

## DAFTAR PUSTAKA

- Agus , Riyanto.2017. Statisk Deskriptif, Yogyakarta, Nuha Medika
- Ali, Hasan, 2013.Marketing edisi baru. Yogyakarta, Media Pressindo
- Buchari Alma. 2015. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Durianto, darmadi, 2013. Strategi Menaklukkan Pasar melalui riset ekuitas dan perilaku merk Cetakan 23.Jakarta PT.Gramedia Pustaka Utama.
- Ferdinand, Augusty. 2014. *Metode Penelitian Manajemen. Edisi 2*. BP Universitas Diponegoro. Semarang.
- Harlock, Elizabeth B. 1980. Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan. Jakarta, Indonesia: Penerbit Erlangga.
- Indriyo, gitusudarmo, 2013. Manajemen Keuangan Edis 14 . Yogyakarta, BPFE
- J Setiadi, nugroho, 2013. Perilaku Konsumen, Jakarta. PT.Kencana
- Kolter & Amstrong, 2012. Prinsip-Prinsip Marketing, Edisi Kesembilan, Penerbit Salemba Empat, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin lae keller .2014, Manajemen Pemasaran jilid 2 (Edisi keempat Belas). Jakarta: Alrlangga

- Lamb, Hair, dan McDaniel. 2001. *Pemasaran Buku 2* . Jakarta: Salemba Empat.
- Mileva, Lubiana (2018) “Pengaruh *Social Media Marketing* Terhadap Keputusan Pembelian (*Survei Online* Pada Mahasiswa Sarjana Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Angkatan 2014/2015 Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Yang Membeli Starbucks Menggunakan *Line*)”. Fakultas Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang
- Puspitasari, Andi Rezeki (2018) “Pengaruh Buzz Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Chocolicious Di Kota Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh Buzz Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Chocolicious Di Kota Makassar”. Fakultas Ekonomi, Universitas Negeri Makassar
- Singgih Santoso. 2010. *Menguasai Statistik di Era Informasi Dengan SPSS 14*. Jakarta : PT. ELEX Media Komputindo.
- Simamora, Bilson. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Penerbit : PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Suharsini, Arikunto. 2016. *Prosedur Penelitian (Edisi Revisi)*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung. Alfabeta.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Stanton, William J, 2014, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1 Edisi ke 8, Alih Bahasa oleh Yohanes Lamarto, Jakarta: Erlangga.

Tjiptono, Fandy. 2012, *Strategi pemasaran* (Edisi Kedua). Yogyakarta: Andi.

Wibowo. 2017. *Manajemen Kinerja*. Edisi Ketiga. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Wahyutyasto, Ganes (2017) "*Pengaruh Mobile Marketing Terhadap Minat Beli Konsumen Studi Pada California Fried Chicken Store Universitas Telkom Bandung*". universitas Telkom Bandung

## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Candra Susanto  
NIM : 151500143  
Program studi : Manajemen  
Tanggal Pengajuan Skripsi : 22 oktober 2019  
Judul Skripsi : "Pengaruh pengadaan  
*marketing tools* terhadap minat  
beli calon konsumen di  
apartemen Grand Sungkono  
Lagoon Surabaya"  
Dosen Pembimbing : Dr.Fachrudy As'ari,S.Psi.,M.M  
Siti Samsiyah, SE.,MM

No	Tgl	Materi	Ket	Ttd
1	22/10/18	Identifikasi masalah	Judul	
2	01/11/18	ACC Judul	Bab I	
3	13/11/18	Bab I	Revisi	
4	21/11/18	Bab I Revisi	Bab II	
5	06/12/18	Bab II	Revisi	
6	13/12/18	Bab II	ACC&Bab III	
7	03/01/19	Bab III	Revisi& Kuisisioner	
8	09/01/19	Bab II&Kuisisioner	Revisi	
9	25/01/19	Kuisisioner	ACC	
10	28/01/19	Bab III	ACC&Sempro	
11	08/05/19	Bab IV	Revisi	
12	21/05/19	Bab IV	Revisi	
13	29/06/19	Bab IV	Revisi	

14	17/06/19	Bab IV-V	Revisi	/
15	27/06/19	Bab IV-V	ACC&Artikel	/

Tanggal selesai menulis skripsi : 10 Juli 2019

Telah diuji dengan nilai :

