

DAFTAR PUSTAKA

- Aji, A.S., Harahab, N., Analysis of the Effect of Product Price, Product Image, and Customer Satisfaction as A Mediation on Brand Loyalty of Canned Fish Product from ABC Brands, *Economic and Social of Fisheries and Marine Journal (ECSOFIM)*, Vol. 6, No.1, 2018.
- Assauri, S. (2015). Manajemen Pemasaran. PT Raja Grafindo Persada.
- BPS. 2021. *Rata-Rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Barang (rupiah), 2013-2021*. Badan Pusat Statistik
- BPS. 2021. *Rata-rata Pengeluaran per Kapita Sebulan Menurut Kelompok Komoditas dan Daerah Tempat Tinggal di Provinsi Sulawesi Selatan (rupiah)*. Badan Pusat Statistik
- Balawera, A. 2013. Green Marketing dan Corporate Responsibility Pengaruhnya terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Melalui Minat Membeli Produk Organik di Freshmart Kota Manado. *Jurnal Emba*. 1 (4): 2117-2129.
- Dewi, S., Kurnia, K., & Sudaryanto, A. (2020). Validitas dan reliabilitas kuisisioner pengetahuan, sikap dan perilaku pencegahan demam berdarah. Prosiding Seminar Nasional. 73-79.
- Daryanto, L. H., dan Hasiholan, L. B. The Influence Of *Marketing mix* On The Decision To Purchase Martabak “Setiabudi”Pak Man Semarang. *Journal of Management*, Vol. 5, No. 5, 2019
- Ghozali, I, 2014. *Structural Equation Modeling Metode Alternatif Dengan Partial Least Squares (PLS)*. Semarang: Universitas Diponegoro
- Ghozali. dan Latan. (2015). *Partial Least Squares: Konsep, Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program SmartPLS 3.0*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Castro-Jiménez, R. A., Fonseca del Pozo, F. J., Jiménez Moral, G., & Fruet-Cardozo, J. V. (2020). Analysis of health habits, vices and interpersonal relationships of Spanish adolescents, using SEM statistical model. *Heliyon*, 6(8). <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2020.e04699>
- Harmini, T., Pradana, F. R., Fikri, N., & Hazmi, A. L. (2020). *Sistem Fingerprint Scanner Masjid Dengan Metode Structural Equation Modeling (Sem) Analysis of Student Satisfaction on Quality of Master Fingerprint Scanner System With Structural Equation Modeling (Sem)*. 2(1), 23–34.
- Irawati, K., & Nuswantara, B. (2019). Hubungan Marketing Mix Terhadap Keputusan Konsumen Sayuran Hidroponik Di Crispy Farm Kecamatan Banyumanik Kabupaten Semarang. *Agritech: Jurnal Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Purwokerto*, 21(1), 21. <https://doi.org/10.30595/agritech.v21i1.4773>
- Ismanto, W., Munzir, T., Tanjung, R., Lestari, L., & Ashari, E. (2022). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Dimensi*, 11(1), 200–210. <https://doi.org/10.33373/dms.v11i1.4071>
- Jr, J. F. H., Babin, B. J., Krey, N., Hair, J. F., Babin, B. J., Covariance-based, N. K., & Babin, B. J. (2017). *Covariance-Based Structural Equation Modeling in the Journal of Advertising: Review and Recommendations Covariance-Based Structural Equation Modeling in the Journal of Advertising: Review and Recommendations*. 3367(March). <https://doi.org/10.1080/00913367.2017.1281777>

