

diterima oleh masyarakat sesuai dengan HET dengan melakukan pengawasan secara rutin kepada setiap distributor binaan. Banyaknya lembaga-lembaga yang turut serta dalam mengawasi setiap penjualan oleh distributor binaan memberikan kemudahan dalam melihat adanya ketidaksesuaian harga. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan kepada informan yang terlibat dalam proses penjualan minyakita, mereka melihat bahwa kebijakan HET telah terimplementasi dengan baik di lapangan. Harga yang diterima oleh konsumen akhir telah sesuai dengan HET pada beberapa daerah, namun untuk daerah yang cukup jauh seperti Kecamatan Sarudu belum terlaksana secara maksimal. Perbedaan harga dapat terjadi jika terdapat penambahan siklus penjualan, ketika terdapat oknum yang membeli produk ke pengecer kemudian mereka menjualnya kembali dengan harga di atas HET. Selain itu, kenaikan harga juga disebabkan oleh penurunan kuota ekspor minyak goreng dari para produsen karena menurunnya aktivitas ekspor minyak sawit. Akibatnya, pasokan untuk pasar dalam negeri menjadi berkurang (Purwanto, 2024). Distributor-distributor yang menyalurkan produk Minyakita selalu berupaya untuk mengawasi jika terjadi hal yang memungkinkan harga jual di atas HET.

3.7 Kesimpulan

Implementasi Kebijakan program Minyak Goreng Rakyat (MGR) dengan menetapkan harga eceran tertinggi (HET) produk dengan merek Minyakita dilihat berdasarkan; *Pertama*, ketepatan kebijakan telah tepat mengatasi permasalahan tingginya harga minyak goreng, untuk beberapa wilayah di Kabupaten Pasangkayu telah terimplementasikan dengan baik di pasaran yaitu Kecamatan Pasangkayu, Kecamatan Tikke raya dan Kecamatan Sarudu, namun terkhusus untuk Kecamatan Sarudu yang cukup jauh dan sulit di jangkau oleh tim pengawas masih minim akan pengawasan sehingga harga yang diperoleh terkadang di atas HET. Brand Minyakita telah berhasil menekan harga minyak goreng nonsubsidi di pasaran. *Kedua*, ketepatan pelaksanaan dinilai telah tepat terimplementasikan dengan berbagai lembaga terkait dalam membantu jalannya kebijakan ini. *Ketiga*, Ketepatan Target kebijakan yang dinilai telah terimplementasikan di Kabupaten Pasangkayu karena hasil yang diperoleh selama kebijakan ini berjalan telah sesuai dengan target yang ingin dicapai yaitu harga wajar telah dirasakan oleh masyarakat. *Keempat*, ketepatan lingkungan kebijakan yang dijalankan telah terimplementasikan dengan baik di Kabupaten Pasangkayu, meskipun masih memerlukan pengembangan lingkungan penjualan demi kebijakan tersebut berjalan secara optimal. Namun, dari keempat hal tersebut tentu masih ada beberapa faktor yang perlu untuk ditingkatkan yaitu kebutuhan kuota minyakita untuk setiap daerah masih perlu adanya penambahan agar dapat mencukupi permintaan konsumen dan tidak terjadi kelangkaan produk Minyakita. Pengawasan HET untuk setiap distributor hingga diterima oleh konsumen juga perlu ditingkatkan agar harga tetap pada HET dan tidak ada oknum yang membuat siklus penjualan bertambah.



- Aryanto, L. P., Adinda, M., Anggreny, N., & Ayu, R. (2024). Kebijakan Pemerintah Dalam Mengatasi Kelangkaan Minyak Goreng Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Ilmiah Pascasarjana*, 4(1), 27–35.
- Bado, B. (2021). *Model Pendekatan Kualitatif: Telaah Dalam Metode Penelitian Ilmiah*. Tahta Media Group.
- Cahyaningrum, D. (2022). Kebijakan Pengendalian Harga Minyak Goreng. *Info Singkat*, 14(3), 13–19.
- Chayyani, N. R. (2023). 2023 Policy Assessment " Efektivitas dan Distribusi Penerapan Program Minyak Goreng Rakyat ". *Center for Public Policy Research*.
- Fadli, M. R. (2021). Memahami Desain Penelitian Kualitatif. *Humanika*, 21(1), 33–54. <https://doi.org/10.21831/hum.v21i1>.
- Febrinda, R. R. (2022). Kebijakan Pemerintah Dalam Mengatasi Kenaikan Harga Minyak Goreng. *Jurnal Wahana Ilmuwan*, 1, 26.
- Habibi, A., & Saepurohman, M. (2023). Intervensi Pemerintah Terhadap Penetapan Harga Minyak Goreng Ditinjau Dari Perspektif Islam. *Study & Management Research*, 20(3), 8–15. url: <http://journalsmart.digitechuniversity.ac.id>
- Kaharuddin. (2021). Kualitatif : Ciri dan Karakter Sebagai Metodologi. *Jurnal Pendidikan*, IX(1), 1–8. <http://journal.unismuh.ac.id/index.php/equilibrium>
- Kusmayadi, B., & Vikaliana, R. (2021). Pendekatan Konsep Lean untuk Mengurangi Waste Transportasi dengan Optimasi Truk (Studi Kasus Di Perusahaan Distributor PT. XYZ). *Jurnal Manajemen Logistik*, 1(1), 20–28. <http://ojs.stiami.ac.id>
- Menteri Perdagangan Republik Indonesia. (2022). Menteri Perdagangan Republik Indonesia. *Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia*, 54. [https://jdih.kemendag.go.id/pdf/Regulasi/2021/PERMENDAG NOMOR 21 TAHUN 2021.pdf](https://jdih.kemendag.go.id/pdf/Regulasi/2021/PERMENDAG%20NOMOR%2021%20TAHUN%202021.pdf)
- Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis* (Edition 3). SAGE Publications.
- Mukhrijal, Sunarso, H. W., Ichsan, M. H., Asrian, M. F., & Ilham, M. (2023). Efektivitas Program Ketahanan Pangan di Gampong Keuramat Kota Banda Aceh. *Journal of Political Sphere*, 4(1), 31–44.
- Nurfadjri, A. (2023). Dampak Fluktuasi CPO Terhadap Program Percepatan Penyaluran Ekspor CPO Dalam Pemulihan Ekonomi Indonesia. *Dialektika : Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 8(1), 152–161. <https://doi.org/10.36636/dialektika.v8i1.1537>



. Efektivitas Kebijakan Pengelolaan Cadangan Pangan Pemerintah mewujudkan Ketahanan Pangan di Desa Wonokerso, Kecamatan Jipaten Temanggung. Universitas Tidar.

4). Kenaikan Harga Minyak Goreng Akibat Terhambatnya Pasokan *kat*, 16(7), 16–20.

- Rahayuning, F., Puspitasari, W., Hapsari, F., Sola, A., Tobing, G., Humanisa, I. F., Cahyani, D. I., Chatrien, H., Putri, S., Akuntansi, P. S., Semarang, U. N., Manajemen, P. S., Semarang, U. N., Tengah, J., Tengah, J., Tengah, J., Tengah, J., & Tengah, J. (2022). Analisis Pengaruh Minyak Goreng Subsidi di Ritel Modern Bagi Pedagang Pasar Tradisional Bandarjo Ungaran. *Jurnal Implementasi*, 2(2), 137–142.
- Rahmayanti, D., & Hayati, R. (2023). Implementasi Program Bantuan Pangan Non Tunai (Bpnt) Dilihat Dari Aspek Komunikasi Pada Kantor Desa Purai Kecamatan Banua Lawas Kabupaten Tabalong. *Jurnal Administrasi Publik*, Vol.6(1), 151–160.
- Sholeh, N. rezki M., Muchsin, S., & Anadza, H. (2021). Implementasi Model Richard Matland Dalam Kebijakan Home Learning di Kondisi Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Dinas Pendidikan Kabupaten Probolinggo). *Jurnal Respon Public*, 15(9), 66–73.
- Sipahutar, R. L. P., Sirait, N. N., Saidin, O., & Sukarja, D. (2023). Peran Pemerintah Terhadap Stabilisasi Harga Minyak Goreng Sawit Berdasarkan Undang-Undang Nomor 7 Tahun 2014 Tentang Perdagangan. *Locus Journal of Academic Literature Review*, 2(12), 1000–1011. <https://doi.org/10.56128/ljoalr.v2i12.269>
- Sugiyono. (2013). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.



BAB IV PEMBAHASAN UMUM

4.1 Pengaruh Marketing Mix (produk, Harga, Tempat, Promosi) Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli Minyakita di Kabupaten Pasangkayu

Hasil analisis pengaruh produk, harga, tempat dan promosi terhadap keputusan pembelian melalui minat beli pada produk Minyakita di Kabupaten Pasangkayu melalui analisis jalur (*path analysis*) menunjukkan hasil yang bervariasi. Dimulai dari pengaruh langsung (*direct effect*) produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen, tempat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dan promosi berpengaruh negative yang signifikan terhadap minat beli konsumen Minyakita di Kabupaten Pasangkayu. Implementasi produk dari aspek tampilan, daya tahan, reliability, estetika, dan persepsi terhadap kualitas produk sangat berpengaruh dalam menarik minat konsumen baik pada minat eksploratif, referensial, transaksional, maupun preferensial. Semakin tinggi kualitas produk maka akan meningkatkan minat konsumen dalam membeli produk Minyakita. Penilaian harga dilihat dari keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, dan daya saing harga memberikan pengaruhnya terhadap minat eksploratif, referensial, transaksional, dan preferensial konsumen, artinya semakin terjangkau harga yang ditetapkan maka akan semakin meningkatkan minat konsumen. Tempat yang dinilai berdasarkan akses, visibilitas, lama proses distribusi dan lingkungan belum memberikan pengaruhnya terhadap minat beli konsumen sehingga perlu adanya perbaikan akses lokasi penjualan sehingga kenyamanan dan kemudahan konsumen dalam membeli produk semakin meningkat. Promosi dinilai berdasarkan frekuensi promosi, pemberian diskon dan media promosi memberikan pengaruh negative yang signifikan pada minat beli konsumen artinya bahwa semakin meningkat promosi maka akan semakin menurunkan minat beli konsumen. Hal ini diduga karena produk Minyakita merupakan suatu hasil kebijakan pemerintah dengan menetapkan harga eceran tertinggi yang telah banyak diketahui oleh masyarakat sehingga promosi tidak begitu dibutuhkan.