Surabaya, 10 Juli 2019

Dosen Pembimbing I,



Dr. Fachrudiy Asj'ari, S.Psi., M.M

NIP/NPP :1202612/DY

Dosen Pembimbing II,



Siti Samsiyah/SE/MM

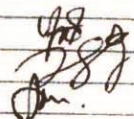
NIP/NPP :1511749/DY

**DAFTAR HADIR  
PESERTA SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN**

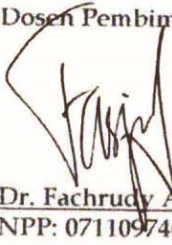
Nama : Candra Susanto  
 Program Studi/Angkatan : Manajemen/2015  
 NIM : 151500143

Judul : Pengaruh Pengadaan Show Unit sebagai Marketing Tools terhadap Minat Beli Calon Konsumen di Apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya

NO	NIM	NAMA	PROGRAM STUDI	TANDA TANGAN
1	15-150-0043	Indah Ayu Dwi L.	Manajemen	Atij
2	15-150-0163	Istika Rohmawati M	"	Atij
3	15-150-0207	RIZKI DWI R	"	Para
4	15-150-0076	Prinanda Dony A.	"	Dj
5	15-150-0090	Movia Risma p.	"	Atij
6	15-150-0209	Aliq Abdah	"	Atij
7	15-150-0073	Muthi Kusuma Adi	"	<del>Atij</del>
8	15-150-0074	Tira Rizky A	"	<del>Atij</del>
9	15-150-0110	Mur Ari W	"	<del>Atij</del>
10	15-150-0145	Siti Asmaul k.	"	<del>Atij</del>
11	15-150-0191	Lailatul U.	"	<del>Atij</del>
12	15-150-0192	Arti prasfiani	"	<del>Atij</del>
13	15-150-0191	Amalia Eva K	"	<del>Atij</del>
14	15-150	Dwi Cahyaning	"	<del>Atij</del>
15	15-150-0121	Subeki	"	<del>Atij</del>
16	15-150-0122	Fingki	"	<del>Atij</del>
17	15-150-0021	Randi Fery	"	<del>Atij</del>
18	15-150-0200	Ayu Triandung	Manajemen	Atij
19	15-150-012	Agus Budiman	"	Atij


20	15-150-0226	Toga Dwi	Manajemen	
21	15-150-0126	Abie Setiawan	Manajemen	
22	15-150-0009	Ayu Arhaneng		
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing I



Dr. Fachrudin Asjari, S.Psi., M.M.  
NPP: 0711097403

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing II



Siti Samsiyah, S.E., M.M.  
NPP: 0021054701

Surabaya, 20 Juni 2019  
Mahasiswa



Candra Susanto  
NIM: 151500143

**PENGARUH PENGADAAN SHOW UNIT SEBAGAI  
MARKETING TOOLS TERHADAP MINAT BELI CALON  
KONSUMEN DI APARTEMEN GRAND SUNGKONO  
LAGOON SURABAYA  
LEMBAR KUESIONER**

Terima kasih atas partisipasi anda menjadi salah satu responden untuk mengisi kuesioner ini, penelitian ini bertujuan untuk memenuhi tugas akhir (skripsi) program studi Manajemen Fakultas Ekonomi PGRI Adi Buana Surabaya. Kami sangat menghargai kesesuaian anda dalam mengisi kuesioner ini, dan kami menjamin kerahasiaan identitas dan pendapat yang terdapat dalam kuesioner ini. Atas kerjasama dan bantuannya, saya banyak mengucapkan terima kasih.

**Petunjuk pengisian**

Isilah dengan singkat dan jelas berdasarkan identitas Bapak/Ibu/Saudara dengan memberi tanda (√) check list sesuai dengan pilihan jawaban yang ada pada kolom isian tersedia, tidak diperkenankan memberikan lebih dari satu (1) jawaban pada setiap poin pernyataan.

