

## Lampiran1 : Surat Ijin Penelitian & Pengambilan Data



### UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

Nomor : 22122 /01/FEB/2022  
Lampiran : -  
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:  
Bapak/Ibu Pimpinan  
Soto Kudus Kedai Taman  
Jl. Taman Gayungari Timur No.7, Menanggal, Kec. Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur  
60235  
di-  
Surabaya


Sesuai Kurikulum Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Sundira Jumrotin Ardana  
NIM : 191500166  
Prodi : Manajemen  
Judul : PENGARUH HARGA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SOTO KUDUS KEDAI TAMAN

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 09 Desember 2022  
  
**Tony Susilo Wibowo, SE., M.Pd., M.SM**  
NPP : 0709494/DY

Lampiran 2 : Kartu Bimbingan Skripsi



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**  
 Kampus : Jl. DukuhMenanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
 Website : <http://www.unipasby.ac.id>

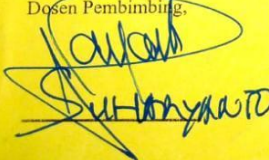
---


**KARTU BIMBINGAN SKRIPSI**


Nama	: Sundira Jumrotin Ardana
Prodi / NIM	: Manajemen 119150066
Judul Skripsi	: Pengaruh harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Soto Kudus Kedai Taman kota Surabaya
Dosen Pembimbing	: Drs. Suharyanto, M.M.
Periode Kepembimbingan	: 17 September 2022 s/d 17 Maret 2023

**URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :**

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1	6-1-22	Kata-kata	Ru	ya
2	01-1-23	Kata-kata	ace	ya
3	06-1-23	Bab I	Ru	ya
4	08-1-23	Bab I	ace	ya
5	13-2-23	Bab II	Ru	ya
6	16-2-23	Bab II	ace	ya
7	02-2-23	Bab III + Keleis	Ru	ya
8	03-2-23	Bab III + Keleis	ace	ya

Bimbingan selesai pada tanggal :  
 Dosen Pembimbing,  




Mahasiswa,  
  
Sundira Jumrotin Ardana



Lampiran 3 : Lembar Persetujuan Proposal

**LEMBAR PERSETUJUAN**

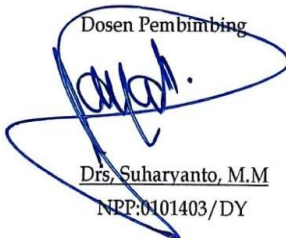
Judul Proposal : Pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di SODUS Kedai Taman Kota Surabaya.

Identitas Mahasiswa

- a. Nama Mahasiswa : Sundira Jumrotin Ardana
- b. Nim : 191500166
- c. Program Studi : Manajemen
- d. Fakultas : Ekonomi dan Bisnis  
Universitas PGRI Adi Buana  
Surabaya

Proposal ini telah disetujui oleh dosen pembimbing dan layak untuk diuji :

Tanggal : 01 Maret 2023

Dosen Pembimbing  
  
Drs. Suharyanto, M.M  
NPP:0101403/DY

Lampiran 4 : Berita Acara Ujian Proposal



**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**  
**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS**

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234  
 Website : <http://www.fec.unipribu.ac.id>

**BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI**

Pada hari ini selasa tanggal 14 bulan Maret tahun 2023 bertempat bertempat di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap \*) Tahun Akademi 2022/ 2023

Nama Mahasiswa	: Sundira Jumrotin Ardana
NIM	: 191500166
Program Studi	: Manajemen
Judul Proposal	: Pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Soto Kudus Kedai Taman Kota Surabaya.

Dihadiri oleh :

No.	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1.	191500058	Nopita Dhea Saputra	1.
2.	191500116	DIMAS DWI WICAKSONO	2.
3.	191500049	Nur'aini Artisa F.	3.
4.	191500193	Miptakul Laila A.S	4.
5.	191500159	Isnanta Anggun R.	5.
6.	191500483	Dewangga Rista Silwanti	6.
7.	191500078	Adisetya Septian Y	7.
8.	191500190	Heny Affandi .M	8.
9.	191500187	Fina Inzhagi	9.
10.	191500195	Habitah E.N.	10.
11.	191500165	Nikita Fintan WP	11.
12.	191500041	Helma Setya W	12.
13.	191500185	Dini YUNIDA S	13.
14.	191500163	SYAFIRA Z	14.
15.	191500121	Fina Fiolinda	15.

Surabaya, 14 Maret 2023

Penguji : Dr. Edy Sulistiyawan, S.Si., M.Si. ( )

Pembimbing : Drs. Suharyanto, M.M ( )

## Lampiran 5 : Catatan Ujian Proposal Skripsi

### UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

### FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus : Jl. Duku Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

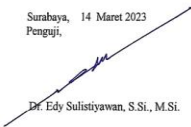
Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

#### CATATAN UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

1.	Nama	: Sundira Jumrotin Ardana
2.	NIM	: 191500166
3.	Program Studi	: Manajemen
4.	Judul Proposal	: Pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian di SODUS Kedai Taman Kota Surabaya.

