

DAFTAR PUSTAKA

- Al Badi, K. S. (2015). The dimensions of marketing mix. *Management and Organizational Studies*, 2(1),136–142.
- Albarq, A. N. (2014). Measuring the impacts of online word-of-mouth on tourists' attitude and intentions to visit Jordan: An empirical study. *International Business Research*, 7(1), 14.
- Albarq, M. (2018). Pemasaran Pariwisata (2nd Edition). Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2022). Principles of marketing. Pearson Education.
- Arif, Z.A. (2017). Pengaruh Keragaman Produk, Kualitas Produk, Harga, Dan Lokasi Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pasar Pabean Surabaya. *Jurnal Ekonomi*.
- Bachtiar, M. L. (2016). Pengaruh strategi bauran pemasaran terhadap Minat berkunjung kembali di objek wisata Pantai kabupaten gunungkidul (studi pada mahasiswa strata 1 fakultas ekonomi Universitas negeri yogyakarta). *Jurnal Manajemen Bisnis Indonesia (JMBI)*, 5(1), 40–49.
- Bulan, T. P. L., & Azmi, M. L. (2019). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran terhadap minat berkunjung kembali di Objek Wisata Ruang Terbuka Hijau Taman Hutan Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 8(3), 313–325.
- Dipak, R., & Ravi, S. B. (2019). Marketing in Tourism. CRC Press.
- Ghozali, Imam. (2006). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Edisi Keempat, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS, Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gultom, D. K., & Christiana, I. (2018). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap citra destinasi dan kepuasan wisatawan serta implikasinya terhadap loyalitas wisatawan. *Kumpulan Penelitian dan Pengabdian Dosen*, 1(1).
- Fathoni, A. (2011). Metodologi Penelitian & Teknik Penyusunan Tugas Akhir. *Jakarta: Rineka Cipta*.
- Fuady, I., Ramadhan, T., Sunarya, M. A., & Hisyam, G. (2020). Hubungan Terpaan Promosi Wisata Terhadap Minat Berkunjung ke Objek Wisata Citumang. *Jurnal Pariwisata*, 7(1), 44–51.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2017). Principles of marketing. Pearson Education.

- Kotler, P., & Gary, A. (2018). *Principle of Marketing*, 17 Edition. Pearson Education, Inc.
- Kusmayadi, T. A., & Hidayat, A. (2017). *Marketing Pariwisata*. Graha Ilmu.
- Lupiyoadi, H. (2014). *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta. *Salemba Empat*.
- Lupiyoadi, R. (2016). *Manajemen pemasaran jasa*. *Salemba Empat*.
- Lupiyoadi, R. (2017). *Manajemen Pemasaran Jasa*. *Salemba Empat*.
- Manumpil, A., Mananeke, L., & Samadi, R. L. (2021). Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Ulang Produk Geprek Benua Manado. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis dan Akuntansi*, 9(3), 1808-1818.
- MSP, A. E. (2018). Pengaruh Bauran Pemasaran terhadap Minat Berkunjung Kembali Wisatawan Domestik ke Pantai Parangtritis. *Jurnal Ekobis Dewantara*, 1(8), 151–158.
- Mulyati, Y., & Afrinata, M. (2018). Analisis Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Berkunjung Kembali Pada Destinasi Wisata Pantai Carocok Painan Kabupaten Pesisir Selatan (Studi Kasus Pada Wisatawan Domestik). *Jurnal Akuntansi, Ekonomi Dan Manajemen Bisnis*, 6(2), 191-200.
- Nugroho, S. B. M. (2020). Beberapa masalah dalam pengembangan sektor pariwisata di Indonesia. *Jurnal Pariwisata*, 7(2), 124-131.
- NURASIAH, N., Tarmzi, T., & Habibah, A. (2020). *PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT KUNJUNG ULANG PADA HOTEL AR-RIYADH TANJUNG JABUNG BARAT* (Doctoral dissertation, UIN Sulthan Thaha Saifuddin Jambi).
- Nurseto, S. (2016). Pengaruh saluran distribusi dan promosi terhadap kinerja pemasaran (Studi Kasus pada UKM furniture Kota Semarang). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 7(2), 103–107.
- Oktaviani, N., & Suprapti, A. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Berkunjung Wisatawan ke Pantai Kuta Bali. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 1(1), 61-76.
- Pogorelova, E., Yakhneeva, I., Agafonova, A., & Prokubovskaya, A. (2016). Marketing Mix for E-commerce. *International Journal of Environmental & Science Education*, 11(14), 6744–6759.
- Putra, A. P., & Agustin, S. (2016). Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Kawasaki. *Jurnal Ilmu Dan Riset Manajemen (JIRM)*, 5(6).
- Rambe, O. I. (2014). Pengaruh bauran pemasaran jasa terhadap minat berkunjung kembali ke wonders water world waterpark cbd polonia medan. *Jurnal*.