Selanjutnya produk, harga dan minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Minyakita, sedangkan tempat dan promosi tidak memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian konsumen Minyakita di Kabupaten Pasangkayu. Produk yang diindikatori oleh tampilan, daya tahan, reliability, estetika, dan persepsi terhadap kualitas sedangkan harga yang diindikatori oleh keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas, dan daya saing harga sangat dibutuhkan dalam melihat keputusan konsumen baik dari segi



, pencarian informasi, evaluasi alternative, keputusan pembelian pembelian. Semakin tinggi kualitas produk dan harga maka akan an keputusan pembelian konsumen. Sedangkan pada tempat dan masih membutuhkan strategi yang tepat dalam meningkatkan i membeli produk Minyakita. Peningkatan strategi dapat dilakukan an akses lokasi penjualan serta promosi yang inovatif yang litas produk dengan menggunakan berbagai media promosi.

Kemudian, secara tidak langsung (*indirect effect*) hubungan produk dan harga terhadap keputusan pembelian melalui minat beli memberikan pengaruh yang positif dan signifikan artinya minat beli mampu secara positif dan signifikan memediasi hubungan antara produk dan harga terhadap keputusan pembelian Minyakita di Kabupaten Pasangkayu. Hubungan tempat terhadap keputusan pembelian melalui minat beli tidak berpengaruh secara positif dan signifikan artinya bahwa minat beli tidak mampu secara positif dan signifikan dalam memediasi hubungan anatar tempat dan keputusan pembelian. Hubungan promosi terhadap keputusan pembelian melalui minat beli memberikan pengaruh negative yang signifikan artinya minat beli mampu memediasi hubungan antara promosi dan keputusan pembelian secara negative yang signifikan.

4.2 Penerapan Kebijakan Program Harga HET Minyak Goreng Rakyat Kemasan Minyakita di Kabupaten Pasangkayu

Implementasi harga eceran tertinggi (HET) dalam mengatasi perbedaan harga yang terjadi di lapangan yang berdasar kepada peraturan Kementerian Perdagangan Nomor 49 Tahun 2022 tentang tata kelola program minyak goreng rakyat (MGR) pada pasal 1 menjelaskan bahwa program minyak goreng rakyat (MGR) merupakan program pemerintah dalam rangka menyediakan minyak goreng kepada masyarakat yang diperoleh dari program pemenuhan kebutuhan dalam negeri DMO (domestic market obligation) CPO atau minyak goreng yang dijual dengan harga di bawah atau sama dengan harga eceran tertinggi (HET) yang ditetapkan. Minyak goreng rakyat (MGR) dalam bentuk kemasan yang diberi merek Minyakita ditetapkan dengan menempelkan harga eceran tertinggi (HET) pada kemasan. Pada pasal 10 Permendag Nomor 49 Tahun 2022 menjelaskan bahwa pengecer wajib menjual MGR dengan harga di bawah atau sama dengan HET yakni Rp14.000/liter untuk MGR dalam bentuk kemasan Minyakita. Implementasi kebijakan program MGR dengan mengamati perbedaan harga yang diterima oleh konsumen Minyakita di Kabupaten Pasangkayu yang dilihat berdasarkan ketepatan kebijakan, ketepatan pelaksanaan, ketepatan target dan ketepatan lingkungan penjualan menunjukkan bahwa sebagian besar telah terimplementasikan dengan baik di wilayah Kabupaten Pasangkayu. Jika dilihat dari ketepatan kebijakan menunjukkan bahwa kebijakan tersebut telah mampu memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan dibuatnya program yakni pemenuhan kebutuhan minyak goreng bagi masyarakat yang tentu dengan HET.

Implementasi kebijakan harga eceran tertinggi (HET) Minyakita merujuk pada Peraturan Menteri Perdagangan Republik Indonesia nomor 49 tahun 2022 tentang tata kelola minyak goreng rakyat (MGR) yang mengharuskan minyak goreng kemasan Minyakita dijual ke konsumen akhir sesuai dengan HET yaitu Rp14.000/liter. Kebijakan ini bertujuan untuk memastikan bahwa harga yang wajar diterima oleh masyarakat dan



tidak dibeli. Kebijakan ini mencakup program MGR, pendistribusian, insentif MGR, penetapan produsen CPO, produsen minyak serta tata niaga minyak goreng. Kebijakan ini melibatkan berbagai produsen Minyakita yang berperan dalam memproduksi dan menjual Minyakita ke badan urusan logistik (Bulog) untuk memenuhi setiap kebutuhan. Pemerintah, berperan dalam membuat dan melaksanakan kebijakan aturan yang telah dibuat serta melakukan pengawasan intensif

terhadap jalannya kebijakan disetiap daerah dengan melibatkan berbagai aspek pemerintah seperti Dinas Perdagangan, Dinas Ketahanan Pangan, dan Kepolisian. Bulog, sebagai distributor 1 yang menyalurkan Minyakita kesetiap distributor 2 dalam setiap wilayah kerja. Distributor 2, berperan sebagai perantara antara distributor 1 dengan pengecer, yang mana setiap distributor 2 yang tersebar disetiap Kecamatan membawahi minimal 5 pengecer. Pengecer (distributor 3) bertindak sebagai penyalur Minyakita ke konsumen akhir. Konsumen sebagai penerima kebijakan yang merasakan manfaat atau dampak yang ditimbulkan dari adanya kebijakan ini. Kebijakan minyak goreng rakyat (MGR) yang mengatur tentang harga eceran tertinggi (HET) berdasarkan peraturan Meteri Perdagangan Republik Indonesia nomor 49 tahun 2022 mulai diundangkan atau diterapkan pada Oktober 2022. Kebijakan ini diterapkan diseluruh wilayah di Indonesia, salah satunya yaitu Kabupaten Pasangkayu Provinsi Sulawesi Barat yang mencakup berbagai distributor-distributor sebagai penyalur produk Minyakita. Kebijakan ini terlaksana tentunya dari berbagai tahapan yang dimulai dari permasalahan tingginya harga minyak goreng di awal tahun 2022 yang membuat berbagai kebijakan dikeluarkan untuk menstabilkan harga minyak goreng, hingga ke tahap pelaksanaan kebijakan yang melibatkan banyak aspek hingga diperoleh hasil yang sejalan dengan tujuan kebijakan.

Kebijakan ini memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam pemenuhan kebutuhan pokok dengan harga yang murah. Wilayah Kabupaten Pasangkayu sendiri sebagian besar telah merasakan manfaat dari adanya kebijakan ini. Sedangkan selebihnya terutama pada daerah yang cukup jauh dan sulit dijangkau masih membutuhkan perhatian khusus agar kebijakan dapat berjalan secara menyeluruh dan harga yang diterima masyarakat tetap pada HET. Sosialisasi juga masih sangat dibutuhkan guna memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang kebijakan yang dijalankan untuk membeli hanya pada pengecer yang telah terdaftar secara resmi sehingga tidak bertambah panjangnya rantai penjualan yang berakibat pada kenaikan harga. Selanjutnya, ketepatan pelaksanaan menunjukkan bahwa kebijakan MGR telah terlaksana dengan tepat, pengawasan lembaga-lembaga pemerintah seperti Dinas Perdagangan, Dinas Ketahanan Pangan dan Kepolisian terus berjalan. Upaya-upaya tetap dilakukan oleh pemerintah dan distributor agar harga yang diterima oleh konsumen tetap pada HET. Kemudian, ketepatan target menunjukkan bahwa pada Kabupaten Pasangkayu target sasaran dari kebijakan telah dicapai dengan baik. Manfaat dari kebijakan MGR dengan memberikan harga eceran tertinggi (HET) telah dirasakan oleh masyarakat serta pelaku usaha. Masyarakat maupun UMKM terbantu dengan program ini karena harga yang ditawarkan lebih murah dari harga produk sejenis dengan merek lain. Pelaku usaha juga diuntungkan dengan adanya kebijakan ini mengingat permintaan yang tinggi sehingga penjualan semakin meningkat. Terakhir, ketepatan lingkungan



dan bahwa kondisi penjualan Minyakita khususnya di Kabupaten an permintaan yang cukup tinggi membuat kuota yang dibutuhkan . hal ini menunjukkan bahwa kebijakan MGR dengan HET produk berbagai interaksi antara lembaga terkait dengan pihak distributor yang tepat dalam pelaksanaannya. Informan-informan dalam menjelaskan bahwa kebijakan MGR dengan memberikan HET pada telah terimplementasikan dengan baik di Kabupaten Pasangkayu.

Perbaikan dan peningkatan tetap terus dilaksanakan guna mencapai hasil yang lebih maksimal dari adanya kebijakan tersebut.



