

DAFTAR PUSTAKA

- Alimin, E. dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran (Kajian Pengantar di Era Bisnis Modern)*. Lombok Barat: Seval Literindo Kreasi (Penerbit SEVAL).
- Amalia, R. D., & Wibowo, S. (2019). Analisis Siaran Iklan dan Gratis Ongkos Kirim sebagai Tipu Muslihat di Youtube Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Pada E-Commerce Shopee) *Universitas Telkom*. 5(2), 571–579.
- Arianto. (2021). *Komunikasi Pemasaran Konsep dan Aplikasi di Era Digital*.
- Azwar, S. (2017). *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Azzahrah, Nurul Azizah. (2023). *Perilaku konsumtif belanja online shopee pada remaja di Lampung Utara*. Kota Bumi: Sekolah Tinggi Agama Islam (STAI) Ibnu Rusyid.
- Banjarnahor, A, R. dkk. (2021). *Manajemen Komunikasi Pemasaran*. Medan: Yayasan Kita Menulis.
- Bps.go.id. (2022, 19 Desember 2022). Statistik E-Commerce 2022. Diakses pada
- Databoks.katadata.co.id. (2023, 03 maret2023). 5 E-Commerce dengan pengunjung terbanyak kuartal I 2023. Diakses pada 18 September 2023 <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2023/05/03/5-E-Commerce-Dengan-Pengunjung-Terbanyak-Kuartal-I-2023>.
- Dhaeswara, V. A. (2019). Pengaruh Tagline “Gratis Ongkir” Shopee Terhadap Keputusan Berbelanja Online Pada Masyarakat (Studi Pada Masyarakat Kota Bandar Lampung).
- Effendy, Onong Uchajana. (1993). *Ilmu Komunikasi : Teori dan praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong. 2003. *Ilmu Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakt
- Fandy Tjiptono, A. D. (2016). *Pemasaran: Esensi & Aplikasi*. ANDI.
- Febriyantoro, M. T., & Arisandi, D. (2018). Pemanfaatan digital marketing bagi usaha mikro, kecil dan menengah pada era masyarakat ekonomi ASEAN. *JMD: Jurnal Riset Manajemen & Bisnis Dewantara*, 1(2), 61- 76.
- Hartaji, Damar A. (2012). *Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa Yang Berkuliah Dengan Jurusan Pilihan Orang Tua*. Depok: Universitas Gunadarma

- Hovland, C.I., Janis, I.L., & Kelley, H.H. (1953). *Communication and Persuasion*.
https://www.bps.go.id/publication/2022/12/19/d215899e13b89e516ca_a7a44/statistik-e-commerce-2022.html
- Istiqomah, M., & Marlina, N. (2020). Pengaruh promo gratis ongkos kirim dan online customer rating terhadap keputusan pembelian produk fashion. *Jurnal Manajemen*, 12(2), 288-298
- Joel, Greg, James D.D. Massie dan Jantje L. Sepang. (2014). "Pengaruh Motivasi, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Konsumen Sepeda Motor Matic Merek Yamaha Mio di Kota Manado". *Jurnal EMBA*. Vol.2, No.3, Hlm 1463-1472.
- Junaedi, I, W, R., dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran Implementasi Strategi Pemasaran di Era Society 5.0*. Purbalingga: Eureka Media Aksara
- Kotler dan Armstrong. (2014). *Manajemen Pemasaran. Edisi 15. Jilid 1*. Jakarta: Erlangga
- Kotler, P Dan Keller, K, L. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga.
- Kotler, P Dan Keller, K, L.(2016). *Marketing Management 3rd Edition*. New York: Pearson Education Limited
- Kotler. Philip dan Armstrong. Gary. 2004. *Dasar-dasar Pemasaran Jilid 2*. Jakarta: Indeks.
- Maulina, B., & Sari, D. R. (2018). Derajat stres mahasiswa baru Fakultas Kedokteran ditinjau dari tingkat penyesuaian diri terhadap tuntutan akademik. *J. Psikol. Pendidik. dan Konseling J. Kaji. Psikol. Pendidik. dan Bimbing. Konseling*, 4(1).
- Morissan, M.A.(2010). *Periklanan: Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Navrillia, Rifa. (2020). Ini Dia! Fakta Menarik Dari Logo Shopee. Jagad Media. <https://www.jagadmedia.id/2020/10/ini-dia-fakta-menarik-dari-logoshopee.html>. diakses pada 20 Januar 2024
- Nulufi, K. (2015). "Minat Beli Sebagai Mediasi Pengaruh Brand Image dan Sikap Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Batik di Pekalongan (Studi Kasus pada Konsumen International Batik Center dan Pasar Grosir Setono)". *Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang*.

- Nurakhmawati, R., Purnamawati, A., & Fahmi, I. (2022). Pengaruh Kualitas Pelayanan E-Commerce Shopee Terhadap Kepuasan Pelanggan Melalui Keputusan Pembelian. *Coopetition: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 191-204.
- Philip Kotler, Gary Armstrong. (2008) Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi ke-12 Jilid 2. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Poerwanto, Z. L. S. (2014). Komunikasi Bisnis: Perspektif Konseptual dan Kultural. Pustaka Belajar. Roudhonah. (2019). Ilmu *Komunikasi*.
- Pramono., dkk. (2012). *Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa*. Jakarta: Intidayu Press.
- Purwanto, N. (2010). *Prinsip-prinsip dan teknik Evaluasi Pengajaran*, Jakarta:PT Remaja Rosdakarya
- Putri, K. Y. S. (2017). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Nerbitinbuku.com
- Ramadhan, R. S. (2018). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Mahasiswa di Yogyakarta.
- Riswandi, D. (2019). Transaksi On-Line (E-Commerce): Peluang Dan Tantangan Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial, Ekonomi, Dan Bisnis*, 1(1), 1-13.
- Riyanto, S., & Hatmawan, A. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Yogyakarta: CV Budi Utama
- Sanjaya, C., & Candraningrum, D. A. (2021). Pengaruh Promosi Gratis Ongkos Kirim Shopee Terhadap Minat Beli Konsumen Di Toko Non Star Seller. *Prologia*, 5(2), 369-375.
- Sari, V. N., & Nugroho, M. A. S. (2019). *Pengaruh Gratis Ongkos Kirim, Diskon, Dan Iklan Shopee Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Mahasiswa Jurusan Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Widya Wiwaha Yogyakarta* (Doctoral dissertation, STIE Widya Wiwaha).
- Satdiah, Alimatuts dkk..(2023). *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen pada Toko Cat De'lucent Paint*. CiDEA Journal Vol.2, No. 1 Juni 2023, e-ISSN: 2963-7317, p-ISSN: 2962-6544, Hal.24-37
- Setiadi, Nugroho J. (2003). *Perilaku Konsumen: Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran* Jakarta. Kencana Prenada Media Group.