**Keterangan Pilihan Jawaban**

No	Jawaban	Nilai
1.	Sangat Setuju (SS)	1
2.	Setuju (S)	2
3.	Netral (N)	3
4.	Tidak Setuju (TS)	4
5.	Sangat Tidak Setuju (STS)	5



## Identitas Responden

### B. Identitas Responden

Nama :

Pendidikan :SLTA

Diploma S1

S2

Usia :

Tahun

Jenis Kelamin : Pria...../ ..... Wanita\*

Hormat Kami

Candra Susanto

### 1. Kuesioner Variabel Marketing Tool (X)

No	Pertanyaan	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	<b>Periklanan</b> Pihak developer mempromosikan Unit apartemen dengan menggunakan iklan dibaliho .					
2	Pihak developer mengiklankan unit apartemen dimedia cetak .					
3	<b>Promosi</b> Pihak developer menawarkan discount khusus untuk menarik minat konsumen untuk membeli unit apartemen.					
4	Pihak developer memberikan hadiah langsung bagi konsumen yang membeli unit apartemen.					
5	<b>Publikasi</b> Pihak developer menggunakan minatur unit apartemen untuk menunjukkan gambaran unit aslinya.					
6	Miniatur unit apartemen menjadi marketing tools bagi pihak developer untuk menarik minat konsumen dalam membeli unit apartemen.					

7	<b>Show Unit</b> Pihak developer membuat show unit untuk meyakinkan pembeli apartemen.					
8	Show unit dibuat sama seperti unit yang ditawarkan ke konsumen.					

## 2. Minat Beli (Y)

No	Pertanyaan	JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1	<b>Minat transaksional</b> Minat beli unit Apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya karena kualitasnya yang baik.					
2	Minat beli unit Apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya tidak karena pelayanan.					
3	<b>Minat preferensial</b> Tertarik dan ingin membeli unit Apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya setelah mendengar rekomendasi dari teman.					
4	Minat pembelian ulang di unit Apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya dikarenakan					

	bukan karena lagi booming.					
5	<b>Minat referensial</b> Saya berkunjung ke unit Apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya karena refrensi dari teman.					
6	Minat beli unit Apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya bukan Karena refrensi dari teman					
7	<b>Minat eksploratif</b> Saya mengatakan keunggulan Minat beli unit Apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya kepada teman-teman saya.					
8	Saya tidak merekomendasikan untuk membeli unit Apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya di sosial media.					

## LAMPIRAN KARAKTERISTIK RESPONDEN

a. Berdasarkan Jenis Kelamin

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
Laki-laki	54	67.5
Perempuan	26	32.5
Total	80	100

b. Berdasarkan Usia Responden

<b>Usia</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Persentase</b>
< 25 tahun	3	3.75
25 s/d 35 Tahun	27	31.76
36 s/d 45 Tahun	35	43.75
> 45 Tahun	15	18,75
Total	80	100

## LAMPIRAN FREKUENSI JAWABAN RESPONDEN

### a. Variabel Marketing Tools

#### **MT\_1\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.8	3.8	3.8
	3.00	17	21.3	21.3	25.0
	4.00	38	47.5	47.5	72.5
	5.00	22	27.5	27.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

#### **MT\_1\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	5.0	5.0	5.0
	3.00	19	23.8	23.8	28.8
	4.00	44	55.0	55.0	83.8
	5.00	13	16.3	16.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

#### **MT\_2\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.8	3.8	3.8
	3.00	18	22.5	22.5	26.3
	4.00	44	55.0	55.0	81.3
	5.00	15	18.8	18.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**MT\_2\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.8	3.8	3.8
	3.00	17	21.3	21.3	25.0
	4.00	41	51.3	51.3	76.3
	5.00	19	23.8	23.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**MT\_3\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.8	3.8	3.8
	3.00	19	23.8	23.8	27.5
	4.00	43	53.8	53.8	81.3
	5.00	15	18.8	18.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**MT\_3\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.8	3.8	3.8
	3.00	24	30.0	30.0	33.8
	4.00	36	45.0	45.0	78.8
	5.00	17	21.3	21.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**MT\_4\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.3	1.3	1.3
	3.00	8	10.0	10.0	11.3
	4.00	51	63.8	63.8	75.0
	5.00	20	25.0	25.0	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**MT\_4\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.5	2.5	2.5
	3.00	10	12.5	12.5	15.0
	4.00	45	56.3	56.3	71.3
	5.00	23	28.8	28.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

b. Variabel Minat Beli

**MB\_1\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.3	1.3	1.3
	2.00	1	1.3	1.3	2.5
	3.00	18	22.5	22.5	25.0
	4.00	35	43.8	43.8	68.8
	5.00	25	31.3	31.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	



**MB\_1\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.8	3.8	3.8
	3.00	19	23.8	23.8	27.5
	4.00	47	58.8	58.8	86.3
	5.00	11	13.8	13.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**MB\_2\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.3	1.3	1.3
	2.00	2	2.5	2.5	3.8
	3.00	18	22.5	22.5	26.3
	4.00	49	61.3	61.3	87.5
	5.00	10	12.5	12.5	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**MB\_2\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.8	3.8	3.8
	3.00	24	30.0	30.0	33.8
	4.00	40	50.0	50.0	83.8
	5.00	13	16.3	16.3	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