Optimized using
trial version
www.balesio.com

BAB V

KESIMPULAN UMUM

Berdasarkan topik penelitian pertama, dapat disimpulkan bahwa secara langsung produk dan harga berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan keputusan pembelian konsumen. Produk dinilai berdasarkan tampilan, daya tahan, reliability, estetika dan persepsi tentang kualitas sedangkan harga dinilai berdasarkan keterjangkauan harga, kesesuaian harga dengan kualitas dan daya saing harga. Tempat tidak berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan keputusan pembelian konsumen. Penilaian tempat didasarkan pada akses, visibilitas, lama proses distribusi dan lingkungan. Promosi berpengaruh negatif dan signifikan terhadap minat beli, namun tidak berpengaruh terhadap keputusan pembelian. Penilaian promosi dilakukan berdasarkan indikator frekuensi promosi, frekuensi diskon dan media promosi yang digunakan. Secara langsung minat beli berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk Minyakita. Penilaian ini didasarkan pada minat eksploratif, minat referensial, minat transaksional dan minat preferensial konsumen. Secara tidak langsung minat beli mampu memediasi hubungan anatar produk, harga dan promosi terhadap keputusan pembelian. Sedangkan minat beli tidak mampu memediasi hubungan antara tempat dengan keputusan pembelian. Pada topik penelitian kedua, dapat disimpulkan bahwa kebijakan program minyak goreng rakyat (MGR) kemasan Minyakita dengan penetapan harga eceran tertinggi (HET) telah terimplementasikan dengan baik di Kabupaten Pasangkayu, penilaian ini berdasarkan 4 tepat. *Pertama*, ketepatan kebijakan telah tepat mengatasi permasalahan tingginya harga minyak goreng, untuk beberapa wilayah di Kabupaten Pasangkayu telah terimplementasikan dengan baik di pasaran yaitu Kecamatan Pasangkayu, Kecamatan Tikke raya dan Kecamatan Sarudu, namun terkhusus untuk Kecamatan Sarudu yang cukup jauh dan sulit di jangkau oleh tim pengawas sehingga harga yang diperoleh terkadang di atas HET. *Kedua*, ketepatan pelaksanaan dinilai telah tepat terimplementasikan dengan berbagai lembaga terkait dalam membantu jalannya kebijakan ini. *Ketiga*, Ketepatan Target kebijakan yang dinilai telah terimplementasikan di Kabupaten Pasangkayu karena hasil yang diperoleh selama kebijakan ini berjalan telah sesuai dengan target yang ingin dicapai yaitu harga wajar telah dirasakan oleh masyarakat. *Keempat*, ketepatan lingkungan kebijakan yang dijalankan telah terimplementasikan dengan baik di Kabupaten Pasangkayu, meskipun masih memerlukan pengembangan lingkungan penjualan demi kebijakan tersebut berjalan secara optimal.



LAMPIRAN



Optimized using
trial version
www.balesio.com

Lampiran 1

KUESIONER PENELITIAN TOPIK PENELITIAN 1

No. Responden :
Tanggal Pengisian :

No. Hp :

Analisis Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Melalui Minat Beli (Studi Persepsi Konsumen Minyak Goreng Minyakita di Kabupaten Pasangkayu)



Oleh

Pira Yuniar

P042221022

Program Studi Magister Agribisnis Fakultas Pascasarjana Universitas Hasanuddin

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh marketing mix (produk, harga, tempat dan promosi) terhadap keputusan pembelian melalui minat beli minyak goreng minyakita di Kabupaten Pasangkayu.

1. Identitas Responden



:

: Tahun

1 : a. Laki-laki b. Perempuan

: a. Tidak sekolah/tamat d. SMA

b. SD e. Sarjana

- c. SMP
6. Pekerjaan : a. Utama : 1. Petani 2. PNS 3. Wiraswasta
4. Nelayan 5. Lainnya (.....)

b. Sampingan :

7. Jumlah tanggungan keluarga :

No	Nama	Hubungan Keluarga	Umur (th)	Jenis Kelamin (L/P)	Pendidikan (Sekolah/ Tidak Sekolah)	Pekerjaan
1.						
2.						
3.						
4.						
5.						

II. Kuesioner Penelitian

Petunjuk Pengisian

Kuesioner terdiri dari beberapa pertanyaan yang diisi dengan petunjuk sebagai berikut:

- 1 : sangat tidak setuju
2 : tidak setuju
3 : Netral (Ragu-ragu)
4 : Setuju
5 : Sangat setuju

Silahkan beri tanda centang (√) pada kolom yang telah disediakan.

Marketing Mix Sub variabel Produk (X1)						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
1.	Tampilan dan kinerja kemasan pouch minyakita sangat menarik, tebal dan tidak mudah bocor					
2.	Tampilan dan kinerja kemasan pillowpack minyakita sangat menarik, tebal dan tidak mudah bocor					
3.	Tampilan dan kinerja kemasan jerigen minyakita sangat menarik, tebal dan tidak mudah pecah					
	 rakaian minyakita lama dan a tinggi dapat digunakan 2-3 ggunaan ulang kita yang dibeli tidak rusak baik kemasan, in warnanya.					
	lama warna minyakita tidak rubahan					

7.	Saya menyukai minyakita karena memiliki warna yang jernih					
8.	Saya menyukai minyakita karena memiliki warna yang kekuningan					
9.	Saya menyukai minyakita karena memiliki warna yang kecoklatan					
10.	Aroma minyakita sangat khas dan tidak berbau tengik					
11.	Kualitas produk sangat baik yang dilihat dari reputasi produk di pasaran					
12.	Reputasi produk minyakita di pasaran sangat baik					

Marketing Mix Sub variabel Harga (X2)						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
13.	Harga minyakita relatif murah dan stabil untuk dibeli					
14.	Harga minyakita terjangkau untuk dibeli oleh konsumen					
15.	Harga minyakita sangat sesuai dengan yang ditetapkan oleh pemerintah					
16.	Harga minyakita sesuai dengan kualitasnya					
17.	Harga minyakita relatif lebih murah dibandingkan dengan produk minyak goreng merek lain					
18.	harga dan kualitas minyakita sangat sesuai dengan keinginan konsumen dibandingkan dengan minyak goreng merek lain					

Marketing Mix Sub variabel Tempat (X3)						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
19.	Lokasi penjualan minyakita sering dilalui dan mudah dijangkau sarana transportasi oleh konsumen					
20.	Lokasi minyakita dapat dilihat dengan jelas oleh konsumen					
21.	Lokasi penjualan minyakita dekat dengan lokasi konsumen					
	ita dapat ditemukan dengan oot meskipun lokasi jauh dari si					
	ita didistribusikan dengan i penjualan					
	u tersedia dan tidak angkaan					



25.	Lingkungan penjualan minyak goreng jauh dari tempat penjualan minyak goreng merek lain					
-----	--	--	--	--	--	--

Marketing Mix Sub variabel Promosi (X4)						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
26.	Saya mengetahui keunggulan produk minyak goreng dari banyaknya promosi produk.					
27.	Promosi minyak goreng dilakukan melalui media sosial					
28.	Promosi minyak goreng dilakukan melalui media elektronik seperti televisi					
29.	Promosi minyak goreng dilakukan secara langsung dari mulut ke mulut baik dari individu maupun kelompok masyarakat					
30.	Saya menyukai minyak goreng karena banyaknya diskon atau potongan harga yang diberikan					
31.	Media promosi yang digunakan dapat dengan mudah dijangkau oleh konsumen					

Minat Beli (Z)						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
32.	Saya selalu mencari informasi tentang produk minyak goreng yang akan saya beli					
33.	Saya selalu mencari informasi pendukung tentang keunggulan produk minyak goreng yang akan saya beli					
34.	Saya tetap mencari informasi tentang produk minyak goreng meskipun telah mengetahui produk minyak goreng lain					
35.	Saya cenderung menerima rekomendasi dari orang lain tentang produk minyak goreng					
36.	Saya cenderung berminat untuk membeli produk minyak goreng					
37.	Setelah mendapatkan informasi dan rekomendasi tentang produk minyak goreng saya berminat untuk membeli					
38.	Produk minyak goreng menjadi pilihan saya saat ini sebagai produk utama (preferensi)					



Keputusan Pembelian (Y)						
No	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	N	S	SS
		1	2	3	4	5
40.	Saya membeli produk minyakita karena adanya kebutuhan					
41.	Saya mencari informasi tentang produk minyakita sebelum memutuskan untuk membeli					
42.	Saya mengevaluasi beberapa informasi terkait keunggulan minyakita dan merasa yakin untuk membeli					
43.	Menurut saya produk minyakita sesuai dengan harapan saya					
44.	Saya memutuskan untuk membeli produk minyakita setelah membandingkan dengan produk minyak goreng yang lain.					
45.	Saya memutuskan untuk membeli produk minyakita setelah melihat keunggulan produk dan yakin bahwa produk sesuai dengan harapan saya					
46.	Saya memutuskan untuk melakukan pembelian produk minyakita secara terus-menerus atau berulang-ulang					

😊 Terima kasih 😊

Atas bantuan Bapak/Ibu untuk ikut serta dalam mengisi kuesioner saya, tanpa bantuan dari Bapak/Ibu tentunya saya tidak dapat melaksanakan penelitian saya.

Salam sukses untuk Bapak/Ibu semoga keberkahan selalu menyertai aktivitas bapak/ibu.



Lampiran 2

PEDOMAN WAWANCARA
TOPIK PENELITIAN 2
(Pihak Pemerintah)

A. Identitas Informan

Nama :
 Jenis kelamin :
 Umur :
 Pekerjaan :
 Pendidikan :
 Alamat :
 No. Hp :

B. Pertanyaan Penelitian

- Bagaimana Pemerintah melihat kondisi penjualan Minyakita saat ini di Kabupaten Pasangkayu dengan berbagai pengawasan yang dilakukan?

Jawaban	
---------	--

- Apakah menurut bapak/ibu kebijakan harga minyakita dengan memberikan harga eceran tertinggi (HET) sudah terimplementasikan dengan baik di lapangan?

Jawaban	
---------	--

- Apakah ada badan pengawas yang mengawasi jika terjadi perbedaan harga penjualan minyakita di setiap daerah?

Jawaban	
---------	--

- Apakah ada upaya khusus dari pemerintah dalam mengatasi perbedaan harga terjadi di lapangan?

Jawaban	
---------	--



- Apakah menurut bapak/ibu kebijakan program minyakita dapat menjadi jawaban dari permasalahan masyarakat tentang kelangkaan minyak yang terjadi beberapa waktu terakhir?

Jawaban	
---------	--

- Menurut bapak/ibu seberapa jauh program kebijakan subsidi minyakita dapat mencukupi kebutuhan dan menyelesaikan masalah kelangkaan minyak yang terjadi beberapa waktu terakhir?

Jawaban	
---------	--

- Apakah hasil yang diperoleh dari program kebijakan subsidi minyakita sudah sesuai dengan harapan dan tujuan dari program tersebut?

