	3	10	5	4	5	14	4	5	5	14	3	3	3	9	5	3	3	11	4	4	5	13	3	3	3	9
9	4	3	4	11	3	4	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	12
10	5	5	4	14	5	4	5	14	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
11	4	4	4	12	4	5	4	13	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	4	11
12	4	5	4	13	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15	4	3	3	10	3	3	5	11	4	4	4	12	3	4	3	10
13	3	4	4	11	4	4	4	12	3	4	4	11	3	4	4	11	5	4	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	4	13
14	3	4	3	10	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
15	3	3	3	9	3	3	4	10	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	8	2	2	3	7	3	3	3	9	2	2	2	6
16	5	5	5	15	4	3	4	11	4	5	5	14	4	5	4	13	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15
17	3	3	3	9	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	3	3	3	9	5	5	4	14	4	4	4	12
18	3	4	3	10	3	4	3	10	5	5	4	14	4	5	5	14	4	4	5	13	5	5	5	15	3	3	3	9	4	4	4	12
19	3	4	3	10	4	4	3	11	3	3	3	9	4	3	4	11	4	5	3	12	3	3	2	8	3	3	3	9	4	4	4	12
20	3	3	3	9	4	3	4	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8	3	4	3	10	3	3	3	9	3	2	3	8
21	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	10	5	5	5	15	4	4	5	13	3	3	3	9	4	4	4	12	5	5	5	15
22	3	4	3	10	4	3	3	10	3	3	3	9	5	5	5	15	5	5	3	13	3	3	3	9	4	4	5	13	4	4	5	13
23	4	4	4	12	4	3	3	10	3	4	3	10	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12
24	4	5	4	13	4	5	4	13	5	5	5	15	2	2	2	6	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	3	8
25	4	3	3	10	4	5	5	14	4	4	3	11	4	4	4	12	2	2	3	7	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
26	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
27	4	3	4	11	3	4	3	10	3	3	3	9	5	5	5	15	5	4	5	14	3	3	3	9	3	3	3	9	5	5	4	14
28	3	2	3	8	2	3	3	8	3	3	2	8	2	2	2	6	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	2	2	7
29	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10	3	3	3	9	4	4	5	13	3	4	3	10	3	3	3	9	4	4	4	12
30	5	5	3	13	5	4	4	13	5	5	5	15	5	5	4	14	5	5	5	15	3	3	3	9	3	3	3	9	5	4	5	14
31	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10	5	5	5	15	5	5	3	13	3	3	3	9	4	4	4	12	5	5	4	14
32	4	5	4	13	3	4	5	12	5	5	5	15	4	5	5	14	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	3	4	4	11
33	4	5	5	14	5	5	4	14	3	4	3	10	5	5	5	15	4	5	4	13	3	4	5	12	3	3	3	9	5	5	4	14
34	5	4	5	14	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	5	13	4	5	4	13	3	4	3	10	3	3	3	9	5	4	4	13
35	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	2	7	3	2	3	8	2	3	2	7	3	3	3	9	2	3	3	8	2	2	3	7
36	4	4	3	11	3	3	4	10	3	4	4	11	4	3	4	11	4	5	5	14	4	4	3	11	3	4	3	10	4	4	4	12
37	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
38	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	2	8	3	2	3	8	3	3	3	9	3	3	2	8	3	3	3	9	3	3	3	9
39	4	3	4	11	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	2	3	3	8	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9
40	4	4	3	11	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9	4	4	3	11	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	4	10
41	5	4	4	13	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	15	5	5	4	14	3	3	3	9	3	3	3	9	5	5	4	14
42	3	4	4	11	3	4	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	3	10	3	3	3	9	4	4	4	12
43	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15	4	5	4	13
44	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	2	2	2	6	4	4	3	11	3	3	3	9	2	2	2	6
45	4	3	3	10	3	4	3	10	2	2	3	7	3	1	2	6	3	3	4	10	4	2	1	7	2	2	3	7	3	3	3	9
46	3	3	3	9	4	4	4	12	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9	3	3	3	9
47	4	5	5	14	4	4	4	12	5	5	5	15	5	4	5	14	4	4	3	11	5	5	4	14	5	5	5	15	4	4	3	11
48	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	3	11	3	4	3	10	5	3	3	11
49	4	4	4	12	4	4	5	13	5	4	5	14	4	5	5	14	3	3	5	11	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15
50	5	4	5	14	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	3	4	4	11	5	5	3	13	5	5	5	15	4	4	4	12
51	4	4	4	12	3	4	4	11	5	5	5	15	5	5	5	15	3	2	3	8	4	4	4	12	4	4	4	12	2	2	2	6
52	4	4	4	12	5	5	5	15	3	3	3	9	5	5	5	15	4	3	5	12	3	3	3	9	3	3	3	9	5	4	4	13
53	3	4	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	5	14	4	5	5	14
54	4	4	4	12	3	4	3	10	2	2	2	6	4	4	5	13	4	3	5	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10
55	4	4	4	12	4	5	4	13	3	4	3	10	4	4	4	12	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	4	3	3	10
56	4	3	4	11	3	4	3	10	3	4	3	10	4	3	3	10	2	2	3	7	3	2	2	7	2	2	3	7	3	3	3	9
57	4	3	4	11	3	4	3	10	3	3	3	9	3	3	4	10	3	2	4	9	4	4	3	11	3	3	3	9	2	3	3	8
58	4	4	4	12	3	3	3	9	5	4	5	14	5	5	4	14	3	5	5	13	5											

