

BAB V

KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan interpretasi mengenai Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Berbasis *Online* Pada *Outlet* Esque Indonesia Di Yogyakarta maka dapat ditarik kesimpulan bahwa:

1. Pengaruh secara simultan variabel produk, harga, tempat, dan promosi terhadap keputusan pembelian diketahui hasil analisis F hitung $12.342 > F$ tabel 2.570 dengan tingkat signifikan $0.000 < 0.05$ sehingga H_0 diterima, oleh karena itu variabel produk, harga, tempat, dan promosi mempunyai pengaruh secara simultan dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Sedangkan dari hasil Koefisien Determinasi (R^2) diperoleh hasil sebesar 0.512 , yang artinya variabel produk, harga, tempat, dan promosi berpengaruh terhadap keputusan pembelian sebesar 47.1% . Sedangkan sisanya 52.9% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.
2. Pengaruh antara variabel produk, harga, tempat, dan promosi tidak memiliki pengaruh yang sama. Dimana variabel produk memiliki hasil nilai t hitung $12.818 < t$ tabel 2.0117 dengan tingkat signifikan $0.207 > 0.05$ maka variabel produk berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian.
3. Pengaruh variabel harga terhadap keputusan pembelian memiliki pengaruh positif dan signifikan, ditunjukkan melalui nilai t hitung $3.618 > t$ tabel

2.0117 dengan tingkat signifikan $0.001 < 0.05$. Hal ini membuktikan bahwa ada pengaruh variabel paling dominan yaitu variabel harga terhadap keputusan pembelian dengan dibuktikan dari hasil nilai t hitung variabel harga sebesar 3.618 lebih besar nilainya dari t hitung variabel produk, tempat, dan promosi.

4. Pengaruh variabel tempat terhadap keputusan pembelian tidak memiliki pengaruh secara signifikan, ditunjukkan melalui nilai t hitung $0.959 < t$ tabel 2.0117 dengan tingkat signifikan $0.343 > 0.05$ maka H_{a2} ditolak. Sedangkan menurut skor rata-rata yang diperoleh sebesar 2.5 artinya responden sudah mepedulikan indikator pada variabel tempat terhadap keputusan pembelian.
5. Pengaruh variabel promosi terhadap keputusan pembelian memiliki hasil nilai t hitung $0.446 < t$ tabel 2.0117 dengan tingkat signifikan $0.658 > 0.05$ maka variabel promosi tidak berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun, skor rata-rata yang diperoleh pada hasil kuesioner sebesar 2.47 artinya responden sudah mepedulikan indikator pada variabel promosi terhadap keputusan pembelian.

B. Rekomendasi

Berdasarkan hasil penelitian, pembahasan dan kesimpulan mengenai Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Minuman Berbasis *Online* Pada *Outlet* Esque Indonesia Di Yogyakarta maka saran yang dapat peneliti berikan adalah sebagai berikut :

1. Dalam meningkatkan pengaruh bauran pemasaran Esque, dalam promosi sebaiknya lebih baik dan aktif lagi pada saat mengiklankan agar produk Esque semakin dikenal oleh masyarakat luas.
2. Dalam penelitian ini variabel produk, harga, tempat, dan promosi memiliki pengaruh yang simultan terhadap keputusan pembelian. Untuk meningkatkan peneliti selanjutnya disarankan agar menambah atau menggunakan variabel lain. Peneliti selanjutnya juga diharapkan mampu menggunakan metode lain untuk pengumpulan data misalnya dengan melakukan penelitian secara langsung dengan responden yang melakukan pembelian langsung di *Outlet* Esque.
3. Untuk lebih meningkatkan variabel yang lain, seperti variabel tempat dan promosi karena sama-sama memiliki peran yang penting. Sehingga jika semua variabel berjalan seiringan dimungkinkan keputusan pembelian bisa lebih meningkat lagi.
4. Selain meningkatkan bauran pemasaran dalam aspek produk, harga, tempat, dan promosi, perusahaan harus mampu mempertahankan atau bahkan meningkatkan minat konsumen untuk membeli produk Esque khususnya di *outlet* Yogyakarta. Misalnya, dengan meningkatkan mutu, kualitas dan jaminan terhadap produk serta memberikan diskon yang menarik agar konsumen lebih tertarik dan secara otomatis juga dapat meningkatkan minat beli bagi konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Sumber Buku

