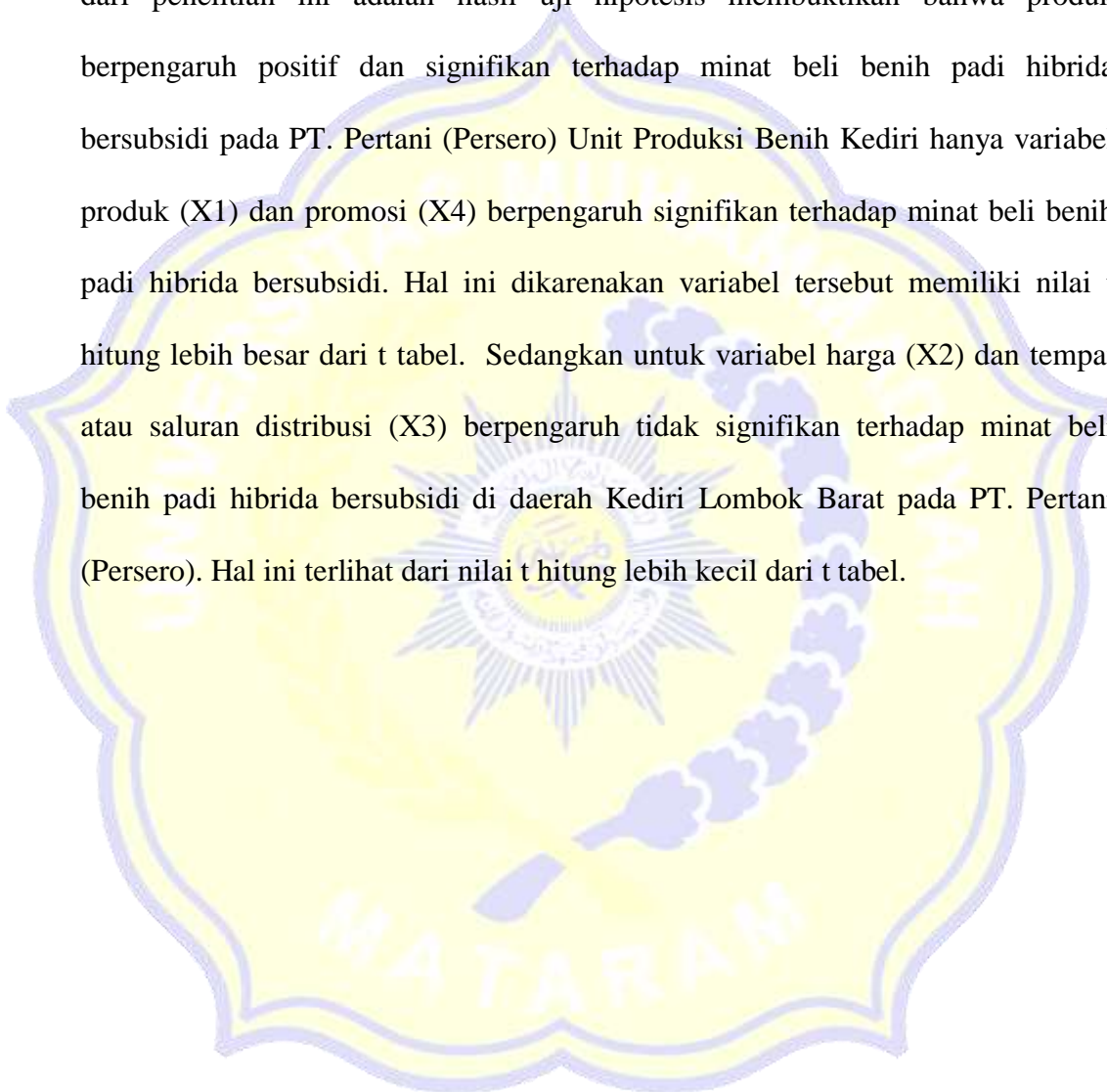


BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

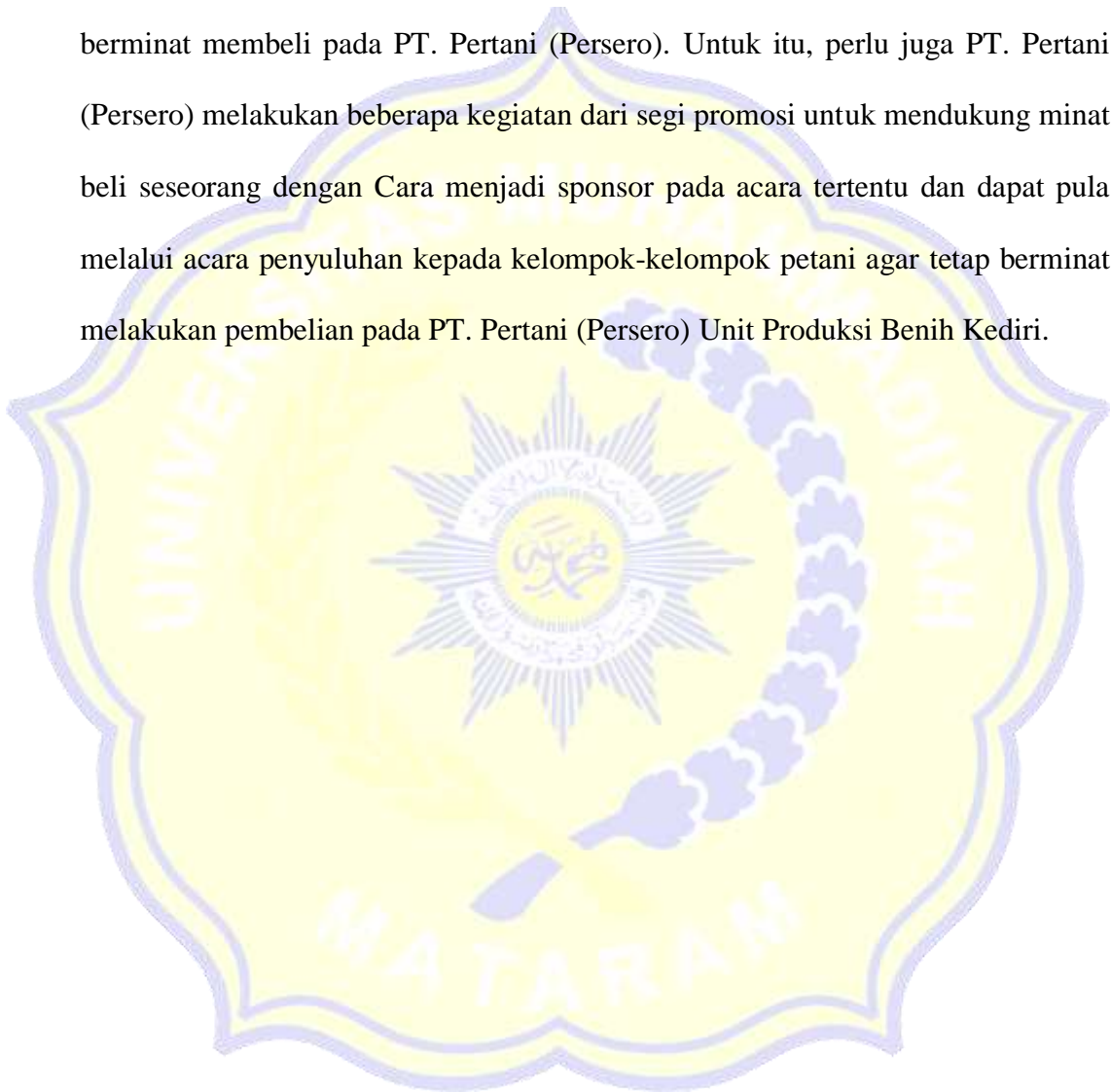
1.1 Kesimpulan

Berdasarkan uraian pada pembahasan, maka kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian ini adalah hasil uji hipotesis membuktikan bahwa produk berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli benih padi hibrida bersubsidi pada PT. Pertanian (Persero) Unit Produksi Benih Kediri hanya variabel produk (X1) dan promosi (X4) berpengaruh signifikan terhadap minat beli benih padi hibrida bersubsidi. Hal ini dikarenakan variabel tersebut memiliki nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Sedangkan untuk variabel harga (X2) dan tempat atau saluran distribusi (X3) berpengaruh tidak signifikan terhadap minat beli benih padi hibrida bersubsidi di daerah Kediri Lombok Barat pada PT. Pertanian (Persero). Hal ini terlihat dari nilai t hitung lebih kecil dari t tabel.



1.2 Saran

Untuk mempertahankan minat beli benih padi hibrida di daerah Kediri Lombok Barat, PT. Pertani (Persero) sebagai pihak produsen harus terus meningkatkan kualitas produk yang lebih baik dan terus melakukan inovasi terbaru terhadap desain kemasan produk agar terus mendorong seseorang berminat membeli pada PT. Pertani (Persero). Untuk itu, perlu juga PT. Pertani (Persero) melakukan beberapa kegiatan dari segi promosi untuk mendukung minat beli seseorang dengan Cara menjadi sponsor pada acara tertentu dan dapat pula melalui acara penyuluhan kepada kelompok-kelompok petani agar tetap berminat melakukan pembelian pada PT. Pertani (Persero) Unit Produksi Benih Kediri.



DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2005. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran jasa*. Bandung: alfabeta
- Direktorat Jenderal Tanaman Pangan. 2016. *Petunjuk Teknis Subsidi Benih Tahun Anggaran 2016*.
- Herawati, W.D. 2012. *Budidaya Padi*. Jogjakarta JAVALITERA
- Hidayat, Asef taufik. 2012. Hubungan antara atribut produk dengan minat beli konsumen. *Jurnal Mahasiswa Universitas Padjadjaran: Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran*
- Hurriyati (2010:48) bauran pemasaran dan loyalitas konsumen
- Indiantoro dan Supomo. 2014. *Metode Penelitian Bisnis* (cetakan keenam)
Yogyakarta: BPFE
- Irawan, Wijaya dan Sudjono. 2001. *Pemasaran Prinsip-prinsip Kasus* (Cetakan Kelima) Yogyakarta: BPFE
- Irawati, Nike. 2009. Analisis Sikap Dan Kepuasan Petani Padi Terhadap Benih Padi (*Oryza Sativa*) Varietas Unggul Di Kota Solok, Sumatera Barat. Skripsi. Sumatera barat: Institut Pertanian Bogor.
- Istiani, Zaza Dini. 2016. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Pada Toko Jari Inges Janapria Lombok Tengah. Mataram: Universitas Mataram
- Jurnal Profil Perusahaan PT. Pertani (Sumber: <http://www.pertani.co.id>)
- Kotler dan Armstrong. 2001. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Edisi kedelapan Penerbit: Erlangga, Jakarta
