

DAFTAR PUSTAKA

- Afif. Kurniawan, 2014. *Proses Fermentasi Kakao*. www.Agriculture.edu. Diakses pada tanggal 12 September 2021.
- Alma, Buchari. 2006. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Basu, Swastha, DH dan Irawan, 2002. *Manajemen Pemasaran Modern*, Liberty: Yogyakarta.
- BPS. 2020. *Sulawesi Tengah Dalam Angka 2020*. BPS. Kota Palu
- Dinas Perindustrian, Perdagangan (PERINDAG), 2019. *Nama-nama Industri Cokelat*, Palu., Sulawesi Tengah.
- Direktorat Jendral Perkebunan. 2021. *Statistik Perkebunan Indonesia 2019-2021 Kakao*. Kementerian Pertanian, Jakarta. Hal. 341
- Dajan, 1984. *Pengantar Metode Statistik Jilid II*. LP3ES. Jakarta.
- Effendi, Sofian. 2011. *Prinsip – prinsip Pengukuran*, dalam ed Masri Singarimbun dan Sofian Effendi “*Metode Penelitian Survei*” Edisi Revisi. LP3ES, Jakarta
- Engel, F.J.dkk. 2001. *Consumen Behaviour*. 9th edition. Harcourt. Orlando
- Eviana Marwati, 2018. *Pengembangan Produk Industri Pangan Fungsional the Healthy Chocalate (Si Cokelat Sehat)*. Palu.
- Kotler P, 2009. *Manajemen Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P dan G. Amstrong. 2008. *Manajemen Pemasaran*. PT. Indeks. Jakarta.
- Kotler, P. & Amstrong, G. (2001). *Dasar-dasar Pemasaran Edisi IX*. Jakarta: PT. Indeks.
- Kotler, Philip dan Susanto, A.B.2000. *Manajemen Pemasaran di Indonesia*. Salemba Empat. Jakarta
- Lumintang, Andrew A, (2013), *Marketing Mix Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Sabun Mandi Lifebuoy Di Kota Manado*, Jurnal EMBA Vol.1 No.3 September 2013, Hal.140-150.
- Marina Intan, Edy Yulianto. 2016. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Konsumen Baker’s King Donuts & Coffee Di Mx Mall Malang)*. Jurnal Administrasi Bisnis (JAB). Vol.

37 No. 1 : 179. *administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id*. Diakses 27-Februari-2022.

- Marcellina, dhiar.2010. Analisis Pengaruh marketing mix terhadap loyalitas konsumen J.CO Dunuts and coffee. Yogyakarta. https://repository.usd.ac.id/14334/2/052214031_Full.pdf. Diakses tanggal 4 februari 2022.
- Massie, P. V. (2013). Ekuitas merek pengaruhnya terhadap keputusan pembelian XL Mobile Data Service di Kota Manado. *Emba* , 1 (4), 147-148.
- Mellya Silviana. 2015. "Pengaruh Produk Harga. Promosi Dan Saluran Distribusi Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Ice Cream Wall's Pada Siswa SMP dan SMA Di Kota Padang". Padang: *Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Padang*
- Mochtar. Hasizah. Darma, Rahim. 2011. *Prospek Industri Pengolahan Kakao di Makassar: Analisis Potensi Kelayakan Usaha*. Program Pasca Sarjana Univrsitas Hasanuddin. Jurnal Agrisistem, Juni 2011, Vol.7 No.1 ISSN 2089-0036
- Monganelli, 2006. *Sejarah Singkat Cokelat*. <http://lutfiawulandari.blogspot.com>. Diakses pada tanggal 11 September 2021
- Mangore, I.I., Lumanauw, B. dan Tielung, M. 2015. Analisis Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Konsumen Tupperware Manado. *Jurnal EMBA*, Juni 2015 Volume 3 Nomor 2, hal. 616-627.
- Ni Kadek, P. 2015. *Strategi Pengeembangan Agroindustri Berbasis Biji Kakao di Desa Poyuyanan Kecamatan Passi Barat Kabupaten Bolaang Mongondow*. *Jurnal Agribisnis* Vol 11 (1) : 27-36
- Paul, 2000. *Consumer Behavior: Perilaku Konsumen dan Starategi Pemasaran (Terjemahan)*. Jilid 1, Edisi Keempat. Erlangga. Jakarta.
- Peter. Paul J. Dan Jerry C. Olson. 2000. *Perilaku Konsumen dan Startegi Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Rahman, Aulia. "Pengaruh Variabel-Variabel dari Faktor Psikologis terhadap Pemilihan Merek Minyak Goreng dalam Kemasan (Studi Pada Ibu-Ibu Rumah Tangga di Kecamatan Sidayu Kabupaten Gresik)". Universitas Muhammadiyah Malang, 2009.

