

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Sesuai hasil penelitian serta pembahasan mengenai Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakmie Anita, sehingga penulis menyimpulkan bahwa :

1. Kualitas produk berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, karena kualitas produk memiliki nilai  $t_{hitung}$  3,643 >  $t_{tabel}$  1,655 dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  dan hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,519 atau 51,9% yang artinya kualitas produk memiliki pengaruh sebesar 51,9% sedangkan sisanya 48,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tak bisa dijelaskan pada penelitian ini.
2. Harga berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, karena harga memiliki nilai  $t_{hitung}$  7,008 >  $t_{tabel}$  1,655 dengan signifikan  $0,000 < 0,05$  dan hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,714 atau 71,4% yang artinya harga memiliki pengaruh sebesar 71,4% sedangkan sisanya 28,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.
3. Promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, karena promosi memiliki nilai  $t_{hitung}$  2,861 >  $t_{tabel}$  1,655 dengan signifikan  $0,005 < 0,05$  dan hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,637 atau 63,7% yang artinya promosi memiliki pengaruh

sebesar 63,7% sedangkan sisanya 36,3% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.

4. Kualitas produk, harga, dan promosi berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian, karena memiliki nilai  $F_{hitung}$  158,688 >  $F_{tabel}$  2,67 dengan tingkat signifikan  $0,000 < 0,05$  dan hasil perhitungan koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,760 atau 76% yang artinya kualitas produk, harga dan promosi memiliki pengaruh sebesar 76% sedangkan sisanya 24% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dapat dijelaskan pada penelitian ini.

## **B. Implikasi**

Sesuai hasil penelitian tersebut, sehingga penulis menyampaikan berbagai implikasi, yakni:

### **1. Implikasi Teoritis**

Implikasi menurut hasil penelitian berikut menunjukkan dalam pelaksanaan keputusan pembelian para konsumen, sangat penting bagi perusahaan untuk memperhatikan kualitas produk, harga dan promosi untuk diberikan kepada konsumen.

### **2. Implikasi Manajerial**

Penelitian berikut berharap bisa berkontribusi pada bakmi Anita terkait kebijakan dalam usaha peningkatan kualitas produk, harga maupun promosi.

### 3. Implikasi Metodologi

Pada penelitian ini yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakmie Anita, peneliti menggunakan data yang diperoleh menggunakan *software* SPSS. Data tersebut didapat melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang akan diteliti.

### C. Saran

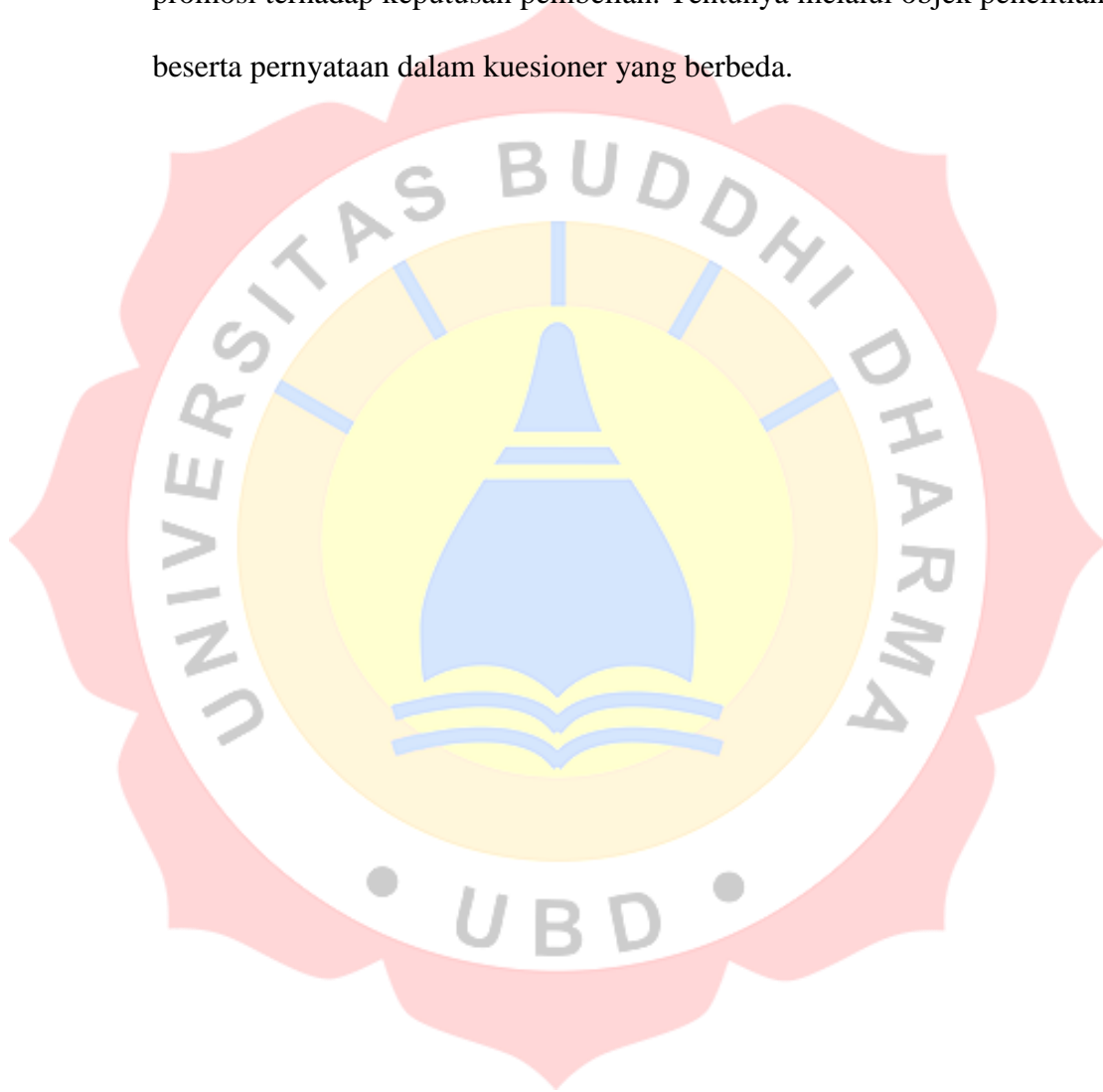
Sesuai hasil penelitian serta kesimpulan yang sudah disampaikan, sehingga saran yang bisa diberikan yaitu :