- Kim, E. S., Cao, C., Wang, Y., & Nguyen, D. T. (2017). Measurement Invariance Testing with Many Groups: A Comparison of Five Approaches. *Structural Equation Modeling*, 24(4), 524–544. <https://doi.org/10.1080/10705511.2017.1304822>
- Lin, T. T., Lee, C. C., & Lin, H. C. (2013). Analysis of customer profit contribution for banks with the concept of marketing mix strategy between 4Cs and 5Ps. *Service Business*, 7(1), 37–59. <https://doi.org/10.1007/s11628-012-0144-z>
- Muliasari, R. M., & Rachmina, D. (2017). KEPUTUSAN PEMBELIAN DAN SIKAP KONSUMEN ROTI MEREK SARI ROTI (Studi Kasus pada Mahasiswa S1 Institut Pertanian Bogor). *Forum Agribisnis*, 5(1), 89–104. <https://doi.org/10.29244/fagb.5.1.89-104>
- Penalosa, K. (2019). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Pada KL Express Cafe Tidar, Malang. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Pengabdian, J., Vol, M., & Issn, O. (2021). Sosialisasi Budidaya Sistem Tanam Hidroponik Dan Veltikultur. *Ihsan: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.30596/ihsan.v3i1.6826>
- Poluan, F. M. A., Mandey, S. L., & Ogi, I. W. J. (2019). Strategi Marketing Mix dalam Meningkatkan Volume Penjualan (Studi pada Minuman Kesehatan Instant Alvero). *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 7(3), 2969–2978.
- Putra, Y. A., Siregar, G., & Utami, S. (2019). Peningkatan pendapatan masyarakat melalui pemanfaatan pekarangan dengan tehnik budidaya hidroponik. *Proseding Seminar Nasional Kewirausahaan*, 1(1), 122–127. <http://jurnal.umsu.ac.id/index.php/snk/article/view/3589>
- Salam, A., Ghazanfer Inam, S., & Awan, W. A. (2015). the Impact of Marketing Mix (5 Ps) Elements on Sales of Ups:a Case of Karachi Market-Buyer’S Perspective. *VFAST Transactions on Education and Social Sciences*, 6(2), 50–56. <http://www.vfast.org/index.php/VTESS>
- Sholiha, E. U. N., & Salamah, M. (2015). Structural Equation Modeling-Partial Least Square. *Jurnal Sains Dan Seni ITS*, 4(2), 169–174.
- Sunarsi, D. (2020). Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Giant Dept Store Cabang Bsd Tangerang. *E-Mabis: Jurnal Ekonomi Manajemen Dan Bisnis*, 21(1), 7–13. <https://doi.org/10.29103/e-mabis.v21i1.473>
- Teoretis, J., Bidang, T., & Sipil, R. (2021). *urn a l T e o r e t i s d a n e r a p a n i d a n g e k a y a s a i p i l*. 28(1). <https://doi.org/10.5614/jts.2020.28.1.11>
- Tirtayasa, S., & Daulay, Y. A. (2021). Pengaruh Marketing Mix Terhadap Kinerja Pemasaran Industri Kecil Menengah Sektor Kontruksi Bengkel Las di Moderasi Kebijakan Pemerintah Pada Masa Pandemi Covid 19. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 4(1), 106–122.

LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN

**PENGARUH MARKETING MIX (5P) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
SAYURAN HIDROPONIK (STUDI KASUS: YASAI HIDROPONIK MAKASSAR)**

VENY ANGELINA

G021191152



PROGRAM STUDI AGRIBISNIS

DEPARTEMEN SOSIAL EKONOMI PERTANIAN

FAKULTAS PERTANIAN

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2023

PENDAHULUAN

Assalamualaikum Wr. Wb. Dengan rasa hormat, pada kesempatan ini izinkanlah Penulis untuk memberikan beberapa pertanyaan. Bapak/Ibu/Sdr/I diharapkan kesediaannya untuk mengisi pertanyaan-pertanyaan yang ada. Jawaban dari pertanyaan tersebut merupakan informasi bagi penulis sebagai data penelitian dalam rangka menyusun skripsi yang berjudul **“Pengaruh Marketing Mix (5P) terhadap Keputusan Pembelian Sayuran Hidroponik (Studi Kasus: Yasai Hidroponik Makassar)”**. Penulis mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/I untuk mengisi jawaban dengan keadaan sebenarnya. Penulis mengucapkan terima kasih atas perhatian dan kerjasamanya.

Identitas Responden

Nama :

Jenis Kelamin :

Pria Wanita

Pekerjaan

Pelajar/Mahasiswa Karyawan Swasta

Pegawai Negeri Wiraswasta

Lain-lain...

Pendapatan atau uang saku tiap bulan

kurang dari Rp 500.000 Rp 1.000.000 – Rp 2.000.000

Rp 500.000 – Rp 1.000.000 Lebih dari Rp 2.000.000

Seberapa sering Anda melakukan pembelian di Yasai Hidroponik Makassar?

1 kali 3 kali

2 kali lebih dari 4 kali

Bagaimana cara Anda melakukan pembelian produk di Yasai Hidroponik Makassar?