Bab/ Halaman	Perbaikan/Koreksi
Bab 2	<ul style="list-style-type: none"><li>• Memerbaiki Refrensi Penelitian terdahulu dari penelitian terbaru ke penelitian lama.</li><li>• Memerperjelas Teknik Pengambilan Sampel</li><li>• Menambahkan pada kuesioner "periode pelanggan datang ke SODUS"</li></ul>
Bab 3	
Lampiran Kuesioner	

Surabaya, 14 Maret 2023  
Penguji,



Dr. Edy Sulistiyawan, S.Si., M.Si.

Lampiran 6 : Surat Pengantar Plagiasi



**FAKULTAS EKONOMI**  
**UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234

Website : <http://www.unipasby.ac.id>

**SURAT PENGANTAR PLAGIASI**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama Dosen : Drs. Suharyanto, MM.

Menerangkan bahwa artikel ilmiah atas:

Nama Mahasiswa : Sundira Jumrotin Ardana

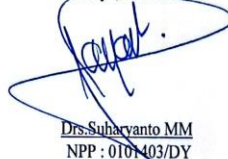
NIM : 191500166

Prodi : Manajemen

Judul : Pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan  
Pembelian Di SODUS Kedai Taman Kota Surabaya

Telah memenuhi syarat untuk dilakukan cek plagiasi

Surabaya, 21 Juli 2023



Drs. Suharyanto MM  
NPP : 0101403/DY

Lampiran 7 : Surat Pernyataan Bebas Plagiasi



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**

Kampus Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax 031-8281183 Surabaya 60234  
Website : <http://www.unpasby.ac.id>

**SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI**

Yang bertanda tangan di bawah ini :  
Nama : I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M  
Jabatan : Ketua Program Studi Manajemen

Menyatakan bahwa

Nama : Sundira Jumrotin Ardana  
NIM : 191500166  
Prodi : Manajemen

Telah melakukan uji plagiasi dengan judul "Pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Di SODUS Kedai Taman Kota Surabaya" dengan hasil Similarity Index 25 % sehingga layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 25 Juli 2023  
Ketua Program Studi Manajemen,  
  
I Made Bagus Dwiarta, S.E., M.M.



Lampiran 8 : Matrik Penelitian

Nama : Sundira Jumrotin Ardana

Kelas : Manajemen G/2019

Universitas PGRI Adibuana Surabaya


MATRIKS PENGARUH HARGA, LOKASI DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN SODUS KEDAI TAMAN KOTA SURABAYA.

Masalah	Konsep	Variabel	Indikator	Hipotesis Penelitian	Sumber Data	Metode Penelitian			Daftar Pustaka
						Populasi/ Sampel/ Teknik Sampling	Alat Pengambilan Data	Analisis Data	
<p>1. Apakah Harga secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian SODUS Kedai Taman Kota Surabaya ?</p> <p>2. Apakah Lokasi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian SODUS Kedai</p>	<p>a. Harga (X1) Menurut Kotler &amp; Keller (2009) dalam Anang Firmansyah Harga merupakan salah satu elemen bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan dan elemen lainnya menghasilkan biaya</p> <p>b. Lokasi (X2) Lokasi atau distribusi merupakan</p>	<p>Variabel Bebas :</p> <p>a. Harga (X1)</p> <p>b. Lokasi (X2)</p> <p>c. Promosi (X3)</p> <p>Variabel Terikat : keputusan pembelian (Y)</p>	<p>a. Harga (X1)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Keterjangkauan harga</li> <li>2. Kesesuaian harga dengan kualitas produk</li> <li>3. Daya saing harga dengan manfaat produk</li> </ol> <p>b. Lokasi (X2)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akses</li> <li>2. Visibilitas</li> <li>3. lalu lintas</li> <li>4. tempat parkir</li> <li>5. Ekspansi</li> <li>6. Lingkungan</li> <li>7. Persaingan</li> </ol>	<p>a. Harga (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)</p> <p>b. Lokasi (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)</p> <p>c. Promosi (X1) secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)</p>	<p>Pembeli SODUS Kedai Taman Kota Surabaya</p>	<p>a. Populasi dalam penelitian ini adalah pelanggan SODUS Kedai Taman Jl. Taman Gayungsari Timur No.7, Menanggal, Kec. Gayungan, Kota Surabaya, Jawa Timur 60235</p>	<p>kuisioner</p>	<p>Analisis data dengan statistic</p> <p>Regresi linear berganda Rumus:</p> $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + e$ <p>Keterangan :</p> <p>Y = Keputusan Pembelian</p> <p>a = Konstanta</p> <p>b = Koefisien regresi</p> <p>X1= Harga</p> <p>X2= Lokasi</p> <p>X3= Promosi</p> <p>E = Standart</p>	<p><b>Firmansyah, M. A.</b> 2018. <i>PERILAKU KONSUME N(Sikap dan Pemasaran)</i>. yogyakarta: Deepublish.</p> <p><b>Halim,F.dk</b> 2021. <i>Manajemen Pemasaran Jasa</i>. Yayasan kita menulis.</p>