#### 1. Bagi Perusahaan

- a. Pada variabel kualitas produk yang dimiliki bakmie Anita sekarang sudah cukup baik serta kedepannya harus bisa menjaga ataupun meningkatkan mutu produk yang dimiliki saat ini supaya meningkatkan keputusan pembelian pada bakmie Anita.
- b. Pada variabel harga yang dimiliki bakmie Anita sekarang sudah cukup baik dan untuk kedepannya harus mampu menetapkan harga yang pas agar meningkatkan keputusan pembelian pada bakmie Anita.
- c. Pada variabel promosi yang dimiliki bakmie Anita sekarang sudah cukup baik dan untuk kedepannya harus membuat promosi lebih banyak lagi agar meningkatkan keputusan pembelian pada bakmie Anita.

## 2. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti berharap supaya penelitian berikut bisa menjadi pedoman khususnya bila menggunakan variabel kualitas produk, harga maupun promosi terhadap keputusan pembelian. Tentunya melalui objek penelitian beserta pernyataan dalam kuesioner yang berbeda.



## DAFTAR PUSTAKA

- Afandi, P. Manajemen Sumber Daya Manusia (Teori, Konsep dan Indikator). Riau: Zanafa Publishing, 2018.
- Alma, B. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Amirullah. Pengantar Manajemen. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2018.
- Amstrong, K. a. Principle Of Marketing. Jakarta: PT. indeks, 2017.
- Choerudin, B. P. Manajemen Pemasaran. Sleman: Deepublish, 2017.
- Ghozali. Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25. Semarang: Undip, 2018.
- Gitosudarmo, I. Manajemen Pemasaran Edisi Kedua. Yogyakarta: BPFE, 2017.
- Hasibuan, M. Manajemen Sumber Daya Manusia. Jakarta: PT. Bumi Aksara, 2018.
- Janamarta, A. I. Pengaruh Brand Name, Perceived Quality, Harga Terhadap Keputusan Pembelian Bahan Bakar Minyak Jenis Super, Studi kausalitas Pada Pengguna Motor Produksi Masal di Shell BSD 1 Jalan Pahlawan Seribu. Tangerang: Universitas Buddhi Dharma, 2019.
- Keller, K. a. Manajemen Pemasaran, Edisi 15. Jakarta: Erlangga, 2017.
- Laksana, F. Praktis Memahami Manajemen Pemasaran. Depok: Khalifah Mediatama, 2019.
- Malau, H. Manajemen Pemasaran : Teori dan Aplikasi Pemasaran Era Tradisional Sampai Era Modernisasi Global). Bandung: Alfabeta, 2017.
- Nandan, L. a. Manajemen Pemasaran. Jakarta: Mitra Wacana Media, 2017.
- Normi, S. Dasar-Dasar Manajemen. Edisi 1. Yogyakarta: Expert, 2018.
- Oentoro, D. Manajemen Pemasaran Modern. Yogyakarta: Pressindo, 2017.
- Priansa, D. J. Komunikasi Pemasaran Terpadu. Bandung: CV Pustaka Setia, 2017.
- Priyatno. Panduan Praktis Olah Data Menggunakan SPSS. Yogyakarta: Andi, 2017.
- Sudaryono. Aplikasi Statistik Untuk Penelitian. Jakarta Pusat: Lentera Ilmu Cendekia, 2017.
- Sugiyono. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2017.
- Sujawerni, W. Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2017.

Sunyoto, D. Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran. Yogyakarta: CAPS, 2017.

Tjiptono, F. Manajemen Pemasaran : Prinsip & Penerapan. Yogyakarta: Andi, 2019.



## DAFTAR RIWAYAT HIDUP

### Identitas Diri

Nama : Salsabilah Nur Fajriyati  
Tempat, Tanggal Lahir : Tangerang, 24 September 2001  
Jenis Kelamin : Perempuan  
Agama : Islam  
Kewarganegaraan : Indonesia  
Alamat : Jl. Sukamulya 2 No.39 RT 02/05 Kel. Sukasari, Kec.  
Tangerang Kota Tangerang  
Nomor Telepon : 082210901845  
Email : [salsabilanurfy2@gmail.com](mailto:salsabilanurfy2@gmail.com)  
IPK Terakhir : 3.61



### Riwayat Pendidikan

SD : SDN Tangerang 4  
SMP/MTS : SMPN 17 Tangerang  
SMA/SMK/MA : SMAN 7 Tangerang

### Riwayat Pekerjaan

PT Biocantika Surya Cemerlang : Content Creator (Juli 2022 – sekarang)

Tangerang, 24 Januari 2023

Salsabilah Nur Fajriyati

**Tabel r (N 130-150)**

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0,05	0,025	0,01	0,005	0,0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0,1	0,05	0,02	0,01	0,001
130	0,1438	0,1710	0,2023	0,2235	0,2832
131	0,1432	0,1703	0,2015	0,2226	0,2822
132	0,1427	0,1697	0,2008	0,2218	0,2811
133	0,1422	0,1690	0,2001	0,2210	0,2801
134	0,1416	0,1684	0,1993	0,2202	0,2791
135	0,1411	0,1678	0,1986	0,2194	0,2781
136	0,1406	0,1672	0,1979	0,2186	0,2771
137	0,1401	0,1666	0,1972	0,2178	0,2761
138	0,1396	0,1660	0,1965	0,2170	0,2752
139	0,1391	0,1654	0,1958	0,2163	0,2742
140	0,1386	0,1648	0,1951	0,2155	0,2733
141	0,1381	0,1642	0,1944	0,2148	0,2723
142	0,1376	0,1637	0,1937	0,2140	0,2714
143	0,1371	0,1631	0,1930	0,2133	0,2705
144	0,1367	0,1625	0,1924	0,2126	0,2696
145	0,1362	0,1620	0,1917	0,2118	0,2687
146	0,1357	0,1614	0,1911	0,2111	0,2678
147	0,1353	0,1609	0,1904	0,2104	0,2669
148	0,1348	0,1603	0,1898	0,2097	0,2660
149	0,1344	0,1598	0,1892	0,2090	0,2652
150	0,1339	0,1593	0,1886	0,2083	0,2643