- Rumorong, R. N. E., Ramadoni, W., & Sulistyowati, M. E. (2019). Pengaruh Kualitas Produk Wisata dan Harga Terhadap Minat Beli Wisatawan Ke Yogyakarta (Studi Kasus Pada Wisatawan Yang Menggunakan Jasa Pada CV Hosanna Global Partner). *Jurnal Eksekutif*, 16(2), 279–294.
- Sari, I. P., & Medyani, T. E. (2018). Harga dan Physical Evidence terhadap Kepuasan Pelanggan Warung Upnormal. *Sosio E-Kons*, 10(2), 115–120.
- Sari, Karmila. (2021). “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan Pada Objek Wisata Bantimurung Kabupaten Maros “. Skripsi. Makassar: Universitas Negeri Makassar
- Satria, A. A. (2017). Pengaruh harga, promosi, dan kualitas produk terhadap minat beli konsumen pada perusahaan A-36. *Jurnal Manajemen Dan Start-Up Bisnis*, 2(1), 45–53.
- Sepang, M. G. J., Sepang, J. L., & Walangitan, M. D. (2014). ANALISIS PRODUK, HARGA, PROMOSI DAN TEMPAT PENGARUHNYA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SEPEDA MOTOR HONDA DI KOTA MANADO. *Jurnal EMBA: Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 2(3).
- Suhartanto, D. (2016). Pengaruh kualitas pelayanan, harga, dan citra destinasi terhadap kepuasan wisatawan yang berdampak pada minat kunjungan ulang di Kuta, Bali. *E-Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, 5(9), 3282-331
- Umeze, G. E., & Ohen, S. B. (2015). *Marketing Mix Strategies and Entrepreneurial Competence: Evidence from Micro Restaurants in Calabar Metropolis, Cross River State, Nigeria*.

LAMPIRAN

Lampiran 1**BIODATA****Identitas Diri**

Nama : Gabriel
Tempat, Tanggal Lahir : Makassar, 16 Juli 2001
Jenis Kelamin : Laki-laki
Alamat Rumah : Perumahan Rindini Green life Blok C. 233
Telepon Rumah dan HP : 085791276515
Alamat E-mail : gabrielmmj001@gmail.com

Riwayat Pendidikan

1. 2007 – 2013: SD Negeri 10 Kendari Barat
2. 2013 – 2016: SMP Negeri 1 Mamuju
3. 2016 – 2019: SMA Negeri 1 Mamuju
4. 2019 – 2023: S1 Manajemen Universitas Hasanuddin

Pengalaman Organisasi

Organisasi PMKO FEB Universitas Hasanuddin

Makassar, 26 Juni 2023

Gabriel

Lampiran 2**DAFTAR PERTANYAAN KUESIONER**

Kepada Yth.

Wisatawan Pantai Tapandullu

Di Tempat

Assalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Nama saya Gabriel mahasiswa jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin Makassar. Saya sedang melakukan penelitian sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan judul "Pengaruh bauran pemasaran terhadap minat berkunjung wisatawan (studi kasus Pantai Tapandullu di Kabupaten Mamuju)". Penelitian ini bertujuan untuk lebih mengenal destinasi wisata pantai tapandullu di kalangan wisatawan dan meningkatkan minat berkunjung wisatawan. Oleh karena itu, saya memohon izin kesediaan bapak/ibu wisatawan untuk dapat meluangkan waktunya mengisi kuesioner. Di dalam kuesioner ini terdapat beberapa pertanyaan yang harus diisi oleh Bapak/Ibu. Semua keterangan dan jawaban Bapak/Ibu bersifat rahasia dan tidak akan diketahui oleh pihak lain kecuali peneliti sendiri. Atas kesediaan Bapak/Ibu saya ucapkan banyak terimakasih.

Wassalamualaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Hormat Saya

Gabriel

Data Umum Responden

- Jenis kelamin : Laki-laki
 Perempuan
- Pendidikan terakhir: SD
 SMP
 SMA
 S1/S2/S3
 Lainnya.....
- Usia : 17-20
 21-30
 31-40
 41-50
 50 keatas
- Pekerjaan: Pelajar/Mahasiswa
 Wiraswasta
 Pegawai Swasta
 PNS
 Lainnya.....
- Penghasilan per bulan: <Rp 500.000
 Rp 500.001-1.000.000
 Rp 1.000.001-3.000.000
 Rp 3.000.001-5.000.000
 >Rp 5.000.000

Petunjuk cara pengisian:

Berilah tanda silang untuk setiap pertanyaan ini sesuai dengan kondisi yang dirasakan saat berwisata di Pantai Tapandullu Kabupaten Mamuju. Berikut ini skala likert yang digunakan:

- ❖ Sangat tidak setuju (STS) = 1
- ❖ Tidak setuju (TS) = 2
- ❖ Ragu-ragu (R) = 3

- ❖ Setuju (S) = 4
- ❖ Sangat setuju (SS) = 5

Produk (Product) X1

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1	Tersedianya Fasilitas-fasilitas yang mendukung Pantai Tapandullu					
2	Terjaganya Kebersihan pantai dan laut Tapandullu					
3	Keamanan dan ketertiban pantai Tapandullu memberikan kenyamanan pada wisatawan.					

Harga (Price) X2

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1.	Harga tiket Pantai Tapandullu lebih murah dibanding tempat wisata lainnya					
2.	Terjangkaunya Harga tiket Pantai Tapandullu					
3.	Harga tiket yang ditawarkan sesuai dengan kualitas layanan					

Promosi (Promotion) X3

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1.	Wisata Pantai Tapandullu melakukan promosi yang menarik di media online					

2.	Ada banyak tersedia event dan acara khusus di Pantai Tapandullu					
3.	Iklan wisata Pantai Tapandullu sangat banyak ditemui					

Lokasi (Place) X4

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1	Pantai Tapandullu memiliki lokasi yang strategis					
2	Lokasi Pantai Tapandullu mudah dikunjungi menggunakan transportasi					
3	Lokasi Pantai Tapandullu dekat dari pusat kota					

Orang (People) X5

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1	Pengetahuan karyawan memudahkan wisatawan selama berkunjung di Pantai Tapandullu					
2	Pantai Tapandullu memiliki kualitas pelayanan yang baik					
3	Informasi yang diberikan karyawan Pantai Tapandullu dapat dipercaya					

Proses (Process) X6

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1	Proses pelayanan yang diberikan karyawan cukup baik					
2	Proses pelayanan dilakukan dengan cepat					
3	Proses pembayaran di Pantai Tapandullu sangat mudah dilakukan					

Bukti Fisik (Physical Evidence) X7

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1.	Kebersihan Pantai Tapandullu selalu terjaga					
2	Fasilitas Pantai Tapandullu sangat lengkap					
3	Tataletak fasilitas Pantai Tapandullu mendukung menikmati suasana keindahan pantai					

Minat Berkunjung (Y)

No.	Pertanyaan	Jawaban				
		STS	TS	R	S	SS
1.	Kebersihan pantai membuat ingin berkunjung dipantai Tapandullu					
2.	Pelayanan karyawan membuat ingin berkunjung dipantai Tapandullu					
3.	Fasilitas dan sarana mem buat ingin berkunjung di pantai Tapandullu					