- Setyagustina, K., Rahmania, R., Joni, M., Kholik, A., & Suhtasari, W. D. (2022). Pengaruh Potongan Harga (Diskon), Gratis Ongkir Dan Sistem Cod Terhadap Minat Berbelanja Online Di Aplikasi Shopee Dalam Perspektif Ekonomi Islam. *Jurnal Economina*, 1(3), 596-607.
- Setyo, P. E. (2017). *Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen "Best Autoworks"*. Jurnal Manajemen dan Start-Up Bisnis
- Siregar, Y. B. (2022). Evolusi Perilaku Konsumen Di Era Digital.
- Sudaryono (2016). *Manajemen Pemasaran*, Edisi 4, ANDI: Yogyakarta, Hal.216.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Tjiptono, (2015). *Strategi Pemasaran*, Edisi 3, ANDI: Yogyakarta
- Trensia.com, 2021 (06 Sep, 2021) Performa *e-commerce* paling laris. Diakses pada tanggal 22 September 2022 <https://www.trenasia.com/performa-e-commerce-shopee-si-paling-laris-tahun-ini>
- Widyastuti, S. (2019). *Manajemen Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: FEB- UP Press
- Wijaya, B. S. (2011). "The Development of Hierarchy of Effect Model in Advertising". *Journal of Advertising*. Vol 5 No.1.
- Yusup, P.M. (2016). *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Keputusan, Edisi Kedua*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Yunita, N. R, Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). *Pengaruh Persepsi Risiko , Kepercayaan, dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online di Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo)*. ISOQUANT : Jurnal Ekonomi, Manajemen dan Akuntansi, 3(1), 90.
- Zainurossalamia,. S. (2020), *Manajemen Pemasaran Teori Dan Strategi*. Lombok: Forum Pemuda Aswaja
- Zubir, D.M. (2012). Hubungan Antara *Psychological Well-Being dan College Adjustment* pada Mahasiswa Tahun Pertama Universitas Indonesia, Universitas Indonesia, hal: 1- 3.

LAMPIRAN

Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam.

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Khusnul

Fadhilla, salah satu mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Program Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin. Saat ini, saya sedang melakukan pengambilan data dalam rangka penyelesaian tugas akhir. Untuk itu, saya mohon kesediaan dan partisipasi saudara (i) untuk mengisi skala penelitian ini. Adapun Kriteria responden yang dibutuhkan pada penelitian ini ialah :

Mahasiswa Universitas Hasanuddin Pendidikan Kedokteran (angkatan 2023) yang Menggunakan Shopee

Dalam pengisian skala ini tidak ada jawaban salah, maupun jawaban yang benar. Dengan demikian, dimohon saudara (i) untuk memberikan jawaban sesuai dengan kondisi saudara (i) yang sebenarnya. Seluruh jawaban serta identitas saudara (i) akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk keperluan penelitian saja. Partisipasi Anda akan sangat membantu keberhasilan dalam penelitian ini. Dengan mengisi skala ini, saudara (i) dianggap bersedia menjadi responden penelitian. Atas kerjasama saudara (i),
saya haturkan terima kasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat saya,

Peneliti

Saya bersedia menjawab seluruh pertanyaan dengan baik

- Ya**
- Tidak**

IDENTITAS RESPONDEN

- Pengguna Shopee : Ya/Tidak
- Nama/Inisial :
- Jenis Kelamin : Laki-laki / Perempuan
- Usia :
- 17 Tahun
 - 18 Tahun
 - 19 Tahun
 - 20 Tahun

Alasan menggunakan Shopee

- Harga
- Kualitas Produk
- Alasan lainnya :

.....

.....

.....

...

Frekuensi penggunaan voucher Shopee:

- 1-3 kali dalam sehari
- 4-5 kali dalam sehari
- Setiap 6 kali sehari.

Konsistensi penggunaan voucher Shopee:

- konsisten
- cukup
- tidak konsisten

PETUNJUK Pengerjaan

Skala ini bukanlah suatu tes, maka dari itu Anda diminta untuk menjawab setiap pertanyaan dalam skala ini sesuai dengan kondisi (pikiran, perasaan, perilaku) Anda yang sebenarnya, dengan memilih salah satu dari 4 alternatif jawaban yang telah disiapkan.

Pilihlah **SS**, jika anda '**Sangat Setuju**' dengan pernyataan tersebut dalam menggambarkan kondisi anda yang sebenarnya.

Pilihlah **S**, jika anda '**Setuju**' dengan pernyataan tersebut dalam menggambarkan kondisi anda yang sebenarnya.

Pilihlah **C**, jika anda '**Cukup**' dengan pernyataan tersebut dalam menggambarkan kondisi anda yang sebenarnya.

Pilihlah **TS**, jika anda '**Tidak Setuju**' dengan pernyataan tersebut dalam menggambarkan kondisi anda yang sebenarnya.

Pilihlah **STS** Setuju, jika anda '**Sangat Tidak Setuju**' dengan pernyataan tersebut dalam menggambarkan kondisi anda yang sebenarnya.

Pernyataan	SS	S	C	TS	STS
Frekuensi Promosi Shopee					
Voucher Potongan Ongkos Kirim meningkatkan keinginan saya untuk berbelanja					
Saya selalu mengecek voucher ongkos kirim sebelum memutuskan untuk membeli produk					
Durasi Promosi Shopee					
Saya mengetahui Shopee memberikan Voucher Potongan Ongkos secara besar-besaran pada beberapa tanggal tertentu setiap tahunnya (seperti: 6.6, 9.9, 12.12).					
Saya mengetahui jumlah potongan ongkos kirim yang diberikan oleh shopee					
Konsistensi Penggunaan Shopee					
Saya memprioritaskan produk dengan gratis ongkos kirim saat ingin berbelanja					
Saya hanya berbelanja apabila memiliki voucher gratis ongkos kirim					