## Tabel T (N 121-160)

Titik Persentase Distribusi t (df = 121 –160)

Pr df	0.25	0.10	0.05	0.025	0.01	0.005	0.001
	0.50	0.20	0.10	0.050	0.02	0.010	0.002
121	0.67652	1.28859	1.65754	1.97976	2.35756	2.61707	3.15895
122	0.67651	1.28853	1.65744	1.97960	2.35730	2.61673	3.15838
123	0.67649	1.28847	1.65734	1.97944	2.35705	2.61639	3.15781
124	0.67647	1.28842	1.65723	1.97928	2.35680	2.61606	3.15726
125	0.67646	1.28836	1.65714	1.97912	2.35655	2.61573	3.15671
126	0.67644	1.28831	1.65704	1.97897	2.35631	2.61541	3.15617
127	0.67643	1.28825	1.65694	1.97882	2.35607	2.61510	3.15565
128	0.67641	1.28820	1.65685	1.97867	2.35583	2.61478	3.15512
129	0.67640	1.28815	1.65675	1.97852	2.35560	2.61448	3.15461
130	0.67638	1.28810	1.65666	1.97838	2.35537	2.61418	3.15411
131	0.67637	1.28805	1.65657	1.97824	2.35515	2.61388	3.15361
132	0.67635	1.28800	1.65648	1.97810	2.35493	2.61359	3.15312
133	0.67634	1.28795	1.65639	1.97796	2.35471	2.61330	3.15264
134	0.67633	1.28790	1.65630	1.97783	2.35450	2.61302	3.15217
135	0.67631	1.28785	1.65622	1.97769	2.35429	2.61274	3.15170
136	0.67630	1.28781	1.65613	1.97756	2.35408	2.61246	3.15124
137	0.67628	1.28776	1.65605	1.97743	2.35387	2.61219	3.15079
138	0.67627	1.28772	1.65597	1.97730	2.35367	2.61193	3.15034
139	0.67626	1.28767	1.65589	1.97718	2.35347	2.61166	3.14990
140	0.67625	1.28763	1.65581	1.97705	2.35328	2.61140	3.14947
141	0.67623	1.28758	1.65573	1.97693	2.35309	2.61115	3.14904
142	0.67622	1.28754	1.65566	1.97681	2.35289	2.61090	3.14862
143	0.67621	1.28750	1.65558	1.97669	2.35271	2.61065	3.14820
144	0.67620	1.28746	1.65550	1.97658	2.35252	2.61040	3.14779
145	0.67619	1.28742	1.65543	1.97646	2.35234	2.61016	3.14739
146	0.67617	1.28738	1.65536	1.97635	2.35216	2.60992	3.14699
147	0.67616	1.28734	1.65529	1.97623	2.35198	2.60969	3.14660
148	0.67615	1.28730	1.65521	1.97612	2.35181	2.60946	3.14621
149	0.67614	1.28726	1.65514	1.97601	2.35163	2.60923	3.14583
150	0.67613	1.28722	1.65508	1.97591	2.35146	2.60900	3.14545
151	0.67612	1.28718	1.65501	1.97580	2.35130	2.60878	3.14508
152	0.67611	1.28715	1.65494	1.97569	2.35113	2.60856	3.14471
153	0.67610	1.28711	1.65487	1.97559	2.35097	2.60834	3.14435
154	0.67609	1.28707	1.65481	1.97549	2.35081	2.60813	3.14400
155	0.67608	1.28704	1.65474	1.97539	2.35065	2.60792	3.14364
156	0.67607	1.28700	1.65468	1.97529	2.35049	2.60771	3.14330
157	0.67606	1.28697	1.65462	1.97519	2.35033	2.60751	3.14295
158	0.67605	1.28693	1.65455	1.97509	2.35018	2.60730	3.14261
159	0.67604	1.28690	1.65449	1.97500	2.35003	2.60710	3.14228
160	0.67603	1.28687	1.65443	1.97490	2.34988	2.60691	3.14195



## KUESIONER

Responden yang terhormat,

Dalam rangka menyelesaikan skripsi di Universitas Buddhi Dharma Tangerang yang berjudul “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Bakmie Anita”, Saya Salsabilah Nur Fajriyati mengharapkan kesediaan saudara/I untuk mengisi kuesioner dibawah ini. Setiap jawaban yang saudara/I berikan akan sangat bermanfaat untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih atas kesediaan saudara/I dalam mengisi kuesioner ini.

### Petunjuk Pengisian

1. Berikan tanda check (  $\surd$  ) pada jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.
2. Dalam menjawab pertanyaan kuesioner ini, sebaiknya anda memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya.
3. Ada lima alternative jawaban, yaitu :
  - a. SS berarti sangat setuju = 5
  - b. S berarti setuju = 4
  - c. KS berarti kurang setuju = 3
  - d. TS berarti tidak setuju = 2
  - e. STS berarti sangat tidak setuju = 1

### Data Responden

1. Nama :
2. Jenis Kelamin :
 

<input type="checkbox"/> laki-laki	<input type="checkbox"/> Perempuan
------------------------------------	------------------------------------
3. Usia :
 

<input type="checkbox"/> 18 tahun – 25 tahun	<input type="checkbox"/> 25 tahun – 30 tahun
<input type="checkbox"/> 31 tahun – 40 tahun	<input type="checkbox"/> 41 $\geq$ tahun
4. Tingkat pendidikan :
 

<input type="checkbox"/> SD – SMA/SMK	<input type="checkbox"/> D1 – D3
<input type="checkbox"/> S1	<input type="checkbox"/> S2

**Kualitas Produk (X1)**

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Bakmi yang disajikan sangat menarik					
2.	Bakmi yang ditawarkan bervariasi					
3.	Bakmi yang ditawarkan mudah didapatkan					
4.	Bakmi yang ditawarkan kualitasnya sesuai dengan yang diharapkan					
5.	Bakmi yang dibawa pulang rasanya tetap sama					
6.	Penyajian bakmi sangat baik dari segi kemasannya					
7.	Bakmi yang ditawarkan sangat enak sesuai harapan					
8.	Bakmi yang ditawarkan bervariasi					
9.	Bakmi yang ditawarkan memiliki rasa yang enak walaupun beda bentuk					
10.	Bakmi yang ditawarkan memiliki rasa yang spesial					