Online

Offline

Online-Offline

No	Pernyataan	Jawaban				
		SS	S	N	TS	STS
Produk						
1	Produk yang ditawarkan bervariasi					
2	Adanya beragam pilihan berat produk per-kemasan yang ditawarkan					

3	Produk yang dibeli memiliki daya tahan yang baik					
4	Tampilan warna dari produk membuat Anda tertarik untuk membeli					
5	Informasi berat produk membuat Anda tertarik untuk membeli					
6	Kesegaran produk selalu terjaga					
7	Nama brand/merek produk menarik dan mudah diingat					
8	Memiliki logo yang unik dan mudah diingat					
9	Bentuk kemasan dianggap mampu melindungi produk secara keseluruhan					
10	Bentuk kemasan produk menarik dan memuat identitas merek produk					
11	Bentuk kemasan praktis atau mudah dibuka					
Harga						
1	Harga yang ditawarkan terjangkau					
2	Harga yang ditawarkan lebih murah dibandingkan lokasi usaha hidroponik lainnya					
3	Harga yang ditawarkan dianggap sesuai dengan kualitas produk					
4	Informasi harga yang diketahui di media sosial sesuai dengan harga yang ada di toko					
5	Cara pembayaran produk baik secara tunai maupun non tunai dirasa mudah					
6	Pembayaran produk yang ditawarkan perusahaan ada bermacam opsi pilihan selain tunai (exp. Dana, Ovo, Transfer bank, dll)					
7	Anda pernah mendapat tawaran harga lebih murah jika melakukan pembelian produk dalam jumlah banyak					
Lokasi/distribusi						
ONLINE						
1	Adanya laman informasi produk yang dilihat oleh konsumen pada media sosial					
2	Jasa kurir pengantaran produk terlihat aman sehingga produk tiba dalam kondisi yang baik					
3	Pengantaran produk ke konsumen lancar dan cepat					
4	Produk yang ditawarkan di media sosial selalu tersedia di lokasi usaha					
5	Produk dapat diantarkan dengan lancar walaupun jarak lokasi usaha ke lokasi konsumen					

	dianggap cukup jauh					
OFFLINE						
6	Lokasi usaha berada di tempat yang strategis					
7	Lokasi usaha nyaman dan bersih					
8	Lokasi usaha mudah dijangkau					
9	Produk teratur dan ditata dengan rapi					
10	Papan nama usaha dapat dilihat dengan jelas					
11	Lokasi usaha dianggap dekat dengan lokasi tempat tinggal Anda					
Promosi						
1	Produk dipromosikan dengan frekuensi yang cukup sering sehingga Anda tertarik untuk membeli					
2	Jangkauan promosi luas baik secara langsung maupun melalui media sosial					
3	Berbelanja di Yasai Hidroponik Makassar dikarenakan promosi yang dilakukan membuat Anda tertarik					
4	Anda mengetahui bahwa produk juga tersedia di supermarket					
5	Anda hanya mengetahui produk dari iklan sosial media					
6	Anda hanya mengetahui produk ini dari rekomendasi orang disekitar Anda					
7	Admin sosial media sering memberikan konten yang menarik					
8	Adanya contact person yang bisa dihubungi jika ingin mengajukan pertanyaan terkait informasi produk					
9	Informasi produk di media sosial lengkap					
10	Anda pernah mendapatkan tawaran produk langsung ke media sosial Anda					
Orang						
1	Pegawai tanggap dalam menghadapi pertanyaan maupun keluhan seputar produk					
2	Pegawai selalu mengucapkan terima kasih setelah Anda melakukan pembelian di Yasai Hidroponik Makassar					
3	Pegawai memiliki pengetahuan yang baik mengenai produknya					
4	Kecepatan respon pegawai sangat baik dalam menunjukkan produk yang tersedia					
5	Pelayanan pegawai ramah dan bersedia					