- Ratna & Kertati, "Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Loyalitas Anggota pada KJKS BMT BINA UMAT SEJAHTERA Lasem Cabang Kudus," *Jurnal Analisis Manajemen*, Vol. 3 No.2 (2009): 144, diakses 1 Maret 2022, <http://scholar.google.co.id>
- Ratih Hurriyati. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*, Bandung: Alfabeta, hal: 126.
- Ria, Farikhah Al Khurmain. 2018. Analisis Faktor bauran Pemasaran (Marketing Mix) Terhadap Keputusan Pembelian Cokelat Batangan Merek SilverQueen Pada Pasar Swalayan di Kota Surakarta. Surakarta. Digital library universitas sebelas maret.
- Rusli. 2017. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Motor Yamaha Di Makassar. Makassar. Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar
- Sigit & Susy, "Pengaruh Bauran Pemasaran Jasa terhadap Loyalitas Nasabah dengan Kepuasan atas Pelayanan Sebagai Variabel Intervening pada Bank Rakyat Indonesia Unit Kuranji," *Jurnal UPI YPTK*, Vol. 23 No. 1 (2016): 152, diakses 1 maret 2022, <http://scholar.google.co.id>.
- Saiz Wantini, 2013. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Emping Mlinjo di Kelurahan Ngadirejo Kec. Kartasura*. *Jurnal Pendidikan Bisnis dan Ekonomi (BISE)*, Vol 1 (1) : 75-76. Diakses pada Tanggal 24 februari 2022
- Selang, Christian. 2013. "Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pengaruhnya Terhadap Loyalitas Konsumen Pada Fresh Mart Bahu Mall Manado". *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Bisnis Akuntansi (EMBA)*. Vol. 1. No. 3. Juni 2013. Hal. 71 – 80. Universitas Sam Ratulangi Manado. Manado.
- Soffian assauri. 2002. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 200, hlm. 184.
- S.R. Soemarso. 2007. *Akuntansi Suatu Pengantar*. Cetakan kesembilan, Jilid 1, PT. Rineka Cipta, Jakarta.
- Stefanus, Maximus. 2017. Pengaruh Harga, loyalitas, produk dan promosi terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel mediasi studi kasus warung kopi lidahibu. Yogyakarta. http://repository.usd.ac.id/17771/2/132214170_full.pdf. Diakses tanggal 4 februari 2022.

- Sujianto, Agus Eko, SE., MM. "Aplikasi Statistik dengan SPSS 16.0". Prestasi Pustaka, Jakarta, 2009.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta. Bandung.
- Susanti, Christina E. 2008. Upaya Peningkatan Strategi Marketing Mix Pangan Berbasis Lokal melalui Analisis Sikap Konsumen dengan Model Fishbein di Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, Vol. 3, No. 1, hal: 1-7.
- Swastha, B dan Handoko, 2002. *Manajemen Pemasaran (Analisa Perilaku Konsumen) Edisi Pertama, Cetakan Ketiga*. Penerbit BPFE. Yogyakarta.
- Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Vanessa Gaffar, 2007 *Customer Relationship Management and Marketing Public Realtion*, Bandung: Alfabeta, hal: 72.
- Wawan . 2014. *Pengembangan Strategi Pemasaran Produk Banua Cokelat pada industri Rumah Sa'Adah Agency di Kota Palu*. Jurnal agrotekbis vol 2 (1) : 69-75
- Yuliandi, 2014. *Srategi Pengembangan Usaha Tani Kakao di Desa Sriba'ang Kecamatan Bolano Kabupaten Parigi Moutong*. Jurnal Agrotekbis, Vol. 2 (2): 161-168
- Yuris Kala'padang, 2007. *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian pada Restoran Kentuckyfried Chicken (KFC) di Kota Palu*. Skripsi. Jurusan Manajemen, Fakultas Ekonomi. Universitas Tadulako.
- Putri. Dita. 2017. Pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan dan loyalitas pelanggan nasi rawon di rumah makan sakinah Kota Pasuruan. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. Vol. 37 No. 1
- Prita dkk., "Pengaruh Kualitas Produk dan promosi terhadap Kepuasan dan Loyalitas Pelanggan (Studi pada pelanggan Coffee Shop Starbucks di Surabaya dan Kuala Lumpur)," *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 14 No. 1 (2014):