**Harga (X2)**

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga produk terjangkau					
2.	Daftar harga produk jelas					
3.	Harga produk murah					
4.	Cara transaksi yang mudah dengan uang tunai atau transfer					
5.	Jika ada perubahan harga selalu disampaikan					
6.	Ada diskon untuk produk pada event tertentu					
7.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk					
8.	Nama baik bakmi yang dikenal sesuai dengan rasanya					
9.	Produk bakmi memiliki harga yang bersaing					

10.	Harga yang diberikan sesuai dengan harapan					
-----	--	--	--	--	--	--

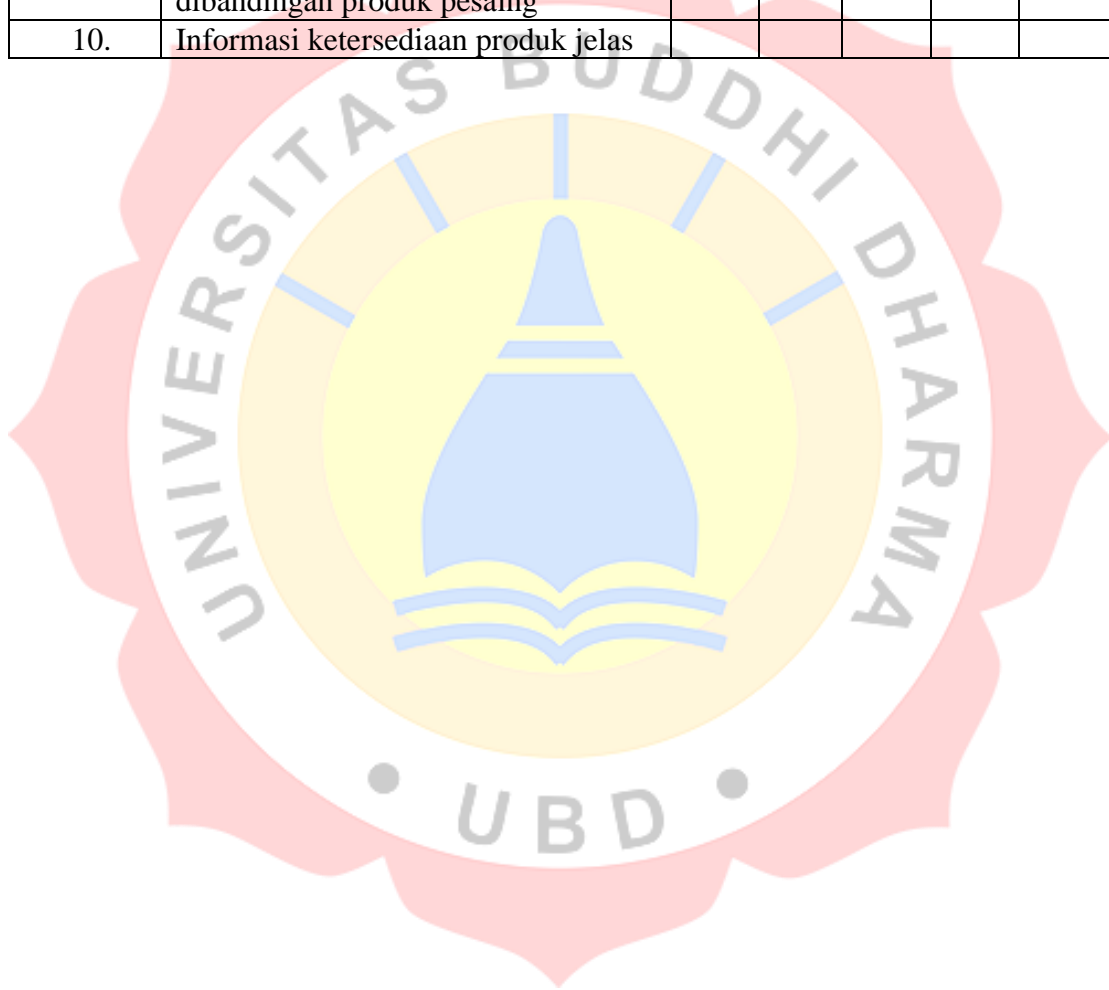
**Promosi (X3)**

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Selalu ada penawaran menu baru kepada konsumen dalam waktu tertentu					
2.	Selalu ada pemasaran produk secara langsung kepada konsumen					
3.	Selalu ada pengenalan produk kepada konsumen					
4.	Selalu ada foto produk dengan jelas					
5.	Selalu ada promosi produk dengan poster yang di tempel dilingkungan sekitar					
6.	Informasi produk baru dari media promosi yang ada dilokasi					
7.	Ada potongan harga/ <i>cashback</i> dengan melakukan transaksi melalui <i>E-wallet</i>					
8.	Ada promosi pemberian hadiah pada hari tertentu kepada konsumen					
9.	Ada pemberian produk gratis membuat anda menjadi konsumen					
10.	Lokasi makan memberikan kesan yang menarik					

**Keputusan Pembelian (Y)**

No	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen					
2.	Saya merasa dilayani dengan baik oleh pelayan					
3.	Produk bermanfaat untuk menghilangkan lapar					
4.	Pelayan mengerti keinginan kosumen dalam memilih produk					

5.	Bakmi yang ada memberikan pengalaman dengan cita rasa yang berbeda					
6.	Lokasi bakmi memiliki lokasi yang strategis					
7.	Proses pembuatannya cepat					
8.	Produk memiliki informasi yang jelas					
9.	Kualitas produk lebih baik dibandingkan produk pesaing					
10.	Informasi ketersediaan produk jelas					



## HASIL OUTPUT SPSS

### Statistik Deskriptif

	N	Range	Minimum	Maximum	Mean	Std. Error	Std. Deviation
	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic	Statistic
KualitasProduk	150	36.00	14.00	50.00	41.5600	.53524	6.55537
Harga	150	35.00	15.00	50.00	41.9400	.48616	5.95422
Promosi	150	30.00	20.00	50.00	40.1333	.54520	6.67728
Keputusan pembelian	150	29.00	21.00	50.00	42.3733	.46800	5.73175
Valid N (listwise)	150						