	membantu					
6	Pegawai menanggapi permintaan Anda dengan sopan					
TAMBAHAN KHUSUS OFFLINE						
1	Penampilan pegawai rapi dan bersih					
2	Gaya bicara pegawai terdengar sopan					
Keputusan Pembelian						
1	Saya membeli produk dikarenakan produk yang ditawarkan beragam					
2	Saya bersedia melakukan pembelian ulang produk					
3	Saya membeli produk karna merasa produk lebih unggul dari sayuran biasanya					
4	Saya membeli produk karna dapat memenuhi kebutuhan saya					
5	Saya bersedia merekomendasikan kepada orang lain untuk berbelanja di Yasai Hidroponik Makassar					
6	Saya tidak merasa rugi setelah berbelanja di Yasai Hidroponik Makassar					
7	Saya memutuskan melakukan pembelian produk di Yasai Hidroponik Makassar karena semakin banyak pembelian maka akan semakin murah harga yang diberikan					
8	Saya memutuskan untuk membeli produk setelah membandingkan dengan toko yang lain					
9	Saya memutuskan melakukan pembelian produk dikarenakan pegawai yang ramah, sopan, dan cepat tanggap					

Lampiran 2 Tabulasi Data Jawaban Responden berdasarkan Kerangka Pemikiran

NO	P 1	P 3	P 2	P 4	HG 1	HG 2	HG 3	T 1	T 2	T 3	T 4	PM 1	PM 2	PM 3	O 1	O 2	O 3	O 4	KPB 1	KPB 2	KPB 3	KPB 4	KPB 5	KPB 6	KPB 7	KPB 8	KPB 9	
1	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	
2	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	
3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4	4	5	4	5	
4	2	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	3	3	5	5	5	5	4	
5	2	3	4	3	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	5	4	5	4	4	
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	4	5	4	5
7	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	3	3	5	5	5	3	
8	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	3	2	5	5	5	5	4	4	3	
9	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	4	
10	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	5	5	5	4	4	4	4	4	
11	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	4	4	5	4	4	5	
12	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	
13	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	3	5	4	5	
14	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	3	4	5	4	4	4	4	
15	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	3	5	3	3	5	4	4	4	5	
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	3	4	5	5	4	
17	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	3	5	4	1	
18	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	5	
19	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	4	5	5	
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	5	5	5	4	5	5	3	3	4	4	4	5	
21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	3	5	5	5	5	4	4	4	3	2	3	5	5	3	
22	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	3	4	5	3	
23	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	2	3	5	5	4	
24	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	2	3	4	5	4	
25	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	3	5	4	5	2	4	4	4	4	

26	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	3	3	3	5	5	4	
27	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	3	5	5	5	5	5	3	4	2	5	5	4	5	5	5	
28	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	5	3	5	5	5	
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	5	5	
30	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	2	2	2	
31	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	2	4	4	4	4	
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	3	5	4	3	4	5	
33	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	
34	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	3	5	5	
35	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	4	2	3	4	5	3	5	5	
36	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	
37	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	5	5	
38	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	5	3	5	4	4	5	5	
39	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	3	3	4	5	
40	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	2	5	2	3	3	5	3	
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	5	3	3	4	5	3	
42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	1	5	3	5	5	4	5	
43	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	
45	3	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5	3	5	4	4	4	5	
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	1	3	5	5	5
47	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	2	4	5	4	5	
48	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	4	5	
49	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	3	5	4	3	5	3	4	
50	4	4	5	4	5	5	5	5	4	4	4	2	3	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	3	3	5	
51	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	2	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	2	3	3	5	4	
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	2	5	2	4	5	4	3	
53	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	5	4	5	
54	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	5	2	3	4	5	4

55	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	3	4	2	5	3	4	5	4	4	
56	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	5	3	4	4	5	4	4
57	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	5	
58	5	5	4	5	5	5	5	4	4	4	4	2	5	5	5	5	5	4	4	5	3	4	4	3	3	3	
59	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	3	5	5	5	5
60	3	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	2	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	4	4
61	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4
62	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	5	5
63	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	4	4
64	3	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4
65	3	3	3	3	4	4	4	4	5	3	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4
66	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	4
67	2	3	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	5	5	3	3	4	4	4	4
68	2	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	5	4	4
69	3	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	2	5	1	2	4	2	4
70	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	3	5	4	3	5
71	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	3	5	5	5	5
72	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	5
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5
74	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	5	5	4
76	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	5	5	4	4
77	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5
78	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	5	2	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4
79	3	3	4	3	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	3	5	5	5	5	5
80	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4
81	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4
82	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
83	3	4	4	4	5	5	5	5	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4