NO	X1.1	X1.2	X1.3	JMH_X1	X2.1	X2.2	X2.3	JMH_X2	X3.1	X3.2	X3.3	JMH_X3	X4.1	X4.2	X4.3	JMH_X4	X5.1	X5.2	X5.3	JMH_X5	X6.1	X6.2	X6.3	JMH_X6	X7.1	X7.2	X7.3	JMH_X7	Y1	Y2	Y3	JMH_Y
61	3	3	4	10	3	4	4	11	3	3	3	9	4	3	4	11	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	3	9
62	4	4	4	12	3	3	3	9	5	5	5	15	4	5	4	13	3	5	5	13	4	4	3	11	3	3	3	9	3	3	5	11
63	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	5	12	4	3	4	11	4	4	5	13	5	5	4	14	5	5	4	14	4	4	4	12
64	5	4	5	14	5	4	5	14	3	3	3	9	5	4	4	13	3	3	5	11	4	4	3	11	4	3	3	10	3	4	3	10
65	4	4	4	12	4	3	4	11	3	3	3	9	4	5	4	13	4	5	5	14	5	4	3	12	4	3	3	10	3	4	3	10
66	5	4	5	14	4	4	5	13	3	3	3	9	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	5	15	4	5	4	13	3	5	4	12
67	5	4	4	13	4	5	4	13	5	4	4	13	4	5	5	14	3	3	5	11	4	4	4	12	5	4	4	13	3	3	3	9
68	4	3	4	11	3	3	4	10	3	4	3	10	3	3	4	10	3	3	4	10	4	4	3	11	4	4	3	11	3	3	4	10
69	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12	2	5	5	12
70	4	4	4	12	3	4	4	11	5	5	5	9	4	4	5	13	4	4	5	13	5	5	5	15	5	5	5	15	3	3	3	9
71	5	4	5	14	4	5	4	13	5	5	5	15	4	4	5	13	4	5	5	14	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	4	14
72	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
73	4	4	4	12	5	4	4	13	3	3	3	9	2	3	3	8	5	5	4	14	4	4	3	11	4	5	4	13	5	5	4	14
74	4	4	4	12	4	3	4	11	3	3	4	10	3	4	3	10	2	2	4	8	5	5	3	13	5	5	4	14	2	3	3	8
75	4	5	4	13	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9
76	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
77	3	3	2	8	3	3	3	9	3	2	2	7	2	2	2	6	3	2	2	7	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6
78	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	4	13	4	4	4	12	2	3	4	9	4	4	4	12	4	4	4	12	2	3	2	7
79	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11
80	4	5	5	14	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	3	3	3	9	5	5	5	15	5	5	5	15	3	3	3	9
81	5	5	5	15	3	4	4	11	5	5	4	14	4	4	5	13	3	5	5	13	4	4	3	11	3	4	4	11	4	5	4	13
82	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	4	14	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9
83	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13	4	4	5	13	3	3	5	11	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	10
84	5	4	5	14	4	4	4	12	5	4	4	13	5	4	5	14	4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	4	13	4	5	4	13
85	5	5	4	14	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	5	5	14
86	3	3	3	9	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12	3	5	5	13
87	5	4	5	14	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
88	4	5	5	14	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11
89	3	4	4	11	3	4	3	10	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	2	4	4	10