**MB\_3\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.3	1.3	1.3
	2.00	2	2.5	2.5	3.8
	3.00	21	26.3	26.3	30.0
	4.00	45	56.3	56.3	86.3
	5.00	11	13.8	13.8	100.0
	Total	80	100.0	100.0	

### **MB\_3\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.8	3.8	3.8
	3.00	27	33.8	33.8	37.5
	4.00	44	55.0	55.0	92.5
	5.00	6	7.5	7.5	100.0
		Total	80	100.0	100.0

### **MB\_4\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.5	2.5	2.5
	3.00	22	27.5	27.5	30.0
	4.00	46	57.5	57.5	87.5
	5.00	10	12.5	12.5	100.0
		Total	80	100.0	100.0

### **MB\_4\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	1.00	1	1.3	1.3	1.3
	2.00	2	2.5	2.5	3.8
	3.00	26	32.5	32.5	36.3
	4.00	46	57.5	57.5	93.8
	5.00	5	6.3	6.3	100.0
Total		80	100.0	100.0	



MT_3_1	Pearson Correlation	.625**	.714**	.448**	.573**	1	.469**	.276*	.381**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.013	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
MT_3_2	Pearson Correlation	.507**	.472**	.455**	.534**	.469*	1	.319**	.431**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.004	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
MT_4_1	Pearson Correlation	.306**	.314**	.275*	.352**	.276*	.319**	1	.624**	.561**
	Sig. (2-tailed)	.006	.005	.013	.001	.013	.004		.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
MT_4_2	Pearson Correlation	.379**	.412**	.382**	.376**	.381*	.431**	.624**	1	.658**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.001	.000	.000	.000		.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
MT_TOTAL	Pearson Correlation	.842**	.807**	.722**	.839**	.764*	.715**	.561**	.658**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80

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

b. Variabel Minat Beli

**Correlations**

		MB_1 _1	MB_1 _2	MB_2 _1	MB_2 _2	MB_3 _1	MB_3_2	MB_4_1	MB_4_2	MB_TOTAL
MB_1 _1	Pearson Correlation	1	.390**	.440**	.544**	.445**	.528**	.428**	.556**	.690**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
MB_1 _2	Pearson Correlation	.390**	1	.572**	.425**	.968**	.618**	.765**	.671**	.838**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
MB_2 _1	Pearson Correlation	.440**	.572**	1	.476**	.590**	.564**	.609**	.592**	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
MB_2 _2	Pearson Correlation	.544**	.425**	.476**	1	.427**	.676**	.455**	.626**	.725**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	80	80	80	80	80	80	80	80	80
MB_3 _1	Pearson Correlation	.445**	.968**	.590**	.427**	1	.601**	.773**	.674**	.850**



## LAMPIRAN UJI RELIABILITAS

a. Variabel Show Unit

### **Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	80	100.0

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

### **Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	8

b. Variabel Marketing Tools

### **Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	80	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	80	100.0

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



### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.918	8

### Uji Normalitas

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		80
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.46085623
Most Extreme Differences	Absolute	.076
	Positive	.047
	Negative	-.076
Test Statistic		.076
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 <sup>c,d</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

LAMPIRAN ANALISIS REGRESI LINIER BERGANDA

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

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 <sup>a</sup>	.452	.445	3.48297

a. Predictors: (Constant), Marketing Tool's

b. Dependent Variable: Minat Beli

**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	779.975	1	779.975	64.296	.000 <sup>b</sup>
	Residual	946.225	78	12.131		
	Total	1726.200	79			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Marketing Tool's

