

Lampiran 1. Kuisisioner Penelitian



KUISIONER PENELITIAN
KEMENTERIAN RISET TEKNOLOGI DAN PENDIDIKAN TINGGI
FAKULTAS PERTANIAN, PROGRAM STUDI AGRIBISNIS
UNIVERSITAS BRAWIJAYA MALANG

No. Kuisisioner :
 Tanggal Wawancara :

Kepada Yth:
 Bapak/ Ibu/ Sdr/i
 Di tempat

Bersamaan dengan kuisisioner ini, pneneliti bermaksud meneliti mengenai “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen Keripik Tempe “BU NOER” di Kota Malang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi bauran pemasaran yang diterapkan di keripik tempe “BU NOER”, menganalisis pengaruh dari bauran pemasaran terhadap keputusan pembelian pada konsumen keripik tempe “BU NOER” dan menganalisis variable yang paling dominan yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian konsumen.

Untuk itulah, peneliti memohon kerjasamanya Bapak/Ibu/Saudara agar bersedia menjadi responden penelitian ini serta bersedia mengisi kuisisioner ini secara obyektif dan benar demi keabsahan data yang dibutuhkan. Informasi yang Bapak/Ibu/Saudara berikan akan sangat membantu kelancaran dalam penyelesaian penelitian ini. Atas bantuan dan ketersediaan Bapak/Ibu/Saudara dalam pengisian kuisisioner ini saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Nadia Febriyanti

KUISIONER DATA PRIBADI PELANGGAN

I. DATA RESPONDEN

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : () Pria () Wanita
3. Usia : Tahun
4. Alamat :
5. Pendidikan terakhir :
 - a. SD c. SMA e. Lainnya,
 - sebutkan.....
 - b. SMP d. Perguruan Tinggi SI/S2/S3
6. Pekerjaan
 - a. Pelajar/mahasiswa c. Pegawai Swasta
 - b. Wiraswasta/Pengusaha d. Lainnya, sebutkan
7. Pendapatan/bulan
 - a. < Rp 1 juta c. Rp 3.000.000 - Rp 6.000.000
 - b. Rp 1.000.000- Rp 3.000.000 d. > Rp 6.000.000

II. INFORMASI TAMBAHAN

- Berapa kali saudara pernah membeli atau mengonsumsi keripik tempe “BU NOER”?
 a. 1 kali b. 2 kali c. > 3 kali
- Darimana anda mengetahui produk keripik tempe “BU NOER”
 a. Brosur c. Rekomendasi teman
 b. Dari mulut kemulut d. Lainnya, sebutkan
- Keripik tempe rasa apa yang pernah dan sering anda konsumsi? (sebutkan, alasan)

III. KUISIONER YANG BERKAITAN DENGAN BAURAN PEMASARAN

Beri tanda cek (√) pada kolom yang sesuai dengan jawaban anda dengan keterangan sebagai berikut:

SS : Sangat Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

A. PRODUK (Kualitas Produk, Kemasan, Pelabelan)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Produk dari keripik tempe “BU NOER” telah memiliki kualitas produk yang baik, yaitu memiliki rasa yang enak, gurih, lezat, tidak mudah basi, renyah dan memiliki aroma yang sedap sesuai dengan selera konsumen				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
2.	Kemasan yang dimiliki dari keripik tempe “BU NOER” menarik perhatian konsumen dari desain kemasan yang bervariasi, mampu melindungi produk dengan sangat ringkas dan mudah untuk dibawa				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
3.	Informasi yang tertera pada kemasan keripik tempe “BU NOER” lengkap dan meyakinkan, dilihat dari segi <i>expied date</i> , komposisi yang tertera, tanggal produksi dan label halal				
Alasan :					

B. HARGA (Harga Produk, Kesesuaian Harga, Ppotongan Harga)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Harga keripik tempe “BU NOER” terjangkau bagi seluruh lapisan ekonomi atas maupun bawah yakni dengan harga Rp 7.500				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
2.	Harga dari keripik tempe “BU NOER” adala Rp 7.500 per bungkus. Konsumen merasa harga tersebut sudah sesuai dengan kualitas dan kuantitas produk yang didapat.				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
3.	Potongan harga yang diberikan oleh perusahaan kepada konsumen membuat kosumen tertarik untuk membeli keripik tempe “BU NOER”				
Alasan :					