90	4	3	4	11	3	4	4	11	5	5	5	15	5	4	5	14	3	3	4	10	3	3	3	9	4	3	3	10	3	3	3	9
91	4	3	4	11	3	4	3	10	5	4	4	13	4	4	5	13	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9
92	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	13	4	3	4	13	4	4	4	12	5	5	5	15
93	4	4	4	12	5	4	4	13	5	5	5	15	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
94	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
95	4	4	5	13	4	5	4	13	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	4	12	3	4	4	11
96	5	4	4	13	4	3	4	11	4	5	4	13	4	5	5	14	5	5	5	15	4	4	3	11	3	4	4	11	3	3	3	9
97	5	5	5	15	4	4	5	13	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14
98	4	5	4	13	5	4	4	13	4	5	4	13	5	4	5	14	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	4	11
99	5	4	4	13	5	4	5	14	5	4	4	13	3	3	4	10	3	5	5	13	3	3	3	9	4	3	4	11	3	3	5	11
100	3	3	3	9	4	3	4	11	4	3	4	11	3	3	3	9	5	5	5	15	3	3	5	11	3	4	3	10	4	4	4	12
101	5	5	4	14	5	4	4	13	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	4	11	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
102	4	5	5	14	5	5	4	14	4	4	3	11	5	5	5	15	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
103	4	4	3	11	4	3	3	10	3	3	3	9	3	3	4	10	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	10
104	4	5	4	13	4	5	4	13	5	4	4	13	3	4	3	10	4	3	4	11	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12
105	4	4	5	13	4	4	4	12	3	4	3	10	5	5	5	15	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	5	14
106	4	5	4	13	4	5	4	13	5	5	4	14	5	5	5	15	3	3	4	10	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
107	4	4	5	13	5	4	4	13	3	4	4	11	3	4	3	10	4	4	3	11	5	4	5	14	4	4	4	12	3	4	3	10
108	4	5	4	13	5	4	4	13	4	3	4	11	5	5	4	14	3	3	4	10	4	5	4	13	4	4	4	12	5	4	5	14
109	5	4	5	14	5	4	5	14	4	5	3	12	5	5	5	15	3	4	4	11	5	4	4	13	3	4	4	11	4	4	4	12
110	5	4	4	13	5	3	3	11	3	4	4	11	4	4	3	11	3	3	4	10	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12
111	5	4	5	14	5	5	5	15	3	3	4	10	4	5	3	12	4	3	4	11	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12
112	5	4	4	13	5	4	4	13	3	4	5	12	4	5	3	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	3	4	3	10
113	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	4	12	4	5	4	13	3	3	4	10	4	4	4	12	3	4	4	11	3	4	4	11
114	4	4	4	12	4	4	4	12	3	3	3	9	4	3	4	11	4	3	4	11	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	15
115	4	4	3	11	3	4	3	10	4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	4	13	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12
116	3	3	4	10	3	4	3	10	4	4	3	11	4	3	4	11	3	3	3	9	4	4	3	11	4	3	3	10	3	3	4	10
117	4	3	4	11	4	5	4	13	3	3	4	10	4	4	4	12	3	3	4	10	4	3	2	9	3	2	3	8	3	4	3	10