### Uji Frekuensi

#### Kualitas Produk (X1)

#### Bakmi yang disajikan sangat menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.3	1.3	1.3
	2.00	1	.7	.7	2.0
	3.00	17	11.3	11.3	13.3
	4.00	78	52.0	52.0	65.3
	5.00	52	34.7	34.7	100.0
Total		150	100.0	100.0	

### Bakmi yang ditawarkan bervariasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	2.0	2.0	2.0
	2.00	1	.7	.7	2.7
	3.00	20	13.3	13.3	16.0
	4.00	68	45.3	45.3	61.3
	5.00	58	38.7	38.7	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Bakmi yang ditawarkan mudah didapatkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.3	1.3	1.3
	2.00	4	2.7	2.7	4.0
	3.00	15	10.0	10.0	14.0
	4.00	71	47.3	47.3	61.3
	5.00	58	38.7	38.7	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Bakmi yang ditawarkan kualitasnya sesuai dengan yang diharapkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.3	1.3	1.3
	2.00	2	1.3	1.3	2.7
	3.00	16	10.7	10.7	13.3
	4.00	76	50.7	50.7	64.0
	5.00	54	36.0	36.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0



### Bakmi yang dibawa pulang rasanya tetap sama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	2.7	2.7	2.7
	2.00	5	3.3	3.3	6.0
	3.00	27	18.0	18.0	24.0
	4.00	64	42.7	42.7	66.7
	5.00	50	33.3	33.3	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Penyajian bakmi sangat baik dari segi kemasannya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	4	2.7	2.7	3.3
	3.00	15	10.0	10.0	13.3
	4.00	78	52.0	52.0	65.3
	5.00	52	34.7	34.7	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Bakmi yang ditawarkan sangat enak sesuai harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	4	2.7	2.7	3.3
	3.00	11	7.3	7.3	10.7
	4.00	71	47.3	47.3	58.0
	5.00	63	42.0	42.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

**Bakmi yang ditawarkan bervariasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.3	1.3	1.3
	2.00	3	2.0	2.0	3.3
	3.00	19	12.7	12.7	16.0
	4.00	78	52.0	52.0	68.0
	5.00	48	32.0	32.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

**Bakmi yang ditawarkan memiliki rasa yang enak walaupun beda bentuk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.3	1.3	1.3
	2.00	5	3.3	3.3	4.7
	3.00	12	8.0	8.0	12.7
	4.00	81	54.0	54.0	66.7
	5.00	50	33.3	33.3	100.0
	Total		150	100.0	100.0

**Bakmi yang ditawarkan memiliki rasa yang special**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	4.7	4.7	4.7
	3.00	20	13.3	13.3	18.0
	4.00	73	48.7	48.7	66.7
	5.00	50	33.3	33.3	100.0
	Total		150	100.0	100.0

## Harga (X2)

### Harga produk terjangkau

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.3	1.3	1.3
	2.00	1	.7	.7	2.0
	3.00	22	14.7	14.7	16.7
	4.00	66	44.0	44.0	60.7
	5.00	59	39.3	39.3	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Daftar harga produk jelas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.3	1.3	1.3
	3.00	11	7.3	7.3	8.7
	4.00	69	46.0	46.0	54.7
	5.00	68	45.3	45.3	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Harga produk murah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	2.7	2.7	2.7
	3.00	37	24.7	24.7	27.3
	4.00	65	43.3	43.3	70.7
	5.00	44	29.3	29.3	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Cara transaksi yang mudah dengan uang tunai atau transfer

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	2	1.3	1.3	2.0
	3.00	17	11.3	11.3	13.3
	4.00	64	42.7	42.7	56.0
	5.00	66	44.0	44.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Jika ada perubahan harga selalu disampaikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	7	4.7	4.7	5.3
	3.00	29	19.3	19.3	24.7
	4.00	63	42.0	42.0	66.7
	5.00	50	33.3	33.3	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Ada diskon untuk produk pada event tertentu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	2.0	2.0	2.0
	2.00	4	2.7	2.7	4.7
	3.00	31	20.7	20.7	25.3
	4.00	67	44.7	44.7	70.0
	5.00	45	30.0	30.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.3	1.3	1.3
	3.00	10	6.7	6.7	8.0
	4.00	76	50.7	50.7	58.7
	5.00	62	41.3	41.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

### Nama baik bakmi yang dikenal sesuai dengan rasanya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	2.0	2.0	2.0
	3.00	9	6.0	6.0	8.0
	4.00	72	48.0	48.0	56.0
	5.00	66	44.0	44.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

### Produk bakmi memiliki harga yang bersaing

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.3	1.3	1.3
	3.00	11	7.3	7.3	8.7
	4.00	83	55.3	55.3	64.0
	5.00	54	36.0	36.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

### Harga yang diberikan sesuai dengan harapan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	3	2.0	2.0	2.7
	3.00	18	12.0	12.0	14.7
	4.00	72	48.0	48.0	62.7
	5.00	56	37.3	37.3	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Promosi (X3)

Selalu ada penawaran menu baru kepada konsumen dalam waktu tertentu

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.3	1.3	1.3
	2.00	6	4.0	4.0	5.3
	3.00	27	18.0	18.0	23.3
	4.00	76	50.7	50.7	74.0
	5.00	39	26.0	26.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

Selalu ada pemasaran produk secara langsung kepada konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.3	1.3	1.3
	2.00	9	6.0	6.0	7.3
	3.00	22	14.7	14.7	22.0
	4.00	76	50.7	50.7	72.7
	5.00	41	27.3	27.3	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Selalu ada pengenalan produk kepada konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	10	6.7	6.7	7.3
	3.00	24	16.0	16.0	23.3
	4.00	76	50.7	50.7	74.0
	5.00	39	26.0	26.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Selalu ada foto produk dengan jelas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	1.3	1.3	1.3
	2.00	6	4.0	4.0	5.3
	3.00	25	16.7	16.7	22.0
	4.00	63	42.0	42.0	64.0
	5.00	54	36.0	36.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Selalu ada promosi produk dengan poster yang di tempel dilingkungan sekitar