<p>Taman Kota Surabaya ?</p> <p>3. Apakah Promosi secara parsial berpengaruh terhadap keputusan pembelian SODUS Kedei Taman Kota Surabaya ?</p> <p>4. Apakah Harga, Lokasi dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian SODUS Kedei Taman Kota Surabaya ?</p>	<p>tempat sekumpulan organisasi yang saling membutuhkan dan terlibat dalam proses pembuatan produk tersedia, untuk digunakan atau dikonsumsi oleh konsumen (Kotler dan Amstrong, 2010) dalam Fitria Halim, dkk.</p> <p>c. Promosi (X3) Promosi adalah tindakan membuat pelanggan sadar akan produk atau layanan, dan apa yang dapat dilakukan untuk membantu mereka (Kotler dan amstrong ,2010) dalam</p>		<p>c. Promosi (X3)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Periklanan</li> <li>2. Promosi penjualan</li> <li>3. Penjualan seseorang</li> <li>4. Hubungan masyarakat</li> <li>5. Penjualan langsung</li> </ol> <p>d. Keputusan Pembelian (Y)</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Kemantapan membeli setelah mengetahui Informasi Produk</li> <li>2. Memutuskan membeli karena merek yang paling disukai</li> <li>3. Membeli karena sesuai dengan keinginan dan kebutuhan</li> <li>4. Membeli karena mendapat rekomendasi orang lain.</li> </ol>	<p>d. Harga, Lokasi dan Promosi secara simultan berpengaruh terhadap keputusan pembelian (Y)</p>		<p>b. sample penentuan jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini tergantung pada jumlah indikator dikali 5-10 menurut (Ferdinand, 2014:173,) sehingga jumlah sampel = jumlah sampel x 5 = 20 x 5 = 100</p> <p>c. Teknik Sampling Menggunakan metode pengambilan sampel yaitu sampel non probability dengan</p>		<p>Error / Variabel Pengganggu</p> <p>Teknik Pengujian Instrumen :</p> <p>1. Uji Validitas Rumus :</p> $r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$ <p>keterangan :  rxy / rhitung = Koefisien Korelasi  n = Jumlah Responden</p> $r_{ii} = \frac{k}{k-1} \times \left\{ 1 - \frac{\sum S_i}{S_y} \right\}$ <p><math>\sum x</math> = Jumlah skor hitung  <math>\sum y</math> = Jumlah skor total</p> <p>2. Uji Reliabilitas Rumus :  Keterangan :  n :  rii = Nilai Reliabilitas  <math>\sum si =</math></p>	
---	---	--	--	--	--	--	--	--	--

	<p>Fitria Halim dkk d. Keputusan Pembelian (Y) pengambilan keputusan membeli merupakan keputusan konsumen tentang apa yang akan dibeli, berapa banyak yang akan dibeli, dimana akan dilakukan, kapan akan dilakukan, dan bagaimana pembeli akan dilakukan menurut (Loudon &amp; Bitta,2000) dalam Anang Fimmansyah</p>				<p>teknik <i>Accidental Sampling</i></p>		<p>Jumlah Varians skor tiap-tiap item <math>st = \sqrt{\text{Varians total}}</math> <math>k = \text{Jumlah item}</math></p> <p>Teknik Analisis Data :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uji Asumsi Klasik <ol style="list-style-type: none"> <li>a. Uji Normalitas</li> <li>b. Uji Multikolin earitas</li> <li>c. Uji Heterosked asitas</li> </ol> </li> </ol> <p>Pengujian Hipotesis</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Uji Hipotesis Secara Parsial (Uji-t)</li> <li>2. Uji Hipotesis Secara Simultan(Uji-F)</li> </ol>	
--	--	--	--	--	--	--	--	--