- _____. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12, Jilid 1
Penerbit: Erlangga, Jakarta
- _____. 2008. *Prinsip-prinsip pemasaran*. Edisi 12, Jilid 2
Penerbit: Erlangga, Jakarta
- _____. 2009. *Manajemen pemasaran*. Edisi 12, Jilid.
Penerbit: PT. Indeks. Jakarta
- Kotler, Philip. 2005. *Marketing Managemen analysis planning, implementation and control*. Edisi kesembilan New Jersey: Prentice Hall. Inc.

- Kurniasih, Sandra Ayu. 2014. Analisis pengaruh bauran pemasaran terhadap minat beli pelanggan. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*. Surabaya: Sekolah tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia (STIESIA)
- Laksana, Fajar. 2008. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Pertama
Penerbit: Graha Ilmu, Yogyakarta
- Maspary. 2011. [2 KELEBIHAN DAN 10 KELEMAHAN PADI HIBRIDA :
file:///e:/proposal/pt.%20pertani/2%20kelebihan%20dan%2010%20kelemahan%20padi%20hibrida%20~%20gerbang%20pertanian.htm](file:///e:/proposal/pt.%20pertani/2%20kelebihan%20dan%2010%20kelemahan%20padi%20hibrida%20~%20gerbang%20pertanian.htm). Diakses pada tanggal 24 Maret tahun 2017
- Mulyono, Tri Hadi dan Supriyono.2013. [7Jurnal Tri Hadi Wulyono.pdf - Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Petani Dalam Penggunaan Benih Padi Berlabel Di Kabupaten Kediri:
file:///e:/proposal/pt.%20pertani/7.%20jurnal%20tri%20hadi%20wulyono.pdf%20%20analisis%20pengaruh%20bauran%20pemasaran%20terhadap.htm](file:///e:/proposal/pt.%20pertani/7.%20jurnal%20tri%20hadi%20wulyono.pdf%20%20analisis%20pengaruh%20bauran%20pemasaran%20terhadap.htm), diakses pada tanggal 24 Maret tahun 2017
- Musriana. 2014. Pengaruh Bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen Di Rahap Putra Swalayan Klambu Kabupaten Grobogan. Naskah Publikasi Karya Ilmiah. Surakarta. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Nazir, Moh. 2014. *Metode Penelitian*. Cetakan Kesembilan
Penerbit: Ghalia Indonesia, Bogor.
- Nurhabibah, Ayu. 2016. Pengaruh Strategi Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen Di Pusat Oleh-Oleh Getuk Goreng Khas Sokaraja Banyumas Jalan Raya Buntu-Sampang. Skripsi. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.
- Prasetyo, YT.2012. *Bertanam Padi Gogo tanpa olah tanah*. Jakarta Penebar Swadaya
- Simamora (2002:131) manajemen sumber daya manusia
- Suhardiman, P. 2008. *Bertanam Kelapa Hibrida*. Jakarta PT. Penebar Swadaya Anggota IKAPI
- Sugiyo. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*. Cetakan 13.
Bandung: Alfabeta.
- Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (dasar-dasar ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta.
- Sutopo, Dr. Ir. Lita. 2012. *Teknologi Benih*. Jakarta PT RAJAGRAFINDO PERADA

Suyamto, Prof. Dr. 2008. *Prosiding Simposium V Tanaman Pangan Inovasi teknologi Tanaman Pangan Buku 2: Penelitian dan Pengembangan Padi*. Bogor Pusat Penelitian dan Pengembangan Tanaman Pangan.