C. TEMPAT (Lokasi, Kenyamanan Lokasi)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Kemudahan konsumen untuk menuju tempat lokasi penjualan keripik tempe “BU NOER” terjangkau bagi para konsumen				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
2.	Keadaan lokasi penjualan keripik tempe “BU NOER” nyaman bagi para konsumen dalam memilih barang yang dibutuhkan yaitu tersedianya fasilitas yang lengkap, dan lokasi yang bersih.				
Alasan :					

D. PROMOSI (Media Iklan, Personal Selling, Sampel Produk)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Media iklan yang digunakan yaitu x-banner, brosur telah memiliki desain gambar dan warna yang menarik serta terdapat informasi yang lengkap mengenai produk yang ada sehingga konsumen tertarik untuk membaca				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
2.	Salah satu bentuk promosi yang dilakukan oleh karyawan secara langsung tatap muka kepada konsumen untuk mengenalkan produk sehingga konsumen merasa tertarik.				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
3.	Tersedia sampel produk yang diberikan sebelumnya oleh perusahaan untuk konsumen dalam mengenali produk				
Alasan :					

E. PEOPLE (Keramahan Karyawan, Kesiediaan Membantu)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Karyawan murah senyum dan memiliki sopan santun yang baik kepada konsumen dalam proses pembelian.				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
2.	Kesiediaan karyawan dalam membantu konsumen saat proses pemilihan produk dan pelayanan karyawan cepat dalam menanggapi apabila ada keluhan dari konsumen				
Alasan :					

F. PROCESS (Pemesanan, Kecepatan Transaksi)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Pelayanan yang diberikan konsumen dalam melakukan pemesanan terlebih dahulu sebelum membeli barang.				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
2.	Proses pelayanan yang diberikan karyawan kepada konsumen saat melakukan transaksi uang secara cepat dan tanggap				
Alasan :					

G. PHYSICAL EFIDENCE (Fasilitas, Kebersihan)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Kesesuaian ekspektasi konsumen berdasarkan kelengkapan fasilitas mulai dari keranjang belanja, kursi, alat <i>debit card</i> , kipas angin maupun AC, toilet, dan mushola yang membantu para konsumen dalam pembelian barang				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
2.	Kebersihan dalam ruangan toko selalu terjaga dengan baik serta penataan produk yang rapi sesuai dengan pengkelompokan masing-masing produk yang ada.				
Alasan :					

H. KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1.	Produk dari oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa” telah menyediakan kebutuhan dari konsumen				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
2.	Saya akan melakukan pencarian informasi secara lengkap melalui internet untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa”				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
3.	Produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa” menjadi alternatif pilihan saya dalam mencari oleh-oleh				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
4.	Saya akan mempercayai produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
5.	Saya akan memutuskan untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer” untuk jangka waktu yang lama				
Alasan :					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
6.	Saya akan melakukan pembelian ulang pada produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”				

Alasan :

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
7.	Saya akan merekomendasikan kepada orang lain untuk membeli produk oleh-oleh khas Malang “Keripik Tempe Aneka Rasa Bu Noer”				

Alasan :



Lampiran 2. Tabulasi Jawaban responden Pada Variabel Produk

No	Produk			
	X1.1	X1.2	X1.3	X1
1	4	4	4	12
2	3	3	3	9
3	2	3	2	7
4	3	3	3	9
5	3	3	3	9
6	3	2	3	8
7	3	3	3	9
8	3	3	3	9
9	3	3	3	9
10	3	4	3	10
11	4	2	3	9
12	3	3	3	9
13	3	3	4	10
14	3	3	3	9
15	3	3	4	10
16	3	3	3	9
17	4	3	3	10
18	3	3	4	10
19	3	3	3	9
20	3	4	3	10
21	2	3	3	8
22	3	2	4	9
23	4	4	3	11
24	3	2	3	8
25	4	3	4	11
26	3	2	3	8
27	3	3	4	10
28	3	2	3	8
29	3	3	3	9
30	2	3	4	9
31	3	3	3	9
32	4	3	4	11
33	3	3	3	9
34	4	3	3	10
35	4	3	3	10
36	3	3	3	9
37	3	4	4	11
38	4	3	4	11
39	4	4	3	11

Lampiran 2. (Lanjutan)