LAMPIRAN 4

Descriptives

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
JMH_X1	120	8	15	12,06	1,844
JMH_X2	120	8	15	12,00	1,749
JMH_X3	120	6	15	11,58	2,434
JMH_X4	120	6	15	12,13	2,432
JMH_X5	120	6	15	11,33	2,262
JMH_X6	120	6	15	11,31	2,082
JMH_X7	120	6	15	11,18	2,200
JMH_Y	120	6	15	11,12	2,331
Valid N (listwise)	120				

Regression

Variables Entered/Removed ^a			
Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Proses (X7), Harga (X2), Orang (X5), Tempat (X3), Produk (X1), Promosi (X4), Bukti Fisik (X6) ^b		Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. All requested variables entered.

Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,786 ^a	,618	,594	1,484	1,737

a. Predictors: (Constant), Proses (X7), Harga (X2), Orang (X5), Tempat (X3), Produk (X1), Promosi (X4), Bukti Fisik (X6)

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	399,594	7	57,085	25,908	,000 ^b
Residual	246,773	112	2,203		
Total	646,367	119			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

b. Predictors: (Constant), Proses (X7), Harga (X2), Orang (X5), Tempat (X3), Produk (X1), Promosi (X4), Bukti Fisik (X6)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	-,801	1,111		-,721	,473		
Produk (X1)	,209	,104	,165	1,998	,048	,499	2,003
Harga (X2)	,203	,098	,152	2,070	,041	,629	1,591
Tempat (X3)	-,141	,075	-,148	-1,895	,061	,561	1,783
Promosi (X4)	,159	,080	,166	1,987	,049	,491	2,038
Orang (X5)	,590	,074	,573	8,002	,000	,665	1,504
Bukti Fisik (X6)	-,196	,105	-,175	-1,864	,065	,385	2,595
Proses (X7)	,197	,099	,186	1,998	,048	,393	2,542

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Coefficient Correlations^a

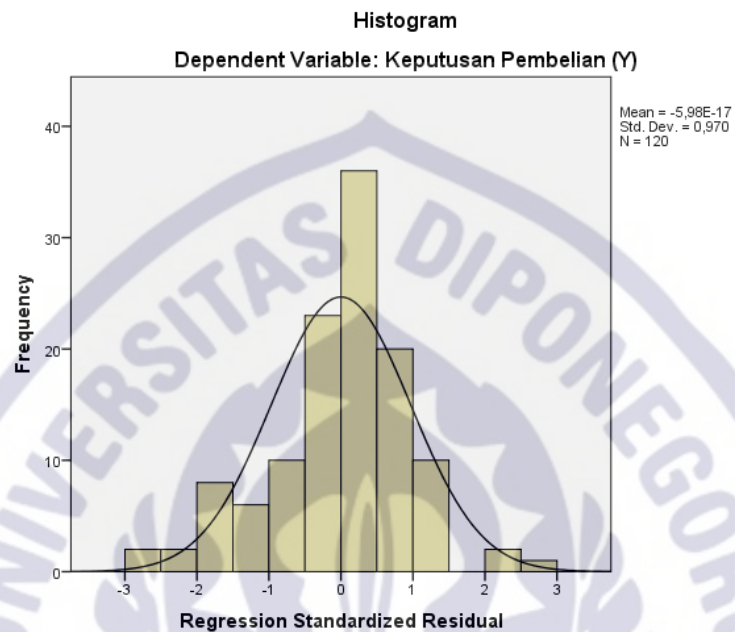
Model	Proses (X7)	Harga (X2)	Orang (X5)	Tempat (X3)	Produk (X1)	Promosi (X4)	Bukti Fisik (X6)
Correlations							
Proses (X7)	1,000	-,118	-,167	-,104	,013	-,026	-,615
Harga (X2)	-,118	1,000	,071	-,148	-,349	-,153	,082
Orang (X5)	-,167	,071	1,000	-,034	-,102	-,294	-,031
Tempat (X3)	-,104	-,148	-,034	1,000	-,153	-,337	-,015
Produk (X1)	,013	-,349	-,102	-,153	1,000	-,122	-,257
Promosi (X4)	-,026	-,153	-,294	-,337	-,122	1,000	-,093
Bukti Fisik (X6)	-,615	,082	-,031	-,015	-,257	-,093	1,000
Covariances							
Proses (X7)	,010	-,001	-,001	-,001	,000	,000	-,006
Harga (X2)	-,001	,010	,001	-,001	-,004	-,001	,001
Orang (X5)	-,001	,001	,005	,000	-,001	-,002	,000
Tempat (X3)	-,001	-,001	,000	,006	-,001	-,002	,000
Produk (X1)	,000	-,004	-,001	-,001	,011	-,001	-,003
Promosi (X4)	,000	-,001	-,002	-,002	-,001	,006	-,001
Bukti Fisik (X6)	-,006	,001	,000	,000	-,003	-,001	,011