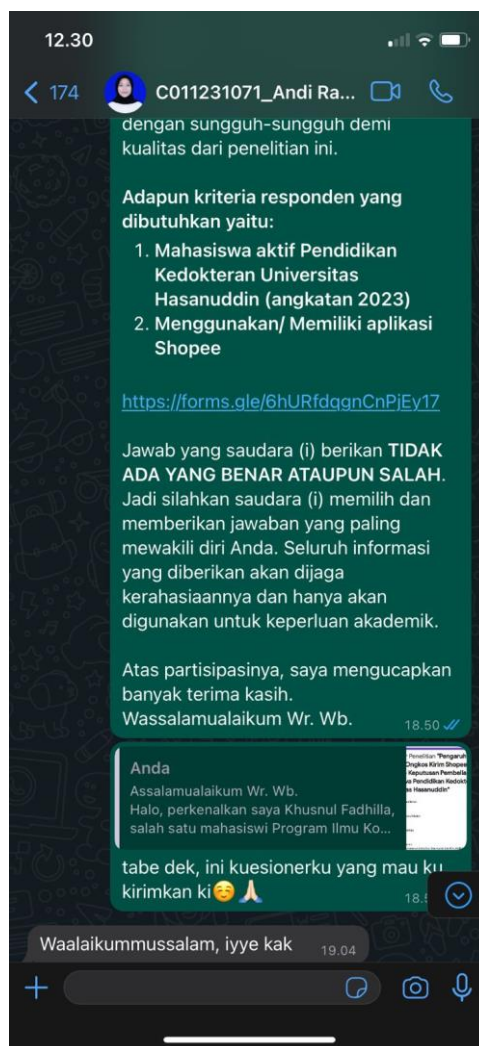
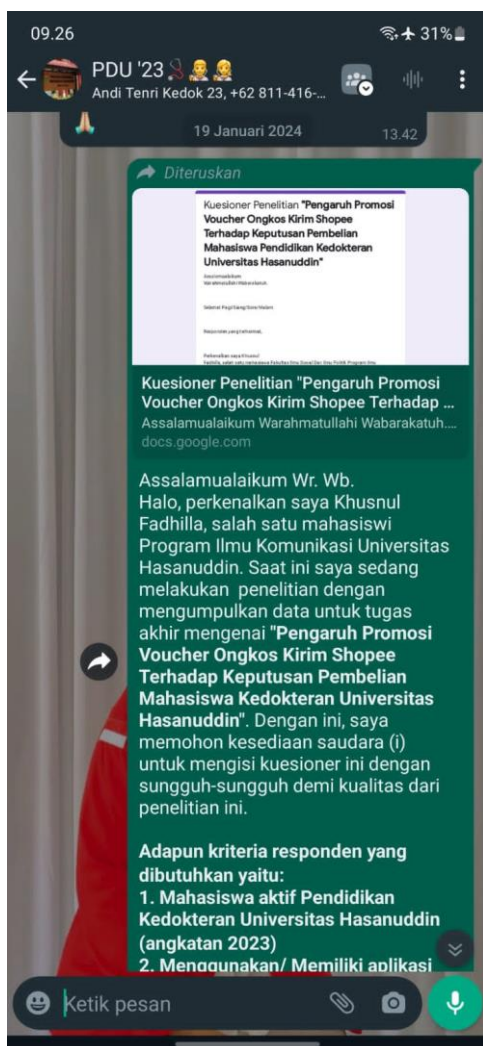
Pernyataan	SS	S	C	TS	STS
Attention					
voucher potongan ongkos kirim yang diadakan oleh Shopee membuat saya tertarik untuk melakukan transaksi Shopee					
voucher potongan ongkos kirim Shopee mampu membangkitkan keinginan untuk mengetahui lebih dalam mengenai produk tersebut					
Saya menunggu voucher potongan ongkos kirim yang diadakan setiap tanggal tentu (6.6, 10.10, 12.12)					
Interest					
Selalu melihat voucher potongan ongkos kirim sebelum membeli produk					
Saya merasakan kemudahan dalam menggunakan voucher potongan ongkos kirim shopee yang digunakan saat melakukan pembayaran dalam penggunaannya					
Voucher potongan ongkos kirim yang diberikan shopee, sudah sangat cukup untuk meringankan ongkos kirim					
Kemudahan mengakses voucher potongan ongkos kirim membuat saya ingin berbelanja					

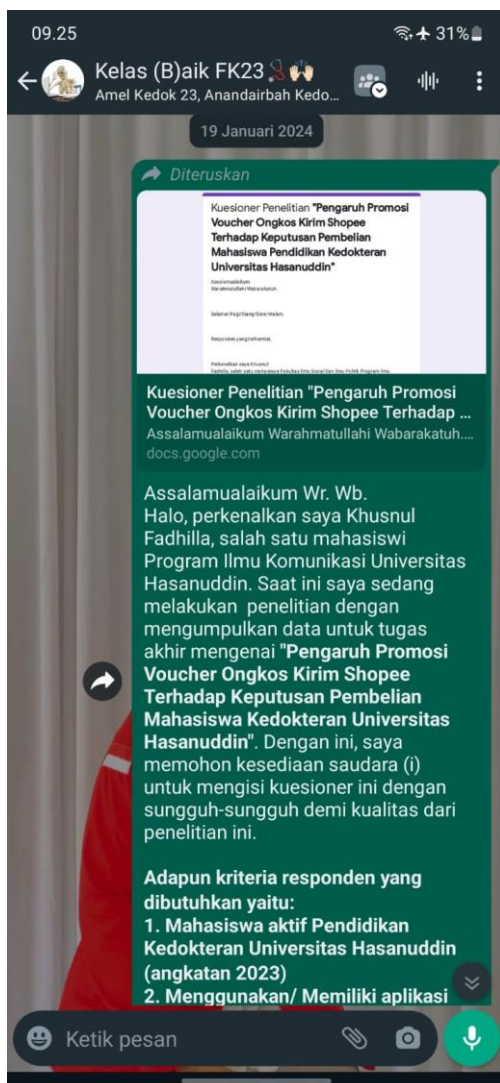
Pernyataan	SS	S	C	TS	STS
Desire					
Saya merasa terganggu apabila tidak memiliki voucher ongkos kirim saat berbelanja di shopee					
Potongan ongkir yang diberikan shopee, membuat saya senang saat berbelanja					
Voucher potongan ongkos kirim membuat saya ingin berbelanja barang meskipun saya sedang tidak ingin berbelanja					
Penawara voucher potongan ongkos kirim yang diadakan setiap tanggal tentu (6.6, 10.10, 12.12) semakin membuat saya ingin menggunakan voucher potongan ongkos kirim shopee					
Action					
Voucher potongan ongkos kirim membuat saya segera mencari barang yang ingin saya beli					
Voucher potongan ongkos kirim membuat saya yakin untuk berbelanja di shopee					
Voucher potongan ongkos kirim membuat saya membeli produk yang disediakan oleh shopee					
Adanya Voucher potongan ongkos kirim membuat saya ingin sesegera mungkin untuk berbelanja					

Pernyataan	SS	S	C	TS	STS
Harga					
Harga produk yang dijual Shopee teriangkau.					
Harga produk bervariasi dari beberapa seller yang ada di Shopee dengan jenis produk yang sama.					
Harga produk sesuai dengan kualitas produk tersebut.					
Harga yang diberikan sesuai dengan manfaat produk yang dibutuhkan konsumen.					
Kualitas Produk					
Berbagai macam produk yang dibutuhkan konsumen tersedia di Shopee.					
Kualitas produk yang di jual di Shopee sesuai keinginan konsumen					
Tampilan produk yang ada di aplikasi Shopee sesuai dengan produk yang diterima oleh konsumen.					
Kualitas produk yang di beli sesuai dengan keinginan konsumen.					