No	Produk			
	X1.1	X1.2	X1.2	X1
40	3	3	3	9
41	4	4	3	11
42	4	4	4	12
43	3	3	2	8
44	3	3	4	10
45	4	4	3	11
46	3	4	4	11
47	3	3	3	9
48	3	3	3	9
49	4	4	3	11
50	3	4	4	11
51	3	3	3	9
52	3	3	2	8
53	4	2	3	9
54	4	4	3	11
55	3	2	2	7
56	3	3	2	8
57	3	2	3	8
58	4	3	3	10
59	3	3	3	9
60	3	4	4	11
61	3	3	4	10
62	4	3	4	11
63	3	4	3	10
64	2	4	2	8
65	3	2	3	8
66	3	2	3	8
67	4	3	3	10
68	4	4	4	12

Lampiran 3. Tabulasi Jawaban responden Pada Variabel Harga

No	Harga			
	X2.1	X2.2	X2.3	X2
1	2	2	2	6
2	3	3	3	9
3	3	3	2	8
4	3	3	3	9
5	3	3	3	9
6	3	3	3	9
7	3	3	3	9
8	3	3	3	9
9	3	3	3	9
10	3	2	1	6
11	4	4	3	11
12	4	3	2	9
13	4	4	4	12
14	4	3	4	11
15	3	4	3	10
16	4	4	3	11
17	3	4	4	11
18	4	4	3	11
19	3	3	3	9
20	4	4	3	11
21	3	3	3	9
22	3	3	3	9
23	3	4	4	11
24	2	2	2	6
25	3	3	3	9
26	3	3	2	8
27	2	2	3	7
28	3	2	3	8
29	3	3	2	8
30	2	2	3	7
31	2	3	3	8
32	4	3	3	10
33	4	4	2	10
34	2	3	2	7
35	3	3	3	9
36	2	3	2	7
37	3	3	2	8
38	4	4	2	10
39	3	3	3	9

Lampiran 3. (Lanjutan)

No	Harga			
	X2.1	X2.2	X2.3	X2
40	4	3	3	10
41	4	4	3	11
42	3	4	4	11
43	3	3	3	9
44	3	4	3	10
45	4	3	3	10
46	3	3	3	9
47	3	3	4	10
48	3	3	3	9
49	3	3	3	9
50	3	3	4	10
51	2	2	3	7
52	3	2	3	8
53	2	2	3	7
54	3	3	4	10
55	3	3	3	9
56	4	3	3	10
57	4	3	4	11
58	2	3	3	8
59	3	3	4	10
60	4	4	4	12
61	3	3	3	9
62	4	4	3	11
63	2	2	3	7
64	2	2	2	6
65	3	2	3	8
66	2	2	2	6
67	3	2	3	8
68	3	3	2	8

Lampiran 4. Tabulasi Jawaban responden Pada Variabel Tempat

No	Tempat		
	X3.1	X3.2	X3
1	3	4	7
2	3	3	6
3	2	3	5
4	3	3	6
5	3	3	6
6	2	3	5
7	3	4	7
8	3	4	7
9	3	3	6
10	3	4	7
11	3	4	7
12	2	3	5
13	4	4	8
14	2	3	5
15	3	4	7
16	3	3	6
17	2	3	5
18	2	4	6
19	3	3	6
20	2	3	5
21	3	4	7
22	2	2	4
23	3	4	7
24	2	3	5
25	2	4	6
26	2	4	6
27	3	4	7
28	2	2	4
29	2	3	5
30	4	2	6
31	2	3	5
32	3	4	7
33	2	4	6
34	3	4	7
35	4	3	7
36	3	4	7
37	2	3	5
38	3	4	7
39	2	3	5

Lampiran 4. (Lanjutan)

No	Tempat		
	X3.1	X3.2	X3
40	3	4	7
41	3	4	7
42	4	3	7
43	2	3	5
44	3	3	6
45	4	3	7
46	4	3	7
47	3	3	6
48	3	3	6
49	4	4	8
50	3	3	6
51	2	3	5
52	3	3	6
53	3	3	6
54	2	3	5
55	2	2	4
56	2	3	5
57	1	2	3
58	2	3	5
59	3	3	6
60	3	3	6
61	3	3	6
62	4	3	7
63	4	4	8
64	3	4	7
65	2	3	5
66	2	4	6
67	4	4	8
68	2	3	5