LAMPIRAN

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Veradian Sapphire, S.P., MM

Jabatan : Kepala Seksi Pengembangan Produk Pangan UPT P2IPK

Dinas Perindustrian dan Perdagangan Provinsi Sulawesi Tengah

Nama Industri : Rumah Cokelat

Alamat Industri: Jalan setia budi Palu

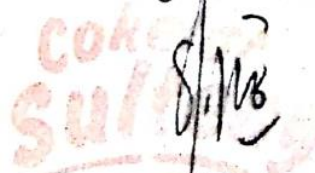
Dengan ini menerangkan bahwa mahasiswa Universitas Hasnuddin Fakultas Pascasarjana Program Studi Agribisnis atas nama **Multazam**, Stambuk P042202002 telah melaksanakan kegiatan penelitian pada Rumah Cokelat Dengan judul Tesis “Analisis Pengaruh Marketing Mix terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Produk Cokelat Sulteng di Rumah Cokelat Kota Palu”

Demikian surat keterangan ini kami buat dan dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Palu, 09 Februari 2022

Kasie. Pengembangan Produk

Pangan/UPT P2IPK

A handwritten signature in black ink is written over a red circular stamp. The stamp contains the text 'COKELAT SULTENG' in a stylized font.

(Veradian Sapphire, S.P., MM)

Lampiran 1. Kuesioner

Kuesioner Penelitian

Berikut ini adalah kuesioner yang berkaitan dengan penelitian tentang **"ANALISIS PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN DAMPAKNYA TERHADAP LOYALITAS PRODUK COKELAT SULTENG DI RUMAH COKELAT KOTA PALU PROV SULAWESI TENGAH"**. Oleh karena itu di sela-sela kesibukan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari, saya memohon dengan hormat kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk dapat mengisi kuesioner berikut ini. Semua informasi yang terkumpul akan disajikan secara umum (tidak secara individu) sebagai ringkasan dari hasil analisis yang akan dilaporkan atau dipublikasikan dan akan dijaman kerahasiaannya sesuai dengan kode etik penelitian. Atas kesediaan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/Saudari untuk mengisi kuesioner yang ada, saya ucapkan banyak terima kasih.

BAGIAN A IDENTITAS RESPONDEN

PETUNJUK PENGISIAN

Mohon diisi titik pada tempat yang sudah disediakan dan mohon diberi (√) dalam kolom kotak untuk alternative jawaban pada jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan usia yang paling sesuai dengan keadaan anda

Nama :

Jenis Kelamin : Pria Wanita

Pendidikan Terakhir: SD DIPLOMA

SMP S1

SMA/SEDERAJAT S2/S3

Usia : 17-23 TAHUN 38-44 TAHUN

24-30 TAHUN 45-51 TAHUN

31-37 TAHUN 52 TAHUN KEATAS

Pekerjaan :

Jumlah kunjungan perbulan: < 3 kali 3-9 kali > 9 kali

BAGIAN B Isi Pertanyaan

Berikut ini petunjuk alternative pilihan yang tersedia:

- 1 = Sangat Tidak Setuju (STS)
- 2 = Tidak Setuju (TS)
- 3 = Cukup Setuju (C)
- 4 = Setuju (S)
- 5 = Sangat Setuju (SS)

Kemudian beri atau tanda check list (√).