Lampiran 3 Data Identitas dan Jawaban Responden

NO	Jenis Kelamin	Pendidikan Terakhir	Usia	Pekerjaan	Penghasilan per Bulan	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X2.1	X2.2	X2.3	X2	X3.1	X3.2	X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4	X5.1	X5.2	X5	X6.1	X6.2	X6.3	X7	X7.1	X7.2	X7.3	X7	Y.1	Y.2	Y.3	Y		
1	Perempuan	SMA	17-20	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
2	Laki-laki	SMA	41-50	Pegawai Swasta	Rp 1.000.001-3.000.000	4	4	5	13	5	5	15	4	4	12	5	5	15	4	4	12	5	5	15	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	
3	Perempuan	SMA	17-20	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000	4	4	5	13	5	5	15	4	4	12	5	5	15	4	4	12	5	5	15	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	
4	Perempuan	S1	41-50	Pegawai Swasta	Rp 3.000.001-5.000.000	4	5	4	13	5	4	14	4	5	13	5	4	14	4	5	13	5	4	14	4	5	14	4	4	13	4	5	14	4	5	14	
5	Laki-laki	S1	41-50	PNS	Rp 1.000.001-3.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
6	Laki-laki	S2	21-30	Wiraswasta	<Rp 500.000	4	5	4	13	5	4	14	4	5	13	5	4	14	4	5	13	5	4	14	4	5	14	4	4	13	4	5	14	4	5	14	
7	Laki-laki	SMP	31-40	Pegawai Swasta	Rp 500.001-1.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
8	Perempuan	SMP	41-50	Wiraswasta	Rp 3.000.001-5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
9	Laki-laki	S3	50 keatas	Wiraswasta	> Rp 5.000.000	4	5	4	13	5	4	14	4	5	13	5	4	14	4	5	13	5	4	14	4	5	14	4	4	13	4	5	14	4	5	14	
10	Perempuan	S3	41-50	Wiraswasta	> Rp 5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
11	Perempuan	SD	50 keatas	Wiraswasta	Rp 500.001-1.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
12	Laki-laki	D3	21-30	Wiraswasta	Rp 3.000.001-5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
13	Perempuan	S2	41-50	PNS	> Rp 5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
14	Perempuan	SMA	21-30	Pegawai Swasta	Rp 1.000.001-3.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
15	Laki-laki	SMA	21-30	Pegawai Swasta	Rp 1.000.001-3.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
16	Perempuan	SMA	17-20	Pelajar/Mahasiswa	Rp 500.001-1.000.000	3	4	3	10	4	3	4	11	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12
17	Perempuan	SMA	17-20	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000	4	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	
18	Perempuan	SMA	17-20	Pelajar/Mahasiswa	<Rp 500.000	4	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	
19	Perempuan	S1	21-30	Pelajar/Mahasiswa	Rp 1.000.001-3.000.000	4	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	
20	Perempuan	S1	21-30	Wiraswasta	Rp 1.000.001-3.000.000	4	3	1	8	3	4	10	4	3	9	3	4	11	4	4	11	4	4	12	3	4	10	3	4	10	3	2	7	3	2	4	9
21	Laki-laki	SMA	41-50	PPNPN	Rp 3.000.001-5.000.000	5	5	5	15	5	4	13	4	4	12	5	5	14	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	
22	Laki-laki	S1	41-50	PPNPN	Rp 1.000.001-3.000.000	4	4	4	12	4	4	13	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	
23	Laki-laki	SMA	41-50	Wiraswasta	Rp 1.000.001-3.000.000	5	4	5	14	5	5	15	4	4	13	5	5	14	5	5	14	5	5	14	5	5	14	5	5	14	5	5	14	5	5	14	
24	Perempuan	S1	21-30	PNS	Rp 3.000.001-5.000.000	5	5	5	15	4	4	13	5	4	14	5	5	14	5	5	14	5	5	14	4	4	13	4	4	12	5	4	14	5	4	13	
25	Laki-laki	SMA	50 keatas	PNS	> Rp 5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
26	Laki-laki	S1	21-30	Pegawai Swasta	Rp 3.000.001-5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
27	Laki-laki	Diploma III	21-30	Pegawai Swasta	Rp 1.000.001-3.000.000	4	4	3	11	4	4	12	3	3	9	3	4	13	3	4	14	3	3	10	4	4	13	4	3	11	4	4	12	4	3	11	
28	Laki-laki	S1	31-40	Pegawai Swasta	Rp 3.000.001-5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	4	13	5	5	14	5	5	14	5	5	14	5	5	14	5	5	14	5	5	14	5	5	14	
29	Laki-laki	S1	41-50	Pegawai Swasta	> Rp 5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
30	Perempuan	S1	50 keatas	Pegawai Swasta	> Rp 5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
31	Perempuan	SD	50 keatas	Wiraswasta	<Rp 500.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
32	Laki-laki	SD	50 keatas	Wiraswasta	<Rp 500.000	4	5	4	13	4	5	14	4	5	13	5	4	14	4	5	13	5	4	14	4	5	14	4	5	13	4	5	14	4	5	14	
33	Laki-laki	SMP	31-40	Pegawai Swasta	Rp 500.001-1.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
34	Laki-laki	S1	41-50	PNS	> Rp 5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	4	13	5	5	14	5	5	14	5	5	14	4	4	13	4	4	12	5	4	14	5	4	13	
35	Laki-laki	SMA	31-40	Pegawai Swasta	Rp 1.000.001-3.000.000	5	5	5	15	5	4	14	4	5	13	5	5	14	5	5	14	5	5	14	4	4	13	4	4	12	5	4	14	5	4	13	
36	Laki-laki	SMA	17-20	Pegawai Swasta	Rp 3.000.001-5.000.000	4	5	4	13	5	5	14	4	3	11	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	
37	Perempuan	S1	17-20	PNS	> Rp 5.000.000	4	4	4	12	5	5	15	4	3	10	5	5	14	4	4	13	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	4	4	12	
38	Perempuan	SMA	41-50	Wiraswasta	Rp 3.000.001-5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
39	Perempuan	SMP	41-50	Wiraswasta	<Rp 500.000	5	5	5	15	4	5	14	3	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
40	Laki-laki	SMP	50 keatas	Wiraswasta	<Rp 500.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
41	Laki-laki	S3	31-40	Wiraswasta	Rp 1.000.001-3.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
42	Perempuan	S3	41-50	Wiraswasta	Rp 1.000.001-3.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
43	Perempuan	S1	50 keatas	Wiraswasta	> Rp 5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
44	Laki-laki	S1	50 keatas	Wiraswasta	> Rp 5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
45	Laki-laki	S2	50 keatas	Wiraswasta	> Rp 5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	
46	Perempuan	S3	50 keatas	Wiraswasta	Rp 3.000.001-5.000.000	5	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5	15	5	5																	