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	8.029	2.811		2.856	.005
	Marketing Tool's	.706	.088	.672	8.018	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Responden	MARKETING TOOLS								Jumlah
	MT_1_1	MT_1_2	MT_2_1	MT_2_2	MT_3_1	MT_3_2	MT_4_1	MT_4_2	
Resp_1	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_2	2	2	2	2	2	2	2	2	16
Resp_3	4	5	4	4	5	5	4	5	36
Resp_4	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_5	5	4	4	5	4	5	4	5	36
Resp_6	4	5	4	5	5	4	5	4	36
Resp_7	5	5	5	5	4	3	5	4	36
Resp_8	4	5	5	4	4	4	4	4	34
Resp_9	5	5	5	5	5	5	5	5	40
Resp_10	5	4	5	5	4	4	5	4	36
Resp_11	5	4	5	4	5	5	4	5	37
Resp_12	3	2	3	3	3	3	5	5	27
Resp_13	2	2	2	2	2	2	5	5	22
Resp_14	5	4	4	5	4	4	4	4	34
Resp_15	5	5	4	4	5	4	4	4	35
Resp_16	4	5	4	5	4	5	4	5	36
Resp_17	5	4	4	4	4	4	4	4	33
Resp_18	4	4	4	4	5	3	3	3	30
Resp_19	5	4	3	5	5	4	5	5	36
Resp_20	5	4	4	5	4	4	5	5	36
Resp_21	5	4	5	4	5	3	4	4	34
Resp_22	5	4	4	5	4	5	5	4	36
Resp_23	5	4	5	5	4	5	4	4	36
Resp_24	4	4	4	4	4	5	5	4	34
Resp_25	4	3	3	4	4	4	4	4	30
Resp_26	2	2	2	2	2	2	3	2	17

Resp_27	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_28	4	4	4	4	4	3	4	4	31
Resp_29	5	4	4	5	4	4	4	4	34
Resp_30	5	4	5	4	5	4	4	5	36
Resp_31	5	3	4	5	3	4	3	3	30
Resp_32	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_33	4	3	4	4	4	4	4	4	31
Resp_34	3	3	3	3	5	5	3	3	28
Resp_35	4	4	4	4	5	3	4	5	33
Resp_36	5	4	3	5	5	4	4	4	34
Resp_37	5	4	4	5	4	4	4	4	34
Resp_38	4	4	4	4	5	3	5	4	33
Resp_39	5	4	3	5	4	5	4	4	34
Resp_40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_41	3	4	4	3	4	5	4	4	31
Resp_42	5	3	3	5	3	3	5	5	32
Resp_43	3	3	5	3	3	5	5	5	32
Resp_44	4	4	4	4	4	4	4	3	31
Resp_45	4	4	4	4	4	5	5	5	35
Resp_46	4	4	4	4	4	4	5	4	33
Resp_47	4	4	5	4	3	5	4	5	34
Resp_48	3	3	3	3	3	5	5	4	29
Resp_49	4	4	5	4	4	4	4	4	33
Resp_50	3	3	5	3	3	3	4	4	28
Resp_51	4	3	4	4	3	3	3	3	27
Resp_52	4	5	5	4	3	3	4	4	32
Resp_53	3	4	3	3	4	3	4	4	28
Resp_54	3	3	3	3	3	3	4	4	26
Resp_55	4	4	4	4	4	4	5	5	34





Resp_26	2	2	2	2	2	2	2	2	16
Resp_27	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_28	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_30	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_31	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_32	4	3	3	4	3	4	3	4	28
Resp_33	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_34	5	3	3	3	3	3	3	3	26
Resp_35	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_36	5	3	3	3	3	3	3	3	26
Resp_37	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_38	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_39	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_40	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_41	3	4	4	3	4	3	4	3	28
Resp_42	3	3	3	3	3	3	3	3	24
Resp_43	5	3	5	3	3	3	3	3	28
Resp_44	5	4	5	4	4	3	4	4	33
Resp_45	4	4	4	3	4	4	4	4	31
Resp_46	4	4	5	4	4	4	4	4	33
Resp_47	5	4	5	4	4	4	4	4	34
Resp_48	5	3	5	5	3	3	3	3	30
Resp_49	4	4	4	5	4	4	4	3	32
Resp_50	5	3	3	5	3	3	3	3	28
Resp_51	4	4	4	4	4	4	4	4	32
Resp_52	4	4	4	5	4	4	4	4	33







PT. PP PROPERTI

Hal : Selesai penelitian skripsi

Kepada Yth :

Ketua Program Studi Manajemen

Universitas PGRI Adi Buana Surabaya

Di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan surat pengantar dari Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya perihal Penelitian Skripsi mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya jurusan Manajemen, di Perusahaan kami atas nama :

Nama : CANDRA SUSANTO

No Reg : 151500143

Prodi : Manajemen

Judul Skripsi : **"Pengaruh pengadaan show unit sebagai marketing tools terhadap minat beli calon konsumen di apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya"**.