Jawaban	
---------	--



PEDOMAN WAWANCARA
TOPIK PENELITIAN 2
 (Pihak distributor 1,2 dan 3)

A. Identitas Informan

Nama :
 Jenis kelamin :
 Umur :
 Pekerjaan :
 Pendidikan :
 Alamat :
 No. Hp :

B. Pertanyaan Penelitian

- Bagaimana bapak/ibu selaku distributor melihat kondisi penjualan Minyakita saat ini di Kabupaten Pasangkayu?

Jawaban	
---------	--

- Apakah menurut bapak/ibu kebijakan harga minyakita dengan memberikan harga eceran tertinggi (HET) sudah terimplementasikan dengan baik di lapangan?

Jawaban	
---------	--

- Apakah ada upaya khusus dari pemangku kebijakan (Pemerintah) dalam mengatasi perbedaan harga yang terjadi di lapangan?

Jawaban	
---------	--

- Apakah hasil yang diperoleh dari program kebijakan subsidi minyakita sesuai dengan harapan dan tujuan dari program tersebut?



an

--

- Apakah program kebijakan subsidi minyakita dapat mencukupi kebutuhan dan menyelesaikan masalah kelangkaan minyak yang terjadi beberapa waktu terakhir?

Jawaban	
---------	--

- Apakah program minyakita ini telah didistribusikan secara merata kepada masyarakat khususnya di kabupaten pasangkayu?

Jawaban	
---------	--

- Apakah hasil yang dicapai dari program minyakita memberikan manfaat bagi masyarakat serta pelaku usaha minyak goreng?

Jawaban	
---------	--



Lampiran 3

IDENTITAS RESPONDEN DAN INFORMAN

Lampiran 3.1 Identitas Responden

No	Nama	Alamat	Umur (thn)	Jenis kelamin	Pendidikan	Pekerjaan
1	Ihsandi, S.Sos.,M.A.P	Jl. Tanjung babia III, kec. Pasangkayu	42	L	S2	PNS
2	Indira gandi	Ling taman indah, Kel. Martajaya, Kec. Pasangkayu	39	P	S1	PNS
3	Istiara	Dusun labuang, Kec. Pasangkayu	22	P	SMA	URT
4	Selviani	Dusun tinapu, Kec. Pasangkayu	31	P	S1	URT
5	Santi	Dusun palapitenggo, Kec. Pasangkayu	28	P	SMP	URT
6	Yarnu	Dusun palapitenggo, Kec. Pasangkayu	29	P	SD	URT
7	Kasmini	Dusun palapitenggo, Kec. Pasangkayu	39	P	SD	URT
8	Asdiana	Jl. Jambu, Kec. Pasangkayu	47	P	SMP	URT
9	Nur tuti	Jl. Diponegoro, Kec. Pasangkayu	39	P	SD	URT
10	Sukriani	Jl. Moh. Hatta, Kec. Pasangkayu	46	P	S1	PNS
11	Maryam	Jl. Mangga, Kec. Pasangkayu	23	P	SMP	URT
12	Arfah	Dusun Morobio, Desa Ako, Kec. Pasangkayu	60	P	SD	Wiraswasta
13	Nurhaidah	Jl. Husni tamrin, Kec. Pasangkayu	34	P	D3	PNS
14	Armila Arifin	Jl. Onta, BTN Multazam, Kec.Pasangkayu	34	P	S1	Honoror Karyawan swasta
15	Mutia	Kec. Pasangkayu	23	P	SMA	Karyawan swasta
16	Wahyuni	Dusun Tura, Kec. Pasangkayu	35	P	SD	URT
17	Fatimah	Jl. Moh. Hatta, Kec. Pasangkayu	42	P	SMA	URT
18	Irmawati	Jl. Husni tamrin, Kec. Pasangkayu	32	P	S1	Wiraswasta
19	Asriani	Dusun Berkah, Kec. Pasangkayu	28	P	SD	URT
20	Sitti aminah	Dusun Berkah, Kec. Pasangkayu	36	P	SMP	URT
		Dusun Tura, Kec. Pasangkayu	24	P	SMP	URT
		Dusun Tura, Kec. Pasangkayu	39	P	SD	URT
		Jl. Mangga, Kec. Pasangkayu	25	P	SMA	Karyawan swasta
		Kec. Pasangkayu	44	P	SD	URT
		BTN Pemda, Kec. Pasangkayu	37	P	SMA	URT



26	Kamisah turrahma	BTN Pemda, Kec. Pasangkayu	48	P	SMA	URT
27	Srikandi	Jl. Kijang, BTN Pemda, Kec. Pasangkayu	34	P	SMA	URT
28	Rosna adnan	Jl. Fatmawati, Kec. Pasangkayu	41	P	S1	PNS
29	Emilya.A	Jl. RTA. Milono, Kec. Pasangkayu	38	P	S1	URT
30	Citra ardiana	Jl. Andi pelang, Kec. Pasangkayu	25	P	S1	Honorer
31	Darnia	Jl. Andi Depu, Kec. Pasangkayu	25	P	SMA	Wiraswasta
32	Nur ainun	Jl. Moh. Hatta, Kec. Pasangkayu	24	P	SMA	URT
33	Jumriani	Jl. Husni tamrin, Kec. Pasangkayu	34	P	S1	Karyawan swasta
34	Herman	Dusun Mekar, Desa Tikke, Kec. Tikke raya	39	L	SMP	Karyawan swasta
35	Nurfaidah	Dusun Mekar, Desa Tikke, Kec. Tikke raya	35	P	SMP	URT
36	Reski	Dusun Maradde, Desa Makmur jaya, Kec. Tikke raya	27	L	SMA	Petani
37	Suraya	Dusun Muhajir, Desa Jengeng, Kec. Tikke raya	46	P	SD	URT
38	Dewi	Dusun Bumi jaya, Desa Maradde, Kec. Tikke raya	43	P	SMP	URT
39	Fitri	Dusun Mekar, Desa Tikke, Kec. Tikke raya	50	P	SMP	URT
40	Marda	Dusun Maju Jaya, Desa Pajalele, Kec. Tikke raya	50	P	SD	URT
41	Sunani	Dusun Maju Jaya, Desa Pajalele, Kec. Tikke raya	51	P	SD	URT
42	Rayati	Dusun Maradde, Desa Makmur jaya, Kec. Tikke raya	43	P	SD	URT
43	Nurmi	Dusun Maradde, Desa Makmur jaya, Kec. Tikke raya	49	P	SD	URT
44	Muhammad Irham	Dusun Muhajir, Desa Jengeng, Kec. Tikke raya	20	L	SMP	Petani
45	Ramlah	Dusun Muhajir, Desa Jengeng, Kec. Tikke raya	40	P	SD	URT
46	Syukri	Dusun Maradde, Desa Makmur jaya, Kec. Tikke raya	50	L	SMA	Wiraswasta
47	Mariam	Dusun Maju Jaya, Desa Pajalele, Kec. Tikke raya	36	P	SD	URT
48	Marliyan	Dusun Jono Timur, Desa Tikke, Kec. Tikke raya	44	P	SMA	URT
49	Sakka	Dusun Maradde, Desa Makmur jaya, Kec. Tikke raya	37	P	SMP	URT
		Dusun Mekar, Desa Tikke, Kec. Tikke raya	30	L	SMA	Wiraswasta
		Dusun Muhajir, Desa Jengeng, Kec. Tikke raya	25	L	SMA	Wiraswasta
		Dusun Jono Timur, Desa Tikke, Kec. Tikke raya	33	P	SD	URT
		Dusun Maju Jaya, Desa Pajalele, Kec. Tikke raya	41	P	SMP	URT



54	Nurhaima	Dusun Muhajir, Desa Jengeng, Kec. Tikke raya	24	P	SMA	URT
55	Nur Ahmad	Dusun Mekar, Desa Tikke, Kec. Tikke raya	34	L	SD	Wiraswasta
56	Nagawati	Dusun Jono Barat, Kec. Tikke raya	45	P	SMP	URT
57	Nasrah	Dusun Jono Barat, Kec. Tikke raya	34	P	SD	URT
58	Nur afifa	Dusun Jono Barat, Kec. Tikke raya	20	P	SMA	URT
59	Jumiati	Dusun Jono Timur, Desa Tikke, Kec. Tikke raya	39	P	SD	URT
60	Rafita	Dusun Jono Barat, Kec. Tikke raya	30	P	SMP	URT
61	Hayati	Dusun Jono Barat, Kec. Tikke raya	46	P	SD	URT
62	Sitti saibah	Dusun Jono Barat, Kec. Tikke raya	57	P	SD	URT
63	Desi nurfadila	Dusun Jono Timur, Desa Tikke, Kec. Tikke raya	24	P	SMA	URT
64	Devi yulianti	Dusun Jono Barat, Kec. Tikke raya	30	P	SD	URT
65	Hasni	Dusun Jono Barat, Kec. Tikke raya	28	P	SMA	URT
66	Erni S.A.P	Dusun Lomanja, Desa Bulu Mario, Kec. Sarudu	50	P	S1	PNS
67	Jumriani	Dusun Jono, Kec. Sarudu	39	P	SMA	PNS
68	Sahrianti	Desa Sarudu, Kec. Sarudu	39	P	S1	PNS
69	St. Nurbiah	Desa Sarudu, Kec. Sarudu	57	P	S1	PNS
70	Sariah	Sempo Selatan, Kec. Sarudu	52	P	SMA	PNS
71	Hasni	Dusun Jono, Kec. Sarudu	42	P	SMA	PNS
72	Zuraidah	Dusun Jono, Kec. Sarudu	53	P	SMA	PNS
73	Wirnawati	Dusun Nunu, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	39	P	S1	PNS
74	Sarpiah	Dusun Nunu, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	37	P	SMA	PNS
75	Hj. Sukmawati	Bukit Mario, Kec. Sarudu	52	P	S1	PNS
76	Hasni	Dusun Bulutumbaga, Desa Doda, Kec. Sarudu	30	P	SD	URT
77	Reni	Dusun Doda, Desa Doda, Kec. Sarudu	47	P	SD	URT
78	Masangin	Dusun Nunu, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	50	P	SD	URT
		Dusun Nunu, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	23	P	SMA	URT
		Dusun Nunu, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	31	P	SD	URT
		Dusun Jompi, Desa Doda, Kec. Sarudu	26	P	SMA	URT
		Dusun Nunu, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	26	P	SMP	URT