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	7	4.7	4.7	5.3
	3.00	25	16.7	16.7	22.0
	4.00	73	48.7	48.7	70.7
	5.00	44	29.3	29.3	100.0
	Total		150	100.0	100.0

**Informasi produk baru dari media promosi yang ada dilokasi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	2.7	2.7	2.7
	3.00	27	18.0	18.0	20.7
	4.00	81	54.0	54.0	74.7
	5.00	38	25.3	25.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**Ada potongan harga/cashback dengan melakukan transaksi melalui E-wallet**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	6	4.0	4.0	4.7
	3.00	30	20.0	20.0	24.7
	4.00	57	38.0	38.0	62.7
	5.00	56	37.3	37.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**Ada promosi pemberian hadiah pada hari tertentu kepada konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	2.0	2.0	2.0
	2.00	10	6.7	6.7	8.7
	3.00	29	19.3	19.3	28.0
	4.00	64	42.7	42.7	70.7
	5.00	44	29.3	29.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	



**Ada pemberian produk gratis membuat anda menjadi konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	2.7	2.7	2.7
	2.00	9	6.0	6.0	8.7
	3.00	26	17.3	17.3	26.0
	4.00	50	33.3	33.3	59.3
	5.00	61	40.7	40.7	100.0
	Total		150	100.0	100.0

**Lokasi makan memberikan kesan yang menarik**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	3.3	3.3	3.3
	3.00	18	12.0	12.0	15.3
	4.00	78	52.0	52.0	67.3
	5.00	49	32.7	32.7	100.0
	Total		150	100.0	100.0

**Keputusan Pembelian (Y)**

**Produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	4	2.7	2.7	3.3
	3.00	9	6.0	6.0	9.3
	4.00	79	52.7	52.7	62.0
	5.00	57	38.0	38.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

**Saya merasa dilayani dengan baik oleh pelayan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.3	1.3	1.3
	3.00	13	8.7	8.7	10.0
	4.00	79	52.7	52.7	62.7
	5.00	56	37.3	37.3	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**Produk bermanfaat untuk menghilangkan lapar**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.3	1.3	1.3
	3.00	9	6.0	6.0	7.3
	4.00	58	38.7	38.7	46.0
	5.00	81	54.0	54.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**Pelayan mengerti keinginan kosumen dalam memilih produk**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	3	2.0	2.0	2.7
	3.00	14	9.3	9.3	12.0
	4.00	72	48.0	48.0	60.0
	5.00	60	40.0	40.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

**Bakmi yang ada memberikan pengalaman dengan cita rasa yang berbeda**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	3	2.0	2.0	2.7
	3.00	11	7.3	7.3	10.0
	4.00	83	55.3	55.3	65.3
	5.00	52	34.7	34.7	100.0
	Total		150	100.0	100.0

**Lokasi bakmi memiliki lokasi yang strategis**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	.7	.7	.7
	2.00	6	4.0	4.0	4.7
	3.00	12	8.0	8.0	12.7
	4.00	77	51.3	51.3	64.0
	5.00	54	36.0	36.0	100.0
	Total		150	100.0	100.0

**Proses pembuatannya cepat**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	3.3	3.3	3.3
	3.00	14	9.3	9.3	12.7
	4.00	79	52.7	52.7	65.3
	5.00	52	34.7	34.7	100.0
	Total		150	100.0	100.0

### Produk memiliki informasi yang jelas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	2.7	2.7	2.7
	3.00	12	8.0	8.0	10.7
	4.00	85	56.7	56.7	67.3
	5.00	49	32.7	32.7	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

### Kualitas produk lebih baik dibandingkan produk pesaing

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.3	1.3	1.3
	3.00	28	18.7	18.7	20.0
	4.00	69	46.0	46.0	66.0
	5.00	51	34.0	34.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

### Informasi ketersediaan produk jelas

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	1.3	1.3	1.3
	3.00	13	8.7	8.7	10.0
	4.00	78	52.0	52.0	62.0
	5.00	57	38.0	38.0	100.0
	Total	150	100.0	100.0	

## Uji Validitas dan Reliabilitas

X1

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.941	10

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	37.3800	35.257	.790	.934
X1.2	37.3800	34.962	.740	.936
X1.3	37.3667	35.187	.726	.937
X1.4	37.3733	34.907	.809	.933
X1.5	37.5533	34.088	.724	.938
X1.6	37.3867	34.883	.829	.932
X1.7	37.2867	35.145	.795	.934
X1.8	37.4467	35.229	.749	.936
X1.9	37.4133	34.982	.770	.935
X1.10	37.4533	35.713	.688	.938

X2

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.928	10

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.01	37.7467	28.566	.721	.920
X2.02	37.5867	29.962	.679	.922
X2.03	37.9467	28.695	.706	.921
X2.04	37.6600	28.897	.721	.920
X2.05	37.9133	27.972	.718	.921
X2.06	37.9600	27.797	.728	.920
X2.07	37.6200	29.526	.767	.918
X2.08	37.6000	29.638	.718	.921
X2.09	37.6800	29.964	.713	.921
X2.10	37.7467	28.459	.774	.917

X3

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.920	10

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	36.1733	36.547	.712	.911
X3.2	36.1667	36.422	.691	.912
X3.3	36.1867	36.180	.736	.910
X3.4	36.0600	35.815	.741	.909
X3.5	36.1200	37.274	.641	.915
X3.6	36.1133	36.933	.794	.908
X3.7	36.0600	36.634	.664	.914
X3.8	36.2267	34.848	.773	.907
X3.9	36.1000	35.312	.669	.915
X3.10	35.9933	38.396	.604	.917

Y

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	150	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	150	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.935	10