- Anwar, Sanusi. (2014). *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.
- Buchari Alma. (2016). *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta
- Chang, H. H., & Chen, S. W. (2009). *Consumer perception of ninterface quality, security, and loyalty in electronic commerce*. *Information & Management*, 46(7), 411–417. Retrieved from <https://doi:10.1016/j.im.2009.08.00>
- Donni Junni Priansa. (2017). *Perilaku Konsumen dalam Bisnis Kontemporer*. Bandung: Alfabeta
- Ghozali, Imam. 2018. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang
- Gregoire, Mary B. (2010). *Foodservice Organizations: A Managerial and Systems Approach, 7th Edition*. College of Family and Consumer Sciences Apparel, Educational Studies, Hospitality, (p. 11).
- Kotler, Philip dan Amstrong, Gary. (2016). *Dasar-dasar Pemasaran. Jilid 1, Edisi Kesembilan*. Jakarta: Erlangga. p125
- Lan, H., Li, Y., and Wang, S. (2016). *Improvement of Online Food Delivery Service Based on Consumers' Negative Comments*. *Canadian Social Science*, 12(5), 84-88. Retrieved from <http://dx.doi.org/10.3968/%25x>
- Lupiyoadi, R. (2013). *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat.
- Santosa. 2016. *Statistika Hospitalitas*. Yogyakarta. Deepublish.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*.

- Bandung: Alfabeta.
- _____. (2015). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung :
- Alfabeta, CV.
- _____. (2019). *Metode Penelitian Pendidikan Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Tjiptono, Fandy. (2008). *Strategi Bisnis Pemasaran*. Yogyakarta : Andi.
- _____. (2011). *Strategi Pemasaran. Edisi 3*. Yogyakarta : ANDI _____.
- (2012). *Strategi Pemasaran*. Yogyakarta: Andi.
- _____. (2014,) *Pemasaran Jasa – Prinsip, Penerapan, dan Penelitian, Andi Offset*, Yogyakarta.
- _____. (2015). *Strategi Pemasaran. Edisi 4*: Andi
- _____. (2016). *Service, Quality & satisfaction*. Yogyakarta. Andi.
- _____. (2016) *Dimensi dan Indikator Keputusan Pembelian*. Jurnal Universitas Ellyani: Sidoarjo

Jurnal

- Clearesta dkk. 2018. *Pengalaman konsumen terhadap layanan gojek di kota jakarta: studi kualitatif deskriptif*. Diakses tanggal 12 Desember 2021, dari Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.
- Kuspriyono, Taat. 2016. *Pengaruh Ekuitas Merek, Kualitas Produk dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Samsung*. Diakses tanggal 25 Januari 2022, Studi Kasus Mahasiswa/I Universitas Gunadarma)
- Wangarry, Calvin L. 2018. *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Honda Di Pt. Hasjrat Abadi Ranotana, 2058 - 2067*. Diakses tanggal 1 Desember 2021, dari Universitas Sam Ratulangi Manado.
- Viany dkk. 2019. *Perbedaan Customer Service Experience Pada Generasi Y Dan Generasi Z Dalam Melakukan Pemesanan Online Food Delivery Melalui Aplikasi Go-Food*. Diakses tanggal 5 Maret 2022, Program Studi Manajemen Perhotelan, Fakultas Bisnis dan Ekonomi, Universitas Kristen Petra, Surabaya.

Skripsi

Hana, Hayatul. 2019. *Analisis Strategi Pemasaran Menggunakan Grabfood Dalam Meningkatkan Volume Penjualan*. Universitas Islam Negeri (UIN) Mataram Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Islam.

Viktor Andreas, Yudhi. 2019. *“Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Penggunaan Layanan Food Delivery (Go Food dan Grab Food) di Kota Yogyakarta”*. Fakultas Bisnis Program Studi Manajemen Universitas Kristen Duta Wacana. Yogyakarta.