Swastha, Basu. 2009. *Azaz-azaz marketing*. Edisi ketiga.

Swastha (1999:42) manajemen pemasaran edisi pertama

Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Tjiptono, Fandy. 2008. *Strategi Pemasaran*. Edisi ke 3. Yogyakarta: Andi

Umar, Husein 2005. *Riset Pemasaran & Perilaku Konsumen*. Cetakan ke keempat

Jakarta: Gramedia Pustaka Utama

Wahyu, Rima Dwi. 2015. Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Helm Merek KYT. Pada Remaja Di Kota Selong. Tesis. Mataram: Universitas Mataram





LAMPIRAN-LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

Jl. KH. Ahmad Dahlan No. 1 Mataram, NTB

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI BENIH PADI
HIBRIDA BERSUBSIDI DI DAERAH KEDIRI LOMBOK BARAT PADA PT.
PERTANI (PERSERO) UNIT PRODUKSI BENIH KEDIRI

Dengan Hormat,

Dalam rangka penulisan skripsi yang berjudul “Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Benih Padi Hibrida Bersubsidi Di Daerah Kediri Lombok Barat Pada Pt. Pertani (Persero) Unit Produksi Benih Kediri. Sehubungan dengan hal itu, maka Saya mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi daftar pertanyaan yang ada tersebut, yang semata-mata dimaksudkan hanya untuk tujuan ilmu pengetahuan dan tidak ada maksud lain. Adapun untuk mengisi daftar pertanyaan maupun identitas responden, dimohon saudara/i mengisi dengan keadaan yang sebenarnya. Atas bantuan dan kesediaan saudara/i Saya ucapkan terimakasih.

Hormat Saya,

Syahrir Ramadhan

KUESIONER PROFIL RESPONDEN

Petunjuk Pengisian

A. Identitas Responden

- 1) Nama :
- 2) Jenis Kelamin :
 - a. Wanita
 - b. Pria
- 3) Usia :
 - a. 17 – 20 Tahun
 - b. 21 – 30 Tahun
 - c. 31 – 40 Tahun
 - d. 41 – 50 Tahun
 - e. 51 Tahun Keatas
- 4) Pendidikan terakhir :
 - a. SD
 - b. SMP/Mts Sederajat
 - c. SMA/SMK/MA Sederajat
 - d. Perguruan Tinggi
- 5) Pekerjaan :
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Wiraswasta
 - c. Pegawai Negeri/TNI/Polri
 - d. Pegawai Swasta
 - e. Petani
 - f. Tidak Bekerja
- 6) Pendapatan :
 - a. Rp. 500.000, - Keatas
 - b. Rp. 1.000.000, - Keatas
 - c. Rp. 2.000.000, - Keatas
 - d. Rp. 3.000.000, - Keatas

B. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda dengan memberikan tanda (X) pada kolom yang tersedia.

Keterangan :

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

TSS : Sangat Tidak Setuju

1. Variabel Produk (X1)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Nama merek produk benih terkenal					
2.	Produk yang dijual di PT. Pertani (Persero) memiliki kualitas yang baik sehingga tidak mudah rusak					
3.	Desain kemasan produk yang di produksi warna, dan bentuknya menarik					
4.	Terdapat banyak pilihan benih yang tersedia di PT. Pertani (Persero)					

2. Variabel Harga (X2)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Harga produk yang dijual di PT. Pertani (Persero) sangat terjangkau					
2.	Harga produk yang dijual di PT. Pertani (Persero) sesuai dengan kualitas dari produk yang dijual					
3.	Tersedia daftar harga untuk masing-masing produk					
4.	Harga jual produk sesuai dengan keadaan produk dan bersaing dengan harga dari perusahaan lain yang sejenis					

3. Variabel Tempat/Saluran Distribusi (X3)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Suasana Perusahaan memberikan kenyamanan bagi konsumen dan Interior Perusahaan menarik dikunjungi					
2.	Lokasi aman dan mudah ditemukan					
3.	Tempat jual tersebut mudah di jangkau konsumen					

4. Variabel Promosi (X4)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Iklan yang digunakan mudah di mengerti dan menarik perhatian					
2.	Informasi yang anda dapat melalui mulut kemulut menarik anda untuk memilih PT. Pertani (Persero)					

5. Variabel Minat Beli Konsumen (Y)

No	Pertanyaan	Jawaban				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
1.	Minat Transaksional. Adakah kecenderungan Anda untuk membeli produk benih padi hibrida					
2.	Minat Refrensial. Apakah ada kecenderungan Anda untuk merefrensikan produk kepada orang lain.					
3.	Minat Preferensial. Apakah ada minat menggambarkan perilaku Anda yang memiliki preferensi utama pada produk benih padi hibrida.					
4.	Minat Eksploratif, Apakah ada minat yang menggambarkan perilaku Anda yang selalu mencari informasi mengenai produk yang diminati dan mencari informasi untuk mendukung sifat-sifat positif dari produk benih padi hibrida					