Lampiran 5. Tabulasi Jawaban responden Pada Variabel Promosi

No	Promosi			
	X4.1	X4.2	X4.3	X4
1	4	3	2	9
2	3	3	2	8
3	2	3	2	7
4	3	3	3	9
5	3	3	3	9
6	2	2	2	6
7	3	3	2	8
8	3	3	3	9
9	3	3	3	9
10	4	2	2	8
11	3	3	2	8
12	2	2	2	6
13	2	2	2	6
14	3	4	4	11
15	4	2	2	8
16	2	2	3	7
17	3	3	3	9
18	4	3	4	11
19	3	3	3	9
20	3	3	3	9
21	3	3	3	9
22	3	3	3	9
23	3	3	3	9
24	2	3	3	8
25	3	3	3	9
26	2	3	3	8
27	3	3	3	9
28	2	3	3	8
29	3	2	2	7
30	3	3	3	9
31	2	2	2	6
32	4	3	4	11
33	3	2	2	7
34	3	1	1	5
35	3	3	4	10
36	4	2	3	9
37	3	3	3	9
38	4	2	3	9
39	3	2	3	8

Lampiran 5. (Lanjutan)

No	Promosi			
	X4.1	X4.2	X4.3	X4
40	3	3	3	9
41	3	3	4	10
42	3	4	3	10
43	3	4	3	10
44	3	4	3	10
45	3	3	4	10
46	3	4	3	10
47	3	4	3	10
48	3	3	3	9
49	4	4	4	12
50	4	3	4	11
51	3	2	3	8
52	3	3	3	9
53	3	3	3	9
54	3	4	4	11
55	2	2	2	6
56	2	2	3	7
57	3	2	2	7
58	3	2	3	8
59	2	3	3	8
60	3	3	3	9
61	3	3	4	10
62	4	3	4	11
63	2	3	3	8
64	3	3	3	9
65	3	3	4	10
66	3	4	3	10
67	2	4	1	7
68	3	4	2	9

Lampiran 6. Tabulasi Jawaban responden Pada Variabel *People*

No	People		
	X5.1	X5.2	X5
1	3	3	6
2	3	3	6
3	3	3	6
4	3	3	6
5	3	3	6
6	3	3	6
7	3	2	5
8	4	3	7
9	3	3	6
10	4	2	6
11	4	2	6
12	3	3	6
13	3	3	6
14	2	2	4
15	3	4	7
16	3	3	6
17	3	3	6
18	4	3	7
19	3	3	6
20	4	3	7
21	4	3	7
22	3	3	6
23	3	4	7
24	3	3	6
25	4	3	7
26	4	4	8
27	4	4	8
28	2	2	4
29	3	3	6
30	2	4	6
31	3	2	5
32	3	3	6
33	4	3	7
34	3	3	6
35	2	3	5
36	4	3	7
37	4	4	8
38	3	3	6
39	3	3	6

Lampiran 6 (Lanjutan)

No	<i>People</i>		
	X5.1	X5.2	X5
40	3	3	6
41	4	3	7
42	3	4	7
43	3	3	6
44	4	4	8
45	3	3	6
46	3	4	7
47	4	4	8
48	3	3	6
49	4	4	8
50	3	3	6
51	3	3	6
52	3	3	6
53	3	3	6
54	3	3	6
55	3	2	5
56	3	2	5
57	3	3	6
58	2	3	5
59	3	3	6
60	4	4	8
61	3	3	6
62	4	3	7
63	2	2	4
64	3	3	6
65	3	3	6
66	4	3	7
67	4	3	7
68	2	3	5

Lampiran 7. Tabulasi Jawaban responden Pada Variabel *Process*

No	<i>Process</i>		
	X6.1	X6.2	X6
1	3	4	7
2	3	3	6
3	3	3	6
4	3	3	6
5	3	3	6
6	3	3	6
7	2	3	5
8	3	3	6
9	3	3	6
10	3	3	6
11	3	3	6
12	2	3	5
13	3	3	6
14	2	3	5
15	3	4	7
16	3	3	6
17	3	3	6
18	3	4	7
19	3	3	6
20	3	3	6
21	4	3	7
22	3	3	6
23	4	4	8
24	3	3	6
25	3	3	6
26	3	3	6
27	3	4	7
28	2	3	5
29	2	3	5
30	3	3	6
31	3	3	6
32	3	3	6
33	3	3	6
34	2	2	4
35	2	3	5
36	2	3	5
37	2	3	5
38	2	3	5
39	2	3	5

Lampiran 7. (Lanjutan)

No	Process		
	X6.1	X6.2	X6
40	3	3	6
41	4	4	8
42	4	4	8
43	3	3	6
44	4	3	7
45	3	4	7
46	4	3	7
47	2	3	5
48	3	3	6
49	3	3	6
50	3	4	7
51	2	3	5
52	3	3	6
53	4	4	8
54	4	3	7
55	2	3	5
56	2	3	5
57	2	3	5
58	2	3	5
59	4	3	7
60	3	3	6
61	3	4	7
62	4	3	7
63	2	2	4
64	3	4	7
65	2	3	5
66	2	3	5
67	2	4	6
68	4	4	8