LAMPIRAN 2 : BUKTI PEMBAGIAN KUESIONER





LAMPIRAN 3 : TABULASI DATA

X1	X2	X3	X4	X5	X6	TOTAL X
4	3	5	3	4	5	24
4	4	5	5	4	2	24
2	5	2	2	5	2	18
4	2	4	2	5	4	21
4	5	1	5	2	1	18
4	4	4	5	4	2	23
4	5	4	5	4	4	26
5	4	5	4	5	4	27
4	4	4	1	2	2	17
5	5	5	4	5	4	28
4	2	4	5	4	4	23
4	4	5	5	4	4	26
4	2	5	4	4	4	23
4	4	5	4	4	4	25
4	5	5	2	4	4	24
4	4	5	5	4	4	26
4	4	5	4	5	4	26
4	4	4	5	4	2	23
5	4	5	5	4	4	27
5	5	4	5	4	4	27
5	5	5	5	3	2	25
2	4	2	5	2	1	16
5	5	5	5	5	5	30
4	5	4	2	4	5	24
2	4	5	2	2	2	17
2	4	5	5	4	4	24
5	5	5	4	5	5	29
4	5	5	5	4	4	27
4	2	4	2	5	2	19
4	4	5	2	2	2	19
4	5	4	5	5	4	27
2	4	5	5	4	2	22
2	4	5	5	2	2	20
2	2	4	5	4	4	21
2	2	5	5	4	4	22
3	4	4	3	3	3	20
3	4	5	5	4	3	24
4	3	4	5	3	3	22
3	4	4	4	3	3	21
3	3	5	5	3	4	23
3	2	4	5	3	3	20

3	2	4	5	4	3	21
4	3	1	5	4	3	20
3	5	4	5	4	4	25
3	2	4	2	3	2	16
1	1	3	2	1	1	9
3	4	5	5	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	5	5	29
3	4	3	5	3	4	22
3	4	3	5	4	4	23
4	5	5	5	4	4	27
3	3	4	5	3	2	20
1	3	5	3	1	1	14
5	5	5	4	3	3	25
5	4	5	3	4	4	25
5	4	5	5	4	4	27
4	4	5	5	4	5	27
3	5	4	5	3	3	23
4	4	4	4	4	4	24
3	3	3	3	4	5	21
5	5	5	5	5	5	30
3	4	3	3	3	4	20
4	4	5	5	4	4	26
3	2	3	1	3	2	14
3	5	4	5	3	4	24
4	4	4	5	3	2	22
2	5	5	5	2	2	21
3	4	4	5	3	4	23
5	5	5	4	5	3	27
4	5	5	5	4	3	26
3	3	3	5	3	3	20
5	5	5	4	5	5	29
5	4	4	4	5	4	26
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	2	2	23
4	4	5	5	3	3	24
2	4	3	5	3	3	20
4	5	5	3	3	3	23
4	4	3	5	4	4	24
5	4	4	5	4	3	25
5	5	5	4	1	1	21
3	3	3	5	4	2	20
4	5	4	4	4	4	25

4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	5	5	4	29
3	3	5	5	4	4	24
4	3	4	5	3	4	23
5	4	5	5	3	2	24
4	4	3	3	3	3	20
4	5	5	5	4	4	27
4	2	4	5	4	2	21
1	4	1	5	1	1	13
4	2	5	4	2	2	19
5	5	5	5	4	4	28
2	1	5	5	1	1	15
2	4	5	4	4	4	23
4	2	1	2	2	1	12
1	4	5	5	5	5	25
1	1	5	5	2	1	15
4	5	4	5	4	2	24
4	5	5	4	4	4	26
4	4	4	4	5	5	26
1	5	2	2	1	4	15
5	5	4	4	5	5	28
4	4	5	1	7	1	22
2	4	2	5	2	4	19
5	5	2	4	5	5	26
4	4	4	5	5	5	27
4	2	5	5	4	2	22
2	4	5	5	4	4	24
4	4	2	5	4	4	23
4	4	4	5	4	2	23
5	5	5	5	5	5	30
4	5	5	5	4	5	28
4	5	5	5	5	5	29
5	5	4	2	5	4	25
5	5	5	5	4	4	28
2	2	2	2	2	2	12
4	4	5	4	2	4	23
4	4	5	5	4	4	26
4	4	5	4	1	2	20
4	5	5	5	4	4	27
2	5	4	5	2	2	20
4	4	5	5	4	2	24
4	5	4	5	4	4	26
5	4	5	4	5	5	28

4	5	5	5	5	5	29
5	5	5	4	5	5	29
4	4	5	5	4	4	26
2	4	5	5	2	2	20
4	5	5	2	4	4	24
4	5	4	4	4	2	23
4	4	5	5	4	4	26
2	4	4	4	4	4	22
5	2	5	5	4	4	25
4	5	5	4	4	2	24
4	4	5	4	5	5	27
5	5	5	5	5	5	30
4	4	5	4	4	4	25
4	5	5	5	5	5	29
4	5	5	5	4	5	28
4	4	4	5	4	5	26
5	4	2	4	2	5	22
4	4	4	5	4	4	25
2	4	5	5	4	2	22
5	4	5	4	4	4	26
4	5	4	5	4	2	24
5	5	5	4	5	5	29
4	2	5	4	2	1	18
4	5	5	4	4	4	26
4	5	4	4	4	4	25
2	4	2	4	2	2	16
4	4	2	4	2	2	18
4	2	4	5	4	5	24
2	2	2	2	4	2	14
4	5	5	5	4	2	25
5	5	5	5	5	5	30
5	1	5	5	4	1	21
4	5	4	5	4	4	26
4	5	4	4	4	5	26
5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	2	23
4	2	4	4	4	4	22
2	4	5	5	4	2	22
4	4	5	4	5	4	26
3	5	5	5	5	5	28
3	1	4	3	2	2	15
3	4	5	5	3	3	23

Y 1	Y 2	Y 3	Y 4	Y 5	Y 6	Y 7	Y 8	Y 9	Y1 0	Y1 1	Y1 2	Y1 3	Y1 4	Y1 5	TOTA L Y
5	5	3	1	4	4	3	4	1	5	4	3	5	3	4	54
4	3	4	4	5	5	5	3	2	4	4	4	5	5	4	61
5	4	5	4	5	1	5	1	1	1	2	5	2	2	5	48
4	2	4	2	4	4	2	5	4	4	4	2	4	2	5	52
4	2	4	2	4	5	1	5	1	2	4	5	1	5	2	47
5	4	4	4	5	5	4	5	1	2	4	4	4	5	4	60
5	4	4	2	4	5	4	5	2	2	4	5	4	5	4	59
5	5	5	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	4	5	68
2	4	4	1	4	4	1	2	2	4	4	4	4	1	2	43
5	5	4	4	4	4	4	5	2	4	5	5	5	4	5	65
4	5	4	2	5	5	2	4	2	4	4	2	4	5	4	56
5	5	5	5	4	4	5	4	5	1	4	4	5	5	4	65
5	5	5	4	5	5	2	5	4	4	4	2	5	4	4	63
4	4	2	2	2	5	2	5	1	1	4	4	5	4	4	49
5	5	5	4	5	5	2	5	4	4	4	5	5	2	4	64
5	4	4	4	4	5	2	5	4	4	4	4	5	5	4	63
5	5	4	2	5	5	5	5	2	5	4	4	5	4	5	65
4	4	4	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	57
4	2	5	4	5	5	1	5	5	5	5	4	5	5	4	64
5	5	5	2	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	67
5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	3	71
4	4	4	1	4	5	5	5	2	2	2	4	2	5	2	51
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	71
4	5	5	2	5	5	4	5	2	1	4	5	4	2	4	57
4	4	2	1	4	5	4	4	2	4	2	4	5	2	2	49
5	4	4	4	4	5	5	5	4	2	2	4	5	5	4	62
5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	71
5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	71
4	5	1	1	5	5	5	5	2	2	4	2	4	2	5	52
4	1	4	4	4	5	2	5	2	1	4	4	5	2	2	49
5	5	5	2	5	5	5	5	2	1	4	5	4	5	5	63
5	4	4	1	5	5	4	5	2	5	2	4	5	5	4	60
4	1	4	1	5	5	5	5	1	4	2	4	5	5	2	53
4	4	5	4	5	4	1	5	2	2	2	2	4	5	4	53
4	4	4	2	4	5	4	5	2	2	2	2	5	5	4	54
4	3	4	5	3	4	4	4	2	2	3	4	4	3	3	52
5	4	4	3	4	5	3	5	3	4	3	4	5	5	4	61
4	4	4	4	4	5	5	5	3	3	4	3	4	5	3	60
4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	54
4	3	4	4	5	5	5	5	3	5	3	3	5	5	3	62
3	3	4	3	4	5	2	4	3	3	3	2	4	5	3	51