LAMPIRAN 2

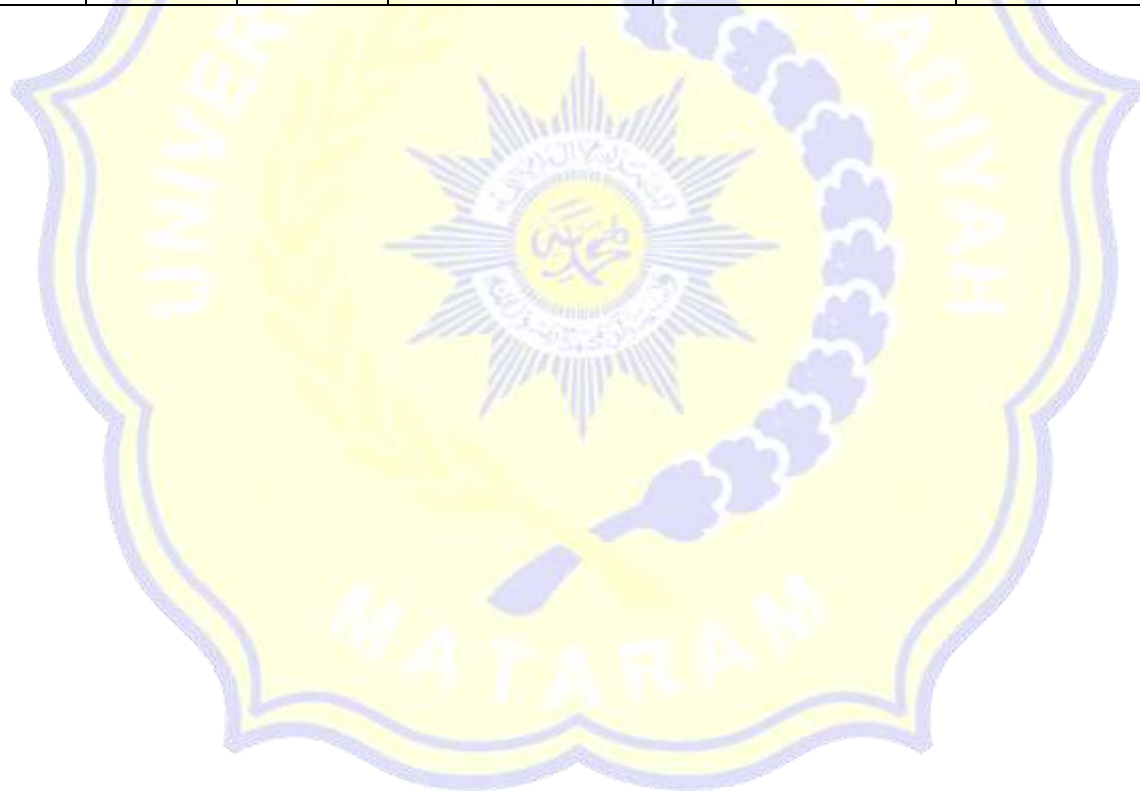
TABEL IDENTITAS RESPONDEN

No Responden	Nama Responden	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan
1	Abdul Rasyid	L	31-40	Perguruan tinggi	PNS	Rp. 4.000.000 – Keatas
2	Lalu Arif	L	21-30	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
3	Ahmad	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
4	Ibrahim	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
5	M. Saleh	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp.2.000.000
6	Muslimin	L	21-30	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
7	Muhamad Adnan	L	31-40	Perguruan tinggi	PNS	Rp. 4.000.000 – Keatas
8	Lalu Muamar	L	21-30	Perguruan tinggi	Wiraswasta	Rp. 2.100.000 - Rp.3.000.000
9	Iskandi	L	21-30	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
10	L. Putrama husen	L	41-50	Perguruan tinggi	PNS	Rp. 4.000.000 – Keatas
11	Ardian Maulana	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000
12	Suparlan	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000
13	Ismail	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
14	Bambang	L	21-30	Perguruan tinggi	Pegawai Swasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000

No Responden	Nama Responden	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan
15	Abdul Hamid	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
16	Budi Nurdin	L	21-30	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
17	Muldan	L	41-50	SMP	Petani	Rp. 500.000 - Rp. 1.100.000
18	Sa'adah	P	31-40	Perguruan tinggi	Pegawai Swasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000
19	M. Fajar	L	21-30	SMA	Wiraswasta	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
20	Hasan Abdulah	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
21	Rusdin	L	31-40	Perguruan tinggi	PNS	Rp. 4.000.000 – Keatas
22	Saifulah	L	21-30	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
23	Syahrin	L	21-30	Perguruan tinggi	Pegawai Swasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000
24	M. Taher	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
25	Agus	L	21-30	Perguruan tinggi	Pegawai Swasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000
26	Akmaludin	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
27	Aswin Wijaya	L	21-30	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
28	Edy Putra	L	21-30	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
29	Dwi Komala Putra	L	21-30	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
30	Nurlaela	P	41-50	SD	Buruh	Rp. 500.000 - Rp. 1.100.000

No Responden	Nama Responden	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan
31	Andi Kurniawan	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
32	H. Kamaludin	L	51 keatas	SMP	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
33	Lalu Ilmi Izal	L	21-30	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
34	Muhamad Ali	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
35	Hilman	L	21-30	Perguruan tinggi	PNS	Rp. 4.000.000 – Keatas
36	Muh. Taslim	L	21-30	Perguruan tinggi	Pegawai Swasta	Rp. 2.100.000 - Rp. 3.000.000
37	Umar	L	21-30	Perguruan tinggi	Wiraswasta	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
38	Arjumadin	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
39	Ardiansyah	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
40	Syarifudin	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
41	H. Abdul Azim	L	41-50	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
42	Gafururahman	L	21-30	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
43	Rudin	L	31-40	SMP	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
44	H. Abdul Hamid	L	41-50	Perguruan tinggi	PNS	Rp. 4.000.000 – Keatas
45	M. Ridwan	L	41-50	SMP	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
46	Zulfikar	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000

No Responden	Nama Responden	Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan	Pendapatan
47	Sopian Hadi	L	31-40	SMP	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
48	Khaliq	L	21-30	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
49	Jalaludin	L	31-40	SMA	Petani	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000
50	Alamsyah	L	21-30	SMA	Wiraswasta	Rp. 1.100.000 - Rp. 2.000.000