Lampiran 8. Tabulasi Jawaban responden Pada Variabel *Physical Evidence*

No	<i>Physical Evidence</i>		
	X7.1	X7.2	X7
1	4	4	8
2	3	3	6
3	3	3	6
4	3	3	6
5	3	3	6
6	3	3	6
7	4	4	8
8	4	4	8
9	3	3	6
10	3	4	7
11	3	3	6
12	4	4	8
13	2	4	6
14	3	3	6
15	4	4	8
16	3	3	6
17	4	4	8
18	4	4	8
19	3	3	6
20	4	4	8
21	3	3	6
22	3	3	6
23	3	3	6
24	3	3	6
25	3	4	7
26	4	4	8
27	3	3	6
28	3	3	6
29	3	3	6
30	3	3	6
31	3	3	6
32	4	4	8
33	4	4	8
34	4	4	8
35	4	3	7
36	4	4	8
37	3	4	7
38	4	4	8
39	4	4	8

Lampiran 8. (Lanjutan)

No	<i>Physical Evidence</i>		
	X7.1	X7.2	X7
40	4	4	8
41	3	4	7
42	3	4	7
43	3	3	6
44	3	3	6
45	4	4	8
46	3	4	7
47	3	3	6
48	3	3	6
49	3	3	6
50	4	3	7
51	3	3	6
52	3	3	6
53	4	4	8
54	4	4	8
55	2	2	4
56	2	3	5
57	2	3	5
58	3	3	6
59	4	4	8
60	4	4	8
61	3	3	6
62	4	4	8
63	3	4	7
64	4	4	8
65	4	4	8
66	4	4	8
67	3	3	6
68	3	3	6

Lampiran 9. Tabulasi Jawaban Responden Pada Variabel Keputusan Pembelian

No	Y							
	Y1	Y2	Y3	Y4.1	Y4.2	Y5.1	Y5.2	Y
1	4	2	4	4	3	4	4	25
2	3	3	3	3	3	3	3	21
3	2	3	2	2	3	3	3	18
4	3	3	3	3	3	3	3	21
5	3	3	3	3	3	3	3	21
6	3	3	2	2	3	3	3	19
7	3	3	4	3	2	2	4	21
8	3	3	3	3	4	3	4	23
9	3	3	4	3	3	3	3	22
10	3	3	4	2	4	3	4	23
11	4	4	3	3	2	3	3	22
12	3	4	4	2	3	2	4	22
13	3	4	2	2	3	3	2	19
14	3	4	3	4	2	3	3	22
15	3	3	3	2	4	4	4	23
16	3	4	3	2	3	3	3	21
17	3	4	4	3	3	3	4	24
18	3	4	3	4	4	4	4	26
19	3	3	2	3	3	3	3	20
20	3	4	3	3	4	3	4	24
21	3	3	2	3	4	4	3	22
22	4	3	4	3	3	3	3	23
23	4	4	3	3	3	4	3	24
24	3	2	2	3	3	3	3	19
25	4	3	2	3	4	3	4	23
26	3	3	4	3	4	3	4	24
27	3	2	3	3	4	4	3	22
28	3	3	2	3	2	2	3	18
29	3	3	3	2	3	2	3	19
30	4	2	4	3	4	3	3	23
31	3	3	3	2	3	3	3	20
32	4	3	3	4	3	3	4	24
33	3	4	4	2	4	3	4	24
34	4	2	4	2	3	2	4	21
35	4	3	4	3	2	2	3	21
36	3	2	3	4	4	2	4	22
37	4	3	3	3	4	2	4	23
38	4	4	4	3	3	2	4	24
39	4	3	3	3	3	2	4	22

Lampiran 9. (Lanjutan)