83	Aminah	Dusun Nunu, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	30	P	SMP	URT
84	Rosna	Dusun Kuma, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	53	P	SMA	URT
85	Habiah	Dusun Labuang, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	56	P	SD	URT
86	Nurdianah. S.Pd	Dusun Labuang, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	49	P	S1	URT
87	Jumiati	Dusun Labuang, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	53	P	SD	URT
88	Sohra	Dusun Labuang, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	47	P	SD	URT
89	Hakimuddin	Dusun Labuang, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	51	L	SMA	Nelayan
90	Ahmad husain	Dusun Labuang, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	47	L	SD	Nelayan
91	Karlinda	Dusun Pantalate, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	35	P	SMP	URT
92	Lisandriani	Dusun Pantalate, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	25	P	SD	URT
93	Hartati rustam	Dusun Pantalate, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	25	P	SMA	Wiraswasta
94	Hj. Nurmiati	Dusun Sempo Selatan, Desa Sarudu, Kec. Sarudu	42	P	SD	URT
95	Ramna	Dusun Doda, Desa Doda, Kec. Sarudu	39	P	SD	Petani
96	Hasbah	Dusun Doda, Desa Doda, Kec. Sarudu	30	P	SD	Petani
97	Juhani	Dusun Doda, Desa Doda, Kec. Sarudu	50	P	SD	Petani

Lampiran 3.2 Identitas Informan

No	Nama Informan	Usia (thn)	Pendidikan	Alamat	Pekerjaan
1.	Rahadian Subakti (Pemerintah)	48	Magister (S2)	Kecamatan Bambalamotu, Kabupaten Pasangkayu	Kepala Bidang Perdagangan, Dinas koperasi usaha kecil menengah dan perdagangan Kabupaten Pasangkayu
2.	M.Irwan (Distributor 1)	29	SMK	Jl. Gatot Subroto, Kota Mamuju, Prov. Sulawesi Barat	Bendahara Perum Bulog Mamuju
		44	SMK	Jl. Muh. Hatta, Kec. Pasangkayu	Distributor 2 minyakita
		43	SMA	BTN Hans Motor, Kec. Pasangkayu	Distributor 3 minyakita



Lampiran 4. Tabulasi Kuesioner

4.1 Tabulasi data produk

Item	Produk (X1)											X1
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
2	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	39
3	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	51
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
7	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	43
8	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	41
9	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	41
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
11	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	42
12	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	41
13	4	4	3	5	4	4	4	3	4	4	4	43
14	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	43
15	3	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	42
16	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
17	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	46
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
19	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	42
20	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
21	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	47
22	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	46
23	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	5	47
24	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	51
25	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	41
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
27	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	45
28	4	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	41
29	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
30	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	42
			4	4	4	4	4	3	4	4	4	42
			4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
			4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
			4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
			4	4	4	4	4	3	4	4	4	42



36	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	4	41
37	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
38	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
39	4	2	5	4	4	4	4	2	4	4	3	40
40	4	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	40
41	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	3	42
42	4	2	4	2	4	4	4	2	3	4	4	37
43	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	40
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
45	2	2	4	2	4	2	4	2	4	4	4	34
46	3	4	4	4	4	1	3	2	4	2	3	34
47	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	41
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
49	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	41
50	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
51	4	4	4	5	4	4	4	3	5	4	4	45
52	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	44
53	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
54	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	41
55	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
56	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	43
57	4	4	3	4	4	5	4	3	4	4	4	43
58	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	43
59	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
60	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
61	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	43
62	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
63	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	43
64	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	43
65	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	41
66	4	3	3	4	4	4	4	2	4	4	4	40
67	4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	4	40
68	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	41
69	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	41
				3	4	4	4	2	4	4	4	41
				4	4	4	4	4	4	4	4	44
				4	4	4	4	2	4	4	4	40
				4	4	4	4	2	4	4	4	40
				4	4	4	4	2	4	4	4	40
				4	4	4	4	2	4	4	4	40



76	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4	4	40
77	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	41
78	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	41
79	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
80	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
81	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
82	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
83	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
84	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
85	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
86	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	40
87	4	4	4	4	5	4	4	2	4	4	4	43
88	4	4	4	4	5	5	4	2	5	5	5	47
89	4	3	4	5	4	3	4	2	4	4	4	41
90	4	4	4	5	4	4	4	2	5	4	4	44
91	4	4	4	4	4	5	4	2	4	4	4	43
92	3	3	5	4	4	3	4	2	4	5	5	42
93	4	3	4	4	4	3	4	2	4	4	4	40
94	3	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	40
95	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	42
96	4	4	3	4	4	4	4	2	4	4	4	41
97	4	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	41

4.2 Tabulasi data harga

Item	Harga (X2)						X2
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	4	3	3	4	4	4	22
3	5	5	4	4	5	4	27
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	4	4	4	24
7	3	3	3	3	3	3	18
8	4	4	4	4	4	4	24
9	4	4	3	4	4	4	23
10	4	4	4	4	4	4	24
11	5	5	5	3	5	3	26
12	4	4	4	4	4	4	24
13	4	4	3	4	4	4	23



14	3	4	3	4	4	4	22
15	4	4	3	4	4	4	23
16	4	4	2	4	4	4	22
17	4	4	4	5	5	4	26
18	4	4	2	4	4	4	22
19	4	4	4	3	4	4	23
20	4	4	3	4	4	4	23
21	5	5	5	5	4	5	29
22	4	5	4	4	4	4	25
23	5	5	5	5	5	5	30
24	5	5	4	5	5	5	29
25	4	5	3	3	4	4	23
26	4	4	4	4	4	4	24
27	4	4	3	4	4	4	23
28	4	4	3	4	4	3	22
29	4	4	4	4	4	4	24
30	4	4	4	4	4	4	24
31	4	4	4	4	4	4	24
32	4	4	4	4	4	4	24
33	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	3	4	4	4	23
35	4	5	4	4	4	4	25
36	5	5	3	4	4	4	25
37	4	4	3	4	4	4	23
38	4	4	3	5	4	4	24
39	2	2	4	4	4	4	20
40	4	4	5	4	5	4	26
41	2	2	4	4	4	4	20
42	5	5	4	5	5	4	28
43	4	4	4	4	5	4	25
44	4	4	4	4	4	4	24
45	4	4	4	4	2	2	20
46	2	2	2	3	2	2	13
47	4	4	3	4	4	3	22
	4	4	4	4	4	4	24
	4	4	2	4	4	4	22
	4	4	3	4	4	4	23
	4	4	4	5	4	4	25
	5	5	4	5	4	4	27
	4	4	3	4	4	4	23



54	4	4	4	4	4	4	24
55	5	5	3	4	4	4	25
56	4	5	2	4	4	4	23
57	4	5	3	4	4	4	24
58	4	4	3	4	4	4	23
59	4	4	4	4	4	4	24
60	4	4	3	4	4	4	23
61	4	4	3	4	4	4	23
62	5	5	3	4	4	4	25
63	4	4	3	4	4	4	23
64	4	4	4	4	4	4	24
65	4	4	2	4	4	4	22
66	4	4	4	4	5	4	25
67	4	4	4	4	4	4	24
68	4	4	3	4	4	4	23
69	5	5	3	4	4	4	25
70	4	4	3	4	4	4	23
71	4	4	4	4	4	4	24
72	4	4	4	4	4	4	24
73	4	4	4	4	4	4	24
74	4	4	2	3	4	3	20
75	4	4	2	4	4	4	22
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	4	4	3	23
78	4	4	4	4	4	5	25
79	4	4	3	4	4	4	23
80	4	4	2	4	4	4	22
81	4	5	4	4	4	4	25
82	4	4	4	5	4	4	25
83	5	5	4	4	5	4	27
84	5	5	3	4	4	4	25
85	5	5	5	5	5	5	30
86	5	4	4	4	5	4	26
87	5	5	4	4	4	4	26
	5	5	3	4	4	4	25
	4	4	3	4	4	4	23
	4	4	4	5	5	4	26
	4	4	3	4	4	4	23
	4	5	5	5	5	4	28
	4	4	4	4	5	4	25



94	4	4	3	4	4	4	23
95	4	4	4	4	5	4	25
96	4	4	3	4	4	4	23
97	4	4	4	4	4	3	23

4.3 Tabulasi data tempat

Item	Tempat (X3)							X3
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	4	3	3	4	3	2	3	22
3	4	5	5	4	5	3	4	30
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	4	4	4	4	4	4	4	28
7	3	3	4	4	4	4	4	26
8	4	4	4	4	4	4	3	27
9	4	4	4	4	4	3	3	26
10	4	4	4	4	4	4	4	28
11	5	4	4	3	3	3	2	24
12	2	4	2	4	4	4	2	22
13	4	4	4	4	3	3	3	25
14	4	4	4	4	4	4	3	27
15	4	4	4	4	3	4	3	26
16	4	4	4	4	3	4	3	26
17	4	4	4	4	5	2	4	27
18	4	4	4	4	4	4	3	27
19	4	4	4	4	3	4	3	26
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	5	5	5	5	5	4	4	33
22	4	4	4	5	4	4	3	28
23	4	4	4	4	4	4	4	28
24	5	5	5	4	4	4	3	30
25	4	4	4	4	4	3	3	26
26	4	4	4	4	4	4	3	27
27	4	4	4	4	3	4	3	26
28	4	4	4	4	4	3	3	26
29	4	4	4	4	4	4	3	27
30	4	4	4	4	4	3	3	26
31	4	4	4	4	4	3	3	26