5	5	3	5	2	2	5	3	2	3	3	2	4	5	4	53
5	3	3	1	3	5	5	5	2	1	4	3	1	5	4	50
5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	3	5	4	5	4	67
4	4	3	3	2	3	4	4	2	2	3	2	4	2	3	45
4	1	5	5	3	5	1	5	3	2	1	1	3	2	1	42
5	5	4	5	5	5	4	5	3	5	3	4	5	5	4	67
5	4	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	71
5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	70
5	3	4	3	5	3	5	5	3	3	3	4	3	5	3	57
5	3	5	4	5	5	3	5	3	4	3	4	3	5	4	61
5	3	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	70
4	2	1	1	3	5	3	5	1	3	3	3	4	5	3	46
4	1	3	1	2	5	5	5	1	2	1	3	5	3	1	42
5	5	4	4	5	5	2	5	2	4	5	5	5	4	3	63
5	5	4	4	5	5	4	5	2	4	5	4	5	3	4	64
5	5	5	4	5	5	3	5	3	4	5	4	5	5	4	67
5	5	5	3	5	5	3	5	3	3	4	4	5	5	4	64
4	4	5	4	3	4	3	4	4	4	3	5	4	5	3	59
4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	58
5	3	3	5	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	56
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	74
3	3	5	2	3	4	5	5	3	4	3	4	3	3	3	53
5	4	4	5	5	5	5	5	2	4	4	4	5	5	4	66
3	3	3	1	3	3	3	4	1	2	3	2	3	1	3	38
5	5	5	4	4	4	3	5	3	4	3	5	4	5	3	62
5	4	3	5	3	3	1	5	3	2	4	4	4	5	3	54
5	4	5	2	2	5	2	5	5	4	2	5	5	5	2	58
5	3	4	1	3	5	3	4	2	3	3	4	4	5	3	52
5	5	5	3	5	5	5	5	4	3	5	5	5	4	5	69
5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	71
4	3	4	2	4	5	4	5	3	4	3	3	3	5	3	55
5	5	5	5	5	4	4	5	3	2	5	5	5	4	5	67
5	3	3	4	5	5	5	5	3	2	5	4	4	4	5	62
4	5	5	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	5	5	70
5	3	5	5	5	5	5	5	3	2	4	5	5	5	2	64
4	3	3	3	4	5	2	5	3	3	4	4	5	5	3	56
4	2	3	4	4	4	4	4	2	4	2	4	3	5	3	52
4	5	1	1	4	3	4	5	2	1	4	5	5	3	3	50
4	5	5	3	5	4	3	4	4	4	4	4	3	5	4	61
4	3	4	4	5	5	3	5	4	4	5	4	4	5	4	63
4	3	2	1	4	5	5	5	1	4	5	5	5	4	1	54
4	3	5	4	4	5	2	5	1	3	3	3	3	5	4	54
4	4	4	4	4	4	3	5	2	4	4	5	4	4	4	59

5	5	4	2	5	5	4	5	2	1	4	5	5	5	5	62
5	5	5	3	5	5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	70
4	4	5	2	4	5	5	4	3	4	3	3	5	5	4	60
4	4	5	4	4	5	3	3	3	3	4	3	4	5	3	57
4	4	3	4	4	5	5	5	3	4	5	4	5	5	3	63
4	3	3	2	3	5	4	5	3	3	4	4	3	3	3	52
5	4	5	4	4	3	3	5	3	3	4	5	5	5	4	62
4	4	5	4	5	4	5	4	4	2	4	2	4	5	4	60
4	4	1	1	4	5	4	5	1	1	1	4	1	5	1	42
4	4	2	5	4	4	2	5	2	4	4	2	5	4	2	53
5	4	4	1	5	5	4	5	5	2	5	5	5	5	4	64
5	5	2	2	1	5	5	5	1	5	2	1	5	5	1	50
4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	4	5	4	4	68
4	2	2	1	2	4	2	5	1	2	4	2	1	2	2	36
4	5	5	5	4	5	2	5	5	5	1	4	5	5	5	65
4	4	4	5	5	5	5	5	1	1	1	1	5	5	2	53
5	4	1	2	4	5	4	5	1	1	4	5	4	5	4	54
4	4	4	4	4	5	5	5	2	4	4	5	5	4	4	63
5	5	1	1	4	5	4	4	1	1	4	4	4	4	5	52
2	5	5	1	4	5	1	5	4	4	1	5	2	2	1	47
4	5	4	2	4	5	5	5	2	4	5	5	4	4	5	63
2	5	2	2	4	4	5	4	2	1	4	4	5	1	7	52
4	2	4	4	4	5	4	5	2	4	2	4	2	5	2	53
5	5	4	4	5	2	2	5	4	4	5	5	2	4	5	61
4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	65
5	4	1	4	5	5	4	5	2	2	4	2	5	5	4	57
4	4	4	2	5	4	2	4	2	4	2	4	5	5	4	55
4	4	4	4	4	5	2	5	2	4	4	4	2	5	4	57
4	2	2	2	4	4	4	4	2	5	4	4	4	5	4	54
5	4	2	1	5	5	5	5	1	2	5	5	5	5	5	60
4	4	2	2	2	5	4	5	1	1	4	5	5	5	4	53
5	5	5	5	5	5	2	5	4	5	4	5	5	5	5	70
4	4	4	2	5	5	5	4	1	1	5	5	4	2	5	56
5	4	4	2	5	5	1	5	2	2	5	5	5	5	4	59
4	2	2	2	4	4	5	5	2	2	2	2	2	2	2	42
4	4	4	5	5	5	2	5	1	2	4	4	5	4	2	56
5	5	5	2	4	5	5	5	5	2	4	4	5	5	4	65
5	4	4	2	2	4	4	4	2	2	4	4	5	4	1	51
5	5	1	1	2	5	4	5	1	1	4	5	5	5	4	53
4	4	2	1	1	5	2	5	1	5	2	5	4	5	2	48
4	4	2	4	5	2	5	1	2	2	4	4	5	5	4	53
4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	67
5	4	4	2	5	5	5	5	2	5	5	4	5	4	5	65