Surabaya, 01 Maret 2023

Dosen Pembimbing  
  
**Drs. Suharyanto, M.M.**  
 NPP : 0101403/DY

Mahasiswa

  
**Sundira Jumrotin Ardana**  
 Nim : 191500166

Lampiran 9 : Kuesioner Penelitian

### KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak/Ibu/saudara/I Responden

Pengunjung SODUS Kedai Taman Kota Surabaya

Dengan Hormat,

Saya Sundira Jumrotin Ardana, Mahasiswa Universitas PGRI Adibuana Surabaya yang sedang menyusun skripsi berjudul “ Pengaruh Harga, Lokasi dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian SODUS Kedai Taman Kota Surabaya”, dengan ini saya mohon kepada Bapak/ Ibu/ saudara/i untuk berkenan mengisi kuesioner yang saya ajukan secara jujur dan terbuka. Kuesioner ini semata-mata untuk keperluan penelitian sebagai salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang strata satu (S1). Kerahasiaan Identitas dan data Bapak/ Ibu/ saudara/I dari hasil penelitian ini dijamin dan hanya dipergunakan untuk kepentingan akademis.

Demikian yang dapat saya sampaikan, atas perhatian dan kesediaan Bapak/ Ibu/ saudara/I untuk mengisi kuesioner ini saya ucapkan terimakasih.

Hormat

Penulis

**Identitas Responden**

- a. Jenis Kelamin : Laki-Laki  Perempuan
- b. Usia :
1. < 20 Tahun  3. 36-50 Tahun
2. 21- 35 Tahun  4. > 51 Tahun
- c. Pekerjaan :
1. Pelajar/1  Pegawai Negeri 5. L  ra/1
2. Mahasiswa  Pegawai Swasta
- d. Berapa kali anda berkunjung ke SODUS kedai Taman Kota Surabaya ?
- 2 kali  3 kali  /1>3 Kali

**I. Petunjuk Pengisian**

Berikan tanda checklist (√) pada jawaban yang anda pilih berikut kriteria pilihanya :

SS(Sangat Setuju)	S (Setuju)	RR(Ragu-Ragu)	TS(Tidak Setuju)	STS(Sangat Tidak Setuju)
5	4	3	2	1

**II. Variabel Penelitian**

**1. HARGA**

No	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
<b>Harga Yang Terjangkau</b>						
1	harga SODUS kedai taman sangat ekonomis.					
2	harga SODUS kedai taman sesuai dengan kemampuan atau daya beli masyarakat.					
3	harga SODUS kedai taman pas dikantong pelajar/mahasiswa					
<b>Daya Saing Harga</b>						
4	harga SODUS kedai taman sangat kompetitif (bersaing).					
5	harga yang ditawarkan SODUS kedai taman lebih murah dari produk pesaing yang sama.					
6	harga SODUS kedai taman dapat di jangkau semua kalangan.					
<b>Kesesuaian Harga Dengan Kualitas</b>						
7	harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk yang dijual.					
8	harga sesuai dengan standart kualitas.					
9	harga produk yang dijual sesuai dengan yang diharapkan.					

## 2. LOKASI

No	Pertanyaan	SS	S	RR	ST	STS
<b>Lokasi Yang Strategis</b>						
10	lokasi SODUS kedai taman dapat dilihat dengan jelas dari jarak pandang normal.					
11	lokasi SODUS kedai taman memiliki alamat dan papan nama yang jelas.					
12	lokasi SODUS kedai taman dapat di cari melalui google maps.					
<b>Kenyamanan Lokasi</b>						
13	Jalan menuju lokasi SODUS tidak macet					
14	Jalan menuju lokasi SODUS dapat dijangkau kendaraan roda dua dan roda empat					
15	lokasi SODUS dekat dengan tempat beraktivitas saya (sekolah,kampus,kantor,tempat tinggal).					
<b>Ketersediaan Lahan Parkir</b>						
16	ketersediaan lahan parkir SODUS kedai taman luas.					
17	lahan parkir SODUS aman dan memadai					
18	lahan parkir SODUS menyediakan tempat parkir roda dua maupun roda empat.					

## 3. PROMOSI

No	Pertanyaan	SS	S	RR	ST	STS
<b>Iklan</b>						
19	Informasi mengenai SODUS kedai taman mudah saya dapatkan.					
20	pesan promosi yang disampaikan SODUS kedai taman menarik bagi saya.					
21	pesan promosi yang disampaikan SODUS kedai taman mudah saya pahami.					
<b>Penjualan Langsung</b>						
22	karyawan SODUS sering menawarkan menu andalan mereka ke customer.					
23	karyawan SODUS sangat responsif.					
24	karyawan SODUS memberikan pelayanan cepat dalam merespon permintaan pembeli.					
<b>Promosi Penjualan</b>						
25	promosi yang disampaikan melalui IG sotokudus_kedaitaman mudah dipahami.					
26	Pemberian potongan harga SODUS mempengaruhi saya dalam membeli.					
27	saya dengan mudah menemukan informasi SODUS diinternet.					

