

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan tentang pengaruh bauran pemasaran terhadap keputusan konsumen membeli kembali produk Tupperware pada *Business Leader* Mutiara Rinjani Mataram sebagai berikut:

1. Bauran pemasaran yang terdiri dari variabel produk (X1), harga (X2), promosi (X3), tempat (X4) secara bersama-sama atau simultan mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan konsumen membeli kembali produk Tupperware pada *Business Leader* Mutiara Rinjani Mataram.
2. Tidak semua variabel bauran pemasaran berpengaruh signifikan terhadap keputusan konsumen *Business Leader* Mutiara Rinjani Mataram. Ada beberapa variabel yang tidak berpengaruh secara signifikan adalah harga, promosi dan tempat atau lokasi. Sedangkan variabel yang berpengaruh signifikan secara parsial yaitu variabel produk.
3. Bauran pemasaran mempunyai pengaruh sebesar 70,5% dan 29,5% di pengaruhi oleh variabel lain. Sehingga dapat dikatakan semua variabel bauran pemasaran berpengaruh sangat besar dalam pembelian kembali konsumen pada *Business Leader* Mutiara Rinjani Mataram.

5.2. Saran – saran

Untuk dapat dipakai sebagai bahan pertimbangan dan masukan bagi *Business Leader* Mutiara Rinjani Mataram dan sebagai referensi peneliti selanjutnya, maka penulis mengajukan saran yaitu:

1. Bagi *Business Leader* Mutiara Rinjani Mataram harus meningkatkan kualitas produk supaya semua konsumen semakin tertarik dengan kualitas produk Tupperware khususnya pada perusahaan *Business Leader* Mutiara Rinjani Mataram.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Menyadari bahwa penelitian ini belum sempurna, maka disarankan pada peneliti selanjutnya untuk meneliti faktor-faktor lain yang bisa meningkatkan keputusan membeli kembali konsumen.



DAFTAR PUSTAKA

- Adji (2013). Bauran pemasaran. Melalui <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>
- Amalia (2013) “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Berbelanja Di Matahari Departemen Store Lembuswana Samarinda” Melalui [https://JurnalIlmiahManajemen Dan Bisnis Vol. 03](https://JurnalIlmiahManajemenDanBisnisVol.03)
- Angipora.(2002).Produk dan jasa. Melalui (jurnalUniversitasNegeri Jakarta Vo.3, No. 1).
- Drucker.1985. *Innovation and Enterpreneurship* Melalui www.toko-abee.com (di akses 11 pebruari 2017).
- Engel (1994) Perilaku konsumen. Melalui <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>
- Eni. (2002). “Analisis kebijakan bauran pemasaran terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk perusahaan kosmetik Avon cabang Mataram” Melalui <https://jurnal.umsu.ac.id>
- Foster, (2008) Keputusan konsumen. Melalui <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>
- Fandy (2001). Perilaku — konsumen. Melalui <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>
- Gitosudarmo. (1994). *Promosi Advertising and Integrated Brand Promotion fifth edition.Sout-Western Cengage Learning*
- Imama. (2013). berjudul “pengaruh social dan budaya serta pribadi dan psikologis terhadap pengambilan keputusan pembelian kosmetik wardah di kabupaten Jember. Melalui <https://ManajemenBisnis.co.id>
- Kotler, (1993). *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian)* Volume satu, Edisi ke tujuh, Terj.Adi Zakaria Affif, FE UI, Jakarta.
- Kotler, (1998). Manajemen pemasaran. Melalui <https://eprints.undif.ac.id>
- Kotler, 2002.Perilaku konsumen Bandung: Prenada media.
- Kotler, 2000.Perilaku konsumen dalam pengambilan keputusan: *the selection of on oftion from two or alternative choice* ”Melalui <https://dinus.ac.id/> (03/19/2005)
- Kotler (2012). *Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13/ Jilid 1. Jakarta: Erlangga*
- Kotler (2013:151). Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif, penerbit Alfabeta Bandung