5	5	5	4	5	5	5	5	2	4	4	5	5	5	5	69
5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	70
5	4	2	4	4	5	4	4	2	4	4	4	5	5	4	60
4	4	4	1	5	5	4	2	1	2	2	4	5	5	2	50
5	2	2	2	5	5	4	5	2	4	4	5	5	2	4	56
2	2	2	1	2	5	2	4	1	1	4	5	4	4	4	43
5	5	4	4	5	5	4	5	2	4	4	4	5	5	4	65
4	4	4	4	4	5	2	4	2	4	2	4	4	4	4	55
4	4	5	4	4	4	1	5	1	2	5	2	5	5	4	55
4	4	4	2	4	5	5	5	2	4	4	5	5	4	4	61
5	5	5	2	5	5	2	5	4	4	4	4	5	4	5	64
4	5	2	4	5	5	2	5	4	4	5	5	5	5	5	65
4	4	5	4	5	5	4	5	2	4	4	4	5	4	4	63
5	5	5	5	5	5	2	4	4	5	4	5	5	5	5	69
5	5	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	69
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	68
4	4	4	5	4	5	1	4	4	4	5	4	2	4	2	56
5	5	5	4	4	5	4	4	2	2	4	4	4	5	4	61
4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	2	4	5	5	4	64
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	69
5	4	5	4	5	5	2	5	2	4	4	5	4	5	4	63
5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	71
5	4	5	5	4	5	1	5	5	4	4	2	5	4	2	60
4	4	5	4	5	5	4	4	22	4	4	5	5	4	4	83
4	4	4	4	5	4	5	4	2	5	4	5	4	4	4	62
4	2	2	2	4	4	4	4	4	4	2	4	2	4	2	48
4	2	2	2	2	4	2	4	2	4	4	4	2	4	2	44
4	5	5	4	5	5	4	5	2	4	4	2	4	5	4	62
5	2	2	2	4	5	2	4	2	2	2	2	2	2	4	42
5	4	4	2	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	66
5	5	5	2	5	5	5	5	2	2	5	5	5	5	5	66
4	2	2	5	4	4	5	4	1	2	5	1	5	5	4	53
5	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	68
4	5	5	2	5	5	4	4	2	4	4	5	4	4	4	61
5	5	5	1	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	69
5	4	1	2	5	5	5	4	1	4	4	4	4	5	4	57
4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	4	54
4	4	5	4	2	5	5	5	4	4	2	4	5	5	4	62
5	5	4	2	5	5	5	5	2	5	4	4	5	4	5	65
5	5	5	5	5	5	5	3	1	5	3	5	5	5	5	67
2	1	2	1	3	1	3	2	5	3	3	1	4	3	2	36
3	4	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	5	3	64

Z1	Z2	Z3	Z4	Z5	Z6	Z7	Z8	TOTAL Z
4	5	4	4	5	4	5	5	36
4	5	4	4	5	5	4	5	36
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	4	5	4	5	5	38
5	5	5	5	4	4	2	2	32
5	5	5	5	5	3	1	2	31
4	5	2	4	2	2	4	2	25
4	5	5	5	5	5	5	5	39
5	5	4	5	4	4	5	5	37
2	5	2	4	5	2	5	2	27
4	5	2	4	5	4	5	4	33
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	4	5	5	4	4	4	36
1	5	4	2	4	5	5	4	30
4	5	4	4	5	2	2	2	28
5	5	4	5	4	5	4	4	36
4	5	2	4	5	4	4	4	32
4	5	2	4	5	2	2	2	26
5	4	2	2	4	4	4	2	27
4	5	3	4	5	4	3	4	32
5	5	5	5	5	5	4	5	39
5	5	4	5	5	5	4	4	37
4	3	3	4	3	3	3	3	26
5	5	3	4	3	4	3	4	31
5	5	4	5	5	4	4	4	36
1	5	3	3	4	3	3	3	25
3	5	1	3	5	1	3	2	23
4	5	5	5	5	3	2	5	34
4	5	5	4	5	4	3	2	32
5	5	5	4	5	4	2	5	35
5	5	4	4	5	4	3	3	33
5	4	3	5	4	3	2	4	30
4	4	4	4	4	4	3	4	31
3	5	3	3	3	4	5	4	30
5	5	5	5	5	5	3	4	37
5	4	3	4	3	3	2	2	26
4	5	4	4	5	4	4	4	34
3	3	3	2	3	3	2	1	20
5	4	3	5	4	3	2	4	30
3	3	4	4	4	3	2	4	27
5	5	2	5	5	2	2	4	30

4	5	3	4	4	3	4	4	31
5	5	5	5	5	5	5	4	39
5	5	4	5	5	4	3	4	35
4	5	3	3	3	3	2	3	26
5	4	5	5	5	5	4	4	37
3	5	5	4	4	5	2	5	33
5	5	5	5	5	5	3	5	38
5	5	4	5	5	2	5	5	36
3	5	4	4	5	3	4	5	33
3	4	2	4	3	3	2	3	24
1	3	4	5	5	3	3	5	29
5	4	4	4	3	4	4	4	32
4	5	5	4	4	4	3	4	33
2	5	5	5	5	1	4	5	32
5	5	3	3	3	4	2	2	27
4	4	4	5	4	4	3	5	33
4	5	4	5	5	5	4	4	36
5	5	5	5	5	5	3	3	36
5	5	3	3	5	4	3	5	33
2	5	2	1	5	1	5	2	23
5	5	2	4	5	4	2	2	29
2	4	4	2	1	2	2	2	19
5	5	1	4	5	5	4	4	33
4	5	1	1	5	2	5	1	24
1	5	4	5	4	4	5	4	32
4	5	4	5	5	4	5	5	37
1	5	4	4	4	5	5	5	33
5	5	1	5	2	1	2	4	25
4	5	5	5	4	5	5	5	38
2	4	4	4	5	7	4	2	32
4	5	2	4	2	2	2	4	25
4	2	5	5	2	5	5	5	33
4	4	4	4	4	5	4	4	33
1	5	4	2	5	4	4	5	30
4	4	2	4	5	4	2	4	29
4	5	4	4	2	4	2	4	29
2	4	4	4	4	4	5	4	31
2	5	5	5	5	5	5	5	37
2	5	4	5	5	4	5	5	35
5	5	4	5	5	5	4	5	38
4	5	5	5	4	5	4	5	37
4	5	5	5	5	4	2	4	34
2	4	2	2	2	2	2	4	20

4	5	4	4	5	2	4	4	32
5	5	4	4	5	4	4	4	35
4	4	4	4	5	1	4	4	30
1	5	4	5	5	4	5	5	34
2	5	2	5	4	2	1	1	22
2	2	4	4	5	4	4	4	29
4	5	4	5	4	4	4	4	34
4	5	5	4	5	5	5	5	38
5	5	4	5	5	5	5	5	39
4	5	5	5	5	5	5	5	39
2	5	4	4	5	4	4	4	32
4	5	2	4	5	2	5	2	29
2	5	4	5	5	4	4	4	33
2	5	4	5	4	4	4	4	32
4	5	4	4	5	4	5	4	35
4	5	2	4	4	4	4	4	31
5	4	5	2	5	4	2	4	31
4	5	4	5	5	4	4	4	35
5	5	4	4	5	5	2	2	32
2	5	5	5	5	5	5	5	37
5	5	4	4	5	4	4	5	36
5	5	4	5	5	5	5	5	39
5	5	4	5	5	4	4	5	37
5	5	4	4	4	4	4	4	34
4	5	5	4	2	2	4	4	30
5	5	4	4	4	4	4	4	34
5	5	2	4	5	4	4	5	34
5	5	5	4	5	4	5	5	38
5	5	4	5	4	4	5	4	36
4	4	5	5	5	5	5	5	38
5	5	4	2	5	2	2	4	29
5	5	4	5	5	4	4	5	37
4	4	4	5	4	4	5	4	34
2	4	2	4	2	2	22	2	40
2	4	4	4	2	2	1	2	21
5	5	4	2	4	4	2	4	30
2	5	2	2	2	4	5	2	24
4	5	4	5	5	4	4	5	36
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	4	5	4	4	4	2	33
5	5	4	5	4	4	5	5	37
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	2	4	4	4	4	30