No	Y							
	Y1	Y2	Y3	Y4.1	Y4.2	Y5.1	Y5.2	Y
40	3	3	4	3	3	3	4	23
41	4	4	4	3	4	4	3	26
42	4	4	3	3	4	4	3	25
43	3	3	3	3	3	3	3	21
44	3	3	3	3	4	4	3	23
45	4	3	3	3	3	3	4	23
46	4	3	4	3	4	4	4	26
47	3	3	3	3	4	2	3	21
48	3	3	3	3	3	3	3	21
49	4	3	4	4	4	3	3	25
50	4	3	3	4	3	4	4	25
51	3	2	3	3	3	2	3	19
52	3	3	3	3	3	3	3	21
53	4	2	3	3	3	4	4	23
54	4	3	2	4	3	3	4	23
55	2	3	2	2	2	2	2	15
56	3	3	2	2	2	2	2	16
57	3	4	2	2	3	3	3	20
58	3	3	3	3	2	3	3	20
59	3	3	3	3	3	4	4	23
60	4	4	3	3	4	3	4	25
61	3	3	3	3	3	4	3	22
62	4	4	4	4	4	4	4	28
63	3	2	4	3	2	2	3	19
64	2	2	4	3	3	4	4	22
65	3	2	3	3	3	2	4	20
66	3	2	2	3	4	2	4	20
67	3	3	4	4	4	2	3	23
68	4	3	3	4	2	4	3	23

Lampiran 10. Uji Validitas dan Reliabilitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	Produk
X1.1	Pearson Correlation	1	.195	.231	.665**
	Sig. (2-tailed)		.112	.058	.000
	N	68	68	68	68
X1.2	Pearson Correlation	.195	1	.195	.708**
	Sig. (2-tailed)	.112		.111	.000
	N	68	68	68	68
X1.3	Pearson Correlation	.231	.195	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.058	.111		.000
	N	68	68	68	68
Produk	Pearson Correlation	.665**	.708**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	68	68	68	68

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	4

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Harga
X2.1	Pearson Correlation	1	.645**	.250*	.817**
	Sig. (2-tailed)		.000	.040	.000
	N	68	68	68	68
X2.2	Pearson Correlation	.645**	1	.315**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000		.009	.000
	N	68	68	68	68
X2.3	Pearson Correlation	.250*	.315**	1	.669**
	Sig. (2-tailed)	.040	.009		.000
	N	68	68	68	68
Harga	Pearson Correlation	.817**	.842**	.669**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	68	68	68	68

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.816	4

Correlations

		X3.1	X3.2	Tempat
X3.1	Pearson Correlation	1	.285*	.842**
	Sig. (2-tailed)		.019	.000
	N	68	68	68
X3.2	Pearson Correlation	.285*	1	.757**
	Sig. (2-tailed)	.019		.000
	N	68	68	68
Tempat	Pearson Correlation	.842**	.757**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	68	68	68

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.832	3

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	Promosi
X4.1	Pearson Correlation	1	.093	.330**	.621**
	Sig. (2-tailed)		.450	.006	.000
	N	68	68	68	68
X4.2	Pearson Correlation	.093	1	.396**	.707**
	Sig. (2-tailed)	.450		.001	.000
	N	68	68	68	68
X4.3	Pearson Correlation	.330**	.396**	1	.822**
	Sig. (2-tailed)	.006	.001		.000
	N	68	68	68	68
Promosi	Pearson Correlation	.621**	.707**	.822**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	68	68	68	68

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.786	4

Correlations

		X5.1	X5.2	People
X5.1	Pearson Correlation	1	.284*	.819**
	Sig. (2-tailed)		.019	.000
	N	68	68	68
X5.2	Pearson Correlation	.284*	1	.783**
	Sig. (2-tailed)	.019		.000
	N	68	68	68
People	Pearson Correlation	.819**	.783**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	68	68	68

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.833	3

Correlations

		X6.1	X6.2	Process
X6.1	Pearson Correlation	1	.377**	.895**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000
	N	68	68	68
X6.2	Pearson Correlation	.377**	1	.750**
	Sig. (2-tailed)	.002		.000
	N	68	68	68
Process	Pearson Correlation	.895**	.750**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	68	68	68

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.847	3



Correlations

		X7.1	X7.2	Phsical_efidence
X7.1	Pearson Correlation	1	.676**	.924**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	68	68	68
X7.2	Pearson Correlation	.676**	1	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	68	68	68
Phsical_efidence	Pearson Correlation	.924**	.906**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	68	68	68