#### 4. KEPUTUSAN PEMBELIAN

No	Pertanyaan	SS	S	RR	ST	STS
	<b>Kemantapan Pada Sebuah Produk</b>					
28	SODUS kedai taman merupakan produk andalan saya.					
29	saya memutuskan membeli SODUS kedai taman karena produknya memiliki ciri khas sendiri.					
30	SODUS merupakan produk makanan yang dapat dipercaya.					
	<b>Kebiasaan Dalam Membeli Produk</b>					
31	SODUS menjadi tempat pilihan karena tempatnya nyaman.					
32	SODUS menjadi tempat pilihan konsumen karena ada fasilitas wifi.					
33	SODUS menjadi tempat pilihan karena rekomendasi teman.					
	<b>Memberikan Rekomendasi Kepada Orang :ain</b>					
34	saya akan merekomendasikan SODUS kepada teman & keluarga saya untuk membeli produk tersebut.					
35	saya melakukan publikasi setelah membeli SODUS melalui sosial media saya.					
36	saya akan merekomendasikan SODUS karena produknya berkualitas.					
	<b>Melakukan Pembelian Ulang</b>					
37	saya yakin pilihan saya di SODUS sudah tepat, maka saya akan melakukan pembelian ulang.					
38	saya puas dengan kualitas SODUS, maka saya akan melakukan pembelian ulang.					
39	saya memutuskan untuk membeli ulang karena fasilitas dan tempat yang aman nyaman dan memadai.					

Lampiran 10 : Tabulasi Data Jawaban Responden

1. Harga (X1)

Res_	X1.1_1	X1.1_2	X1.1_3	X1.2_1	X1.2_2	X1.2_3	X1.3_1	X1.3_2	X1.3_3	Total
1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45
4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
6	4	4	5	5	4	4	4	5	4	39
7	5	4	5	5	4	4	4	5	5	41
8	5	5	4	4	4	4	5	4	4	39
9	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
10	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
11	5	4	4	4	3	5	4	4	5	38
12	4	4	4	4	4	5	5	5	4	39
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
16	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
18	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
19	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
21	3	3	4	4	3	3	4	4	4	32
22	4	4	3	4	3	3	4	4	4	33
23	3	3	3	2	2	3	4	4	4	28
24	4	4	4	3	3	3	4	4	4	33
25	4	4	3	4	4	4	5	5	5	38
26	4	3	4	4	4	4	4	4	4	35
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
28	4	4	4	4	3	2	4	4	4	33
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
30	4	3	3	3	3	3	3	4	4	30
31	4	3	3	4	4	3	4	4	4	33
32	4	4	4	4	4	3	4	4	4	35
33	4	3	3	3	3	3	4	4	4	31
34	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
35	5	5	5	4	4	4	4	4	4	39
36	4	3	3	3	2	3	4	4	4	30
37	4	3	3	4	3	3	4	4	4	32
38	4	4	4	4	3	4	4	4	4	35





















---

51	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	48
52	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	53
53	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	48
54	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	50
55	4	4	4	5	5	4	5	4	3	4	4	4	50
56	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
57	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
58	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	5	48
59	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	52
60	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
63	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	50
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
65	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
66	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
67	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
68	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
69	4	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	49
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
73	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
74	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
77	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
78	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
79	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
80	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
81	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	52
82	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	49
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
84	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	49
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
87	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	52
88	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	49
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	48
90	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
91	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	47
92	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	45

---



Lampiran 11 : Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

1. Harga (X1)

**X1.1\_1**

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	6	5.8	5.8	5.8
	setuju	84	80.8	80.8	86.5
	sangat setuju	14	13.5	13.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X1.1\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	16	15.4	15.4	15.4
	setuju	77	74.0	74.0	89.4
	sangat tidak setuju	11	10.6	10.6	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X1.1\_3**

		Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	23	22.1	22.1	22.1
	setuju	71	68.3	68.3	90.4
	sangat setuju	10	9.6	9.6	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X1.2\_1**

		Frequenc y	Percen t	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	7	6.7	6.7	7.7
	setuju	87	83.7	83.7	91.3
	sangat setuju	9	8.7	8.7	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X1.2\_2**

		Frequenc y	Percen t	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	5	4.8	4.8	4.8
	ragu-ragu	24	23.1	23.1	27.9
	setuju	73	70.2	70.2	98.1
	sangat setuju	2	1.9	1.9	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X1.2\_3**

		Frequenc y	Percen t	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	ragu-ragu	23	22.1	22.1	23.1
	setuju	72	69.2	69.2	92.3
	sangat setuju	8	7.7	7.7	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X1.3\_1**

		Frequenc y	Percen t	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	1	1.0	1.0	1.0
	setuju	91	87.5	87.5	88.5
	sangat setuju	12	11.5	11.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X1.3\_2**