- Nazir. (2003). “Metode pengumpulan data: Melalui <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>
- Sugiyono. (2014:80) Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif penerbit Alfabeta Bandung
- Sugiyono. 2014:30. Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif penerbit Alfabeta Bandung
- Supranto. (2003). Hipotesis: Melalui <https://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id>
- Tjiptono. 2008. Manajemen Strategik. ANDI, Yogyakarta Kamus Besar Bahasa Indonesia <http://kbbi.web.id/citra> Tupperware Indonesia. (www.Tupperware.co.id) diakses pada tahun 2015
- Utama I.G.A.S. (2001) “Analisis Beberapa Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam pembelian produk deterjen Bubuk (studipada BTN Rembige tahun 2000)”, Melalui [https://JurnalIlmiahManajemen Dan Bisnis](https://JurnalIlmiahManajemenDanBisnis) Vol. 15, No 01, April 2015.
- Widyawati (2013). “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian di Rumah Makan Bamara Surabaya” Melalui [https://JurnalIlmiahManajemen Dan Bisnis](https://JurnalIlmiahManajemenDanBisnis) Vol. 10





KUESIONER PENELITIAN

Responden yang terhormat,

Bersama ini saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar kuesioner yang diberikan. Informasi yang saudara/i berikan hanya semata-mata untuk data penelitian dalam rangka penyusunan tugas akhir skripsi dengan judul” **“Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kembali Produk Tupperware Business Leadr Mutiara Rinjani Mataram”**.

Saya berharap saudara/i menjawab dengan leluasa, sesuai dengan apa yang saudara/i rasakan dan terbuka. Sesuai dengan kode etik penelitian saya menjamin kerahasiaan semua data yang saudara/i berikan. Informasi yang saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti dalam penyelesaian penelitian ini. Atas perhatian saudara/i, saya ucapkan terimakasih, dan peneliti mohon maaf apabila ada pernyataan yang kurang berkenan dihati saudara/i.

Hormat Saya,

Peneliti:

SELAMET QURNIADI

NIM: 21512A0053

1. Data Umum Responden

1. Usia :
2. Tingkat pendidikan terakhir: (pilih salah satu alternatif jawaban)
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Perguruan Tinggi
3. Pekerjaan :
 - a. PNS
 - b. Karyawan Swasta
 - c. Wiraswasta
 - d. Pelajar/Mahasiswa
 - e. Lain-lain
4. Penghasilan
 - a. 1-4 juta
 - b. 4,1-8 juta
 - c. 8,1-12 juta
 - d. 12,1-16 juta
 - e. >16,1 juta

II. Daftar Pertanyaan

Berilah tanda (√) pada jawaban yang dianggap paling sesuai dengan keadaan saudara/i.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

Ks = kurang setuju

N = Netral

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Angket (kuesioner) Penelitian Tentang “Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Konsumen Membeli Kembali Produk Tupperware Business Leadr Mutiara Rinjani Mataram”.

NAMA RESPONDEN :

ALAMAT :

1. Variabel Produk

NO	INDIKATOR	STS	TS	KS	N	S	SS
1	Saya merasa produk Tupperware di Business Leader Mutiara Rinjani Mataram menarik						
2	Saya merasa produk Tupperware di Business Leader di Mutiara Rinjani Mataram sesuai dengan keinginan dan kebutuhan saya.						

2. Persepsi Harga (X)

NO	INDIKATOR	STS	TS	KS	N	S	SS
1	Saya merasa harga produk Tupperware di Business Leader di Mutiara Rinjani Mataram ini sesuai dengan kualitas.						
2	Saya merasa harga produk Tupperware di Business Leader Mutiara Rinjani Mataram sesuai dengan manfaat dan pelayanan yang saya dapatkan.						

3. Variabel Promosi

NO	INDIKATOR	STS	TS	KS	N	S	SS
1	Saya merasa penjual Tupperware Business Leader di Mutiara Rinjani Mataram memberikan komunikasi atau aktivitas pemasaran yang baik dalam menyampaikan informasi produk yang mereka tawarkan						
2	Saya merasa penjual Tupperware di Business Leader Mutiara Rinjani Mataram memberikan komunikasi atau aktivitas pemasaran yang dapat mempengaruhi konsumen untuk setia menggunakannya						

