

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, pengujian hipotesis serta rumusan masalah dan tujuan penelitian serta hasil analisis yang telah dilakukan dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut :

1. Dapat disimpulkan bahwa secara simultan pada variabel 7P (*Product, Price, Place, Promotion, People, Process, Physical evidence*) terhadap keputusan pembelian di *Balkondes Cafe Borobudur*. Dapat dilihat dari hasil uji F pada penelitian yaitu sebesar dengan $F_{hitung} 130,181 > 2,100$ lebih besar dari F_{tabel} . Dengan demikian hal ini menunjukkan tingkat keputusan pembelian konsumen dapat ditingkatkan melalui variabel 7P tersebut yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel independen terhadap variabel dependen secara simultan.
2. Dari perhitungan yang didapat pada Uji t, dengan penjabaran hasil bahwa variabel yaitu variabel *Product* $3,083 > 0,003$, *Price* $0,098 > 0,022$, *Place* $0,047 < 0,053$, *Promotion* $0,255 > 0,009$, *People* $1,224 > 0,224$, *Process* $9,276 > 0,000$, *Physical evidence* $2,267 > 0,026$ dan dengan tingkat signifikansi semua variabel sebesar $0,000 < 0,05$, dari tingkat tidak berpengaruh ada empat variabel dengan $T_{tabel} 1,980$ lebih besar dari T_{hitung} *Price* $0,098$, *Place* $0,047$, *Promotion* $0,255$, dan *People* $1,224$, karena dari keempat variabel tersebut kurangnya

kualitas dan kuantitas terhadap keputusan pembelian konsumen. Dan variabel yang memiliki tingkat pengaruh paling dominan signifikan terhadap variabel Y adalah Proses, maka Hipotesis atau Ha2 ditolak.

B. Saran atau Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, analisis data, serta pengujian hipotesis yang telah dilakukan oleh peneliti dapat memberikan saran untuk *Balkondes cafe Borobudur* pada beberapa hal sebagai berikut :

1. Bagi *Balkondes cafe Borobudur*
 - a. Pada variabel *product*, saran untuk pihak perusahaan *Balkondes Cafe Borobudur* agar membuat varian-varian menu baru lainnya.
 - b. Pada variabel *price*, memberikan harga yang sesuai pada menu-menu yang diterapkan, karena kebanyakan kalangan masyarakat desa jadi konsumen berfikir-fikir untuk membeli produk di *balkondes cafe Borobudur*.
 - c. Pada variabel *place*, memberikan tempat teduh pada lokasi area parkir sehingga kendaraan para pengunjung tidak terjadi kerusakan akibat terik panas disiang hari dan hujan.
 - d. Pada variabel *promotion*, diharapkan untuk lebih *update* lagi untuk masalah promo paket atau membuat brosur mengenai *cafe* agar memperbanyak para pengunjung tertarik untuk singgah di *Cafe*.
 - e. Pada variabel *people*, lebih meningkatkan kualitas karyawan dengan memberikan pelatihan pada karyawan terutama dalam

bidang komunikasi sehingga karyawan akan lebih fasih berkomunikasi dengan konsumen, sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap konsumen.

- f. Pada variabel *process*, agar tetap mempertahankan proses pembuatan atau penyajian pada menu secara cepat dan tepat, kemudian pada transaksi pembayaran yang dilakukan secara akurat, sehingga para konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan.
- g. Pada variabel *physical evidence*, agar tetap mempertahankan fasilitas yang memadai dan sarana prasarana yang mendukung menjadi nilai tambah untuk Balkondes cafe Borobudur, hal tersebut juga mampu mempengaruhi minat keputusan pembelian konsumen untuk tetap bertahan.

2. Bagi peneliti selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat mengembangkan penelitian ini dengan meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi keputusan pembelian, misalnya faktor promosi. Peneliti selanjutnya juga dapat menggunakan metode lain dalam meneliti keputusan pembelian, misalnya melalui wawancara mendalam terhadap responden, sehingga informasi yang diperoleh dapat lebih bervariasi dan mendapatkannya secara langsung.