32	4	4	4	4	4	4	3	27
33	4	4	4	4	4	4	3	27
34	4	4	4	4	4	4	3	27
35	4	4	4	4	4	3	3	26
36	4	4	4	4	4	4	3	27
37	4	4	4	4	4	4	3	27
38	4	4	3	4	4	4	4	27
39	4	4	4	3	3	3	3	24
40	4	5	4	5	4	3	3	28
41	4	4	3	3	3	3	4	24
42	4	4	4	4	4	3	4	27
43	2	4	2	4	4	2	4	22
44	4	4	4	4	4	4	4	28
45	4	4	4	5	4	4	5	30
46	4	4	4	5	3	3	3	26
47	3	3	4	3	4	4	2	23
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	4	4	4	4	4	3	27
50	4	4	4	4	4	4	3	27
51	4	4	4	3	3	4	3	25
52	4	4	4	3	3	4	3	25
53	4	4	4	4	4	4	3	27
54	4	4	4	4	4	4	3	27
55	4	4	4	4	4	4	3	27
56	4	4	4	3	3	4	3	25
57	4	4	4	3	3	3	3	24
58	4	4	4	4	4	4	3	27
59	4	4	4	4	4	4	2	26
60	4	4	4	4	4	4	3	27
61	4	4	4	4	4	4	3	27
62	4	4	4	4	3	4	3	26
63	4	4	3	3	3	4	3	24
64	4	4	4	4	4	4	3	27
65	4	4	4	4	3	4	3	26
	4	4	4	4	4	4	2	26
	4	4	4	4	4	4	3	27
	4	4	4	4	4	4	3	27
	4	4	4	4	4	4	3	27
	4	4	4	4	4	4	3	27
	4	4	4	4	4	4	4	28



72	4	4	4	4	4	4	3	27
73	4	4	4	4	3	3	3	25
74	4	4	4	4	4	3	3	26
75	4	4	4	4	4	3	3	26
76	4	4	4	4	4	3	3	26
77	4	4	4	3	3	3	4	25
78	4	4	4	4	4	3	3	26
79	4	4	4	4	4	4	3	27
80	4	4	4	4	4	2	3	25
81	4	4	4	4	4	4	2	26
82	4	4	4	4	4	4	2	26
83	4	4	4	4	4	2	2	24
84	4	4	4	4	4	2	2	24
85	5	5	5	5	5	5	2	32
86	5	4	4	4	3	4	2	26
87	4	4	4	4	3	4	2	25
88	4	4	5	3	3	3	3	25
89	4	4	4	4	3	4	3	26
90	4	4	4	4	5	2	4	27
91	4	4	4	4	4	4	3	27
92	5	4	4	4	4	4	3	28
93	4	4	4	4	4	2	2	24
94	4	4	4	4	4	3	3	26
95	4	4	4	3	3	2	2	22
96	4	4	4	4	4	4	2	26
97	4	4	4	4	2	2	2	22

4.4 Tabulasi data promosi

Item	Promosi (X4)						X4
	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	
1	4	4	4	4	4	4	24
2	3	2	2	3	3	4	17
3	4	5	3	4	5	5	26
4	4	4	4	4	4	4	24
5	4	4	4	4	4	4	24
6	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	3	4	4	4	23
8	3	3	3	4	3	3	19
9	3	3	3	3	3	3	18



10	4	4	4	4	4	4	24
11	4	3	3	3	3	4	20
12	4	4	4	4	3	4	23
13	3	3	3	4	3	4	20
14	4	4	4	4	3	4	23
15	3	4	3	4	3	4	21
16	4	3	4	4	3	4	22
17	4	3	3	4	2	4	20
18	4	3	2	4	2	4	19
19	3	5	5	4	3	4	24
20	4	3	3	4	3	4	21
21	4	4	4	5	4	4	25
22	3	3	3	4	3	4	20
23	4	4	3	4	2	4	21
24	4	4	3	5	3	4	23
25	3	3	3	4	2	4	19
26	4	4	4	4	3	4	23
27	4	4	2	4	2	4	20
28	4	4	3	4	3	4	22
29	3	3	3	3	3	4	19
30	4	4	3	4	3	4	22
31	4	4	3	5	3	4	23
32	3	3	3	4	3	4	20
33	4	4	3	4	3	4	22
34	4	3	4	4	3	4	22
35	4	4	3	4	3	4	22
36	4	4	3	3	2	4	20
37	3	3	3	4	3	3	19
38	4	4	4	4	3	4	23
39	4	4	4	4	3	4	23
40	4	4	4	4	3	4	23
41	4	4	4	4	3	3	22
42	4	4	4	4	4	4	24
43	4	2	3	4	4	4	21
	4	4	4	4	4	4	24
	4	5	2	4	2	4	21
	3	3	3	2	3	4	18
	3	4	4	4	3	4	22
	4	4	4	4	4	4	24
	3	3	3	4	3	3	19



50	3	3	3	4	3	3	19
51	4	3	3	4	3	3	20
52	4	4	3	4	3	4	22
53	3	3	3	3	3	4	19
54	4	4	4	4	2	4	22
55	4	4	4	4	3	4	23
56	4	3	3	4	3	4	21
57	3	3	3	3	3	3	18
58	3	3	3	3	3	4	19
59	4	4	3	4	4	4	23
60	3	3	3	4	3	3	19
61	3	3	3	3	3	3	18
62	3	3	3	4	2	3	18
63	3	3	3	4	2	3	18
64	3	4	3	4	2	3	19
65	4	4	4	4	4	4	24
66	3	3	3	3	3	4	19
67	3	3	3	4	3	4	20
68	4	4	3	4	3	3	21
69	3	3	3	4	3	4	20
70	3	3	4	4	3	3	20
71	4	4	4	4	4	4	24
72	3	3	3	3	3	3	18
73	3	3	3	3	3	3	18
74	3	3	3	3	3	3	18
75	3	3	3	3	3	3	18
76	3	3	3	3	3	3	18
77	3	4	4	4	4	4	23
78	3	3	3	3	3	3	18
79	3	3	3	3	3	3	18
80	4	3	3	4	2	3	19
81	2	2	2	2	2	3	13
82	2	2	2	2	2	2	12
83	2	2	2	4	2	2	14
	2	2	2	3	3	3	15
	2	4	2	4	4	4	20
	3	4	4	4	2	4	21
	3	2	2	4	2	2	15
	4	4	3	5	3	4	23
	3	3	3	3	2	4	18



90	4	3	3	4	2	4	20
91	4	3	2	4	2	4	19
92	4	4	3	4	5	4	24
93	3	3	3	3	2	3	17
94	3	3	3	3	3	3	18
95	3	3	2	4	2	3	17
96	3	3	3	4	2	3	18
97	3	3	3	4	4	4	21

4.5 Tabulasi data minat beli

Item	Minat beli (Z)							Z
	Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	
1	4	4	4	4	4	4	4	28
2	3	4	4	4	3	3	4	25
3	5	5	4	4	5	5	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	28
5	4	4	4	4	4	4	4	28
6	4	4	4	4	4	4	4	28
7	3	3	3	3	3	3	3	21
8	4	3	3	4	4	4	4	26
9	4	3	3	4	4	4	4	26
10	4	4	4	4	4	4	4	28
11	4	4	4	5	4	4	4	29
12	4	4	4	4	4	4	4	28
13	4	4	4	5	5	5	5	32
14	4	4	4	4	4	4	4	28
15	4	3	3	4	4	4	4	26
16	4	3	3	4	4	4	4	26
17	4	4	4	4	4	4	4	28
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	4	4	4	3	3	4	4	26
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	4	4	4	5	4	4	5	30
22	4	4	4	5	5	5	5	32
23	4	4	4	4	4	4	5	29
24	5	4	4	5	5	5	5	33
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	4	4	4	4	4	4	5	29
27	4	4	4	4	5	4	5	30



28	4	4	4	4	4	4	4	28
29	4	4	4	4	4	5	5	30
30	4	4	4	5	4	5	5	31
31	4	4	4	5	4	5	5	31
32	4	4	4	5	5	5	5	32
33	4	4	4	4	5	5	5	31
34	4	4	4	4	5	4	4	29
35	4	4	4	5	4	5	5	31
36	4	4	4	5	5	5	5	32
37	4	4	4	4	4	4	4	28
38	4	4	4	4	4	4	4	28
39	4	4	4	4	4	4	4	28
40	4	4	3	3	3	3	3	23
41	4	4	4	4	4	4	4	28
42	4	3	4	4	4	4	4	27
43	4	4	4	4	2	4	4	26
44	4	4	4	4	4	4	4	28
45	4	2	4	4	2	2	2	20
46	2	3	3	3	3	3	3	20
47	4	4	4	4	4	4	4	28
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	4	4	4	5	4	4	4	29
51	4	4	4	5	4	4	4	29
52	4	4	4	4	4	4	5	29
53	4	4	4	4	4	4	5	29
54	4	4	4	4	5	5	5	31
55	4	4	4	5	4	5	5	31
56	4	4	4	5	4	5	5	31
57	4	4	4	4	4	4	4	28
58	4	4	4	4	5	5	5	31
59	4	4	4	4	4	4	4	28
60	4	4	4	5	5	5	5	32
61	4	4	4	4	4	5	5	30
	4	4	4	4	5	5	5	31
	4	4	4	5	4	4	4	29
	4	4	4	4	5	5	5	31
	4	4	4	4	5	5	5	31
	4	4	4	4	5	5	5	31
	4	4	4	4	5	5	5	31



68	4	4	4	5	5	5	5	32
69	4	4	4	5	5	5	5	32
70	4	4	4	4	5	5	5	31
71	4	4	4	4	4	4	4	28
72	4	4	4	4	5	5	5	31
73	4	3	3	4	4	4	4	26
74	4	4	4	4	4	4	5	29
75	4	4	4	4	4	4	5	29
76	4	4	4	4	4	4	5	29
77	3	3	4	4	4	4	4	26
78	4	4	4	4	4	5	5	30
79	4	4	4	4	4	4	5	29
80	4	4	4	4	4	4	5	29
81	4	4	4	5	4	4	5	30
82	4	4	4	5	4	4	5	30
83	4	4	4	5	4	4	4	29
84	4	4	4	4	4	4	5	29
85	5	4	2	5	5	5	5	31
86	4	4	4	4	4	4	3	27
87	5	4	3	4	4	4	4	28
88	4	4	4	4	4	4	4	28
89	4	4	4	4	4	4	4	28
90	4	4	4	4	4	4	4	28
91	4	4	4	4	4	4	4	28
92	4	4	5	5	4	4	4	30
93	4	4	4	4	5	5	4	30
94	4	4	4	4	4	4	5	29
95	5	3	3	4	4	4	5	28
96	4	3	3	4	4	4	4	26
97	4	2	2	4	2	4	4	22