4. Lokasi

NO	INDIKATOR	STS	TS	KS	N	S	SS
1	Saya merasa lokasi Tupperware di Business Leader Mutiara Rinjani Mataram strategis						
2	Saya merasa lokasi Tupperware di Business Leader Mutiara Rinjani Mataram mudah dijangkau						
3	Saya merasa tempat parkir Tupperware di Business Leader di Mutiara Rinjani Mataram luas dan aman						

5. Minat membeli kembali (Y)

NO	INDIKATOR	STS	TS	KS	N	S	SS
1	Saya akan ke Tupperware Business Leader di Mutiara Rinjani Mataram saat akan membeli produk Tupperware						
2	Di kemudian hari, saya akan menganggarkan dana dan memilih untuk membeli kembali produk Tupperware pada Tupperware di Business Leader Mutiara Rinjani Mataram						

NO	produk X1		JUMLAH	Harga X2		JUMLAH	Promosi X3		JUMLAH	Lokasi X4			JUMLAH	Y		JUMLAH
	1	2		1	2		1	2		1	2	3		1	2	
1	4	4	8	3	4	7	4	4	8	3	3	3	9	3	3	6
2	5	4	9	3	4	7	2	4	6	3	3	3	9	3	3	6
3	5	4	9	3	4	7	2	4	6	4	4	3	11	4	4	8
4	2	4	6	3	2	5	2	3	5	3	3	3	9	3	3	6
5	2	4	6	3	2	5	2	5	7	4	3	3	10	4	4	8
6	2	4	6	3	2	5	2	5	7	3	3	3	9	4	4	8
7	2	4	6	3	4	7	4	5	9	3	3	3	9	4	3	7
8	5	5	10	5	3	8	4	5	9	4	3	3	10	4	4	8
9	4	3	7	4	3	7	4	5	9	4	4	3	11	3	3	6
10	5	4	9	4	3	7	3	5	8	4	3	3	10	3	3	6
11	4	4	8	5	3	8	3	4	7	3	3	3	9	4	3	7
12	4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	4	3	11	4	4	8
13	4	5	9	4	5	9	3	5	8	5	5	3	13	3	4	7
14	4	4	8	4	4	8	3	3	6	3	3	3	9	5	5	10
15	4	4	8	4	4	8	5	3	8	4	3	3	10	4	4	8
16	4	4	8	4	4	8	4	3	7	3	4	3	10	4	4	8
17	4	4	8	5	5	10	3	3	6	3	3	3	9	4	3	7
18	4	3	7	2	4	6	3	3	6	3	3	3	9	4	4	8
19	4	4	8	2	4	6	3	4	7	3	3	3	9	4	5	9
20	4	4	8	2	4	6	4	4	8	3	4	3	10	4	5	9
21	4	4	8	2	4	6	5	4	9	4	4	3	11	4	4	8
22	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	3	3	10	4	4	8
23	5	5	10	5	4	9	3	4	7	5	5	5	15	4	5	9
24	5	5	10	4	4	8	5	4	9	4	3	3	10	3	3	6
25	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	3	3	10	5	5	10
26	4	4	8	4	4	8	4	5	9	4	4	3	11	4	4	8
27	4	4	8	4	4	8	4	4	8	4	4	3	11	4	4	8
28	5	5	10	5	4	9	4	5	9	3	3	3	9	4	4	8
29	5	5	10	4	3	7	4	5	9	4	3	3	10	3	4	7
30	4	4	8	4	3	7	4	4	8	4	3	3	10	4	3	7
31	5	5	10	4	4	8	2	5	7	4	3	3	10	4	4	8
32	5	4	9	4	4	8	2	5	7	4	3	3	10	4	4	8
33	4	4	8	4	4	8	2	3	5	4	4	3	11	4	4	8
34	4	4	8	4	3	7	4	4	8	4	4	3	11	3	3	6
35	5	5	10	4	3	7	3	4	7	4	4	3	11	4	5	9
36	5	5	10	4	3	7	4	5	9	5	5	4	14	3	3	6
37	5	5	10	3	3	6	4	3	7	4	4	3	11	4	4	8
38	4	4	8	4	3	7	5	5	10	4	4	3	11	4	4	8
39	4	4	8	5	3	8	3	4	7	4	4	3	11	3	4	7
40	5	4	9	4	3	7	3	5	8	4	4	4	12	4	4	8
41	5	3	8	4	4	8	3	4	7	4	4	3	11	3	3	6
42	4	4	8	3	3	6	3	5	8	3	3	3	9	4	5	9
43	4	4	8	4	4	8	3	4	7	4	4	4	12	4	4	8
44	4	4	8	5	5	10	3	4	7	3	3	3	9	5	5	10
45	4	4	8	5	5	10	4	4	8	4	3	3	10	4	3	7
46	4	4	8	5	5	10	4	5	9	4	4	3	11	4	4	8
47	4	3	7	5	4	9	4	4	8	3	3	3	9	4	4	8
48	4	5	9	3	4	7	4	5	9	4	4	4	12	3	3	6
49	4	4	8	3	5	8	4	3	7	3	3	3	9	4	5	9
50	5	5	10	3	5	8	4	4	8	3	3	3	9	4	4	8