DAFTAR PUSTAKA

- Atin I. Triningsih. 2018. *Jejak pena pustakawan*. Jakarta : Penerbit Azyan Mitra Media
- Bennion, M & Scheulle, B. 2004. *Introductory Foods (12th ed)*. Terjemahan : Ilmu Pangan oleh Hari Purnomo & Adiono. New York : Pearson Prencitehall.rta
- Danang Suryoto. 2012. *Dasar-dasar Manajemen Pemasaran*. Yogkarta : PT Gramedia
- Fakhriyan Sefti Adhagassani. (2016). *Strategi Bauran Pemasaran Marketing mix 7P (product, price, place, promotion, people, process, physical evidence) di Cherryka Bakery*. Pengelolaan Perhotelan. STP AMPTA YOGYAKARTA
- Fandy Tjiptono. 2014. *Pemasaran jasa Prinsip penerapan penelitian*. Yogyakarta : ANDI
- Gustina Dekawati. (2018). *Faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli konsumen terhadap produk di The House Of Raminten*. Pengelolaan Perhotelan. STP AMPTA YOGYAKARTA
- Hardrock Cafe International, INC. 2019. <https://www.hardrockcafe.com>
- Imam Ghozali. 2012. *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 19 (5th ed)*. Semarang : Penerbit Universitas Diponegoro
- Heizer, Jay H & Barry Render. 2006. *Operation management*. Terjemahan oleh Taha Hamdy A Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Kotler, Philip and Amstrong. 2002. *Dasar-dasar Pemasaran jilid 1 (alih bahasa : Alexander Sindoro & Benyamin A)*. Jakarta : Prenhalindo. Alihasan (2008:81)
- . 2014. *Manajemen Pemasaran jilid 1 edisi ke 13 (alih bahasa: Bambang D. Prasetyo)*. Jakarta : Airlangga
- . 2012. *Marketing Management (Analisis Perencanaan dan Pengendalian)*. Terjemahan Drs. Jaka Wasana MSM, Institut dan Pembinaan Manajemen. Jakarta : Jilid 1 edisi ke 5 Erlangga
- . 2013. *Prinsip-prinsip pemasaran edisi 13 Jilid 1(alih bahasa: Bob sabran, M.M)*. Jakarta : Airlangga
- Nana H. Abdurrahman. 2015. *Manajemen strategi pemasaran*. Bandung : Pustaka

- Palmer Adrian. 2009. *Principles of service Marketing*. United of America : Mc,Grawhill
- Rismiati Catu. E dan Suratno Bondan. 2008. *Pemasaran barang dan jasa*. Yogyakarta : Kanisius
- Stanislaus S.Uyanto. 2009. *Pedoman analisis data dengan SPSS*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Stanton William. 2002. *Prinsip Pemasaran. Terjemahan oleh Alexander*. Jakarta : Airlangga
- Starbucks Coffe Company. 2002. <https://www.starbucks.co.id>
- Sugiyono. 2009. *Metode penelitian bisnis (pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D)*. Bandung : Alfabeta
- . 2011. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- . 2012. *Memahami penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- . 2013. *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta
- Suryono. 2013. *Kewirausahaan Kiat dan Proses menuju Sukses*. Jakarta : Penerbit Salemba Empat
- Soekarno.2009. *Manajemen Food and Beverage*. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Suharsimi Arikunto. 2011. *Prosedur penelitian suatu pendekatan praktik*. Jakarta : Rineke Cipta
- . 2010. *Prosedur penelitian*. Jakarta : Rineke Cipta
- Swastha dan Besu. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta : Liberty
- Zeithaml, V.A, Bitnes,MJ & Grambler, D.D. 2006. *Service marketing (4thed)*. Alih Bahasa : Rajendra Naghundur, 2006. New York : The Grawnhill Compaies, inc

LAMPIRAN



SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA YOGYAKARTA

Jl. Laksda Adisucipto Km 6 (Tempel, Caturtunggal, Depok, Sleman) Yogyakarta 55281
Telp / fax : (0274) 485115 - 489514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yahoo.co.id

Nomor : 0211/Q.AMPTA/VIII/2019
Hal : Permohonan Penelitian

Yogyakarta, 12 Agustus 2019

Kepada Yth
Bapak/Ibu
Manager Balkondes Cafe Borobudur
Jl. Borobudur, Ngadiharjo, Sawah Borobudur
Kecamatan Borobudur, Kab. Magelang
Jawa Tengah

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Balkondes Cafe Borobudur Kab. Magelang, selama 4 minggu terhitung mulai tanggal 14 Agustus 2019 sampai dengan tanggal 14 September 2019, bagi mahasiswa/i kami dari Jurusan D IV Pengelolaan Perhotelan :

Nama Mahasiswa : Septia Isti Iryani
No Mahasiswa : 318200350
Semester : VIII (Delapan)

Besar harapan bila mahasiswa kami mendapatkan izin untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul :
"PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7 P (PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI BALKONDES CAFE BOROBUDUR ". Proposal Penelitian akan diikutsertakan oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami
Ketua



Drs. Prihatno, M.M.