NO	Pertanyaan	STS	TS	C	S	SS
1.	Daya tahan produk					
2.	Kemasan menarik dan <i>hygienic</i>					
3.	Brand dan merek terkenal					
4.	Rasa dan Kualitas Produk mempunyai ciri khas					
5.	Harga yang terjangkau					
6.	Harga sesuai kualitas					
7.	Stok dan jumlah selalu ready					
8.	Kenyamanan pelayanan dan tempat					
9.	Lokasi terjangkau					
10.	Pengantaran Bayar di tempat (COD)					
11.	Mengetahui produk dari spanduk, banner, dan periklanan online					
12.	Pameran					
13.	Penjualan tatap muka					
14.	Memberikan informasi pada konsumen dengan bahasa yang mudah dipahami					
15.	Jenis yang beragam dan bentuk produk sesuai kebutuhan konsumen					

16.	Produk memberikan manfaat sesuai dengan harapan konsumen					
17.	Kemudahan dalam pembayaran dan memperoleh Produk Cokelat					
18.	Melakukan pembelian ulang produk Cokelat Sulteng					
19.	Konsisten dan Menganggap produk Cokelat Sulteng lebih unggul dari Cokelat merek Lain					
20.	Tidak berpindah ke merek Cokelat lain sebagai bahan baku					
21.	Memberikan dorongan kepada teman dan saudara untuk menggunakan produk Cokelat Sulteng					

Lampiran 2. Identitas Responden Produk Cokelat Sulteng

No	Umur (Tahun)	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Jumlah Kunjungan Perbulan
1	22	Laki-Laki	Sma	Honoror	>9
2	22	Perempuan	Sma	Honoror	>9
3	23	Perempuan	Sma	Mahasiswa	>9
4	23	Laki-Laki	Sma	Mahasiswa	3 S/D 9
5	29	Perempuan	Diploma	Honoror	>9
6	39	Perempuan	S1	Honoror	>9
7	34	Laki-Laki	S1	Pns	>9
8	30	Perempuan	Diploma	Wiraswasta	>9
9	50	Laki-Laki	S1	Wiraswasta	<3
10	35	Laki-Laki	Sma	Honoror	3 S/D 9
11	23	Laki-Laki	Sma	Mahasiswa	3 S/D 9
12	22	Perempuan	Sma	Mahasiswa	3 S/D 9
13	40	Laki-Laki	Sma	Wiraswasta	3 S/D 9
14	43	Perempuan	S1	Wiraswasta	3 S/D 9
15	27	Perempuan	S1	Pns	<3
16	40	Perempuan	S1	Wiraswasta	3 S/D 9
17	47	Perempuan	S1	Wiraswasta	3 S/D 9
18	38	Perempuan	Sma	Wiraswasta	3 S/D 9
19	47	Perempuan	S2	Pns	<3
20	23	Perempuan	S1	Mahasiswa	<3
21	24	Perempuan	S1	Wiraswasta	<3
22	45	Perempuan	Sma	Pns	<3
23	34	Perempuan	Sma	Wiraswasta	<3
24	34	Perempuan	Sma	Wiraswasta	<3

25	42	Laki-Laki	Diploma	Wiraswasta	>9
26	28	Laki-Laki	Diploma	Honorer	<3
27	36	Laki-Laki	S1	Honorer	<3
28	49	Perempuan	S2	Pns	<3
29	33	Perempuan	S1	Wiraswasta	<3
30	55	Perempuan	Sma	Pns	<9
31	23	Perempuan	S1	Wiraswasta	<3
32	27	Perempuan	S1	Irt	3 S/D 9
33	39	Laki-Laki	S1	Honorer	<3
34	31	Perempuan	S1	Pns	<3
35	37	Laki-Laki	S2	Dosen	<3
36	29	Laki-Laki	S1	Wiraswasta	<3
37	37	Perempuan	Sma	Wiraswasta	<3
38	34	Perempuan	S1	Irt	<3
39	45	Laki-Laki	S2	Pns	<3
40	31	Laki-Laki	S1	Guru	<3
41	25	Perempuan	S1	Honorer	<3
42	23	Perempuan	Sma	Mahasiswa	<3
43	33	Laki-Laki	S1	Honorer	<3
44	56	Laki-Laki	S1	Pns	<3
45	29	Perempuan	S1	Irt	<3