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

Residuals Statistics ^a					
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6,62	15,01	11,12	1,832	120
Std. Predicted Value	-2,453	2,127	,000	1,000	120
Standard Error of Predicted Value	,159	,692	,369	,102	120
Adjusted Predicted Value	6,68	15,02	11,11	1,830	120
Residual	-4,395	4,078	,000	1,440	120
Std. Residual	-2,961	2,747	,000	,970	120
Stud. Residual	-3,040	2,799	,001	1,001	120
Deleted Residual	-4,632	4,232	,003	1,533	120
Stud. Deleted Residual	-3,159	2,889	-,001	1,014	120
Mahal. Distance	,374	24,883	6,942	4,474	120
Cook's Distance	,000	,075	,008	,014	120
Centered Leverage Value	,003	,209	,058	,038	120

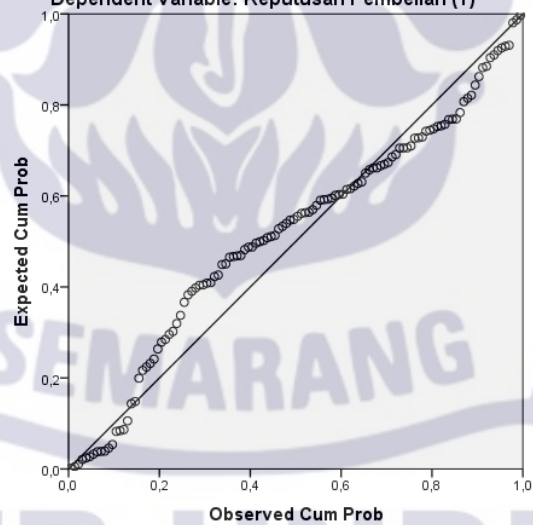
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)

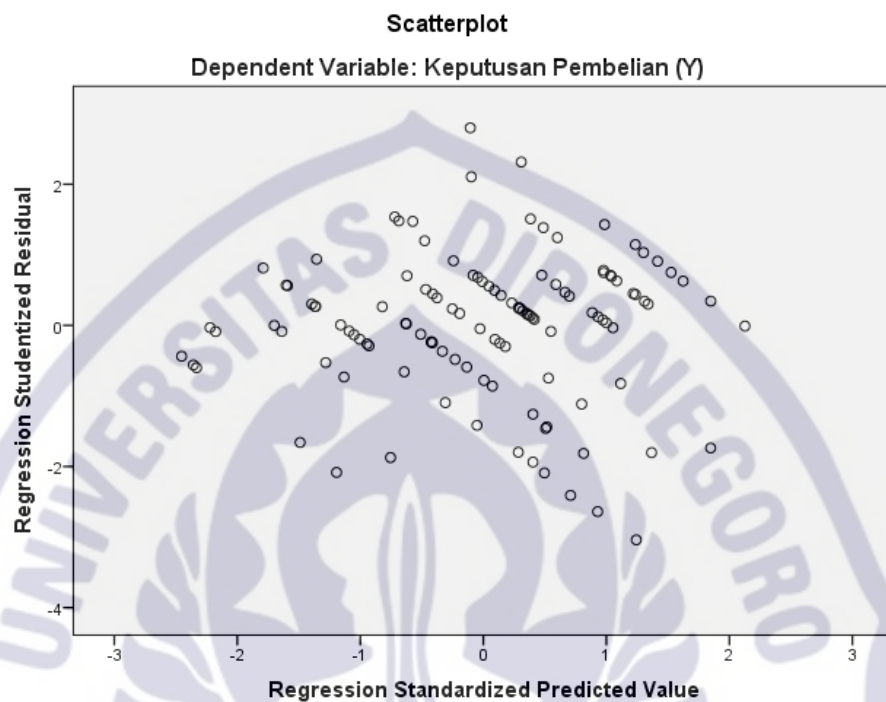
Charts



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Keputusan Pembelian (Y)





NPARTESTS
/K-S (NORMAL)=RES_1
/MISSING ANALYSIS.