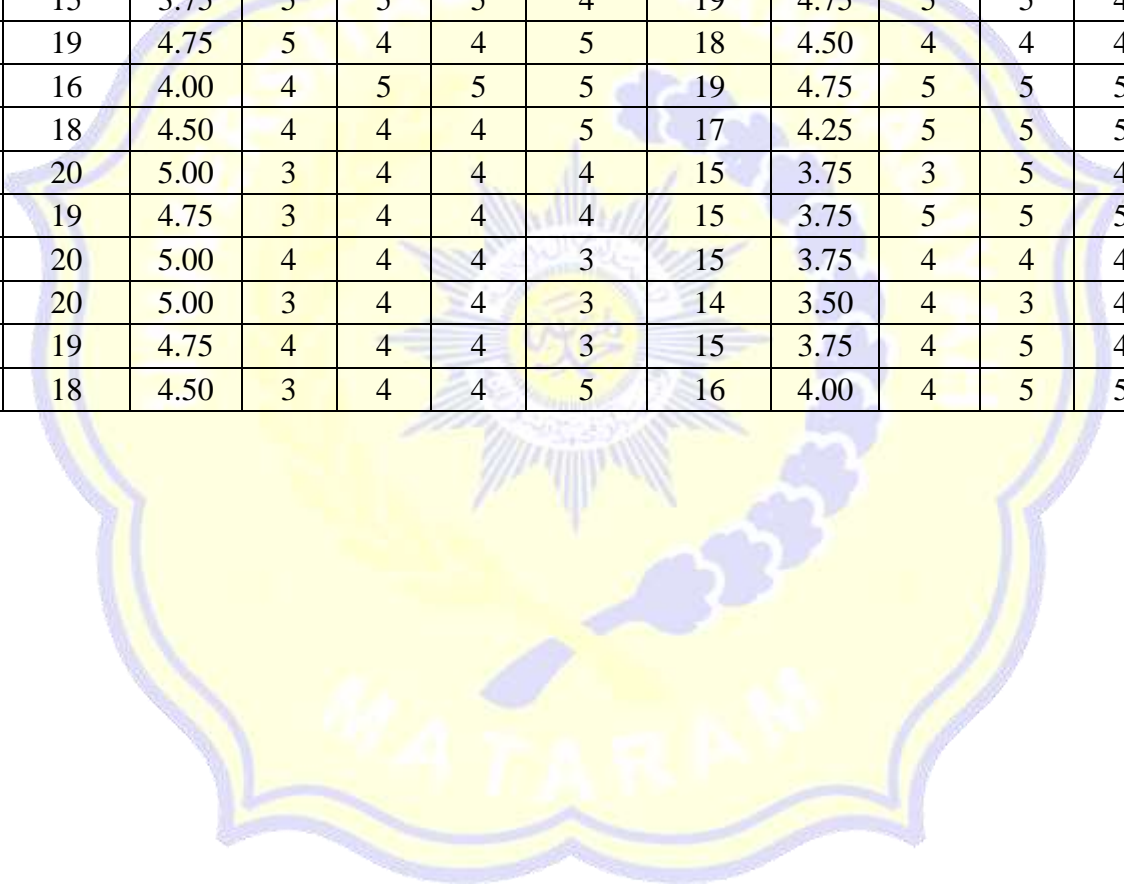
LAMPIRAN 3

Jawaban Responden Terhadap Pernyataan Variabel Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli

Produk (X1)						Harga (X2)						Tempat/Saluran Distribusi (X3)					
1	2	3	4	Jumlah	Rata-rata	5	6	7	8	Jumlah	Rata-rata	9	10	11	Jumlah	Rata-rata	
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4			X2.1	X2.2	X2.3	X2.4			X3.1	X3.2	X3.3			
4	3	4	4	15	3.75	4	3	3	4	14	3.50	3	4	3	10	3.33	
3	3	3	3	12	3.00	3	3	3	4	13	3.25	4	4	4	12	4.00	
3	4	3	3	13	3.25	4	4	4	4	16	4.00	4	3	4	11	3.67	
3	4	4	4	15	3.75	4	4	4	4	16	4.00	4	5	4	13	4.33	
4	3	4	3	14	3.50	3	4	4	4	15	3.75	4	4	4	12	4.00	
4	3	4	5	16	4.00	4	4	4	4	16	4.00	4	4	4	12	4.00	
3	4	4	5	16	4.00	4	4	4	4	16	4.00	4	4	4	12	4.00	
5	5	5	5	20	5.00	5	4	4	4	17	4.25	4	5	4	13	4.33	
4	5	5	5	19	4.75	3	5	5	4	17	4.25	4	4	4	12	4.00	
4	5	4	5	18	4.50	3	3	3	4	13	3.25	3	5	4	12	4.00	
4	4	3	5	16	4.00	3	4	4	4	15	3.75	4	4	5	13	4.33	
5	5	5	4	19	4.75	4	3	3	5	15	3.75	4	3	4	11	3.67	
5	5	5	4	19	4.75	4	4	4	5	17	4.25	5	5	4	14	4.67	
5	4	5	5	19	4.75	3	4	4	4	15	3.75	5	4	4	13	4.33	
5	5	5	5	20	5.00	4	4	4	2	14	3.50	1	3	5	9	3.00	
5	5	4	4	18	4.50	3	3	3	3	12	3.00	5	3	4	12	4.00	
4	4	4	5	17	4.25	5	5	5	5	20	5.00	5	4	3	12	4.00	
5	5	5	4	19	4.75	4	4	4	4	16	4.00	3	4	3	10	3.33	