CORRELATIONS
 /VARIABLES=X1.1 X1.2 Produk
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /STATISTICS DESCRIPTIVES
 /MISSING=PAIRWISE

Correlations

		Notes
Output Created		26-JUL-2019 00:31:06
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X1.1 X1.2 Produk /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.08

[DataSet0]

Correlations

		X1.1	X1.2	Produk
X1.1	Pearson Correlation	1	.676**	.867**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	50	50	50
X1.2	Pearson Correlation	.676**	1	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	50	50	50
Produk	Pearson Correlation	.867**	.891**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	50	50	50

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.32	.513	50
X1.2	4.18	.596	50
Produk	8.46	.994	50

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

CORRELATIONS

/VARIABLES=X2.1 X2.2 harga
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /STATISTICS DESCRIPTIVES
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		Notes
Output Created		26-JUL-2019 00:36:01
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 50
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X2.1 X2.2 harga /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.00 00:00:00.05

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.30	.544	50
X2.2	4.12	.480	50
harga	8.42	.928	50

Correlations

		X2.1	X2.2	harga
X2.1	Pearson Correlation	1	.641**	.918**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	50	50	50
X2.2	Pearson Correlation	.641**	1	.893**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	50	50	50
harga	Pearson Correlation	.918**	.893**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	50	50	50

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

CORRELATIONS

/VARIABLES=X3.1 X3.2 promosi
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /STATISTICS DESCRIPTIVES
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		Notes
Output Created		26-JUL-2019 00:38:25
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
Missing Value Handling	N of Rows in Working Data File	50
	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax	Cases Used	CORRELATIONS /VARIABLES=X3.1 X3.2 promosi /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.
	Processor Time	00:00:00.05
Resources	Elapsed Time	00:00:00.06

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X3.1	3.94	.550	50
X3.2	4.20	.639	50
promosi	8.14	1.050	50

Correlations

		X3.1	X3.2	promosi
X3.1	Pearson Correlation	1	.558**	.863**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	50	50	50
X3.2	Pearson Correlation	.558**	1	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	50	50	50
promosi	Pearson Correlation	.863**	.901**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	50	50	50

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

CORRELATIONS

/VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 lokasi
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /STATISTICS DESCRIPTIVES
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		Notes
Output Created		26-JUL-2019 00:42:11
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing.
	Cases Used	Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 lokasi /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.03

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X4.1	3.70	.580	50
X4.2	3.50	.614	50
X4.3	3.12	.385	50
lokasi	10.32	1.332	50

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	lokasi
X4.1	Pearson Correlation	1	.658**	.438**	.866**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	50	50	50	50
X4.2	Pearson Correlation	.658**	1	.517**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	50	50	50	50
X4.3	Pearson Correlation	.438**	.517**	1	.719**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000
	N	50	50	50	50
lokasi	Pearson Correlation	.866**	.898**	.719**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50

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

CORRELATIONS

/VARIABLES=Y1.1 Y1.2 pembelian
 /PRINT=TWOTAIL NOSIG
 /STATISTICS DESCRIPTIVES
 /MISSING=PAIRWISE.