		Frequenc y	Percen t	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	93	89.4	89.4	89.4
	sangat setuju	11	10.6	10.6	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X1.3\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	92	88.5	88.5	88.5
	sangat setuju	12	11.5	11.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

2. Lokasi (X2)

**X2.1\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	6	5.8	5.8	5.8
	setuju	84	80.8	80.8	86.5
	sangat setuju	14	13.5	13.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X2.1\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	16	15.4	15.4	15.4
	setuju	77	74.0	74.0	89.4
	sangat tidak setuju	11	10.6	10.6	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X2.1\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	23	22.1	22.1	22.1
	setuju	71	68.3	68.3	90.4
	sangat setuju	10	9.6	9.6	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X2.2\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	setuju	7	6.7	6.7	7.7
	setuju	87	83.7	83.7	91.3
	sangat setuju	9	8.7	8.7	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X2.2\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	5	4.8	4.8	4.8
	ragu-ragu	24	23.1	23.1	27.9
	setuju	73	70.2	70.2	98.1
	sangat setuju	2	1.9	1.9	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X2.2\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	ragu-ragu	23	22.1	22.1	23.1
	setuju	72	69.2	69.2	92.3
	sangat setuju	8	7.7	7.7	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X2.3\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	1	1.0	1.0	1.0
	setuju	91	87.5	87.5	88.5
	sangat setuju	12	11.5	11.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X2.3\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	93	89.4	89.4	89.4
	sangat setuju	11	10.6	10.6	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X2.3\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	92	88.5	88.5	88.5
	sangat setuju	12	11.5	11.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

### 3. Promosi (X3)

#### X3.1\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	6	5.8	5.8	5.8
	setuju	84	80.8	80.8	86.5
	sangat setuju	14	13.5	13.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

#### X3.1\_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	16	15.4	15.4	15.4
	setuju	77	74.0	74.0	89.4
	sangat tidak setuju	11	10.6	10.6	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

#### X3.1\_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	23	22.1	22.1	22.1
	setuju	71	68.3	68.3	90.4
	sangat setuju	10	9.6	9.6	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

#### X3.2\_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Ragu-ragu	7	6.7	6.7	7.7
	setuju	87	83.7	83.7	91.3
	sangat setuju	9	8.7	8.7	100.0
	Total	104	100.0	100.0	



**X3.2\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	5	4.8	4.8	4.8
	ragu-ragu	24	23.1	23.1	27.9
	setuju	73	70.2	70.2	98.1
	sangat setuju	2	1.9	1.9	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X3.2\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	ragu-ragu	23	22.1	22.1	23.1
	setuju	72	69.2	69.2	92.3
	sangat setuju	8	7.7	7.7	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X3.3\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	1	1.0	1.0	1.0
	setuju	91	87.5	87.5	88.5
	sangat setuju	12	11.5	11.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**X3.3\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	93	89.4	89.4	89.4
	sangat setuju	11	10.6	10.6	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

### X3.3\_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	92	88.5	88.5	88.5
	sangat setuju	12	11.5	11.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

#### 4. Keputusan Pembelian (Y)

##### Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	3	2.9	2.9	2.9
	ragu-ragu	20	19.2	19.2	22.1
	setuju	73	70.2	70.2	92.3
	sangat setuju	8	7.7	7.7	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

##### Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	2	1.9	1.9	1.9
	setuju	89	85.6	85.6	87.5
	sangat tidak setuju	13	12.5	12.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

##### Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	1	1.0	1.0	1.0
	setuju	91	87.5	87.5	88.5
	sangat setuju	12	11.5	11.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**Y1.4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	setuju	80	76.9	76.9	77.9
	sangat setuju	23	22.1	22.1	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**Y1.5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	54	51.9	51.9	51.9
	sangat setuju	50	48.1	48.1	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**Y1.6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	3	2.9	2.9	2.9
	ragu-ragu	4	3.8	3.8	6.7
	setuju	87	83.7	83.7	90.4
	sangat setuju	10	9.6	9.6	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**Y1.7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	3	2.9	2.9	2.9
	setuju	88	84.6	84.6	87.5
	sangat setuju	13	12.5	12.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**Y1.8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	ragu-ragu	1	1.0	1.0	1.9
	setuju	88	84.6	84.6	86.5
	sangat setuju	14	13.5	13.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**Y1.9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	3	2.9	2.9	2.9
	setuju	94	90.4	90.4	93.3
	sangat setuju	7	6.7	6.7	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**Y1.10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	1	1.0	1.0	1.0
	setuju	89	85.6	85.6	86.5
	sangat setuju	14	13.5	13.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

**Y1.11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	ragu-ragu	2	1.9	1.9	1.9
	setuju	90	86.5	86.5	88.5
	sangat setuju	12	11.5	11.5	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Y1.12