Tembusan:
-File

SURAT KETERANGAN

Nomor: 038/GM/ OP /X/2019

Yang bertanda tangan di bawah ini Manajer Utama BUMDes Graha Mandala Desa Borobudur, menerangkan bahwa :

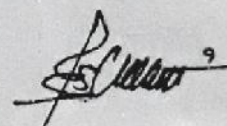
Nama : Septia Isti Iryani
Tempat, Tanggal Lahir : Samarinda, 20 September 1997
NIM : 318 200 350
Prodi : DIV Pengelolaan Perhotelan
STP AMPTA Yogyakarta

Yang bersangkutan telah mengadakan penelitian (Research) di BUMDes Graha Mandala Desa Borobudur Unit Usaha Balkondes Borobudur, terhitung mulai tanggal 14 Agustus 2019 s/d 14 September 2019 guna penulisan Skripsi dengan judul : " Pengaruh Bauran Pemasaran 7P (Product, Price, Place, Promotion People, Process, Physical evidence) terhadap keputusan pembelian konsumen di Balkondes Cafe Borobudur "

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Borobudur, 10 Oktober 2019

**BUMDES GRAHA MANDALA
DESA BOROBUDUR**



**YUSWANTO
MANAJER UTAMA**

A. PRODUK (Product) X1						
NO	PERTANYAAN	STS	TS	KS	S	SS
1	Penampilan dari menu yang ditampilkan menarik					
2	Rasa dari menu tersebut memiliki ciri Khas Jawa					
3	Porsi dari makanan tersebut memiliki porsi yang pas di Anda					
B. HARGA (Price) X2						
4	Harga menu yang disediakan murah dan terjangkau					
5	Harga di <i>Cafe</i> ini sesuai dengan menu yang dijual atau disajikan					
6	Harga yang bersaing dengan <i>Cafe</i> lainnya					
C. LOKASI (Place) X3						
7	<i>Cafe</i> ini memiliki area parkir yang luas					
8	Lokasi <i>Cafe</i> mudah di akses					
9	Lokasi <i>Cafe</i> bersih dan rapi					
D. PROMOSI (Promotion) X4						
10	Anda tahu adanya promosi melalui media sosial penjualan di <i>Cafe</i> ini					
11	Pemberian diskon yang dilakukan di hari-hari tertentu					
12	Memberikan paket harga pada produk menu yang di jual kepada pengunjung rombongan seperti mobil keluarga atau ELF					
E. SUMBER DAYA MANUSIA (People) X5						
13	Karyawan yang tanggap dengan kemauan Anda (seperti menanyakan Toilet atau Mushola)					
14	Karyawan selalu ramah dalam memberikan pelayanan					
15	Penampilan karyawan yang bersih dan rapi					
F. PROSES (Process) X6						
16	Penyajian pesanan menu dilakukan secara tepat dan akurat					
17	Di <i>Cafe</i> ini transaksi pembayaran dilakukan dengan cepat dan tepat					
18	Proses pelayanan di <i>Cafe</i> ini mulai dari tamu masuk sampai keluar sangat baik					
G. Bukti Fisik (Physical Evidence) X7						
19	Tampilan ruangan di <i>Cafe</i> ini menarik dengan suasana interior tradisional Jawa					
20	Penataan menu di atas meja dihadapkan sesuai dengan pesanan Anda					
21	Makanan dan Minuman yang disajikan dengan <i>plating</i> yang rapi dan menarik					

H. Keputusan pembelian konsumen (Y)						
22	<i>Cafe</i> ini menjadi pilihan tempat makan Anda dibandingkan tempat makan lainnya					
23	Anda merasa nyaman berada di <i>Cafe</i> ini dan akan kembali lagi					
24	Anda akan merekomendasikan <i>Cafe</i> ini kepada keluarga, teman dan kerabat					

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH BAURAN PEMASARAN 7P (*PRODUCT, PRICE, PLACE, PROMOTION, PEOPLE, PROCESS, PHYSICAL EVIDENCE*) TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN DI *BALKONDES CAFE BOROBUDUR*

Institusi : Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta

Kepada Responden Yang Terhormat,

Sehubungan dengan penyusunan Skripsi yang berjudul “ Pengaruh Bauran Pemasaran 7P (*product, price, place, promotion, people, process, physical evidence*) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen di *Balkondes Cafe Borobudur*”, dengan ini saya mohon kepada Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berkenan mengisi kuisisioner terlampir Kerahasiaan Identitas dan data Bapak/Ibu/Saudara/i dari hasil penelitian ini dijamin dan hanya dipergunakan untuk kepentingan akademik serta merupakan sumbangan bagi STP AMPTA Yogyakarta.

Demikian disampaikan atas perhatian dan kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini saya ucapkan terima kasih.