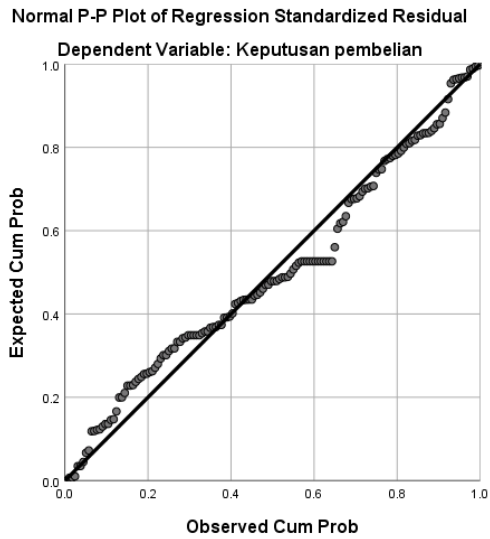
### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	38.1267	27.212	.658	.932
Y2	38.1133	26.813	.806	.925
Y3	37.9200	27.873	.639	.933
Y4	38.1267	26.541	.733	.928
Y5	38.1600	26.632	.768	.927
Y6	38.1933	26.170	.744	.928
Y7	38.1867	26.475	.770	.926
Y8	38.1800	26.417	.837	.923
Y9	38.2467	26.375	.764	.927
Y10	38.1067	27.532	.690	.930



## Uji Asumsi Klasik

### 1. Uji Normalitas

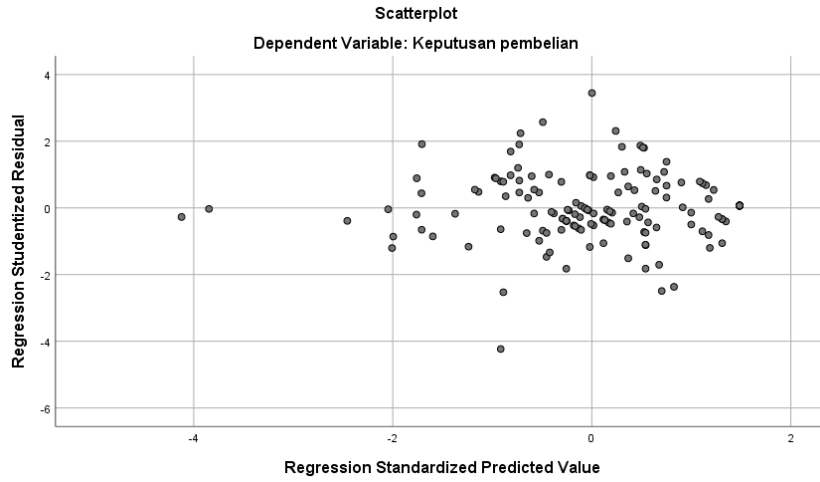


### 2. Uji Multikolinearitas

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	6.192	1.707		3.627	.000		
Kualitas Produk	.186	.051	.212	3.643	.000	.473	2.115
Harga	.500	.071	.519	7.008	.000	.293	3.411
Promosi	.187	.065	.218	2.861	.005	.277	3.616

### 3. Uji Heteroskedastisitas



### Regresi Linear Berganda X1, X2, X3, terhadap Y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.192	1.707		3.627	.000
	Kualitas Produk	.186	.051	.212	3.643	.000
	Harga	.500	.071	.519	7.008	.000
	Promosi	.187	.065	.218	2.861	.005

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875 <sup>a</sup>	.765	.760	2.80519

a. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Produk, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

### ANOVA<sup>a</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3746.203	3	1248.734	158.688	.000 <sup>b</sup>
	Residual	1148.891	146	7.869		
	Total	4895.093	149			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Kualitas Produk, Harga

### Regresi Linear Sederhana

### Kualitas Produk (X1) Terhadap (Y)

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.205	2.098		7.724	.000
	Kualitas Produk	.630	.050	.720	12.626	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.720 <sup>a</sup>	.519	.515	3.99033

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

## Harga (X2) Terhadap (Y)

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.270	1.794		4.610	.000
	Harga	.813	.042	.845	19.199	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.845 <sup>a</sup>	.714	.712	3.07824

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

## Promosi (X3) Terhadap (Y)

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	14.883	1.730		8.603	.000
	Promosi	.685	.043	.798	16.107	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798 <sup>a</sup>	.637	.634	3.46613

a. Predictors: (Constant), Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian





71	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	45
72	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	44
73	4	3	3	4	4	5	4	4	4	5	40
74	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	36
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
77	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	44
81	4	4	4	4	2	3	4	4	5	5	39
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	41
85	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	40
86	4	4	4	4	3	4	4	3	4	3	37
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
90	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	45
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
93	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
94	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
95	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
99	3	4	4	3	3	3	3	4	3	3	33
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
101	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	46
102	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	48
103	3	3	3	3	1	2	2	3	2	2	24
104	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	45
105	4	4	3	4	5	3	5	4	5	3	40
106	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5	45
107	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	43
108	5	3	4	5	5	5	5	3	3	5	43

109	4	4	5	3	5	5	4	4	5	4	43
110	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	44
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
112	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39
113	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	46
114	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3	27
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
116	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	45
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
118	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	47
119	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
120	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	46
121	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	48
122	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	37
123	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	39
124	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	40
125	5	4	3	5	3	4	5	3	4	4	40
126	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	37
127	4	5	5	4	5	4	4	4	5	4	44
128	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	47
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
130	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
131	5	5	5	5	1	4	4	5	5	4	43
132	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	37
133	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	43
134	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
135	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	42
136	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	43
137	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
139	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44
140	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
142	4	3	5	4	4	4	4	3	4	3	38
143	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	44
144	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	42
145	4	4	3	5	5	5	5	5	4	4	44
146	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41





30	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	47
31	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
34	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	36
35	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	37
36	4	4	3	5	5	4	4	5	4	4	42
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	1	2	2	1	1	1	2	2	2	1	15
39	5	5	4	5	2	3	4	5	5	5	43
40	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	48
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	38
43	4	4	3	4	3	3	3	3	4	3	34
44	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	45
45	1	4	4	4	4	4	5	3	3	4	36
46	4	5	3	5	4	4	4	5	5	5	44
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
51	4	4	3	5	3	4	4	5	5	4	41
52	3	5	4	4	4	4	4	5	5	3	41
53	4	5	3	5	3	1	5	5	4	5	40
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	38
56	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	28
57	3	4	2	4	2	4	5	5	4	5	38
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	5	5	4	5	4	3	4	4	5	5	44
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	45
62	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	42
63	4	3	3	4	3	3	4	4	3	3	34
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	5	4	5	4	3	3	4	4	4	4	40
66	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	43
67	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	44