Correlations

		Notes
Output Created		26-JUL-2019 00:44:35
Comments		
Input	Active Dataset	DataSet0
	Filter	<none>
	Weight	<none>
	Split File	<none>
	N of Rows in Working Data File	50
Missing Value Handling	Definition of Missing	User-defined missing values are treated as missing. Statistics for each pair of variables are based on all the cases with valid data for that pair.
	Cases Used	
Syntax		CORRELATIONS /VARIABLES=Y1.1 Y1.2 pembelian /PRINT=TWOTAIL NOSIG /STATISTICS DESCRIPTIVES /MISSING=PAIRWISE.
Resources	Processor Time	00:00:00.00
	Elapsed Time	00:00:00.03

[DataSet0]

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1.1	3.80	.535	50
Y1.2	3.88	.689	50
pembelian	7.68	1.115	50

Correlations

		Y1.1	Y1.2	pembelian
Y1.1	Pearson Correlation	1	.654**	.884**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000
	N	50	50	50
Y1.2	Pearson Correlation	.654**	1	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000
	N	50	50	50
pembelian	Pearson Correlation	.884**	.932**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	50	50	50

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

RELIABILITY

```
/VARIABLES=X1.1 X1.2 Produk X2.1 X2.2 harga X3.1 X3.2 promosi X4.1 X4.2 X4.3 lokasi  
Y1.1 Y1.2 pembelian  
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL  
/MODEL=ALPHA  
/SUMMARY=TOTAL.
```

Reliability

Notes		
Output Created		26-JUL-2019 00:48:52
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File Matrix Input	DataSet0 <none> <none> <none> 50
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on all cases with valid data for all variables in the procedure. RELIABILITY /VARIABLES=X1.1 X1.2 Produk X2.1 X2.2 harga X3.1 X3.2 promosi X4.1 X4.2 X4.3 lokasi Y1.1 Y1.2 pembelian /SCALE('ALL VARIABLES') ALL /MODEL=ALPHA /SUMMARY=TOTAL.
Syntax		
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.02 00:00:00.02

[DataSet0]

Scale: ALL VARIABLES

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.681	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	81.76	23.574	.458	.654
X1.2	81.90	22.827	.516	.645
Produk	77.62	20.812	.476	.636
X2.1	81.78	24.420	.260	.670
X2.2	81.96	25.060	.172	.677
harga	77.66	23.698	.172	.683
X3.1	82.14	25.266	.099	.684
X3.2	81.88	23.455	.364	.659
promosi	77.94	22.996	.200	.683
X4.1	82.38	22.567	.583	.639
X4.2	82.58	23.065	.453	.650
X4.3	82.96	24.407	.410	.663
lokasi	75.76	18.717	.488	.632
Y1.1	82.28	25.798	.006	.691
Y1.2	82.20	24.122	.224	.673
pembelian	78.40	24.286	.053	.710



REGRESSION
 /MISSING LISTWISE
 /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA
 /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)
 /NOORIGIN
 /DEPENDENT pembelian
 /METHOD=ENTER produk harga promosi lokasi.

Regression

Notes		
Output Created		26-JUL-2019 02:56:10
Comments		
Input	Active Dataset Filter Weight Split File N of Rows in Working Data File	DataSet0 <none> <none> <none> 50
Missing Value Handling	Definition of Missing Cases Used	User-defined missing values are treated as missing. Statistics are based on cases with no missing values for any variable used. REGRESSION /MISSING LISTWISE /STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA /CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10) /NOORIGIN /DEPENDENT pembelian /METHOD=ENTER produk harga promosi lokasi.
Syntax		
Resources	Processor Time Elapsed Time	00:00:00.02 00:00:00.06

Notes		
Resources	Memory Required Additional Memory Required for Residual Plots	4512 bytes 0 bytes

[DataSet0]

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X4, X3, X1, X2 ^b	.	Enter

- a. Dependent Variable: Y
 b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854 ^a	.729	.705	.611

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	45.355	4	11.339	30.327	.000 ^b
	Residual	16.825	45	.374		
	Total	62.180	49			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X1, X2

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.157	.819		2.634	.012
	X1	.749	.132	.868	5.687	.000
	X2	-.085	.167	-.089	-.509	.613
	X3	-.010	.166	-.009	-.063	.950
	X4	.062	.101	.089	.618	.539