Penulis,

Septia Isti Iryani

NIM 318 200 350

DATA 100 RESPONDEN BALKONDES CAFE BOROBUDUR :

1	14	14	14	14	14	14	11	14
2	12	12	12	12	12	12	12	12
3	12	12	12	12	12	12	12	12
4	12	10	12	10	12	12	11	12
5	11	9	15	9	9	11	11	11
6	12	9	11	11	11	12	12	12
7	12	9	12	12	12	12	12	12
8	12	8	12	8	12	12	12	12
9	15	10	15	14	13	15	9	15
10	15	15	15	11	11	15	9	15
11	11	8	8	9	12	13	13	12
12	12	8	9	12	12	12	12	12
13	11	8	9	9	11	12	12	12
14	11	12	11	11	11	12	12	11
15	13	9	13	9	13	13	13	13
16	15	9	11	10	14	15	15	15
17	12	9	11	10	14	15	15	15
18	12	9	10	15	11	15	15	15
19	12	8	12	12	12	12	12	12
20	15	8	12	11	12	12	12	12
21	15	8	12	9	12	12	12	12
22	11	12	12	12	12	12	12	12
23	12	12	11	9	11	12	12	12
24	11	12	11	11	11	12	12	11
25	13	9	13	9	13	13	13	13
26	15	8	11	15	15	15	15	15
27	15	8	11	15	15	15	15	15
28	12	10	12	10	12	12	12	12
29	12	12	12	12	12	12	12	12
30	13	11	14	14	14	14	13	13
31	12	12	12	12	12	12	12	12
32	12	12	12	12	12	12	12	12
33	15	10	8	15	15	15	15	15
34	15	12	8	15	15	15	15	15
35	15	8	14	15	15	15	15	15
36	12	9	10	11	12	11	12	12
37	12	8	11	11	11	12	12	12
38	12	12	12	11	12	12	12	12
39	13	10	9	10	13	13	13	13
40	12	12	12	12	12	12	12	12
41	12	12	12	9	12	12	12	12
42	15	11	12	15	15	15	15	15
43	15	12	10	15	15	15	15	15
44	14	11	8	10	14	14	14	14

45	12	12	12	12	12	12	12	12
46	13	12	13	11	12	11	12	12
47	12	10	12	9	13	12	15	13
48	11	12	12	11	12	12	12	12
49	11	11	11	11	12	11	13	13
50	12	12	12	12	12	12	12	12
51	12	11	12	10	12	12	12	12
52	13	10	10	10	13	13	13	13
53	15	15	15	15	15	15	15	15
54	12	12	12	12	12	12	12	12
55	12	9	12	9	9	12	12	12
56	14	13	12	10	13	13	11	12
57	12	12	12	12	12	12	12	12
58	14	12	9	12	15	13	14	15
59	12	10	12	10	12	10	12	12
60	12	9	12	8	12	12	12	12
61	13	11	13	11	13	13	13	13
62	12	12	12	12	12	12	12	12
63	12	12	12	12	12	12	12	12
64	14	11	14	14	14	14	14	14
65	12	12	12	12	12	12	12	12
66	13	13	13	13	13	13	13	13
67	12	12	12	12	12	12	12	12
68	13	12	12	12	12	12	12	12
69	12	12	12	12	12	12	12	12
70	11	9	11	9	9	11	11	11
71	12	11	11	11	11	12	12	12
72	12	9	12	12	12	12	12	12
73	12	8	12	8	12	12	12	12
74	15	9	11	15	15	15	15	15
75	15	15	15	15	15	15	15	15
76	11	12	13	9	12	13	13	12
77	12	12	12	12	12	12	12	12
78	11	12	11	9	11	12	12	12
79	11	12	11	11	11	12	12	11
80	13	9	13	9	13	13	13	13
81	15	9	9	15	15	15	15	15
82	15	9	9	15	15	15	15	15
83	15	9	9	15	15	15	15	15
84	12	8	8	12	12	12	12	12
85	12	10	12	11	12	12	12	12
86	12	7	12	9	12	12	12	12
87	14	14	14	11	14	14	14	14
88	12	10	12	10	12	12	12	12
89	12	12	12	12	12	12	12	12

90	12	12	12	12	12	12	12	12
91	15	9	11	15	15	15	15	15
92	15	9	11	15	15	15	15	15
93	13	10	13	11	13	14	14	14
94	12	8	12	9	12	12	12	12
95	12	8	12	12	12	12	12	12
96	12	10	12	12	12	12	12	12
97	14	11	14	14	14	14	14	14
98	12	8	12	12	12	12	12	12
99	12	12	12	12	12	12	12	12
100	12	8	12	10	12	12	12	12