84	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	3	3	4	4	3	4
85	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	5	2	2	4	4	4	4
86	2	3	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	4
87	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5
88	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5
89	4	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3	3	4	4	4	5
90	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5
91	5	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	2	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4
92	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	3	2	5	4	5	4	4
93	4	5	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4
94	5	5	5	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5
95	4	4	3	3	3	4	4	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	3	4	5	5	3	3	3	4	5	5	5
96	5	3	4	4	3	4	2	1	1	1	2	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	2	4	4	4	4
97	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	1	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4
98	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
99	3	5	3	4	3	5	4	3	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	5
100	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	4
101	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	3	4	4
102	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
103	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
104	3	3	3	4	3	3	4	4	4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4
105	3	5	3	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5
106	2	4	3	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	5	4	4

107	2	5	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	
108	3	4	2	3	3	3	3	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	3	4	3	5
109	4	4	3	2	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	3	5	4	4	5	5	4	4	5	3	5	4	4
110	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	3	3	5	5	5
111	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	3	4	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4
112	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5
113	5	5	5	3	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	2	3	3	4	5	4
114	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	3	4	5	5	2	4	5	4	3	5
115	5	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
116	5	4	4	3	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	5	4	5
117	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	3	3	5	5	4
118	3	5	3	3	3	3	3	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	5
119	5	4	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	4
120	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4

Lampiran 3 Karakteristik Responden

Karakteristik Responden

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Jumlah	Presentase
1	Perempuan	103	68%
2	Laki-laki	61	32%
Total		120	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah	Presentase
1	20-25	73	49%
2	26-30	66	42%
3	>30	25	9%
Total		120	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Presentase
Pelajar/mahasiswa	31	19%
Karyawan swasta	38	25%
Pegawai negara	35	21%
Wiraswasta	26	14%
Ibu rumah tangga	34	21%
Total	120	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan/Uang Saku

Pendapatan/Uang Saku	Jumlah	Presentase
< Rp 500.000	28	17%
Rp 500.000-2.000.000	45	27%
> Rp 2.000.000	91	56%
Total	120	100%

Karakteristik Responden Berdasarkan Cara Pembelian

No	Pembelian	Jumlah	Presentase
1	Online	30	13%
2	Offline	32	16%
3	Online dan offline	102	71%
Total		120	100%

Lampiran 4 Hasil Uji Instrumen Penelitian

Hasil Uji Validitas

Variabel	Indikator	Loading Factor	Validitas
Produk	P1	0.771	Valid
	P2	0.76	Valid
	P3	0.69	Valid
	P4	0.747	Valid
Harga	HG1	0.874	Valid
	HG2	0.825	Valid
	HG3	0.861	Valid
Tempat	T1	0.623	Valid
	T2	0.753	Valid
	T3	0.899	Valid
	T4	0.699	Valid
Promosi	PM1	0.603	Valid
	PM2	0.741	Valid
	PM3	0.786	Valid
Orang	O1	0.731	Valid
	O2	0.648	Valid
	O3	0.723	Valid
	O4	0.694	Valid
Keputusan Pembelian	KPB9	0.625	Valid
	KPB8	0.679	Valid
	KPB7	0.834	Valid
	KPB6	0.323	Tidak Valid
	KPB5	0.327	Tidak Valid
	KPB4	0.675	Valid
	KPB3	0.807	Valid
	KPB2	0.639	Valid
	KPB1	0.688	Valid

Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's alpha	Ket
Produk	0.82	Reliabel
Harga	0.89	Reliabel
Tempat	0.82	Reliabel
Promosi	0.75	Reliabel
Orang	0.79	Reliabel
Keputusan Pembelian	0.87	Reliabel

Uji Measurement Model

Variabel Laten	Indikator	Uji Validitas	Ket	Uji Reliabilitas		Kesimpulan
		Loading Factor ≥0.50		AVE ≥0.50	CR ≥0.70	
Produk	P1	0.77	Valid	0.711	0,91	Reliabel
	P2	0.76	Valid			
	P3	0.69	Valid			
	P4	0.74	Valid			
Harga	HG1	0.87	Valid	0.873	0,95	Reliabel
	HG2	0.83	Valid			
	HG3	0.86	Valid			
Tempat	T1	0.62	Valid	0.619	0,86	Reliabel
	T2	0.75	Valid			
	T3	0.90	Valid			
	T4	0.70	Valid			
Promosi	PM1	0.60	Valid	0.805	0,93	Reliabel
	PM2	0.74	Valid			
	PM3	0.79	Valid			
Orang	O1	0.73	Valid	0.778	0,93	Reliabel
	O2	0.65	Valid			
	O3	0.72	Valid			
	O4	0.69	Valid			
Keputusan Pembelian	KPB9	0.63	Valid	0.541	0,89	Reliabel
	KPB8	0.68	Valid			
	KPB7	0.83	Valid			
	KPB4	0.68	Valid			
	KPB3	0.81	Valid			
	KPB2	0.64	Valid			
	KPB1	0.69	Valid			