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	3



Correlations

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y
Pearson Correlation	1	.119	.258*	.397**	.128	.162	.286*	.596**
Sig. (2-tailed)		.332	.034	.001	.297	.187	.018	.000
N	68	68	68	68	68	68	68	68
Pearson Correlation	.119	1	.017	-.107	.042	.162	-.064	.322**
Sig. (2-tailed)	.332		.888	.383	.731	.186	.605	.007
N	68	68	68	68	68	68	68	68
Pearson Correlation	.258*	.017	1	.187	.141	.033	.362**	.546**
Sig. (2-tailed)	.034	.888		.127	.252	.790	.002	.000
N	68	68	68	68	68	68	68	68
Pearson Correlation	.397**	-.107	.187	1	.093	.236	.263*	.536**
Sig. (2-tailed)	.001	.383	.127		.449	.053	.030	.000
N	68	68	68	68	68	68	68	68
Pearson Correlation	.128	.042	.141	.093	1	.281*	.377**	.568**
Sig. (2-tailed)	.297	.731	.252	.449		.020	.002	.000
N	68	68	68	68	68	68	68	68
Pearson Correlation	.162	.162	.033	.236	.281*	1	.086	.557**
Sig. (2-tailed)	.187	.186	.790	.053	.020		.486	.000
N	68	68	68	68	68	68	68	68
Pearson Correlation	.286*	-.064	.362**	.263*	.377**	.086	1	.599**
Sig. (2-tailed)	.018	.605	.002	.030	.002	.486		.000
N	68	68	68	68	68	68	68	68
Pearson Correlation	.596**	.322**	.546**	.536**	.568**	.557**	.599**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.007	.000	.000	.000	.000	.000	
N	68	68	68	68	68	68	68	68

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

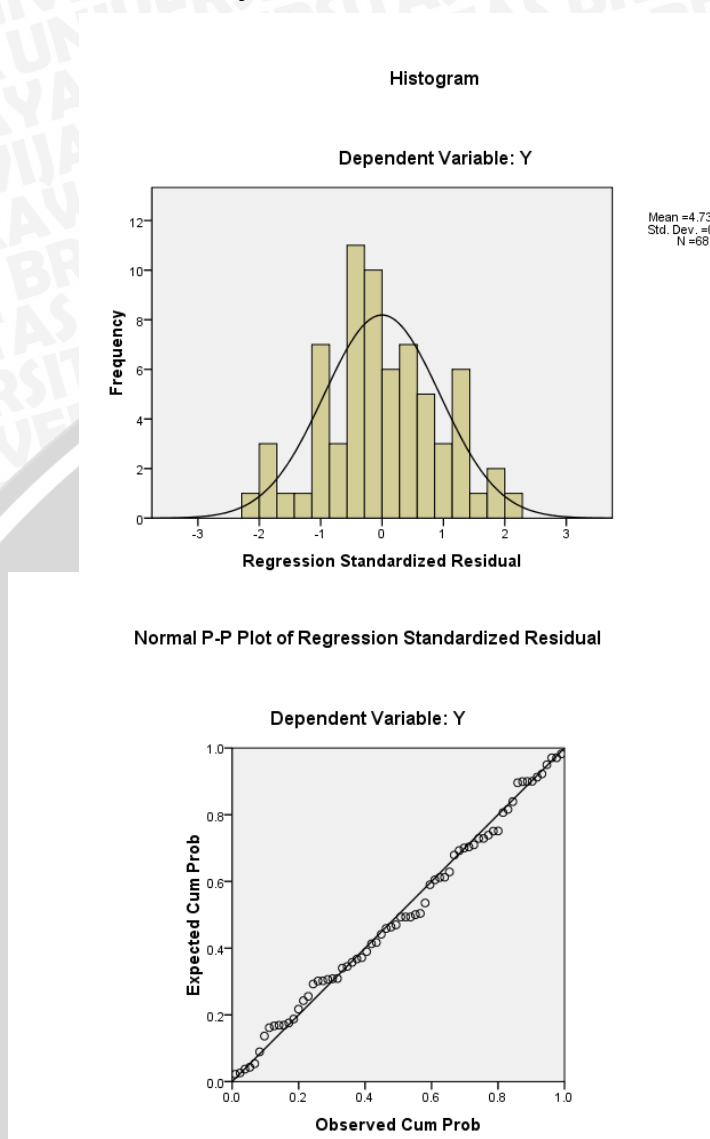
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.711	8