Dengan ini kami menerangkan bahwa mahasiswa tersebut benar telah melaksanakan Penelitian Skripsi mulai bulan Januari 2019 sampai dengan April 2019 pada PT PP Properti Apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya.

Demikian Surat Keterangan ini kami sampaikan, atas perhatian Bapak/Ibu kami ucapkan terima kasih.

Sidoarjo, 16 April 2019

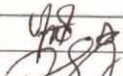
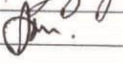

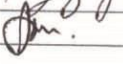
HASAN.M

**DAFTAR HADIR  
PESERTA SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN**

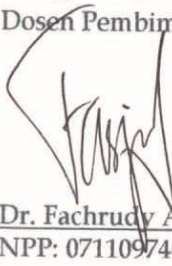
Nama : Candra Susanto  
 Program Studi/Angkatan : Manajemen/2015  
 NIM : 151500143

Judul : Pengaruh Pengadaan Show Unit sebagai Marketing Tools terhadap Minat Beli Calon Konsumen di Apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya

NO	NIM	NAMA	PROGRAM STUDI	TANDA TANGAN
1	15-150-0047	Indah Ayu Dwi L.	Manajemen	Atiq
2	15-150-0167	Istika Rohmawati M	— " —	Diana
3	15-150-0207	RIRIN DWI S	— " —	Purnama
4	15-150-0076	Primanda Dony A.	— " —	Dia
5	15-150-0090	Novia Risma p.	"	Novia
6	15-150-0209	Aliq Abdah	"	Aliq
7	15-150-0073	Muti Kusuma Adi	— " —	<del>Handwritten signature</del>
8	15-150-0074	Tita Risky A	— " —	Tita
9	15-150-0110	Mur Ari W	— " —	Mur
10	15-150-0145	Siti Asmaul K.	"	Siti
11	15-150-0191	Lailatul U.	— " —	Laila
12	15-150-0187	Asti Prasriani	"	Asti
13	15-150-0191	Amalia Era K	— " —	Amalia
14	15-150	Dwi Cahyaning	— " —	Dwi
15	15-150-0121	Subeki	— " —	Subeki
16	15-150-0026	Fingki	— " —	Fingki
17	15-150-0021	Randi Fery	"	Randi
18	15-150-0200	Ayu Triandeng	Manajemen	Ayu
19	15-150-0112	Agus Budiman	— " —	Agus

20	15-150-0226	Toga Dwi	Manajemen	
21	15-150-0120	Abie Sofyan	Manajemen	
22	15-150-0043	Ayu Ariyaning		
23				
24				
25				
26				
27				
28				
29				
30				

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing I



Dr. Fachrudin Asj'ari, S.Psi., M.M.  
NPP: 0711097403

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing II

Siti Samsiyah, S.E., M.M.  
NPP: 0021054701

Surabaya, 20 Juni 2019  
Mahasiswa



Candra Susanto  
NIM: 151500143



## UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA

Kampus I : Jl. Ngageldadi III B/37 Surabaya Telp. 031-5041097  
Kampus II : Jl. Dukuh Menanggal XII/04 Surabaya . Telp-0318281181

### BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

1. Nama Mahasiswa : Candra Susanto
2. NIM : 151500143
3. Program Studi : Manajemen
4. Tanggal Sidang Skripsi : 26 Juli 2019
5. Judul Skripsi : "Pengaruh pengadaan marketing tools terhadap minat beli calon konsumen di apartemen Grand Sungkono Lagoon Surabaya"
6. Dosen Penguji : Dra.Siti Istikhoro, M.Si  
SutamaWisnuDyatmika, SE.,M.M
7. Konsultasi :

No	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	TANDA TANGAN
1.	7-8-2018	Rancangan Penelitian Hal 48 (ACC)	f
2.	7-8-2018	Penulisan Daftar Pustaka Uji T (ACC)	f
3.	8-8-2018	Bab I Spasi Penulisan (ACC)	f
4.	8-8-2018	Bab II Penelitian terdahulu (ACC)	g
5.	8-8-2018	Bab III Rancangan Penelitian (ACC)	g
6.	8-8-2018	Bab IV Deskripsi Penelitian (ACC)	f

Surabaya, 08 Agustus 2019

Penguji I,

Dra. Siti Istikhoro, M.Si  
NIP : 196710191992032001

Penguji II,

Sutama Wisnu Dyatmika, SE., M.M  
NIP / NPP : 1507732 / DY