NPar Tests

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	1,44004279
Most Extreme Differences	Absolute	,121
	Positive	,082
	Negative	-,121
Kolmogorov-Smirnov Z		1,323
Asymp. Sig. (2-tailed)		,060

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

HETEROSKEDASTISITAS

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Proses (X7), Harga (X2), Orang (X5), Tempat (X3), Produk (X1), Promosi (X4), Bukti Fisik (X6) ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: ABS_RES_1

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,310 ^a	,096	,039	,96113

a. Predictors: (Constant), Proses (X7), Harga (X2), Orang (X5), Tempat (X3), Produk (X1), Promosi (X4), Bukti Fisik (X6)

b. Dependent Variable: ABS_RES_1

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	10,985	7	1,569	1,699	,116 ^b
	Residual	103,462	112	,924		
	Total	114,448	119			

a. Dependent Variable: ABS_RES_1

b. Predictors: (Constant), Proses (X7), Harga (X2), Orang (X5), Tempat (X3), Produk (X1), Promosi (X4), Bukti Fisik (X6)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,242	,719		-,336	,738
	Produk (X1)	,035	,068	,065	,512	,610
	Harga (X2)	-,038	,064	-,068	-,604	,547
	Tempat (X3)	-,072	,048	-,178	-1,485	,140
	Promosi (X4)	,100	,052	,247	1,924	,057
	Orang (X5)	-,010	,048	-,023	-,207	,837
	Bukti Fisik (X6)	,051	,068	,108	,747	,456
	Proses (X7)	,044	,064	,099	,693	,490

a. Dependent Variable: ABS_RES_1

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	27	22,5	22,5	22,5
	4	59	49,2	49,2	71,7
	5	34	28,3	28,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	,8	,8	,8
	3	27	22,5	22,5	23,3
	4	62	51,7	51,7	75,0
	5	30	25,0	25,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	,8	,8	,8

3	29	24,2	24,2	25,0
4	60	50,0	50,0	75,0
5	30	25,0	25,0	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Produk (X1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	8	2	1,7	1,7	1,7
	9	13	10,8	10,8	12,5
	10	11	9,2	9,2	21,7
	11	16	13,3	13,3	35,0
	12	27	22,5	22,5	57,5
	13	21	17,5	17,5	75,0
	14	19	15,8	15,8	90,8
	15	11	9,2	9,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1,7	1,7	1,7
	3	32	26,7	26,7	28,3
	4	55	45,8	45,8	74,2
	5	31	25,8	25,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	24	20,0	20,0	20,0
	4	62	51,7	51,7	71,7

	5	34	28,3	28,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	29	24,2	24,2	24,2
	4	67	55,8	55,8	80,0
	5	24	20,0	20,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Harga (X2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	8	2	1,7	1,7	1,7
	9	6	5,0	5,0	6,7
	10	21	17,5	17,5	24,2
	11	19	15,8	15,8	40,0
	12	20	16,7	16,7	56,7
	13	26	21,7	21,7	78,3
	14	17	14,2	14,2	92,5
	15	9	7,5	7,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2,5	2,5	2,5
	3	48	40,0	40,0	42,5
	4	30	25,0	25,0	67,5
	5	39	32,5	32,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2,5	2,5	2,5

	3	39	32,5	32,5	35,0
	4	43	35,8	35,8	70,8
	5	35	29,2	29,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	4,2	4,2	4,2
	3	43	35,8	35,8	40,0
	4	38	31,7	31,7	71,7
	5	34	28,3	28,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Tempat (X3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	1	,8	,8	,8
	7	3	2,5	2,5	3,3
	8	2	1,7	1,7	5,0
	9	29	24,2	24,2	29,2
	10	13	10,8	10,8	40,0
	11	10	8,3	8,3	48,3
	12	16	13,3	13,3	61,7
	13	13	10,8	10,8	72,5
	14	10	8,3	8,3	80,8
	15	23	19,2	19,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	3,3	3,3	3,3
	3	28	23,3	23,3	26,7
	4	51	42,5	42,5	69,2
	5	37	30,8	30,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	2	5	4,2	4,2	5,0
	3	30	25,0	25,0	30,0
	4	39	32,5	32,5	62,5
	5	45	37,5	37,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	3,3	3,3	3,3
	3	28	23,3	23,3	26,7
	4	42	35,0	35,0	61,7
	5	46	38,3	38,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Promosi (X4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	4	3,3	3,3	3,3
	8	3	2,5	2,5	5,8
	9	16	13,3	13,3	19,2
	10	10	8,3	8,3	27,5
	11	9	7,5	7,5	35,0
	12	19	15,8	15,8	50,8
	13	15	12,5	12,5	63,3
	14	18	15,0	15,0	78,3
	15	26	21,7	21,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X5.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	7,5	7,5	7,5
	3	44	36,7	36,7	44,2
	4	47	39,2	39,2	83,3
	5	20	16,7	16,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X5.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	10	8,3	8,3	8,3
	3	41	34,2	34,2	42,5
	4	39	32,5	32,5	75,0
	5	30	25,0	25,0	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X5.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	4,2	4,2	4,2
	3	37	30,8	30,8	35,0
	4	38	31,7	31,7	66,7
	5	40	33,3	33,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Orang (X5)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	2	1,7	1,7	1,7
	7	4	3,3	3,3	5,0
	8	7	5,8	5,8	10,8
	9	15	12,5	12,5	23,3
	10	15	12,5	12,5	35,8
	11	21	17,5	17,5	53,3