Output Proses Pengolahan Data SEM AMOS

Loading Factor Variabel Eksogen dan Endogen

Standardized Regression Weights: (Group number 1 – Default model)

	Estimate
P1 <--- PRODUK	0.771
P2 <--- PRODUK	0.760
P3 <--- PRODUK	0.690

P4	<---	PRODUK	0.747
HG1	<---	HARGA	0.874
HG2	<---	HARGA	0.825
HG3	<---	HARGA	0.861
T1	<---	TEMPAT	0.623
T2	<---	TEMPAT	0.753
T3	<---	TEMPAT	0.899
T4	<---	TEMPAT	0.699
PM1	<---	PROMOSI	0.603
PM2	<---	PROMOSI	0.741
PM3	<---	PROMOSI	0.786
O1	<---	ORANG	0.731
O2	<---	ORANG	0.648
O3	<---	ORANG	0.723
O4	<---	ORANG	0.694
KPB9	<---	KEPUTUSAN_PEMBELIAN	0.625
KPB8	<---	KEPUTUSAN_PEMBELIAN	0.679
KPB7	<---	KEPUTUSAN_PEMBELIAN	0.834
KPB4	<---	KEPUTUSAN_PEMBELIAN	0.675
KPB3	<---	KEPUTUSAN_PEMBELIAN	0.807
KPB2	<---	KEPUTUSAN_PEMBELIAN	0.639
KPB1	<---	KEPUTUSAN_PEMBELIAN	0.688

**Lampiran 5 Hasil Uji Kelayakan Model (Evaluasi Kriteria Goodness of Fit)
Output AMOS Model Awal
CMIN**

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	65	485.21	260	0	1.866
Saturated model	325	0	0		
Independence model	25	2124.959	300	0	7.083

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	0.037	0.809	0.761	0.647
Saturated model	0	1		
Independence model	0.157	0.403	0.353	0.372

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
Default model	0.772	0.737	0.879	0.858	0.877
Saturated model	1		1		1
Independence model	0	0	0	0	0

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	0.867	0.669	0.76
Saturated model	0	0	0
Independence model	1	0	0

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	0.074	0.064	0.084	0
Independence model	0.196	0.188	0.203	0

Modification Indices

			M.I.	Par Change
e22	<-->	PRODUK	4.943	0.059
e3	<-->	e28	4.931	0.048
e27	<-->	PROMOSI	6.383	0.05
e27	<-->	e22	12.07	-0.163
e26	<-->	e27	7.346	0.098
e21	<-->	e26	5.194	-0.085
e21	<-->	e25	7.545	0.112

e20	<-->	e21	5.421	-0.096
e19	<-->	e22	9.2	0.101
e18	<-->	e25	15.069	-0.085
e18	<-->	e20	4.311	0.046
e16	<-->	e17	8.195	0.033
e15	<-->	e20	6.206	-0.056
e14	<-->	e28	8.869	0.041
e14	<-->	e17	11.264	-0.038
e14	<-->	e27	4.003	0.046
e14	<-->	e15	6.648	0.033
e13	<-->	e3	6.236	-0.046
e13	<-->	e16	5.92	-0.03
e12	<-->	e28	5.031	-0.035
e12	<-->	e16	5.981	0.034
e12	<-->	e15	5.129	-0.033
e10	<-->	e3	4.338	0.048
e10	<-->	e14	4.861	0.032
e10	<-->	e12	5.042	-0.037
e9	<-->	HARGA	4.42	-0.051
e9	<-->	e3	7.565	-0.074
e9	<-->	e25	4.721	-0.066
e9	<-->	e21	5.071	-0.08
e8	<-->	e22	5.077	-0.113
e8	<-->	e26	4.529	-0.082
e7	<-->	TEMPAT	5.625	-0.039
e7	<-->	e17	10.042	-0.034
e7	<-->	e11	5.064	-0.034
e6	<-->	e14	8.966	0.035
e6	<-->	e13	7.448	-0.032
e6	<-->	e12	4.272	-0.027
e6	<-->	e10	4.882	0.033
e6	<-->	e8	6.067	-0.06
e5	<-->	e16	14.87	-0.045
e5	<-->	e14	13.324	-0.04
e5	<-->	e13	7.345	0.03
e5	<-->	e11	4.937	0.033
e4	<-->	TEMPAT	4.081	-0.049
e4	<-->	e28	4.295	-0.04
e4	<-->	e17	4.996	-0.036
e2	<-->	TEMPAT	4.613	0.047
e2	<-->	e17	8.295	0.042
e2	<-->	e26	6.805	0.061
e2	<-->	e12	4.579	-0.036
e2	<-->	e9	9.231	0.068
e2	<-->	e6	5.937	0.036
e2	<-->	e5	4.802	-0.031