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
y	12.80	1.287	100
x1	12.73	1.340	100
x2	10.49	1.861	100
x3	11.69	1.568	100
x4	11.58	2.021	100
x5	12.55	1.403	100
x6	12.78	1.299	100
x7	12.69	1.354	100

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.953 ^a	.908	.901	.404	1.616

a. Predictors: (Constant), x7, x2, x3, x4, x1, x6, x5

b. Dependent Variable: y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	148.961	7	21.280	130.181	.000 ^a
	Residual	15.039	92	.163		
	Total	164.000	99			

a. Predictors: (Constant), x7, x2, x3, x4, x1, x6, x5

b. Dependent Variable: y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.009	.626		.014	.989
	x1	.192	.062	.200	3.083	.003
	x2	.002	.025	.004	.098	.022
	x3	.001	.030	.002	.047	.053
	x4	.007	.028	.011	.255	.009
	x5	.083	.068	.090	1.224	.024
	x6	.595	.064	.601	9.276	.000
	x7	.124	.055	.130	2.267	.026

a. Dependent Variable: y

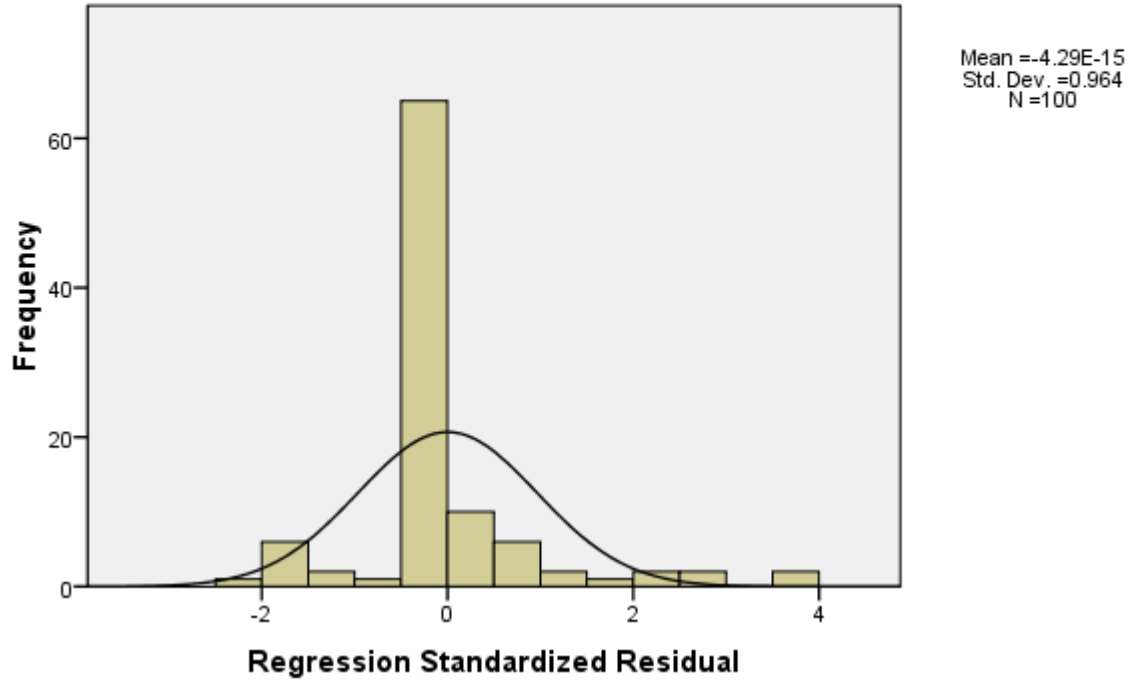
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	10.86	15.09	12.80	1.227	100
Std. Predicted Value	-1.581	1.865	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.053	.268	.106	.043	100
Adjusted Predicted Value	10.70	15.10	12.78	1.216	100
Residual	-.998	1.603	.000	.390	100
Std. Residual	-2.469	3.966	.000	.964	100
Stud. Residual	-2.635	4.104	.020	1.063	100
Deleted Residual	-1.137	1.809	.018	.481	100
Stud. Deleted Residual	-2.725	4.515	.030	1.113	100
Mahal. Distance	.742	42.408	6.930	7.428	100
Cook's Distance	.000	1.097	.036	.138	100
Centered Leverage Value	.007	.428	.070	.075	100