12	13	10,8	10,8	64,2
13	20	16,7	16,7	80,8
14	13	10,8	10,8	91,7
15	10	8,3	8,3	100,0
Total	120	100,0	100,0	

X6.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2,5	2,5	2,5
	3	34	28,3	28,3	30,8
	4	54	45,0	45,0	75,8
	5	29	24,2	24,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X6.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	3,3	3,3	3,3
	3	38	31,7	31,7	35,0
	4	57	47,5	47,5	82,5
	5	21	17,5	17,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X6.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	1	,8	,8	,8
	2	5	4,2	4,2	5,0
	3	51	42,5	42,5	47,5
	4	48	40,0	40,0	87,5
	5	15	12,5	12,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Bukti Fisik (X6)

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	6	1	,8	,8	,8
	7	3	2,5	2,5	3,3
	8	3	2,5	2,5	5,8
	9	26	21,7	21,7	27,5
	10	7	5,8	5,8	33,3
	11	15	12,5	12,5	45,8
	12	37	30,8	30,8	76,7
	13	10	8,3	8,3	85,0
	14	7	5,8	5,8	90,8
	15	11	9,2	9,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X7.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	6	5,0	5,0	5,0
	3	42	35,0	35,0	40,0
	4	53	44,2	44,2	84,2
	5	19	15,8	15,8	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X7.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	4,2	4,2	4,2
	3	40	33,3	33,3	37,5
	4	54	45,0	45,0	82,5
	5	21	17,5	17,5	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

X7.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2,5	2,5	2,5
	3	45	37,5	37,5	40,0
	4	55	45,8	45,8	85,8
	5	17	14,2	14,2	100,0

Total	120	100,0	100,0
-------	-----	-------	-------

Proses (X7)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	2	1,7	1,7	1,7
	7	3	2,5	2,5	4,2
	8	2	1,7	1,7	5,8
	9	32	26,7	26,7	32,5
	10	8	6,7	6,7	39,2
	11	8	6,7	6,7	45,8
	12	40	33,3	33,3	79,2
	13	7	5,8	5,8	85,0
	14	4	3,3	3,3	88,3
	15	14	11,7	11,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	11	9,2	9,2	9,2
	3	48	40,0	40,0	49,2
	4	38	31,7	31,7	80,8
	5	23	19,2	19,2	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	9	7,5	7,5	7,5
	3	35	29,2	29,2	36,7
	4	50	41,7	41,7	78,3
	5	26	21,7	21,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	5,8	5,8	5,8
	3	41	34,2	34,2	40,0
	4	52	43,3	43,3	83,3
	5	20	16,7	16,7	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

Keputusan Pembelian (Y)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	6	5	4,2	4,2	4,2
	7	3	2,5	2,5	6,7
	8	4	3,3	3,3	10,0
	9	21	17,5	17,5	27,5
	10	17	14,2	14,2	41,7
	11	13	10,8	10,8	52,5
	12	25	20,8	20,8	73,3
	13	9	7,5	7,5	80,8
	14	13	10,8	10,8	91,7
	15	10	8,3	8,3	100,0
	Total	120	100,0	100,0	

SEMARANG
FEB UNDIP