Lampiran 4

HASIL UJI SPSS

UJI VALIDITAS (N.380)

Uji Validitas X1.

		Correlations			
		X1.1	X1.2	X1.3	Produk (X1)
X1.1	Pearson Correlation	1	.731**	.660**	.889**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	380	380	380	380
X1.2	Pearson Correlation	.731**	1	.716**	.910**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	380	380	380	380
X1.3	Pearson Correlation	.660**	.716**	1	.887**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	380	380	380	380
Produk (X1)	Pearson Correlation	.889**	.910**	.887**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	380	380	380	380

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

Uji Validitas X2.

		Correlations			
		X2.1	X2.2	X2.3	Harga (X2)
X2.1	Pearson Correlation	1	.689**	.721**	.896**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	380	380	380	380
X2.2	Pearson Correlation	.689**	1	.715**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	380	380	380	380
X2.3	Pearson Correlation	.721**	.715**	1	.906**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	380	380	380	380
Harga (X2)	Pearson Correlation	.896**	.891**	.906**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	380	380	380	380

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

Uji Validitas X3.

		Correlations			
		X3.1	X3.2	X3.3	Promosi (X3)
X3.1	Pearson Correlation	1	.795**	.774**	.929**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	379	379	379	379
X3.2	Pearson Correlation	.795**	1	.744**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	379	380	380	380
X3.3	Pearson Correlation	.774**	.744**	1	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	379	380	380	380
Promosi (X3)	Pearson Correlation	.929**	.916**	.899**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	379	380	380	380

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

Uji Validitas X4.