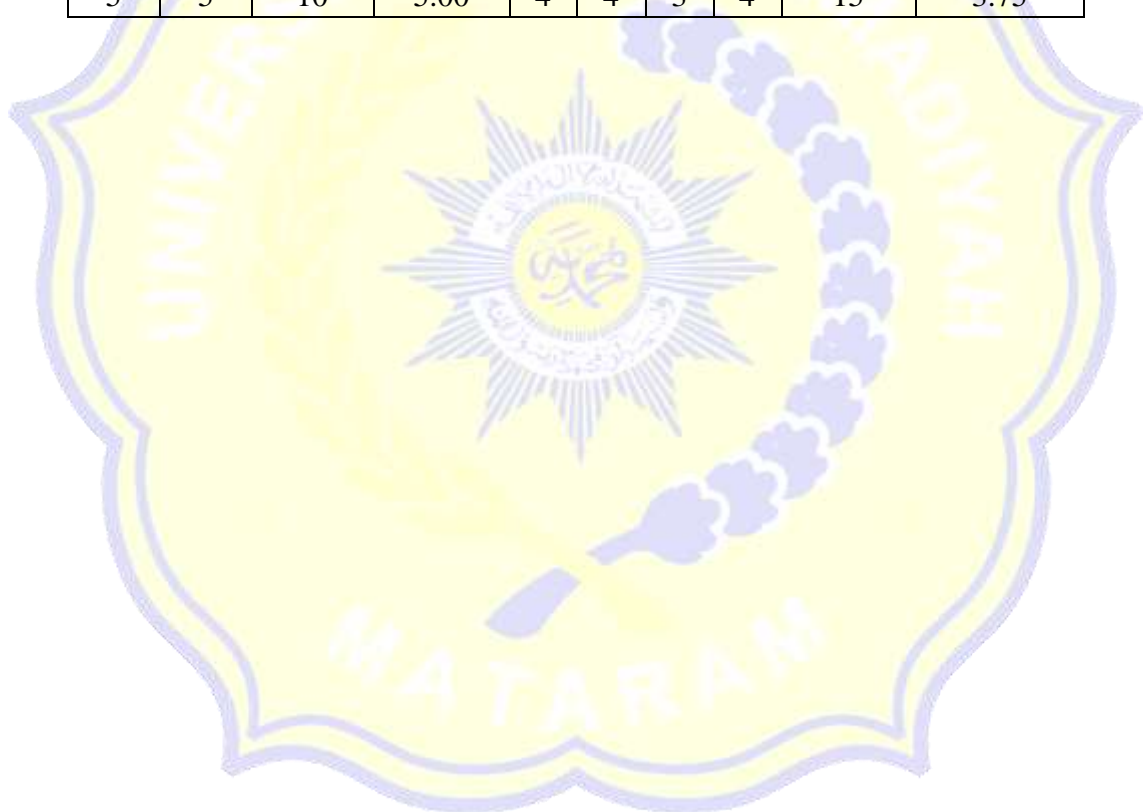
Produk (X1)						Harga (X2)						Tempat/Saluran Distribusi (X3)				
1	2	3	4	Jumlah	Rata-Rata	5	6	7	8	Jumlah	Rata-Rata	9	10	11	Jumlah	Rata-Rata
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4			X2.1	X2.2	X2.3	X2.4			X3.1	X3.2	X3.3		
5	5	5	3	18	4.50	4	4	4	4	16	4.00	3	2	4	9	3.00
4	3	3	4	14	3.50	4	4	4	4	16	4.00	3	4	5	12	4.00
4	4	4	5	17	4.25	5	5	5	4	19	4.75	4	4	5	13	4.33
5	5	5	5	20	5.00	4	4	4	4	16	4.00	4	5	4	13	4.33
4	3	3	4	14	3.50	4	5	5	4	18	4.50	4	5	4	13	4.33
5	5	5	4	19	4.75	3	4	4	4	15	3.75	4	3	4	11	3.67
4	3	4	5	16	4.00	5	5	5	5	20	5.00	4	5	5	14	4.67
4	5	5	4	18	4.50	5	5	5	4	19	4.75	3	4	4	11	3.67
5	5	5	4	19	4.75	5	5	5	3	18	4.50	5	4	4	13	4.33
5	3	5	4	17	4.25	4	4	4	4	16	4.00	4	4	5	13	4.33
4	4	4	4	16	4.00	3	4	4	4	15	3.75	4	4	4	12	4.00
4	4	4	4	16	4.00	4	4	4	5	17	4.25	4	5	5	14	4.67
5	4	5	3	17	4.25	4	4	4	3	15	3.75	3	4	4	11	3.67
5	5	5	4	19	4.75	4	4	4	4	16	4.00	4	4	4	12	4.00
5	5	4	5	19	4.75	4	4	4	4	16	4.00	4	4	4	12	4.00
3	2	4	5	14	3.50	4	5	5	4	18	4.50	4	4	4	12	4.00
5	5	4	5	19	4.75	5	4	4	3	16	4.00	5	4	4	13	4.33
4	5	4	5	18	4.50	4	5	5	3	17	4.25	4	3	4	11	3.67
5	5	5	4	19	4.75	3	4	4	3	14	3.50	5	5	4	14	4.67
5	5	4	5	19	4.75	4	4	4	4	16	4.00	4	5	4	13	4.33

Produk (X1)						Harga (X2)						Tempat/Saluran Distribusi (X3)					
1	2	3	4	Jumlah	Rata-Rata	5	6	7	8	Jumlah	Rata-Rata	9	10	11	Jumlah	Rata-Rata	
X1.1	X1.2	X1.3	X1.4			X2.1	X2.2	X2.3	X2.4			X3.1	X3.2	X3.3			
5	4	5	5	19	4.75	4	5	5	5	19	4.75	4	5	4	13	4.33	
5	4	2	5	16	4.00	4	3	3	4	14	3.50	4	5	4	13	4.33	
4	3	3	5	15	3.75	5	5	5	4	19	4.75	5	5	4	14	4.67	
4	5	5	5	19	4.75	5	4	4	5	18	4.50	4	4	4	12	4.00	
4	3	4	5	16	4.00	4	5	5	5	19	4.75	5	5	5	15	5.00	
5	4	4	5	18	4.50	4	4	4	5	17	4.25	5	5	5	15	5.00	
5	5	5	5	20	5.00	3	4	4	4	15	3.75	3	5	4	12	4.00	
5	4	5	5	19	4.75	3	4	4	4	15	3.75	5	5	5	15	5.00	
5	5	5	5	20	5.00	4	4	4	3	15	3.75	4	4	4	12	4.00	
5	5	5	5	20	5.00	3	4	4	3	14	3.50	4	3	4	11	3.67	
5	5	5	4	19	4.75	4	4	4	3	15	3.75	4	5	4	13	4.33	
5	5	4	4	18	4.50	3	4	4	5	16	4.00	4	5	5	14	4.67	



Promosi (X4)				Minat Beli (Y)					
12	13	Jumlah	Rata-rata	14	15	16	17	Jumlah	Rata-rata
X4.1	X4.2			Y1	Y2	Y3	Y4		
3	4	7	3.50	3	4	3	3	13	3.25
4	4	8	4.00	3	4	3	5	15	3.75
4	4	8	4.00	4	4	3	5	16	4.00
4	4	8	4.00	3	3	3	4	13	3.25
4	4	8	4.00	3	4	3	5	15	3.75
4	4	8	4.00	3	3	3	5	14	3.50
4	4	8	4.00	3	4	3	5	15	3.75
4	4	8	4.00	3	5	3	5	16	4.00
4	4	8	4.00	3	5	3	5	16	4.00
4	4	8	4.00	3	5	3	5	16	4.00
5	4	9	4.50	4	5	3	5	17	4.25
4	4	8	4.00	4	4	4	4	16	4.00
4	5	9	4.50	5	4	3	4	16	4.00
4	4	8	4.00	4	4	4	5	17	4.25
5	5	10	5.00	3	4	5	5	17	4.25
4	5	9	4.50	5	5	2	4	16	4.00
3	5	8	4.00	3	3	1	5	12	3.00
3	3	6	3.00	4	4	4	4	16	4.00
4	2	6	3.00	3	3	3	3	12	3.00
5	4	9	4.50	3	4	3	4	14	3.50
5	4	9	4.50	4	4	4	5	17	4.25
4	4	8	4.00	3	4	3	5	15	3.75
4	4	8	4.00	3	4	3	4	14	3.50
4	4	8	4.00	4	4	3	4	15	3.75
5	5	10	5.00	5	5	3	5	18	4.50
4	4	8	4.00	4	4	5	4	17	4.25
4	4	8	4.00	3	4	3	4	14	3.50
5	4	9	4.50	4	4	3	4	15	3.75
4	4	8	4.00	3	5	3	4	15	3.75
5	3	8	4.00	4	4	3	4	15	3.75
4	3	7	3.50	3	4	3	3	13	3.25
4	4	8	4.00	3	4	3	4	14	3.50
4	4	8	4.00	3	4	3	5	15	3.75
4	4	8	4.00	3	5	3	5	16	4.00
4	4	8	4.00	4	5	3	5	17	4.25
4	3	7	3.50	3	4	3	5	15	3.75
4	4	8	4.00	3	4	4	4	15	3.75