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	setuju	89	85.6	85.6	85.6
	sangat setuju	15	14.4	14.4	100.0
	Total	104	100.0	100.0	

Lampiran 12 : Hasil Uji Instrumen Penelitian

1. Uji Validitas

A. Harga (X1)

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.675**	.446**	.457**	.357**	.412**	.406**	.156	.563**	.707**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.114	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X1.2	Pearson Correlation	.675**	1	.600**	.432**	.433**	.551**	.479**	.156	.390**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.114	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X1.3	Pearson Correlation	.446**	.600**	1	.679**	.594**	.562**	.227*	.192	.356**	.788**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.020	.051	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X1.4	Pearson Correlation	.457**	.432**	.679**	1	.595**	.433**	.325**	.356**	.480**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X1.5	Pearson Correlation	.357**	.433**	.594**	.595**	1	.521**	.309**	.286**	.137	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.003	.164	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X1.6	Pearson Correlation	.412**	.551**	.562**	.433**	.521**	1	.399**	.326**	.376**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X1.7	Pearson Correlation	.406**	.479**	.227*	.325**	.309**	.399**	1	.541**	.422**	.604**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.020	.001	.001	.000		.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X1.8	Pearson Correlation	.156	.156	.192	.356**	.286**	.326**	.541**	1	.463**	.487**
	Sig. (2-tailed)	.114	.114	.051	.000	.003	.001	.000		.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X1.9	Pearson Correlation	.563**	.390**	.356**	.480**	.137	.376**	.422**	.463**	1	.608**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.164	.000	.000	.000		.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
Total	Pearson Correlation	.707**	.773**	.788**	.766**	.725**	.760**	.604**	.487**	.608**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104

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

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

B. Lokasi (X2)

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.616**	.571**	.512**	.696**	.415**	.466**	.352**	.551**	.814**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X2.2	Pearson Correlation	.616**	1	.581**	.311**	.462**	.282**	.470**	.470**	.567**	.741**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000	.004	.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X2.3	Pearson Correlation	.571**	.581**	1	.608**	.565**	.256**	.252**	.430**	.466**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.009	.010	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X2.4	Pearson Correlation	.512**	.311**	.608**	1	.266**	.192	.419**	.500**	.259**	.646**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000		.006	.051	.000	.000	.008	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X2.5	Pearson Correlation	.696**	.462**	.565**	.266**	1	.383**	.442**	.260**	.658**	.740**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.006		.000	.000	.008	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X2.6	Pearson Correlation	.415**	.282**	.256**	.192	.383**	1	.439**	-.002	.311**	.576**
	Sig. (2-tailed)	.000	.004	.009	.051	.000		.000	.986	.001	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X2.7	Pearson Correlation	.466**	.470**	.252**	.419**	.442**	.439**	1	.521**	.402**	.714**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X2.8	Pearson Correlation	.352**	.470**	.430**	.500**	.260**	-.002	.521**	1	.518**	.611**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.008	.986	.000		.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X2.9	Pearson Correlation	.551**	.567**	.466**	.259**	.658**	.311**	.402**	.518**	1	.727**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.008	.000	.001	.000	.000		.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
Total	Pearson Correlation	.814**	.741**	.734**	.646**	.740**	.576**	.714**	.611**	.727**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104

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

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

C. Promosi (X3)

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3.7	X3.8	X3.9	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.191	.125	.288**	.227*	.281**	.004	.224*	.339**	.358**
	Sig. (2-tailed)		.052	.205	.003	.020	.004	.970	.022	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X3.2	Pearson Correlation	.191	1	.763**	.610**	.363**	.444**	.448**	.543**	.273**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.052		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.005	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X3.3	Pearson Correlation	.125	.763**	1	.706**	.380**	.501**	.373**	.645**	.225*	.866**
	Sig. (2-tailed)	.205	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.022	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X3.4	Pearson Correlation	.288**	.610**	.706**	1	.453**	.535**	.178	.401**	.144	.749**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.000	.000	.070	.000	.145	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X3.5	Pearson Correlation	.227*	.363**	.380**	.453**	1	.694**	.373**	.040	.300**	.572**
	Sig. (2-tailed)	.020	.000	.000	.000		.000	.000	.689	.002	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X3.6	Pearson Correlation	.281**	.444**	.501**	.535**	.694**	1	.601**	.229*	.348**	.723**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.000	.000	.000		.000	.020	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X3.7	Pearson Correlation	.004	.448**	.373**	.178	.373**	.601**	1	.290**	.342**	.600**
	Sig. (2-tailed)	.970	.000	.000	.070	.000	.000		.003	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X3.8	Pearson Correlation	.224*	.543**	.645**	.401**	.040	.229*	.290**	1	.289**	.685**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000	.000	.000	.689	.020	.003		.003	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
X3.9	Pearson Correlation	.339**	.273**	.225*	.144	.300**	.348**	.342**	.289**	1	.464**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.022	.145	.002	.000	.000	.003		.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
Total	Pearson Correlation	.358**	.838**	.866**	.749**	.572**	.723**	.600**	.685**	.464**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104