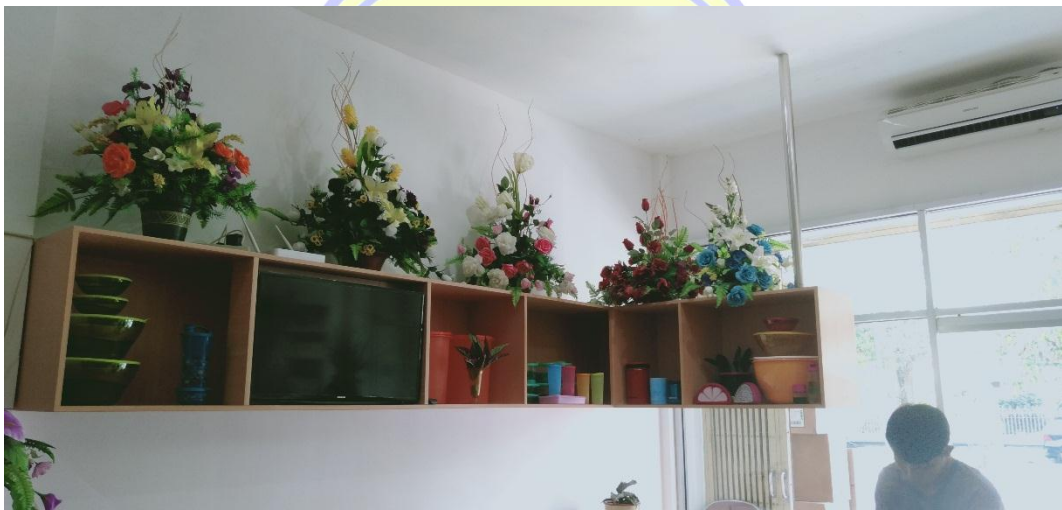
a. Dependent Variable: Y



DOKUMENTASI PENELITIAN









UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI "B"

Jalan K. H. Ahmad Dahlan No. 1 Telp. 639180-633723 Mataram

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : SELAMET QURNIADI
NIM : 21512A0053
Dosen Pembimbing I : Drs. Mintasrihardi, M.H
Judul Proposal Penelitian : Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan
Konsumen Membeli Kembali Produk *Tupperware* *Busines*
Leader Mutiara Rinjani Mataram.

No	Hari/Tanggal		Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
	Masuk	Keluar		
1		10/08/2019	Mengumpulkan data	
2			Data keorganisasian	
3			Check validasi data	
4			Check data keorganisasian	
5	-	14/08/2019	ADP usia	

Mengetahui Mataram, 2019

Kaprodi Administrasi Bisnis

(Lalu Hendra Maniza, S.Sos.,MM)
NIDN. 0828108484

Dosen Pembimbing I

(Drs. Mintasrihardi, M.H)
NIDN. 0830016101



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI "B"

Jalan K. H. Ahmad Dahlan No. 1 Telp. 639180-633723 Mataram

LEMBAR KONSULTASI SKRIPSI

Nama : SELAMET QURNIADI
NIM : 21512A0053
Dosen Pembimbing II : Selva, SE.,M.Sc.
Judul Proposal Penelitian : Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan
Konsumen Membeli Kembali Produk *Tupperware* *Busines*
Leader Mutiara Rinjani Mataram.

No	Hari/Tanggal		Materi Konsultasi	Paraf Pembimbing
	Masuk	Keluar		
1		20/08/2019	Perizinan	
2			Daftar Pustaka	
3			Perokosa Pengujian	
4		12/08/2019	Alt	
5				

Mengetahui Mataram, 2019

Kaprodi Administrasi Bisnis

(Lalu Hendra Maniza, S.Sos.,MM)
NIDN. 0828108484

Dosen Pembimbing II

(Selva, SE.,M.Sc.)
NIDN. 0811118601



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

Nama : SELAMET QURNIADI
NIM : 21512A0053
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : "ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI KEMBALI PRODUK TUPPERWARE BUSINES LEADER MUTIARA RINJANI MATARAM".