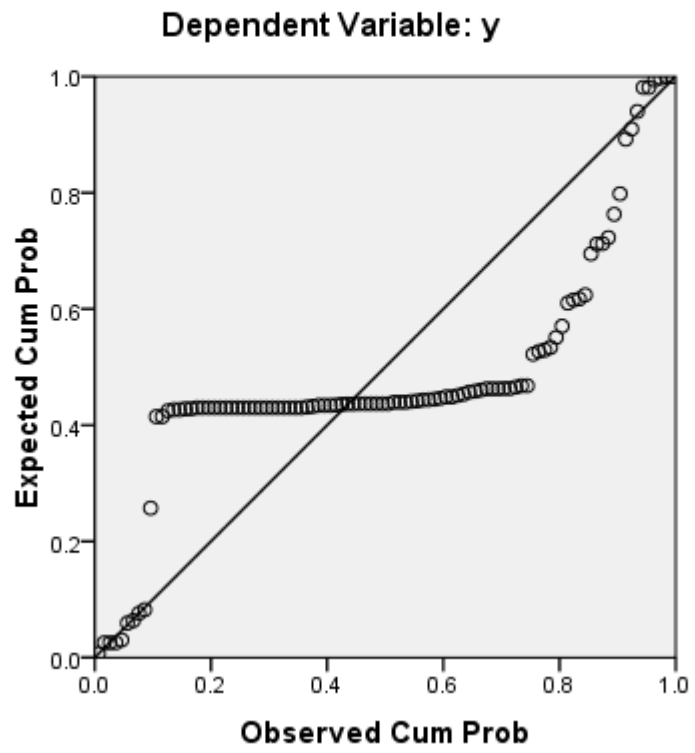
a. Dependent Variable: y

Histogram

Dependent Variable: y

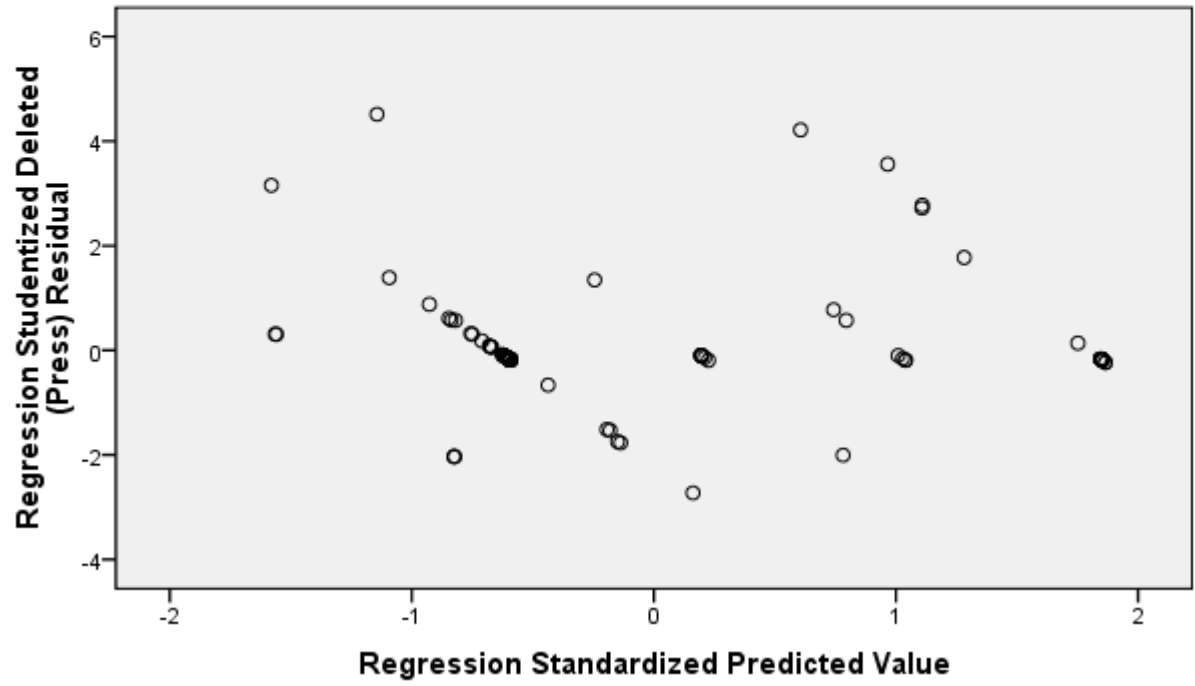


Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



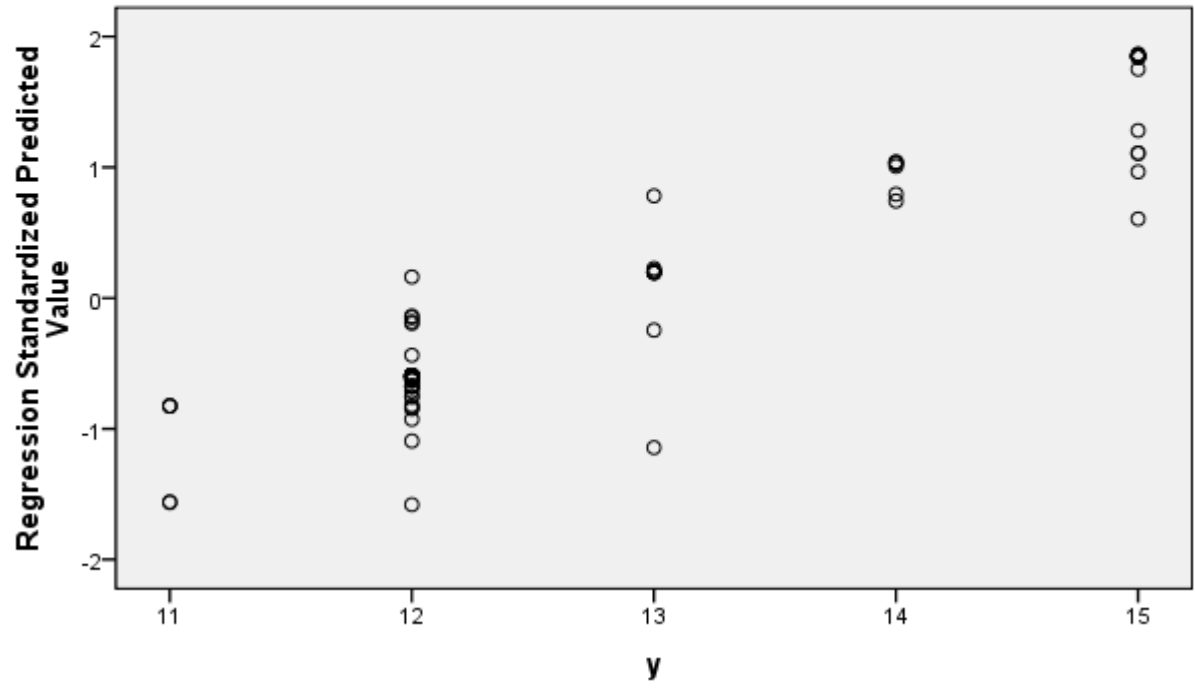
Scatterplot

Dependent Variable: y



Scatterplot

Dependent Variable: y



PRODUK

Correlations

		x1.1	x2.2	x3.3	PRODUK
x1.1	Pearson Correlation	1	,547**	,461**	,831**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	,547**	1	,457**	,832**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
x3.3	Pearson Correlation	,461**	,457**	1	,753**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
PRODUK	Pearson Correlation	,831**	,832**	,753**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

HARGA

Correlations

		x1.1	x2.2	x3.3	HARGA
x1.1	Pearson Correlation	1	,575**	,203*	,758**
	Sig. (2-tailed)		,000	,043	,000
	N	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	,575**	1	,227*	,774**
	Sig. (2-tailed)	,000		,023	,000
	N	100	100	100	100
x3.3	Pearson Correlation	,203*	,227*	1	,675**
	Sig. (2-tailed)	,043	,023		,000
	N	100	100	100	100
HARGA	Pearson Correlation	,758**	,774**	,675**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

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

LOKASI

Correlations

		x1.1	x2.2	x3.3	TEMPAT
x1.1	Pearson Correlation	1	,599**	,609**	,848**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	,599**	1	,476**	,826**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100

x3.3	Pearson Correlation	,609**	,476**	1	,794**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
TEMPAT	Pearson Correlation	,848**	,826**	,794**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

PROMOSI

Correlations

		x1.1	x2.2	x3.3	PROMOSI
x1.1	Pearson Correlation	1	,621**	,433**	,822**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	,621**	1	,488**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
x3.3	Pearson Correlation	,433**	,488**	1	,794**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
PROMOSI	Pearson Correlation	,822**	,849**	,794**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

SDM

Correlations

		x1.1	x2.2	x3.3	SDM
x1.1	Pearson Correlation	1	,580**	,602**	,861**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	,580**	1	,656**	,861**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
x3.3	Pearson Correlation	,602**	,656**	1	,852**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
SDM	Pearson Correlation	,861**	,861**	,852**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

PROSES

Correlations

		x1.1	x2.2	x3.3	PROSES
x1.1	Pearson Correlation	1	,613**	,580**	,855**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	,613**	1	,645**	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
x3.3	Pearson Correlation	,580**	,645**	1	,860**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
PROSES	Pearson Correlation	,855**	,860**	,860**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