5	5	2	4	5	4	4	5	34
4	5	4	4	5	5	4	5	36
5	5	3	5	5	5	5	5	38
5	5	3	4	5	3	3	4	32
3	5	4	3	3	2	3	3	26
4	4	4	4	3	3	3	4	29
5	5	4	5	5	5	4	5	38
4	5	4	5	5	4	2	5	34
5	4	5	5	5	4	4	4	36
2	1	1	4	1	5	1	4	19
2	4	4	2	5	4	2	5	28
4	2	5	5	5	5	4	4	34
2	5	2	1	5	5	1	5	26
2	5	2	4	5	4	4	5	31
2	2	4	2	1	2	2	4	19
2	5	1	4	5	5	5	5	32
2	1	1	1	5	5	2	5	22
2	1	4	5	4	5	4	5	30
4	4	4	5	5	4	4	4	34
1	1	4	4	4	4	5	2	25
4	4	1	5	2	2	1	2	21
1	4	5	5	4	4	5	5	33
2	1	4	4	5	1	7	4	28
4	4	2	4	2	5	2	4	27
1	4	5	5	2	4	5	5	31
2	4	4	4	4	5	5	2	30
4	2	4	2	5	5	4	2	28
2	4	2	4	5	5	4	2	28
2	4	4	4	2	5	4	2	27
1	5	4	4	4	5	4	4	31
2	2	5	5	5	5	5	4	33
2	1	4	5	5	5	4	2	28
1	5	4	5	5	5	5	4	34
4	1	5	5	4	2	5	2	28
2	2	5	5	5	5	4	4	32
2	2	2	2	2	2	2	4	18
1	2	4	4	5	4	2	5	27
2	2	4	4	5	5	4	5	31
4	2	4	4	5	4	1	2	26
2	1	4	5	5	5	4	2	28
2	5	2	5	4	5	2	2	27
4	2	4	4	5	5	4	5	33

LAMPIRAN 5: SPSS

Kategorisasi_harga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Mahal	22	13.0	13.0	13.0
	Sedang	112	66.3	66.3	79.3
	Murah	35	20.7	20.7	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

Kategorisasi Kualitas Produk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	22	13.0	13.0	13.0
	Sedang	113	66.9	66.9	79.9
	Rendah	34	20.1	20.1	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

Kategorisasi Terpaan Promosi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tinggi	26	15.4	15.4	15.4
	Sedang	119	70.4	70.4	85.8
	Rendah	24	14.2	14.2	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Membeli	144	85.2	85.2	85.2
	Tidak Membeli	25	14.8	14.8	100.0
	Total	169	100.0	100.0	

Kategorisasi Terpaan Promosi * Kategorisasi_harga Crosstabulation

		Kategorisasi_harga			Total	
		Mahal	Sedang	Murah		
Kategorisasi Terpaan Promosi	Tinggi	Count	3	19	4	26
		% within Kategorisasi Terpaan Promosi	11.5%	73.1%	15.4%	100.0%
		% within Kategorisasi_harga	13.6%	17.0%	11.4%	15.4%
		% of Total	1.8%	11.2%	2.4%	15.4%
	Sedang	Count	16	76	27	119
		% within Kategorisasi Terpaan Promosi	13.4%	63.9%	22.7%	100.0%
		% within Kategorisasi_harga	72.7%	67.9%	77.1%	70.4%
		% of Total	9.5%	45.0%	16.0%	70.4%
	Rendah	Count	3	17	4	24
		% within Kategorisasi Terpaan Promosi	12.5%	70.8%	16.7%	100.0%
		% within Kategorisasi_harga	13.6%	15.2%	11.4%	14.2%
		% of Total	1.8%	10.1%	2.4%	14.2%
Total	Count	22	112	35	169	
	% within Kategorisasi Terpaan Promosi	13.0%	66.3%	20.7%	100.0%	
	% within Kategorisasi_harga	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	13.0%	66.3%	20.7%	100.0%	

Kategorisasi Terpaan Promosi * Kualitas Produk Crosstabulation

		Kualitas Produk			Total	
		Tinggi	Sedang	Rendah		
Kategorisasi Terpaan Promosi	Tinggi	Count	2	20	4	26
		% within Kategorisasi Terpaan Promosi	7.7%	76.9%	15.4%	100.0%
		% within Kualitas Produk	9.1%	17.7%	11.8%	15.4%
		% of Total	1.2%	11.8%	2.4%	15.4%
	Sedang	Count	18	74	27	119
		% within Kategorisasi Terpaan Promosi	15.1%	62.2%	22.7%	100.0%
		% within Kualitas Produk	81.8%	65.5%	79.4%	70.4%
		% of Total	10.7%	43.8%	16.0%	70.4%
	Rendah	Count	2	19	3	24
		% within Kategorisasi Terpaan Promosi	8.3%	79.2%	12.5%	100.0%
		% within Kualitas Produk	9.1%	16.8%	8.8%	14.2%
		% of Total	1.2%	11.2%	1.8%	14.2%
Total	Count	22	113	34	169	
	% within Kategorisasi Terpaan Promosi	13.0%	66.9%	20.1%	100.0%	
	% within Kualitas Produk	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	13.0%	66.9%	20.1%	100.0%	

Keputusan Pembelian * Kategorisasi_harga Crosstabulation

		Kategorisasi_harga				
		Mahal	Sedang	Murah	Total	
Keputusan Pembelian	Membeli	Count	15	98	31	144
		% within Keputusan Pembelian	10.4%	68.1%	21.5%	100.0%
		% within Kategorisasi_harga	68.2%	87.5%	88.6%	85.2%
		% of Total	8.9%	58.0%	18.3%	85.2%
	Tidak Membeli	Count	7	14	4	25
		% within Keputusan Pembelian	28.0%	56.0%	16.0%	100.0%
		% within Kategorisasi_harga	31.8%	12.5%	11.4%	14.8%
		% of Total	4.1%	8.3%	2.4%	14.8%
Total	Count	22	112	35	169	
	% within Keputusan Pembelian	13.0%	66.3%	20.7%	100.0%	
	% within Kategorisasi_harga	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	13.0%	66.3%	20.7%	100.0%	