Lampiran 3. Tabulasi kuesioner

No	Produk				Harga			Distribusi				Promosi			Keputusan Pembelian				Loyalitas Konsumen								
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Jumlah	x2.1	x2.2	jumlah	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	jumlah	X4.1	X4.2	X4.3	jumlah	X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	Jumlah	X6.1	X6.2	X6.3	X6.4	Jumlah
1	4	5	4	5	18	5	5	10	4	4	5	4	17	3	4	4	11	5	5	5	5	20	4	5	5	5	19
2	4	5	4	4	17	4	4	8	4	4	5	5	18	3	5	4	12	5	5	4	4	18	4	3	5	5	17
3	4	4	4	5	17	5	5	10	5	4	5	5	19	4	4	5	13	4	4	4	5	17	4	4	5	4	17
4	5	5	4	4	18	3	4	7	4	4	4	4	16	4	4	5	13	5	4	4	4	17	4	5	3	5	17
5	5	5	5	5	20	5	5	10	4	4	4	4	16	4	4	5	13	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19
6	5	5	4	5	19	5	5	10	4	4	4	4	16	4	4	4	12	5	4	5	5	19	4	5	5	5	19
7	5	5	5	5	20	5	5	10	4	4	5	4	17	4	4	5	13	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20
8	4	4	4	5	17	5	5	10	4	5	5	5	19	4	4	5	13	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
9	5	4	4	5	18	3	4	7	4	5	5	4	18	4	3	3	10	3	3	3	4	13	4	5	4	5	18
10	4	4	4	5	17	4	5	9	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	5	4	4	17	5	5	4	4	18
11	5	5	4	4	18	4	4	8	4	4	4	4	16	4	5	5	14	5	4	4	4	17	5	4	4	4	17
12	5	4	4	5	18	4	5	9	4	5	5	5	19	4	4	4	12	4	4	5	5	18	5	5	5	5	20
13	4	4	4	4	16	4	4	8	3	4	3	4	14	3	4	5	12	4	5	4	4	17	4	5	5	5	19
14	5	5	5	5	20	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	4	5	5	19	5	5	5	5	20
15	4	5	5	5	19	3	5	8	3	2	4	5	14	4	4	3	11	3	4	4	4	15	3	4	3	4	14
16	5	4	3	5	17	4	5	9	5	5	5	5	20	3	4	3	10	3	3	3	3	12	5	5	4	4	18
17	5	4	3	5	17	4	5	9	5	5	5	5	20	4	4	4	12	4	3	5	4	16	5	5	4	4	18
18	5	4	5	4	18	4	5	9	4	5	5	4	18	4	5	3	12	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19
19	5	5	5	5	20	5	5	10	4	5	5	5	19	5	4	5	14	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19
20	5	5	5	5	20	5	5	10	4	4	5	4	17	3	5	3	11	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19
21	5	5	5	5	20	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
22	5	5	3	4	17	4	4	8	4	4	5	4	17	4	3	3	10	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
23	3	4	2	5	14	3	4	7	4	3	5	4	16	3	5	5	13	4	5	4	5	18	5	3	2	5	15
24	4	5	4	5	18	5	5	10	4	5	5	5	19	5	5	5	15	5	5	4	5	19	5	3	2	5	15
25	5	4	5	5	19	5	4	9	4	5	5	4	18	4	5	4	13	5	5	4	4	18	5	5	5	4	19

26	5	5	5	5	20	5	5	10	5	5	5	5	20	5	5	5	15	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
27	4	3	2	4	13	5	4	9	4	4	5	5	18	3	4	5	12	5	5	4	3	17	4	3	3	5	15
28	5	5	5	5	20	5	5	10	5	5	5	4	19	4	5	4	13	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19
29	5	5	4	4	18	3	4	7	3	3	3	4	13	5	5	5	15	3	4	4	4	15	5	3	3	4	15
30	5	5	5	5	20	4	4	8	3	3	3	4	13	3	4	3	10	3	5	4	5	17	5	5	5	5	20
31	4	3	4	5	16	4	4	8	3	4	3	5	15	4	5	4	13	5	5	5	3	18	4	4	4	4	16
32	4	5	4	5	18	3	4	7	4	5	4	4	17	4	5	4	13	5	4	4	5	18	4	4	4	4	16
33	5	5	3	4	17	5	4	9	5	5	5	5	20	5	5	5	15	2	5	5	5	17	3	5	4	5	17
34	4	5	3	4	16	4	4	8	5	5	5	5	20	5	5	3	13	4	4	4	5	17	5	5	5	5	20
35	4	5	5	4	18	3	3	6	3	4	3	3	13	4	4	3	11	4	3	4	3	14	4	3	4	3	14
36	4	4	5	4	17	5	4	9	5	4	5	4	18	4	4	5	13	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
37	5	4	3	5	17	3	4	7	4	5	5	5	19	4	5	2	11	5	5	5	5	20	5	3	5	5	18
38	5	3	4	5	17	3	4	7	5	5	5	5	20	3	2	5	10	5	3	4	5	17	5	4	5	5	19
39	4	3	4	5	16	3	3	6	4	5	5	5	19	5	5	3	13	5	5	5	3	18	5	3	4	5	17
40	5	5	3	5	18	3	5	8	3	5	5	5	18	5	5	4	14	5	4	5	5	19	3	3	4	3	13
41	4	4	4	5	17	4	3	7	4	3	4	5	16	4	3	3	10	4	3	4	4	15	3	2	3	3	11
42	5	4	5	5	19	5	5	10	4	4	4	4	16	4	3	3	10	4	5	5	4	18	4	5	5	4	18
43	4	5	4	5	18	4	4	8	4	4	4	4	16	5	5	4	14	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16
44	3	4	4	2	13	4	3	7	3	3	4	4	14	3	4	3	10	4	3	4	4	15	4	4	4	5	17
45	4	5	3	5	17	5	4	9	4	3	5	5	17	4	3	3	10	4	4	5	5	18	5	3	3	4	15