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

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





Y1.8	Pearson	.581**	.562**	.264**	.436**	.219*	.186	.424**	1	.647**	.494**	.521**	.490**	.801**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.007	.000	.026	.059	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
Y1.9	Pearson	.404**	.478**	.331**	.347**	.192	.125	.379**	.647**	1	.479**	.496**	.571**	.720**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.050	.206	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
Y1.10	Pearson	.416**	.413**	.527**	.193*	-.013	.107	.476**	.494**	.479**	1	.814**	.391**	.691**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.049	.892	.279	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
Y1.11	Pearson	.489**	.442**	.398**	.231*	.119	.000	.360**	.521**	.496**	.814**	1	.430**	.700**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.018	.228	1.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
Y1.12	Pearson	.303**	.556**	.277**	.349**	.317**	-.109	.256**	.490**	.571**	.391**	.430**	1	.634**
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.004	.000	.001	.269	.009	.000	.000	.000	.000		.000
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104
Total	Pearson	.664**	.595**	.547**	.609**	.404**	.321**	.591**	.801**	.720**	.691**	.700**	.634**	1
	Correlation													
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104	104

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

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

2. Uji Reliabilitas

A. Harga (X1)

---

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.864	9

---

B. Lokasi (X2)

---

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.856	9

---

C. Promosi (X3)

---

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.838	9

---

D. Keputusan Pembelian (Y)

---

Cronbach's	
Alpha	N of Items
.825	12

---

Lampiran 13 : Hasil Uji Asumsi Klasik

**1. Uji Normalitas**

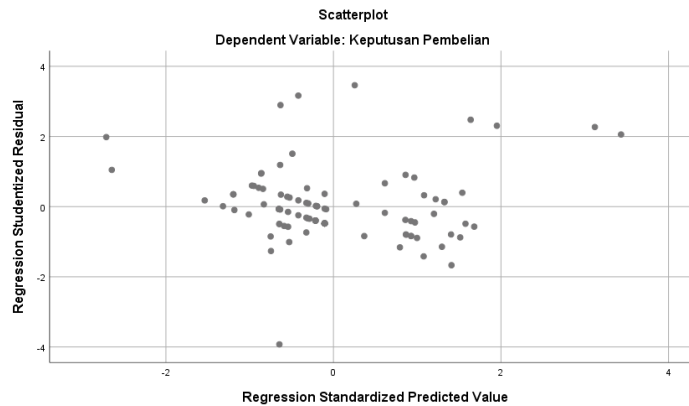
	Unstandardized Residual	Keterangan
N	104	Jumlah Sampel
Test Statistic	.088	>0,05
Asymp.Sig.(2-tailed)	.054 <sup>c</sup>	>0,05

**2. Uji Multikolinearitas**

Model	Coefficients <sup>a</sup>				Collinearity Statistics		
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Tolerance	VIF
	B	Std. Error	Beta				
1 (Constant)	23.884	3.458		6.906	.000		
Harga	.186	.095	.181	1.960	.053	.742	1.348
Lokasi	.321	.082	.352	3.906	.000	.784	1.275
Promosi	.194	.072	.242	2.703	.008	.793	1.261

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

**3. Uji Heteroskedastisitas**



**4. Uji Autokorelasi**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.604 <sup>a</sup>	.365	.346	2.38993	1.924

a. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 14 : Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients <sup>a</sup>							
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error				Tolerance	VIF
1 (Constant)	23.884	3.458		6.906	.000		
Harga	.186	.095	.181	1.960	.053	.742	1.348
Lokasi	.321	.082	.352	3.906	.000	.784	1.275
Promosi	.194	.072	.242	2.703	.008	.793	1.261

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 15 : Hasil Uji Hipotesis

1. Uji-t (Parsial)

Coefficients <sup>a</sup>								
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients			Collinearity Statistics		VIF
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	Tolerance		
1 (Constant)	23.884	3.458		6.906	.000			
Harga	.186	.095	.181	1.960	.053	.742	1.348	
Lokasi	.321	.082	.352	3.906	.000	.784	1.275	
Promosi	.194	.072	.242	2.703	.008	.793	1.261	

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

2. Uji-F (Simultan)

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	327.710	3	109.237	19.125	.000 <sup>b</sup>
	Residual	571.175	100	5.712		
	Total	898.885	103			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Lokasi, Harga