Keputusan Pembelian * Kualitas Produk Crosstabulation

			Kualitas Produk			Total
			Tinggi	Sedang	Rendah	
Keputusan Pembelian	Membeli	Count	19	95	30	144
		% within Keputusan Pembelian	13.2%	66.0%	20.8%	100.0%
		% within Kualitas Produk	86.4%	84.1%	88.2%	85.2%
		% of Total	11.2%	56.2%	17.8%	85.2%
	Tidak Membeli	Count	3	18	4	25
		% within Keputusan Pembelian	12.0%	72.0%	16.0%	100.0%
		% within Kualitas Produk	13.6%	15.9%	11.8%	14.8%
		% of Total	1.8%	10.7%	2.4%	14.8%
Total	Count	22	113	34	169	
	% within Keputusan Pembelian	13.0%	66.9%	20.1%	100.0%	
	% within Kualitas Produk	100.0%	100.0%	100.0%	100.0%	
	% of Total	13.0%	66.9%	20.1%	100.0%	

DESKRIPTIF VARIABEL PROMOSI (X)

K_Frekuensi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	24	14,2	14,2	14,2
	Setuju	80	47,3	47,3	61,5
	Cukup	17	10,1	10,1	71,6
	Tidak Setuju	39	23,1	23,1	94,7
	Sangat Tidak Setuju	9	5,3	5,3	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

K_Durasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	60	35,5	35,5	35,5
	Setuju	76	45,0	45,0	80,5
	Cukup	9	5,3	5,3	85,8
	Tidak Setuju	18	10,7	10,7	96,4
	Sangat Tidak Setuju	6	3,6	3,6	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

K_Konsistensi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	25	14,8	14,8	14,8
	Setuju	66	39,1	39,1	53,8
	Cukup	14	8,3	8,3	62,1
	Tidak Setuju	40	23,7	23,7	85,8
	Sangat Tidak Setuju	24	14,2	14,2	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

DESKRIPTIF VARIABEL KONTROL (Z)

		Harga			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Sangat Setuju	14	8,3	8,3	8,3
	Setuju	49	29,0	29,0	37,3
	Cukup	67	39,6	39,6	76,9
	Tidak Setuju	24	14,2	14,2	91,1
	Sangat Tidak Setuju	15	8,9	8,9	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

		Kualitas Produk			Cumulative
		Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
Valid	Sangat Setuju	8	4,7	4,7	4,7
	Setuju	54	32,0	32,0	36,7
	Cukup	58	34,3	34,3	71,0
	Tidak Setuju	38	22,5	22,5	93,5
	Sangat Tidak Setuju	11	6,5	6,5	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

DESKRIPTIF VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

K_Attention

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	30	17,8	17,8	17,8
	Setuju	57	33,7	33,7	51,5
	Cukup	44	26,0	26,0	77,5
	Tidak Setuju	28	16,6	16,6	94,1
	Sangat Tidak Setuju	10	5,9	5,9	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

K_Interest

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	8	4,7	4,7	4,7
	Setuju	40	23,7	23,7	28,4
	Cukup	74	43,8	43,8	72,2
	Tidak Setuju	37	21,9	21,9	94,1
	Sangat Tidak Setuju	10	5,9	5,9	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

K_Desire

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	5	3,0	3,0	3,0
	Setuju	54	32,0	32,0	34,9
	Cukup	63	37,3	37,3	72,2
	Sangat Tidak Setuju	41	24,3	24,3	96,4
	Sangat Tidak Setuju	6	3,6	3,6	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

K_Action

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Setuju	15	8,9	8,9	8,9
	Setuju	81	47,9	47,9	56,8
	Cukup	38	22,5	22,5	79,3
	Tidak Setuju	25	14,8	14,8	94,1
	Sangat Tidak Setuju	10	5,9	5,9	100,0
	Total	169	100,0	100,0	

UJI VALIDITAS VARIABEL X (PROMOSI *VOUCHER* ONGKOS KIRIM)

Correlations

		X1	X2	X3	X4	X5	X6	TOTAL_X
X1	Pearson Correlation	1	.338**	.288**	.087	.487**	.377**	.669**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.262	.000	.000	.000
	N	169	169	169	169	169	169	169
X2	Pearson Correlation	.338**	1	.182*	.182*	.309**	.381**	.627**
	Sig. (2-tailed)	.000		.018	.018	.000	.000	.000
	N	169	169	169	169	169	169	169
X3	Pearson Correlation	.288**	.182*	1	.218**	.325**	.242**	.570**
	Sig. (2-tailed)	.000	.018		.004	.000	.002	.000
	N	169	169	169	169	169	169	169
X4	Pearson Correlation	.087	.182*	.218**	1	.125	.184*	.455**
	Sig. (2-tailed)	.262	.018	.004		.105	.017	.000
	N	169	169	169	169	169	169	169
X5	Pearson Correlation	.487**	.309**	.325**	.125	1	.597**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.105		.000	.000
	N	169	169	169	169	169	169	169
X6	Pearson Correlation	.377**	.381**	.242**	.184*	.597**	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.017	.000		.000
	N	169	169	169	169	169	169	169
TOTAL_X	Pearson Correlation	.669**	.627**	.570**	.455**	.751**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	169	169	169	169	169	169	169

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

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

Y14	Pearson Correlation	.368**	.206**	.217**	.257**	.169*	.260**	.117	.192*	.077	.223**	.087	.182*	.218**	1	.125	.464**
	Sig. (2-tailed)	.000	.007	.005	.001	.028	.001	.128	.012	.319	.004	.262	.018	.004		.105	.000
	N	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169
Y15	Pearson Correlation	.333**	.493**	.216**	.208**	.469**	.049	.235**	.051	.128	.113	.487**	.309**	.325**	.125	1	.593**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.005	.007	.000	.527	.002	.514	.098	.142	.000	.000	.000	.105		.000
	N	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.538**	.605**	.602**	.533**	.620**	.361**	.309**	.317**	.488**	.504**	.486**	.516**	.543**	.464**	.593**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169	169

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

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

N	169	169	169	169	169	169	169	169	169
---	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----

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

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

UJI RELIABILITAS VARIABEL X (PROMOSI *VOUCHER* POTONGAN ONGKOS KIRIM)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,713	6

UJI RELIABILITAS VARIABEL Y (KEPUTUSAN PEMBELIAN)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,767	15

UJI RELIABILITAS VARIABEL Z (HARGA & KUALITAS PRODUK)**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,656	8

UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	Unstandardized Residual
N		169	169
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	,0000000
	Std. Deviation	4,89236347	3,90781368
Most Extreme Differences	Absolute	,057	,054
	Positive	,038	,054
	Negative	-,057	-,038
Test Statistic		,057	,054
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}	,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

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

UJI REGRESI

PERSAMAAN (X>Y)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,834 ^a	,695	,694	4,599

a. Predictors: (Constant), TOTAL_X

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20.200	2.008		10.061	.000
	TOTAL_X	1.646	.084	.834	19.526	.000

a. Dependent Variable: TOTAL_Y

UJI PEARSON CORRELATION

Correlations

		TOTAL_X	TOTAL_Y
TOTAL_X	Pearson Correlation	1	.834**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	169	169
TOTAL_Y	Pearson Correlation	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	169	169

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