Lampiran 4. Uji Validasi dan Reliabilitas

Uji Validasi Dan Reliabilitas Variabel Produk

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	13.20	1.936	.427	.338
X1.2	13.24	1.753	.361	.369
X1.3	13.64	1.553	.350	.392
X1.4	13.04	2.271	.192	.520

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.508	4

Uji Validasi Dan Reliabilitas Variabel Harga

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	4.38	.422	.476	.
X2.2	4.18	.649	.476	.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.635	2

Uji Validasi Dan Reliabilitas Variabel Distribusi

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	13.33	2.591	.690	.689
X3.2	13.13	2.482	.573	.758
X3.3	12.87	2.482	.715	.674
X3.4	12.93	3.336	.441	.805

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.789	4

Uji Validasi Dan Reliabilitas Variabel Promosi

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	8.33	1.591	.357	.253
X4.2	8.07	1.518	.320	.297
X4.3	8.31	1.446	.196	.547

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.459	3

Uji Validasi Dan Reliabilitas Variabel Keputusan Pembelian

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	12.98	2.068	.333	.551
Y1.2	13.07	2.064	.395	.494
Y1.3	13.00	2.182	.540	.409
Y1.4	13.02	2.431	.252	.601

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.587	4

Uji Validasi dan reliabilitas Variabel loyalitas konsumen

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Z1.1	13.07	3.473	.325	.668
Z1.2	13.24	2.280	.602	.473
Z1.3	13.29	2.619	.489	.567
Z1.4	13.00	3.409	.394	.632

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.664	4

Lampiran 6. Hasil Output Path Menggunakan Software SPSS23

Lampiran 6.1 JALUR 1

Pengaruh Variabel Produk, Harga, Distribusi, Promosi Terhadap Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.542 ^a	.293	.223	1.375

a. Predictors: (Constant), TOTALX4, TOTALX3, TOTALX2, TOTALX1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	6.283	2.612		2.405	.021
	TOTALX1	.081	.183	.086	.456	.623
	TOTALX2	.516	.208	.415	2.485	.017
	TOTALX3	.153	.121	.240	1.220	.040
	TOTALX4	.502	.188	.387	2.674	.011

a. Dependent Variable: TOTALLY

Lampiran 6.2 JALUR II

Pengaruh Variabel Produk, Harga, Distribusi, Promosi, Keputusan Pembelian Terhadap Loyalitas Konsumen

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.649 ^a	.421	.347	1.753

a. Predictors: (Constant), TOTALY, TOTALX4, TOTALX3, TOTALX2, TOTALX1

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.447	3.565		.686	.497
	TOTALX1	.566	.212	.393	2.668	.011
	TOTALX2	.381	.148	.373	2.566	.014
	TOTALX3	.019	.145	.044	.131	.933
	TOTALX4	.185	.165	.192	1.121	.537
	TOTALY	.217	.202	.156	1.346	.289

a. Dependent Variable: TOTALZ

Lampiran 6.3 JALUR III

**Pengaruh Variabel Produk, Harga, Distribusi, Promosi Terhadap Loyalitas
Konsumen Melalui Keputusan Pembelian**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
X1 →Y→Z	.017	.024	.013	0.779	.435
X2 →Y→Z	.111	.213	.647	1.927	.013
X3 →Y→Z	.033	.059	.037	.579	.562
X4 →Y→Z	.108	.126	.060	.948	.342