Promosi (X4)				Minat Beli (Y)					
12	13	Jumlah	Rata-rata	14	15	16	17	Jumlah	Rata-rata
X4.1	X4.2			Y1	Y2	Y3	Y4		
4	4	8	4.00	3	4	2	5	14	3.50
4	4	8	4.00	3	4	3	5	15	3.75
4	4	8	4.00	3	4	3	5	15	3.75
4	4	8	4.00	4	4	4	5	17	4.25
4	4	8	4.00	4	5	3	5	17	4.25
5	4	9	4.50	3	2	4	5	14	3.50
5	5	10	5.00	4	4	3	5	16	4.00
4	3	7	3.50	3	5	4	5	17	4.25
5	4	9	4.50	4	4	4	5	17	4.25
4	4	8	4.00	4	4	3	5	16	4.00
4	4	8	4.00	3	4	3	5	15	3.75
4	4	8	4.00	3	4	3	4	14	3.50
5	5	10	5.00	4	4	3	4	15	3.75



LAMPIRAN 4

1. Produk (X1)

**Reliability
Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.650	4

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	Jumlah
Produk 1	Pearson Correlation	1	.577**	.531**	.104	.789**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.473	.000
	N	50	50	50	50	50
Produk 2	Pearson Correlation	.577**	1	.537**	.081	.820**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.577	.000
	N	50	50	50	50	50
Produk 3	Pearson Correlation	.531**	.537**	1	.016	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.913	.000
	N	50	50	50	50	50
Produk 4	Pearson Correlation	.104	.081	.016	1	.397**
	Sig. (2-tailed)	.473	.577	.913		.004
	N	50	50	50	50	50
Jumlah	Pearson Correlation	.789**	.820**	.764**	.397**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.004	
	N	50	50	50	50	50

2. Harga (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Jumlah
Harga 1	Pearson Correlation	1	.436**	.128	.333**	.682**
	Sig. (2-tailed)		.002	.377	.018	.000
	N	50	50	50	50	50
Harga 2	Pearson Correlation	.436**	1	.106	.832**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.002		.462	.000	.000
	N	50	50	50	50	50
Harga 3	Pearson Correlation	.128	.106	1	.092	.490**
	Sig. (2-tailed)	.377	.462		.524	.000
	N	50	50	50	50	50

Harga 4	Pearson Correlation	.333	.832**	.092	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.524		.000
	N	50	50	50	50	50
Jumlah	Pearson Correlation	.682**	.833**	.490**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.642	4

3. Tempat/Saluran Distribusi (X3)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.374	3

Correlations

	X3.1	X3.2	X3.3	Jumlah	
Tempat 1	Pearson Correlation	1	.286	.000	.711**
	Sig. (2-tailed)		.044	1.000	.000
	N	50	50	50	50
Tempat 2	Pearson Correlation	.286	1	.180	.778**
	Sig. (2-tailed)	.044		.211	.000
	N	50	50	50	50
Tempat 3	Pearson Correlation	.000	.180	1	.472**
	Sig. (2-tailed)	1.000	.211		.001
	N	50	50	50	50
Jumlah	Pearson Correlation	.711**	.778**	.472**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	
	N	50	50	50	50

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

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

4. Promosi (X4)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.311	2

Correlations

		X4.1	X4.2	Jumlah
Promosi1	Pearson Correlation	1	.186	.730**
	Sig. (2-tailed)		.195	.000
	N	50	50	50
Promosi 2	Pearson Correlation	.186	1	.808**
	Sig. (2-tailed)	.195		.000
	N	50	50	50
Jumlah	Pearson Correlation	.730**	.808**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	
	N	50	50	50

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

5. Minat Beli (Y)

Correlations

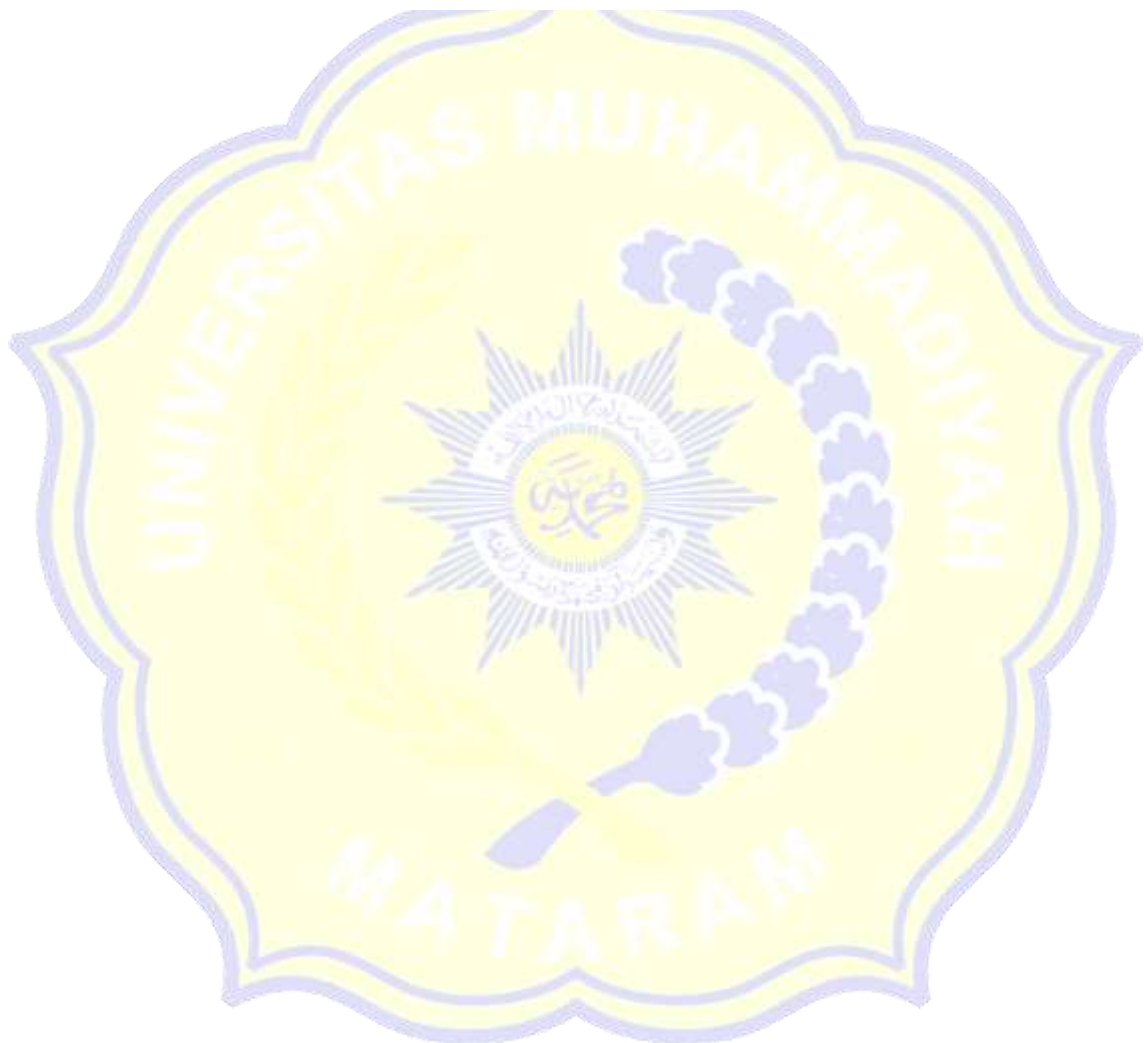
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Jumlah
Minat Beli 1	Pearson Correlation	1	.255	.094	-.023	.590**
	Sig. (2-tailed)		.074	.517	.875	.000
	N	50	50	50	50	50
Minat beli 2	Pearson Correlation	.255	1	-.045	.179	.614**
	Sig. (2-tailed)	.074		.755	.214	.000
	N	50	50	50	50	50
Minat Beli 3	Pearson Correlation	.094	-.045	1	.007	.501**
	Sig. (2-tailed)					
	N	50	50	50	50	50