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	4	8	
2	Latar Belakang / Alasan	2	4	8	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,5	7	
4	Methodologi	3	4	12	
5	Penyajian Data	3	3,5	10,5	
6	Analisa Data	4	3	12	
7	Kesimpulan	2	3,5	7	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,5	10,5	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
Jumlah		25		89	

TOTAL BN

IP

TOTAL B

Mataram, 19 Agustus 2019

Penguji Utama,

Drs. Mintasrihardi, M.H

NIDN. 0830016101



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.


Nama : SELAMET QURNIADI
NIM : 21512A0053
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : "ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI KEMBALI PRODUK TUPPERWARE BUSINESS LEADER MUTIARA RINJANI MATARAM".

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistimatika	2	3,5	7	
2	Latar Belakang / Alasan	2	3,5	7	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,0	6	
4	Methodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	3,5	10,5	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3,5	7	
8	Konsistensi Bahasan	3	3,5	10,5	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
Jumlah		25		88,5	

TOTAL BN $88,5 = 3,54$
IP -----
TOTAL B 25

Mataram, 19 Agustus 2019
Penguji Netral,


Baiq Reinelda Tji Yunarni, S.E., M.Ak
NIDN. 0807058301



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI
Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Pada hari ini **Senin** Tanggal **Sembilan Belas** Bulan **Agustus** Tahun **2019** pukul **11.00 Wita** telah diselenggarakan **Ujian Skripsi** bertempat di Ruang Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram dan dinyatakan **LULUS / ~~TIDAK LULUS~~** dengan predikat **~~CUKUP~~ / ~~MEMUASKAN~~ / SANGAT MEMUASKAN**, CAM LAUDE, Mahasiswa :

Nama : **SELAMET QURNIADI**
NIM : 21512A0053
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis.
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : **"ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI KEMBALI PRODUK TUPPERWARE BUSINES LEADER MUTIARA RINJANI MATARAM".**

Rekap Nilai dari masing-masing Team Penguji sebagai berikut :

No	Nama Team Penguji Skripsi	Jabatan	IP Yg Diberikan
1	Drs. Mintasrihardi, M.H NIDN. 0830016101	PU	3,56
2	Selva, S.E., M.Sc NIDN. 0811118601	PP	3,78
3	Baiq Reinelda Tri Yunarni, S.E., M.Ak NIDN. 0807058301	PN	3,54
TOTAL			10,88

Jumlah IP 3,63
AI IP -----
Jmlh Penguji

Mataram, 19 Agustus 2019

TEAM PENGUJI SKRIPSI

Penguji Utama,	Penguji Pendamping,	Penguji Netral,
 Drs. Mintasrihardi, M.H NIDN. 0830016101	 Selva, S.E., M.Sc NIDN. 0811118601	 Baiq Reinelda Tri Yunarni, S.E., M Ak



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MATARAM
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Jalan KH. Ahmad Dahlan No.1 Telp. 639180 – 633723 Mataram

BERITA - ACARA

Lampiran : Berita Acara Ujian Skripsi Sarjana Lengkap Strata Satu Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram.

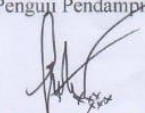
Nama : SELAMET QURNIADI
NIM : 21512A0053
Jurusan : Administrasi
Program Studi : Administrasi Bisnis
Konsentrasi : ENTREPRENEUR
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Mataram
Judul Skripsi : "ANALISIS PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN KONSUMEN MEMBELI KEMBALI PRODUK TUPPERWARE BUSINES LEADER MUTIARA RINJANI MATARAM".

KOMPONEN – KOMPONEN SKRIPSI YANG DI UJI

NO	KOMPONEN	BOBOT	NILAI	B X N	KET.
1	Sistematika	2	4	8	
2	Latar Belakang / Alasan	2	4	8	
3	Wawasan Pengetahuan	2	3,5	7	
4	Methodologi	3	3,5	10,5	
5	Penyajian Data	3	4	12	
6	Analisa Data	4	3,5	14	
7	Kesimpulan	2	3,5	7	
8	Konsistensi Bahasan	3	4	12	
9	Bahasa	2	4	8	
10	Sikap	2	4	8	
Jumlah		25		94,5	

TOTAL BN
IP ----- $94,5/25 = 3,78$
TOTAL B

Mataram, 19 Agustus 2019
Penguji Pendamping,


Selva, S.E., M.Sc
NIDN. 0811118601