		Correlations			
		X4.1	X4.2	X4.3	Lokasi (X4)
X4.1	Pearson Correlation	1	.732**	.746**	.910**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	380	380	380	380
X4.2	Pearson Correlation	.732**	1	.720**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	380	380	380	380
X4.3	Pearson Correlation	.746**	.720**	1	.912**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	380	380	380	380
Lokasi (X4)	Pearson Correlation	.910**	.897**	.912**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	380	380	380	380

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

Uji Validitas X5.**Correlations**

		X5.1	X5.2	X5.3	Orang (X5)
X5.1	Pearson Correlation	1	.752**	.767**	.921**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	380	380	380	380
X5.2	Pearson Correlation	.752**	1	.725**	.904**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	380	380	380	380
X5.3	Pearson Correlation	.767**	.725**	1	.911**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	380	380	380	380
Orang (X5)	Pearson Correlation	.921**	.904**	.911**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	380	380	380	380

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

Uji Validitas X6.**Correlations**

		X6.1	X6.2	X6.3	Proses (X6)
X6.1	Pearson Correlation	1	.830**	.724**	.934**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	380	380	380	380
X6.2	Pearson Correlation	.830**	1	.691**	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	380	380	380	380
X6.3	Pearson Correlation	.724**	.691**	1	.880**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	380	380	380	380
Proses (X6)	Pearson Correlation	.934**	.923**	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	380	380	380	380

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

Uji Validitas X7.

		Correlations			
		X7.1	X7.2	X7.3	Bukti Fisik (X7)
X7.1	Pearson Correlation	1	.686**	.746**	.897**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	380	380	380	380
X7.2	Pearson Correlation	.686**	1	.693**	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	380	380	380	380
X7.3	Pearson Correlation	.746**	.693**	1	.900**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	380	380	380	380
Bukti Fisik (X7)	Pearson Correlation	.897**	.894**	.900**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	380	380	380	380

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

Uji Validitas Y.

		Correlations			
		Y.1	Y.2	Y.3	Minat Berkunjung (Y)
Y.1	Pearson Correlation	1	.784**	.746**	.924**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	380	380	380	380
Y.2	Pearson Correlation	.784**	1	.692**	.905**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	380	380	380	380
Y.3	Pearson Correlation	.746**	.692**	1	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	380	380	380	380
Minat Berkunjung (Y)	Pearson Correlation	.924**	.905**	.898**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	380	380	380	380

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

Lampiran 5

HASIL UJI REABILITAS

Uji Reabilitas X1.

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.876	3

Uji Reabilitas X2.

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.879	3

Uji Reabilitas X3.

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.910	3

Uji Reabilitas X4.

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.891	3

Uji Reabilitas X5.

Reliability Statistics	
Cronbach's	
Alpha	N of Items
.899	3

Uji Reabilitas X6.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.900	3

Uji Reabilitas X7.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.876	3

Uji Reabilitas Y.

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.894	3

Lampiran 6

Tabel Statistik

R Tabel N.30

DF	0.05	
	t 0,05	r 0,05
15	2.1604	0.5140
16	2.1448	0.4973
17	2.1314	0.4821
18	2.1199	0.4683
19	2.1098	0.4555
20	2.1009	0.4438
21	2.0930	0.4329
22	2.0860	0.4227
23	2.0796	0.4132
24	2.0739	0.4044
25	2.0687	0.3961
26	2.0639	0.3882
27	2.0595	0.3809
28	2.0555	0.3739
29	2.0518	0.3673
30	2.0484	0.3610

Tabel t

DF atau DK	uji satu sisi (one tailed)					
	0,25	0,1	0,05	0,025	0,01	0,005
	Uji dua sisi (two tailed)					
	0,5	0,2	0,1	0,05	0,02	0,01
364	0,675	1,284	1,649	1,967	2,337	2,589
365	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589
366	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589
367	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589
368	0,675	1,284	1,649	1,966	2,337	2,589
369	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
370	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
371	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
372	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
373	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
374	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
375	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
376	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
377	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
378	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
379	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589
380	0,675	1,284	1,649	1,966	2,336	2,589