BUKTI FISIK

Correlations

		x1.1	x2.2	x3.3	BUKTI FISIK
x1.1	Pearson Correlation	1	,728**	,620**	,888**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
x2.2	Pearson Correlation	,728**	1	,609**	,879**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
x3.3	Pearson Correlation	,620**	,609**	1	,854**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
BUKTI FISIK	Pearson Correlation	,888**	,879**	,854**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,942	8

PRODUK

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,740	3

HARGA

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,603	3

TEMPAT

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,794	3

PROMOSI

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,757	3

SDM

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,817	3

PROSES

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,826	3

BUKTI FISIK

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,847	3

KPTSN PMBLI

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,842	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PRODUK	12,74	1,211	100
HARGA	11,91	1,676	100
LOKASI	12,51	1,411	100
PROMOSI	11,68	1,831	100
SDM	12,75	1,282	100
PROSES	12,78	1,203	100
BUKTI FISIK	12,84	1,229	100
KEPUTUSAN PEMBELIAN	12,84	1,212	100

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
100,05	89,240	9,447	8

REGRESSION

```
/DESCRIPTIVES MEAN STDDEV CORR SIG N
```

```
/MISSING LISTWISE
```



```
/STATISTICS COEFF OUTS R ANOVA  
  
/CRITERIA=PIN(.05) POUT(.10)  
  
/NOORIGIN  
  
/DEPENDENT Y  
  
/METHOD=ENTER X1 X2 X3 X4 X5 X6 X7  
  
/SCATTERPLOT=(*SRESID ,*ZPRED)  
  
/RESIDUALS DURBIN HISTOGRAM(ZRESID) NORMPROB(ZRESID)  
  
/SAVE PRED.
```

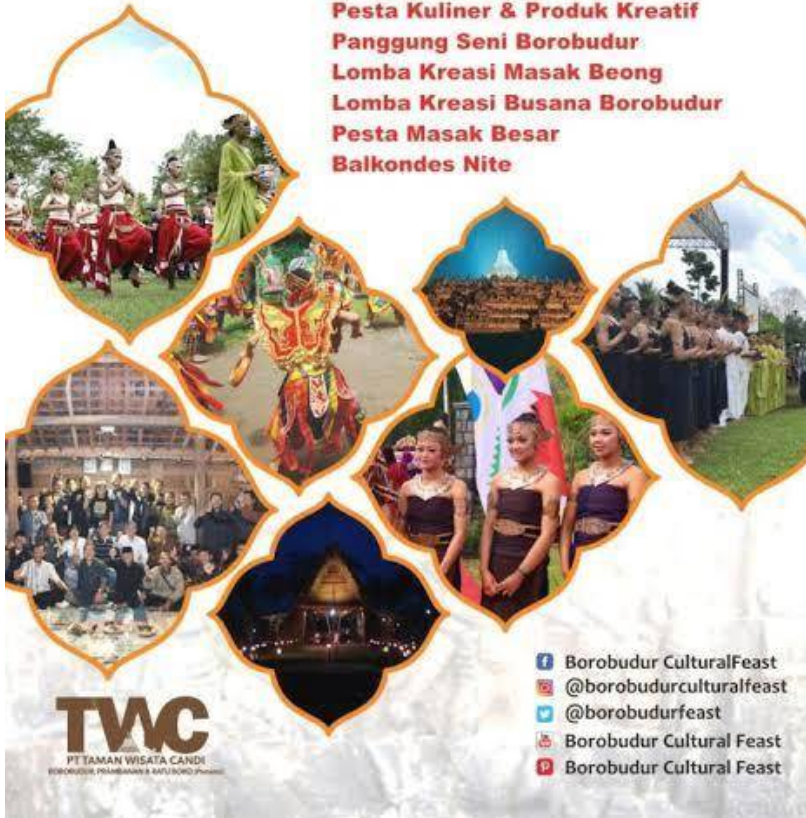




Borobudur Cultural Feast 2017

SABTU & MINGGU, 30-31 DESEMBER 2017
JL. PRAMODYAWARDANI, BOROBUDUR

Pesta Kuliner & Produk Kreatif
Panggung Seni Borobudur
Lomba Kreasi Masak Beong
Lomba Kreasi Busana Borobudur
Pesta Masak Besar
Balkondes Nite



TWC
PT TAMAN WISATA CANDI
BOROBUDUR PRAMBANAN & RAJU BORO (Pramo)

- Borobudur CulturalFeast
- @borobudurculturalfeast
- @borobudurfeast
- Borobudur Cultural Feast
- Borobudur Cultural Feast

BROSUR FESTIVAL BOROBUDUR 2017 di Lapangan Balkondes Cafe Borobudur.