68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	45
72	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	46
73	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	47
74	3	4	3	3	3	5	3	3	3	2	32
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	43
77	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
78	4	5	4	4	4	3	4	4	4	4	40
79	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
80	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	44
81	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	47
82	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	43
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	3	4	3	4	3	3	4	4	4	4	36
85	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	37
86	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	38
87	3	3	3	3	3	3	3	5	5	3	34
88	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	40
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
90	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	46
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	45
93	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
94	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
95	3	4	3	3	3	3	4	3	3	3	32
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
99	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	36
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
101	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	46
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
103	5	3	3	2	3	3	3	4	4	4	34
104	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	49
105	3	5	3	5	5	3	4	4	3	4	39

106	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	45
107	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	40
108	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	48
109	5	5	5	5	4	5	5	3	5	3	45
110	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	45
111	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
112	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
113	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	44
114	3	3	4	3	3	3	3	2	4	3	31
115	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
117	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49
118	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	48
119	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	49
120	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	46
121	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	47
122	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	37
123	5	5	5	3	3	4	4	4	4	4	41
124	4	4	3	4	3	3	5	4	3	4	37
125	4	5	4	5	5	5	5	5	5	3	46
126	4	4	2	4	3	1	4	3	4	2	31
127	4	5	4	5	3	3	4	5	4	5	42
128	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
129	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
130	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
131	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
132	5	5	3	4	3	3	4	4	4	4	39
133	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	42
134	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3	39
135	3	4	3	4	4	4	4	5	4	3	38
136	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	43
137	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	43
138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
139	4	5	5	5	4	4	4	5	3	5	44
140	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	46
141	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	42
142	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	39
143	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	42

144	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	41
145	5	5	3	5	5	4	4	4	4	4	43
146	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	42
147	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	48
148	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	41
149	3	5	3	5	5	4	4	4	5	4	42
150	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	39

### Tabulasi Data Kuesioner Promosi

No	Promosi										Total
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	X3.10	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
2	4	4	3	4	5	4	2	4	3	4	37
3	4	1	1	3	4	4	4	4	4	4	33
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	3	4	3	3	4	4	4	4	5	4	38
6	4	3	4	4	5	5	4	4	5	5	43
7	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	36
8	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	45
9	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	45
10	4	4	2	4	3	4	4	4	2	3	34
11	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	44
12	4	4	4	5	4	5	5	5	5	4	45
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
14	4	4	5	3	3	3	5	4	3	2	36
15	1	2	2	2	5	4	5	5	5	5	36
16	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	34
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	3	4	4	4	3	3	4	3	3	5	36
19	4	4	3	4	3	4	4	2	1	3	32
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
21	3	3	3	5	5	4	5	4	4	4	40
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
23	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	45
24	2	2	2	2	2	2	3	2	1	3	21
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31
26	5	5	5	4	3	5	5	4	4	5	45



65	2	2	2	3	4	4	3	3	4	2	29
66	4	4	4	4	4	4	5	3	4	5	41
67	5	4	4	5	5	4	5	3	4	4	43
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	42
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	43
72	5	5	4	4	4	4	4	4	5	5	44
73	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
74	2	5	4	5	2	4	5	4	5	3	39
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	43
77	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	39
78	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
79	3	3	5	5	3	3	4	3	4	4	37
80	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	42
81	5	5	5	5	4	3	3	3	2	3	38
82	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	43
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
84	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	37
85	3	3	4	3	3	4	3	3	3	4	33
86	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	38
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
88	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	36
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
90	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	44
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	43
93	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
94	3	3	3	4	4	4	4	3	4	3	35
95	2	2	2	2	2	3	2	2	2	3	22
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
99	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	33
100	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
101	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
102	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	44





141	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	37
142	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	36
143	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
144	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
145	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42
146	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
147	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49
148	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
149	4	5	3	4	5	3	3	4	5	5	41
150	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41

### Tabulasi Data Kuesioner Keputusan Pembelian

No	Keputusan Pembelian										Total
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	
1	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	36
2	5	5	5	4	4	3	4	4	5	4	43
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
6	5	4	4	3	5	5	3	4	5	4	42
7	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
9	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	44
10	4	3	3	2	2	2	2	3	3	2	26
11	4	5	4	5	5	4	5	5	5	5	47
12	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	48
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
14	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	43
15	4	4	4	4	3	4	2	2	5	5	37
16	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	36
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
18	4	5	5	4	5	5	5	4	3	5	45
19	4	4	4	3	4	3	3	4	3	4	36
20	2	2	2	2	2	2	2	2	2	5	23
21	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	43
22	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
23	5	4	3	3	4	4	5	4	4	4	40

24	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	29
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
26	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47
27	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	46
28	2	4	3	3	4	5	5	4	4	5	39
29	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
30	4	5	5	5	5	4	5	5	4	4	46
31	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	46
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
33	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
34	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	38
35	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	43
36	4	5	5	5	4	4	4	4	3	4	42
37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
38	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	21
39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
40	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	42
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
43	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	32
44	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	42
45	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	40
46	4	4	5	4	4	5	4	4	3	3	40
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
48	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	48
49	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
50	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	46
51	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
52	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	37
53	5	5	5	1	1	5	5	5	3	5	40
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
55	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	38
56	4	4	4	4	3	2	2	2	3	4	32
57	5	4	5	5	5	3	4	5	4	5	45
58	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
59	4	4	5	5	4	3	5	5	4	5	44
60	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
61	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	45

62	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
63	4	3	2	3	4	4	4	3	4	4	35
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
65	3	4	4	4	3	1	3	3	3	3	31
66	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	49
67	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	43
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
69	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	42
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
71	1	4	5	5	4	5	5	4	4	5	42
72	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	47
73	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
74	2	3	4	4	4	4	3	3	3	3	33
75	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
76	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	43
77	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
79	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	47
80	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46
81	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	47
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
83	4	4	4	3	4	4	3	4	3	3	36
84	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	44
85	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
87	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	32
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
89	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
90	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41
91	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
92	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	44
93	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	48
94	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39
95	3	3	4	3	4	3	3	3	3	4	33
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
97	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
98	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
99	4	3	5	4	4	3	4	4	3	4	38



138	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
139	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
140	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
142	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
143	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42
144	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41
145	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	45
146	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42
147	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	49
148	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	42
149	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	45
150	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	41