4.6 Tabulasi data keputusan pembelian



Responden	Keputusan pembelian (Y)							Y
	Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	
	4	4	4	4	4	4	4	28
	4	3	3	3	4	3	3	23
	5	4	5	5	5	4	4	32
	4	4	4	4	4	4	4	28
	4	4	4	4	4	4	4	28

6	4	4	4	4	4	4	4	28
7	3	3	4	3	3	3	3	22
8	3	3	4	4	3	4	4	25
9	3	3	3	4	3	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	4	28
11	2	4	4	4	4	4	4	26
12	4	3	4	3	4	4	4	26
13	4	4	3	4	4	4	4	27
14	4	4	4	4	4	4	4	28
15	3	3	4	4	4	4	4	26
16	3	3	4	4	4	4	4	26
17	4	4	4	4	5	5	5	31
18	4	4	4	4	4	4	4	28
19	3	4	4	4	3	4	4	26
20	3	3	3	4	4	4	4	25
21	4	4	5	5	5	5	5	33
22	4	4	5	5	5	5	5	33
23	4	4	4	4	4	4	5	29
24	4	4	5	5	5	5	5	33
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	4	4	4	4	4	4	4	28
27	4	4	4	4	4	5	5	30
28	4	3	3	4	4	4	4	26
29	4	4	4	4	4	5	5	30
30	4	4	5	5	5	5	4	32
31	4	4	5	5	5	5	4	32
32	4	4	4	4	4	4	5	29
33	4	4	5	5	5	4	4	31
34	4	4	4	4	4	4	5	29
35	4	4	5	5	5	5	4	32
36	4	4	4	4	4	4	4	28
37	4	4	4	4	4	5	5	30
38	4	4	4	4	4	4	4	28
39	4	4	3	4	4	4	4	27
	4	4	3	4	4	3	3	25
	4	4	3	4	4	4	4	27
	4	3	4	4	4	4	4	27
	4	4	4	4	4	4	4	28
	4	4	4	4	4	4	4	28
	4	5	2	2	4	2	2	21



46	3	2	3	3	3	3	1	18
47	4	4	3	4	4	4	4	27
48	4	4	4	4	4	4	4	28
49	4	4	4	4	4	4	4	28
50	4	4	4	5	4	4	4	29
51	4	4	4	5	4	4	4	29
52	4	4	4	5	4	5	5	31
53	4	4	5	5	4	4	4	30
54	4	4	4	5	4	4	5	30
55	4	4	5	5	4	4	4	30
56	4	4	4	5	4	4	5	30
57	4	4	4	4	4	4	4	28
58	4	4	4	4	4	4	5	29
59	4	4	4	4	4	4	4	28
60	4	4	4	4	4	4	4	28
61	4	4	4	4	4	5	5	30
62	4	4	4	5	4	4	4	29
63	4	4	4	4	4	4	4	28
64	4	4	4	5	4	5	5	31
65	3	3	4	4	4	4	4	26
66	4	4	4	4	4	4	4	28
67	4	4	4	4	4	5	5	30
68	4	4	4	4	4	4	5	29
69	4	4	4	4	4	5	5	30
70	4	4	4	5	5	5	5	32
71	4	4	4	4	4	4	4	28
72	4	4	4	5	4	5	5	31
73	3	3	4	4	4	4	5	27
74	4	4	4	4	4	4	4	28
75	4	4	4	5	4	4	5	30
76	4	4	4	4	4	4	4	28
77	4	4	4	4	4	4	3	27
78	4	4	4	5	4	4	5	30
79	4	4	4	4	4	5	5	30
	4	4	4	5	4	4	4	29
	4	4	4	4	4	4	4	28
	4	4	4	5	4	4	5	30
	4	4	4	5	5	5	4	31
	4	4	5	5	4	4	4	30
	5	2	4	5	5	5	5	31



86	4	4	4	4	4	4	3	27
87	4	4	5	5	4	4	4	30
88	4	4	4	5	5	5	4	31
89	4	4	4	4	4	4	4	28
90	4	4	4	4	5	5	5	31
91	4	4	4	4	4	5	5	30
92	4	4	4	4	4	4	4	28
93	4	4	4	4	4	4	4	28
94	4	4	4	4	4	4	4	28
95	3	3	4	4	4	4	4	26
96	3	3	3	4	3	4	4	24
97	4	4	2	2	4	4	4	24



Lampiran 5. Deskripsi karakteristik variabel

Item	T					TXsl					n	TCR	Indeks (%)	Kriteria
	STS	TS	N	S	SS	1	2	3	4	5				
1	0	1	9	86	1	0	2	27	344	5	97	378	77,94	Cukup baik
2	0	7	19	71	0	0	14	57	284	0	97	355	73,20	Cukup baik
3	0	0	17	74	6	0	0	51	296	30	97	377	77,73	Cukup baik
4	0	2	4	82	9	0	4	12	328	45	97	389	80,21	Baik
5	0	0	1	91	5	0	0	3	364	25	97	392	80,82	Baik
6	1	1	14	70	11	1	2	42	280	55	97	380	78,35	Cukup baik
7	0	0	1	95	1	0	0	3	380	5	97	388	80,00	Baik
8	0	49	18	29	1	0	98	54	116	5	97	273	56,29	Tidak baik
9	0	2	3	86	6	0	4	9	344	30	97	387	79,79	Baik
10	0	1	2	90	4	0	2	6	360	20	97	388	80,00	Baik
11	0	0	5	86	6	0	0	15	344	30	97	389	80,21	Baik
12	0	3	2	75	17	0	6	6	300	85	97	397	81,86	Baik
13	0	3	2	69	23	0	6	6	276	115	97	403	83,09	Baik
14	0	9	34	48	6	0	18	102	192	30	97	342	70,52	Cukup baik
15	0	0	6	79	12	0	0	18	316	60	97	394	81,24	Baik
16	0	2	1	78	16	0	4	3	312	80	97	399	82,27	Baik
17	0	2	7	83	5	0	4	21	332	25	97	382	78,76	Cukup baik
18	0	2	2	87	6	0	4	6	348	30	97	388	80,00	Baik
19	0	0	3	89	5	0	0	9	356	25	97	390	80,41	Baik
20	0	2	4	86	5	0	4	12	344	25	97	385	79,38	Cukup baik
21	0	0	12	79	6	0	0	36	316	30	97	382	78,76	Cukup baik
22	0	1	24	67	5	0	2	72	268	25	97	367	75,67	Cukup baik
23	0	10	23	63	1	0	20	69	252	5	97	346	71,34	Cukup baik
24	0	16	60	20	1	0	32	180	80	5	97	297	61,24	Kurang baik
25	0	5	43	49	0	0	10	129	196	0	97	335	69,07	Cukup baik
26	0	7	46	41	3	0	14	138	164	15	97	331	68,25	Cukup baik
27	0	12	58	26	1	0	24	174	104	5	97	307	63,30	Kurang baik
28	0	3	21	69	4	0	6	63	276	20	97	365	75,26	Cukup baik
29	0	23	55	17	2	0	46	165	68	10	97	289	59,59	Kurang baik
30					1	0	6	87	256	5	97	354	72,99	Cukup baik
31					5	0	2	9	352	25	97	388	80,00	Baik
32					1	0	4	33	332	5	97	374	77,11	Cukup baik
33					1	0	4	33	332	5	97	374	77,11	Cukup baik
34					23	0	0	12	280	115	97	407	83,92	Baik
35					23	0	6	15	264	115	97	400	82,47	Baik



36	0	1	4	63	29	0	2	12	252	145	97	411	84,74	Baik
37	0	1	4	49	43	0	2	12	196	215	97	425	87,63	Baik
38	0	1	12	82	2	0	2	36	328	10	97	376	77,53	Cukup baik
39	0	2	14	80	1	0	4	42	320	5	97	371	76,49	Cukup baik
40	0	2	11	72	12	0	4	33	288	60	97	385	79,38	Cukup baik
41	0	2	4	63	28	0	4	12	252	140	97	408	84,12	Baik
42	0	0	6	77	14	0	0	18	308	70	97	396	81,65	Baik
43	0	1	4	69	23	0	2	12	276	115	97	405	83,51	Baik
44	1	1	5	61	29	1	2	15	244	145	97	407	83,92	Baik



Lampiran 6. Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran 6.1 Uji validitas dan reliabilitas produk

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	TOTA LX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.386*	-.197	.232	.516**	.411*	.047	.093	.516*	.461*	.277	.564**
	Sig. (2-tailed)		.035	.296	.218	.004	.024	.806	.625	.004	.010	.139	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.2	Pearson Correlation	.386*	1	.057	.292	.324	.431*	.122	.080	.324	.199	.165	.541**
	Sig. (2-tailed)	.035		.766	.117	.081	.017	.522	.673	.081	.291	.382	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.3	Pearson Correlation	-.197	.057	1	.028	.205	.098	.387*	.383*	.205	.178	.362*	.420*
	Sig. (2-tailed)	.296	.766		.885	.276	.605	.035	.037	.276	.346	.049	.021
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.4	Pearson Correlation	.232	.292	.028	1	.354	.394*	-.039	-.078	.354	.193	.303	.499**
	Sig. (2-tailed)	.218	.117	.885		.055	.031	.837	.683	.055	.306	.104	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.5	Pearson Correlation	.516*	.324	.205	.354	1	.183	.483**	.273	.741*	.763**	.657**	.783**
	Sig. (2-tailed)	.004	.081	.276	.055		.332	.007	.144	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.6	Pearson Correlation	.411*	.431*	.098	.394*	.183	1	.022	.085	.183	.159	.323	.570**
	Sig. (2-tailed)	.024	.017	.605	.031	.332		.910	.653	.332	.401	.082	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.7	Pearson Correlation	.047	.122	.387*	-.039	.483**	.022	1	.478*	.483*	.509**	.422*	.507**
	Sig. (2-tailed)	.806	.522	.035	.837	.007	.910		.008	.007	.004	.020	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.8			0	.383*	-.078	.273	.085	.478**	1	.273	.403*	.464**	.502**
			3	.037	.683	.144	.653	.008		.144	.027	.010	.005
			0	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.9		4	.205	.354	.741**	.183	.483**	.273	1	.763**	.422*	.749**	