e1	<-->	HARGA	7.989	0.064
e1	<-->	e17	6.731	-0.041
e1	<-->	e18	6.292	0.044
e1	<-->	e5	9.469	0.047
e1	<-->	e2	8.477	-0.059

Goodness of Fit Model Modifikasi Akhir

CMIN

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	66	234.457	187	0.011	1.254
Saturated model	253	0	0		
Independence model	22	1718.115	231	0	7.438

RMR, GFI

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	0.033	0.887	0.847	0.656
Saturated model	0	1		
Independence model	0.163	0.433	0.379	0.395

Baseline Comparisons

Model	NFI	RFI	IFI	TLI	CFI
	Delta1	rho1	Delta2	rho2	
Default model	0.864	0.831	0.969	0.961	0.968
Saturated model	1		1		1
Independence model	0	0	0	0	0

Parsimony-Adjusted Measures

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	0.81	0.699	0.784
Saturated model	0	0	0

Independence model	1	0	0
--------------------	---	---	---

RMSEA

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	0.04	0.02	0.055	0.851
Independence model	0.201	0.192	0.21	0

Lampiran 6 Uji Hipotesis

Regression Weights: (Group number 1 - Default model)

		Estimate	S.E.	C.R.	P	Label
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	<--- PRODUK	0.210	0.198	0.982	0.045	par_13
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	<--- HARGA	-0.284	0.088	3.237	0.001	par_14
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	<--- TEMPAT	-0.213	0.077	2.777	0.005	par_15
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	<--- PROMOSI	0.055	0.159	0.343	0.731	par_16
KEPUTUSAN_PEMBELIAN	<--- ORANG	0.191	0.099	2.362	0.014	par_17
P2	<--- PRODUK	1				
P4	<--- PRODUK	1.081	0.138	7.81	***	par_1
HG1	<--- HARGA	1				
HG2	<--- HARGA	0.946	0.065	14.582	***	par_2
HG3	<--- HARGA	0.948	0.065	14.558	***	par_3
T1	<--- TEMPAT	1				
T2	<--- TEMPAT	0.974	0.141	6.923	***	par_4
T3	<--- TEMPAT	1.17	0.154	7.599	***	par_5
T4	<--- TEMPAT	1.043	0.143	7.292	***	par_6
PM1	<--- PROMOSI	1				
PM2	<--- PROMOSI	1.088	0.148	7.35	***	par_7
PM3	<--- PROMOSI	1.183	0.161	7.343	***	par_8
O1	<--- ORANG	1				
O2	<--- ORANG	0.712	0.101	7.074	***	par_9
O4	<--- ORANG	0.871	0.113	7.722	***	par_10
KPB7	<--- KEPUTUSAN_PEMBELIAN	1.871	0.196	9.541	***	par_11
KPB3	<--- KEPUTUSAN_PEMBELIAN	1.867	0.194	9.647	***	par_12
KPB4	<--- KEPUTUSAN_PEMBELIAN	1.459	0.183	7.981	***	par_18
P1	<--- PRODUK	1.347	0.167	8.044	***	par_19
KPB9	<--- KEPUTUSAN_PEMBELIAN	1.307	0.173	7.538	***	par_20
KPB8	<--- KEPUTUSAN_PEMBELIAN	1				
KPB1	<--- KEPUTUSAN_PEMBELIAN	1.472	0.182	8.097	***	par_21