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.246	4

	Sig. (2-tailed)	.517	.755		.961	.000
	N	50	50	50	50	50
Minat Beli 4	Pearson Correlation	-.023	.179	.007	1	.515**
	Sig. (2-tailed)	.875	.214	.961		.000
	N	50	50	50	50	50
Jumlah	Pearson Correlation	.590**	.614**	.501**	.515**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	50	50	50	50	50

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



Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method

1	Promosi, Harga, Produk, Tempat/saluran distribusi ^a		. Enter
---	--	--	---------

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Minat Beli

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.444 ^a	.197	.125	.32398	.197	2.755	4	45	.039	1.882

a. Predictors: (Constant), Promosi (X4), Harga (X2), Produk (X1), Tempat/Saluran Distribusi (X3)

b. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1.157	4	.289	2.755	.039 ^a
	Residual	4.723	45	.105		
	Total	5.880	49			

a. Predictors: (Constant), Promosi (X4), Harga (X2), Produk (X1), Tempat/Saluran Distribusi (X3)

b. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
	1 (Constant)	1.804	.731				2.468	.017		
(X1)	.152	.089	.228	1.702	.096	.211	.246	.227	.992	1.008
(X2)	.011	.107	.015	.103	.918	.043	.015	.014	.896	1.116
(X3)	.003	.126	.004	.022	.983	.205	.003	.003	.652	1.533
(X4)	.318	.130	.386	2.438	.019	.381	.342	.326	.711	1.407

a. Dependent Variable: Minat Beli

(Y)

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	Produk(X1)	Harga(X2)	Tempat(X3)	Promosi(X4)
1	1	4.965	1.000	.00	.00	.00	.00	.00
	2	.016	17.451	.00	.59	.06	.06	.03
	3	.011	21.533	.00	.00	.65	.06	.19
	4	.005	31.159	.05	.06	.01	.87	.47
	5	.003	40.661	.95	.35	.27	.01	.31

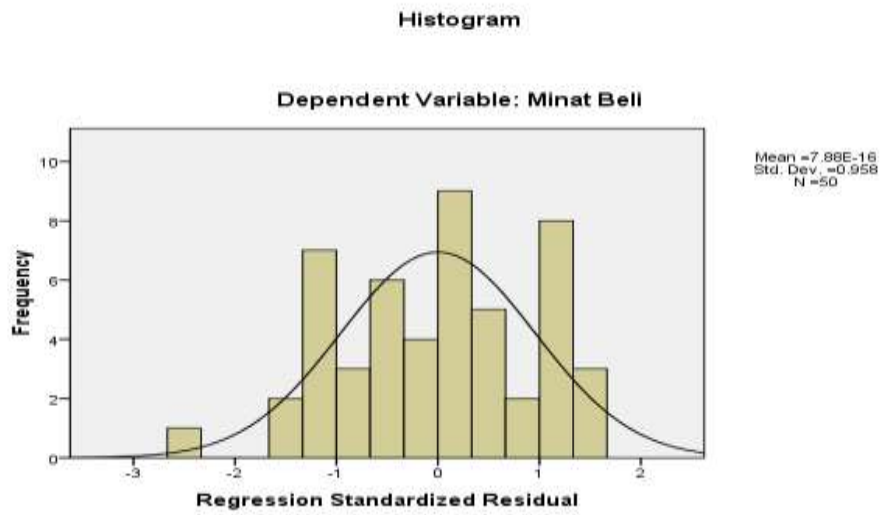
a. Dependent Variable: Minat Beli (Y)

Residuals Statistics^a

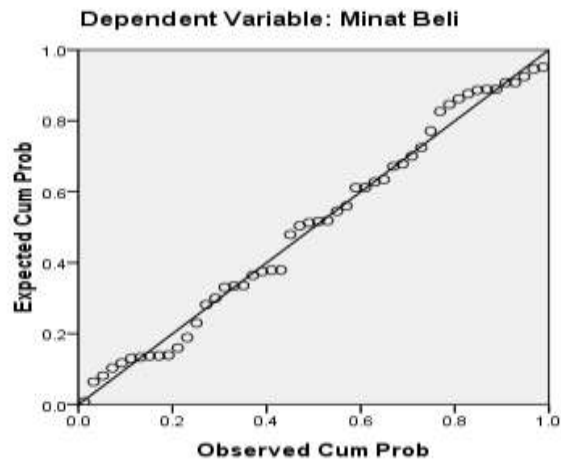
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	3.4944	4.2010	3.8200	.15364	50
Std. Predicted Value	-2.119	2.480	.000	1.000	50
Standard Error of Predicted Value	.058	.235	.098	.032	50
Adjusted Predicted Value	3.4376	4.1888	3.8168	.15665	50
Residual	-.78826	.53869	.00000	.31048	50
Std. Residual	-2.433	1.663	.000	.958	50
Stud. Residual	-2.611	1.775	.004	1.016	50
Deleted Residual	-.90765	.61384	.00316	.34951	50
Stud. Deleted Residual	-2.803	1.820	.002	1.034	50
Mahal. Distance	.571	24.717	3.920	3.811	50
Cook's Distance	.000	.206	.026	.041	50

Centered Leverage Value	.012	.504	.080	.078	50
-------------------------	------	------	------	------	----

a. Dependent Variable: Minatbeli



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: Minat Beli