	Sig. (2-tailed)	.004	.081	.276	.055	.000	.332	.007	.144		.000	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.10	Pearson Correlation	.461*	.199	.178	.193	.763**	.159	.509**	.403*	.763*	1	.692**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.010	.291	.346	.306	.000	.401	.004	.027	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
X1.11	Pearson Correlation	.277	.165	.362*	.303	.657**	.323	.422*	.464*	.422*	.692**	1	.752**
	Sig. (2-tailed)	.139	.382	.049	.104	.000	.082	.020	.010	.020	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL X1	Pearson Correlation	.564*	.541*	.420*	.499**	.783**	.570**	.507**	.502*	.749*	.747**	.752**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.002	.021	.005	.000	.001	.004	.005	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	11

Lampiran 6.2 Uji validitas dan reliabilitas harga

		Correlations						
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTALX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.744**	.572**	.410*	.760**	.473**	.864**
			.000	.001	.025	.000	.008	.000
		30	30	30	30	30	30	30
		.744**	1	.496**	.247	.649**	.429*	.781**
		.000		.005	.187	.000	.018	.000
		30	30	30	30	30	30	30
		.572**	.496**	1	.258	.464**	.297	.740**



Optimized using
trial version
www.balesio.com

	Sig. (2-tailed)	.001	.005		.170	.010	.111	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.4	Pearson Correlation	.410*	.247	.258	1	.454*	.722**	.657**
	Sig. (2-tailed)	.025	.187	.170		.012	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.5	Pearson Correlation	.760**	.649**	.464**	.454*	1	.349	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.012		.059	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X2.6	Pearson Correlation	.473**	.429*	.297	.722**	.349	1	.695**
	Sig. (2-tailed)	.008	.018	.111	.000	.059		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL X2	Pearson Correlation	.864**	.781**	.740**	.657**	.790**	.695**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.831	6

Lampiran 6.3 Uji validitas dan reliabilitas tempat

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	TOTALX3
X3.1	Pearson Correlation	1	.476**	.750**	.000	.000	-.107	.110	.520**
	Sig. (2-tailed)		.008	.000	1.000	1.000	.574	.562	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.2	Pearson Correlation	.476**	1	.635**	.252	.457*	.185	.098	.704**
	Sig. (2-tailed)	.008		.000	.179	.011	.327	.607	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.3	Pearson Correlation	.750**	.635**	1	.205	.345	.107	.441*	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.277	.062	.574	.015	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.4	Pearson Correlation	.000	.252	.205	1	.403*	.240	.308	.509**
	Sig. (2-tailed)								
	N								



	Sig. (2-tailed)	1.000	.179	.277		.027	.202	.098	.004
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.5	Pearson Correlation	.000	.457*	.345	.403*	1	-.046	.527**	.632**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.011	.062	.027		.810	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.6	Pearson Correlation	-.107	.185	.107	.240	-.046	1	.122	.380*
	Sig. (2-tailed)	.574	.327	.574	.202	.810		.520	.038
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
X3.7	Pearson Correlation	.110	.098	.441*	.308	.527**	.122	1	.653**
	Sig. (2-tailed)	.562	.607	.015	.098	.003	.520		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL X3	Pearson Correlation	.520**	.704**	.826**	.509**	.632**	.380*	.653**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.004	.000	.038	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.689	7

Lampiran 6.4 Uji validitas dan reliabilitas promosi

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	TOTALX4
X4.1	Pearson Correlation	1	.409*	.179	.395*	.223	.393*	.584**
	Sig. (2-tailed)		.025	.344	.031	.236	.032	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.2	Pearson Correlation	.409*	1	.536**	.489**	.457*	.425*	.845**
	Sig. (2-tailed)	.025		.002	.006	.011	.019	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.3	Pearson Correlation	.179	.536**	1	.284	.457*	.046	.711**
	Sig. (2-tailed)	.344	.002		.128	.011	.809	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.4	Pearson Correlation	.395*	.489**	.284	1	.133	.224	.583**
	Sig. (2-tailed)	.031	.006	.128		.484	.235	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30



X4.5	Pearson Correlation	.223	.457*	.457*	.133	1	.315	.711**
	Sig. (2-tailed)	.236	.011	.011	.484		.090	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
X4.6	Pearson Correlation	.393*	.425*	.046	.224	.315	1	.505**
	Sig. (2-tailed)	.032	.019	.809	.235	.090		.004
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL X4	Pearson Correlation	.584**	.845**	.711**	.583**	.711**	.505**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.001	.000	.004	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.739	6

Lampiran 6.5 Uji validitas dan reliabilitas minat beli

		Correlations							
		Z.1	Z.2	Z.3	Z.4	Z.5	Z.6	Z.7	TOTALZ
Z.1	Pearson Correlation	1	.428*	.245	.366*	.713**	.732**	.357	.724**
	Sig. (2-tailed)		.018	.192	.047	.000	.000	.053	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Z.2	Pearson Correlation	.428*	1	.908**	.240	.346	.397*	.315	.658**
	Sig. (2-tailed)	.018		.000	.201	.061	.030	.090	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Z.3	Pearson Correlation	.245	.908**	1	.299	.233	.299	.408*	.616**
	Sig. (2-tailed)	.192	.000		.109	.216	.109	.025	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Z.4	Pearson Correlation	.366*	.240	.299	1	.618**	.598**	.644**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.047	.201	.109		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Z.5	Pearson Correlation	.713**	.346	.233	.618**	1	.748**	.568**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.000	.061	.216	.000		.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Z.6	Pearson Correlation	.732**	.397*	.299	.598**	.748**	1	.644**	.859**
	Sig. (2-tailed)								
	N								



	Sig. (2-tailed)	.000	.030	.109	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Z.7	Pearson Correlation	.357	.315	.408*	.644**	.568**	.644**	1	.777**
	Sig. (2-tailed)	.053	.090	.025	.000	.001	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL Z	Pearson Correlation	.724**	.658**	.616**	.747**	.826**	.859**	.777**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.867	7

Lampiran 6.6 Uji validitas dan reliabilitas keputusan pembelian

		Correlations							
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Y.7	TOTALY
Y.1	Pearson Correlation	1	.457*	.302	.288	.561**	.260	.260	.594**
	Sig. (2-tailed)		.011	.105	.123	.001	.165	.165	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.2	Pearson Correlation	.457*	1	.504**	.511**	.457*	.488**	.488**	.716**
	Sig. (2-tailed)	.011		.005	.004	.011	.006	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.3	Pearson Correlation	.302	.504**	1	.676**	.604**	.553**	.443*	.768**
	Sig. (2-tailed)	.105	.005		.000	.000	.002	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.4	Pearson Correlation	.288	.511**	.676**	1	.666**	.707**	.582**	.825**
	Sig. (2-tailed)	.123	.004	.000		.000	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.5	Pearson Correlation	.561**	.457*	.604**	.666**	1	.631**	.520**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.001	.011	.000	.000		.000	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.6	Pearson Correlation	.260	.488**	.553**	.707**	.631**	1	.878**	.839**
	Sig. (2-tailed)	.165	.006	.002	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30



	Sig. (2-tailed)	.165	.006	.002	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
Y.7	Pearson Correlation	.260	.488**	.443*	.582**	.520**	.878**	1	.772**
	Sig. (2-tailed)	.165	.006	.014	.001	.003	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTALY	Pearson Correlation	.594**	.716**	.768**	.825**	.838**	.839**	.772**	1
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	7



Lampiran 7. Uji Normalitas

Lampiran 7.1 Uji normalitas model I

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.06482993
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.041
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed)		.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.

Lampiran 7.2 Uji normalitas model II

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		97
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.35714476
Most Extreme Differences	Absolute	.088
	Positive	.055
	Negative	-.088
Test Statistic		.088
Asymp. Sig. (2-tailed)		.061 ^c

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.



Lampiran 8. Hasil Output Path menggunakan Software SPSS

Lampiran 8.1 Jalur 1

Pengaruh variabel produk, harga, tempat dan promosi terhadap minat beli

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.558 ^a	.311	.281	2.109

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

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.726	4.174		1.851	.067
	Produk	.333	.106	.330	3.155	.002
	Harga	.315	.110	.291	2.869	.005
	Tempat	.123	.130	.092	.945	.347
	Promosi	-.192	.087	-.209	-2.195	.031

a. Dependent Variable: Minat beli

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	184.784	4	46.196	10.384	.000 ^b
	Residual	409.298	92	4.449		
	Total	594.082	96			

a. Dependent Variable: Minat beli

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



Lampiran 8.2 Jalur 2

**Pengaruh variabel produk, harga, tempat, promosi dan minat beli terhadap
Keputusan pembelian**

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.847 ^a	.718	.703	1.394

a. Predictors: (Constant), Minat beli, Promosi, Tempat, Harga, Produk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.791	2.810		-1.705	.092
	Produk	.244	.074	.235	3.318	.001
	Harga	.212	.076	.190	2.797	.006
	Tempat	.091	.086	.066	1.050	.297
	Promosi	-.076	.059	-.081	-1.283	.203
	Minat beli	.591	.069	.575	8.574	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	450.626	5	90.125	46.384	.000 ^b
	Residual	176.817	91	1.943		
	Total	627.443	96			

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian

b. Predictors: (Constant), Minat beli, Promosi, Tempat, Harga, Produk



Lampiran 9. Dokumentasi
Dokumentasi Topik Penelitian I





Lampiran Topik Penelitian II