Lampiran 11. Asumsi Klasik Uji Normalitas



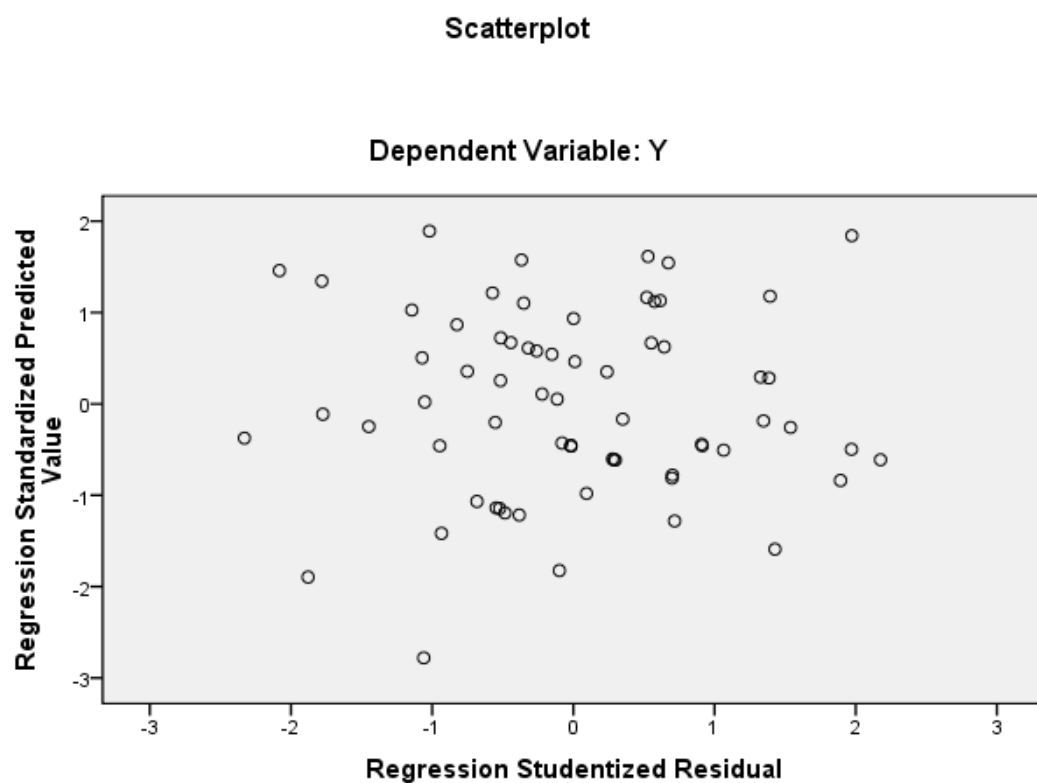
Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
bauran_pemasaran	.069	68	.200*	.984	68	.548

a. Lilliefors Significance Correction

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

Lampiran 12. Asumsi Klasik Uji Heteroskedastisitas





Lampiran 13. Asumsi Klasik Uji Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.654	1.474		-.444	.659		
	Produk	.595	.139	.304	4.267	.000	.620	1.614
	Harga	.163	.092	.105	1.764	.083	.887	1.128
	Tempat	.041	.145	.018	.282	.779	.743	1.346
	Promosi	.328	.107	.200	3.067	.003	.745	1.342
	People	.572	.159	.224	3.588	.001	.806	1.241
	Process	.606	.166	.241	3.663	.001	.726	1.378
	Phsical_efidence	.765	.146	.330	5.244	.000	.795	1.258

a. Dependent Variable: Y



Lampiran 14. Asumsi Klasik Uji Autokorelasi

Runs Test	
	Unstandardized Residual
Test Value ^a	-.05032
Cases < Test Value	34
Cases >= Test Value	34
Total Cases	68
Number of Runs	36
Z	.244
Asymp. Sig. (2-tailed)	.807

a. Median



Lampiran 15. Hasil Regresi Linier Berganda

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.900 ^a	.811	.789	1.092	2.338

a. Predictors: (Constant), Phsical_efidence, Harga, Process, People, Tempat, Promosi, Produk

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	306.476	7	43.782	36.728	.000 ^a
	Residual	71.524	60	1.192		
	Total	378.000	67			

a. Predictors: (Constant), Phsical_efidence, Harga, Process, People, Tempat, Promosi, Produk

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.654	1.474		-.444	.659		
	Produk	.595	.139	.304	4.267	.000	.620	1.614
	Harga	.163	.092	.105	1.764	.083	.887	1.128
	Tempat	.041	.145	.018	.282	.779	.743	1.346
	Promosi	.328	.107	.200	3.067	.003	.745	1.342
	People	.572	.159	.224	3.588	.001	.806	1.241
	Process	.606	.166	.241	3.663	.001	.726	1.378
	Phsical_efidence	.765	.146	.330	5.244	.000	.795	1.258

a. Dependent Variable: Y

Lampiran 16. Dokumentasi



Wawancara dengan salah satu responden



Wawancara dengan salah satu responden



Produk Keripik Tempe Aneka Rasa "BU NOER"



Bersama Pemilik Keripik Tempe Aneka Rasa "BU NOER"