Lampiran 6.4

**Perbandingan Besar Pengaruh Variabel Produk, Harga, Distribusi, Promosi
Terhadap Loyalitas Konsumen Melalui Keputusan Pembelian**

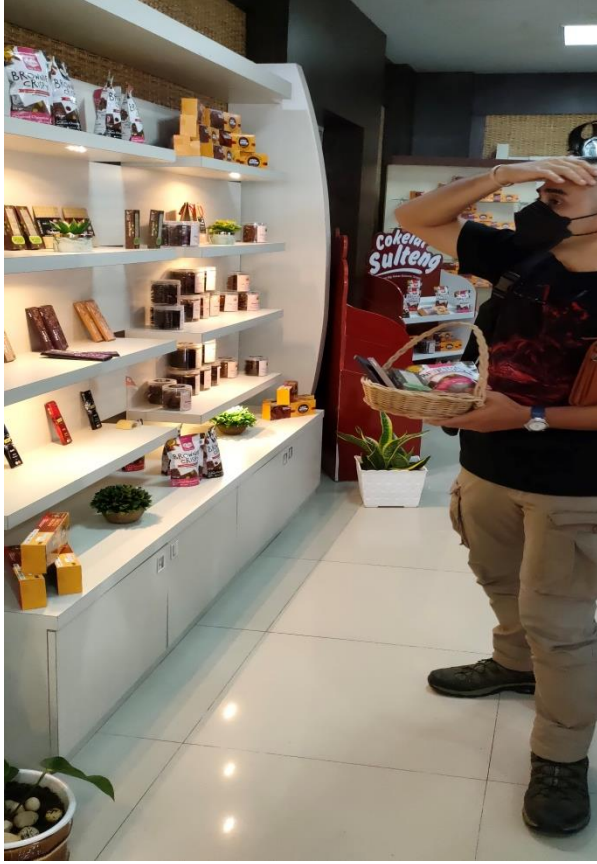
	Standardized coeficiens beta X → Z	Standardized coeficiens beta		X → Z melalui Y	Total
		X → Y	Y→Z		
Produk → keputusan pembelian → loyalitas	0,393	0,086	0,156	0,013	0,406
Harga → keputusan pembelian → loyalitas	0,373	0,415	0,156	0,647	1,020
Distribusi → keputusan pembelian → loyalitas	0,034	0,240	0,156	0,037	0,052
Promosi → keputusan pembelian → loyalitas	0,192	0,387	0,156	0,060	0,252

DOKUMENTASI









RIWAYAT HIDUP



MULTAZAM, lahir pada tanggal 12 Januari 1998 di Palu. Anak ketiga dari empat bersaudara, pasangan ayahanda H. Mappiwaris, SKM dan Ibunda Hj. Haminah. Penulis berasal dari Palu, Sulawesi Tengah. Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis yaitu Taman Kanak-kanak (TK. Aisyah 1) pada tahun 2003 dan tamat pada tahun 2004, kemudian pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke Sekolah Dasar (SD Inpres 6 Lolu Inti Palu) dan tamat pada tahun 2010, ditahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama (MTsN Model Palu) pada tahun 2010 dan tamat pada 2013, Selanjutnya pada tahun yang sama penulis melanjutkan Pendidikan di Sekolah Menengah Atas (SMA Negeri Model Terpadu Madani Palu) pada tahun 2013 dan tamat pada tahun 2016. Pada tahun yang sama penulis terdaftar sebagai Mahasiswi pada Program Studi Agribisnis (S1) Fakultas Pertanian Universitas Tadulako dan selesai pada tahun 2020. Pada tahun 2021 penulis melanjutkan kuliah di S2 Program Studi Agribisnis Universitas Hasanuddin dan selesai pada tahun 2022. Sebagai syarat untuk memperoleh gelar magister pada program studi Agribisnis Universitas Hasanuddin, di awal tahun 2022 penulis meneliti tentang Analisis Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian dan Dampaknya Terhadap Loyalitas Konsumen Produk Olahan Cokelat pada Rumah Cokelat di Kota palu.