Rambat Lupiyoadi. 2013:92. Definisi Promosi dari Jurnal Anaga Bramantyo 2017, *Analisis pengaruh kualitas pelayanan, prosedur kredit, dan promosi terhadap keputusan kredit UMKM*. (Skripsi).

Website

Grabfood. 2021. “Layanan Pesan Antar”. <https://food.grab.com/id/id/> diakses 24 September 2021 pukul 22.35

Admin. 2012. Meningkatkan nafsu makan setelah kemoterapi. <http://kemoterapi.co.id/index.php/tag/kemoterapi> diakses tanggal 12 November 2021 pukul 08.58

Esque. TRENDY DRINK TRENDY YOU WORK HARD, PRA HARD. <https://esque.co.id/> diakses tanggal 15 April 2022 pukul 15:45

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Pengantar Penelitian dari STP AMPTA Yogyakarta



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**SEKOLAH TINGGI PARIWISATA AMPTA
YOGYAKARTA**

Jl. Sekeloa Adisucipto Km.6 (Teras), Caturtunggal, Depok, Sleman Yogyakarta 55281
Telp./fax : (0274) 491115 - 492514 Website : www.ampta.ac.id Email : info@ampta.ac.id, ampta@yohoo.co.id

Nomor : STP-Q-AMPTA/HI/2022 Yogyakarta, 16 Maret 2022
Hal : Permohonan Penelitian

Kepada Yth
Bapak/Ibu
Head Office Esque Indonesia
Jl. Arjosari No. 106, Condonggutan,
Kabupaten Sleman
Yogyakarta

Dengan Hormat,

Dengan ini kami mengajukan permohonan untuk melaksanakan Penelitian di Esque Indonesia, Yogyakarta selama 4 minggu terhitung mulai tanggal 18 Maret 2022 sampai dengan tanggal 18 April 2022, bagi mahasiswa kami dari Jurusan D-IV Pengelolaan Perhotelan :

Nama Mahasiswa : Beni Pehisanto
No Mahasiswa : 117101611
Semester : X (Sepuluh)

Besar harapan bila mahasiswa kami melaksanakan ini untuk melaksanakan penelitian sehingga dapat menyusun Laporan Penelitian yang berjudul "PENGARUH BAHAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN BERBASIS ONLINE PADA OUTLET ESQUE INDONESIA DI YOGYAKARTA". Proposal Penelitian akan ditandatangani oleh mahasiswa yang bersangkutan.

Atas bantuannya kami ucapkan terimakasih.

Hormat kami
Ketua



Des. Caharia, S.Pd

Terbaca
FD

Lampiran 2 Surat Balasan Penelitian Dari Esque Indonesia



PT. KEBERKAHAN
TUJUAN UTAMA

PT. Keberkahan Tujuan Utama

Jl. Klateng No. 57 A, Ngocoran, Caturmuka, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, D
IYOGYAKARTA 55282
Telp. 021-28011882

SURAT KETERANGAN

No : 122/SK/HQ/ESQ/IV/22

Hai : Surat Keterangan Penelitian

Bersama surat ini kami menerangkan bahwa :

Nama : Deni Pebriyanto

Kampus : AMPTA

Melakukan penelitian di Esque Indonesia (PT Keberkahan Tujuan Utama) cabang Yogyakarta.

Demikian surat keterangan ini kami sampaikan untuk menjadi informasi. Atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 20 April 2022



Lampiran 3 Kuesioner Penelitian

Kuesioner

“PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN MINUMAN BERBASIS ONLINE PADA *OUTLET* ESQUE INDONESIA DI YOGYAKARTA”

Saudara/saudari responden yang terhormat, Bersama ini, kami mohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuesioner yang dibawah ini. Informasi saudara/i berikan merupakan bantuan yang sangat berarti bagi kami dalam menyelesaikan penelitian ini. Atas bantuan dan perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

A. Identitas Responden

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

B. Petunjuk Pengisian

Berilah tanda Check list (√) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara. Kriteria penelitian :

1. SS (Sangat Setuju) = 4
2. S (Setuju) = 3
3. TS (Tidak Setuju) = 2
4. STS (Sangat Tidak Setuju) = 1

C. Daftar Pernyataan

1) Variabel Produk (X1)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	<i>Performance</i> (kinerja) Esque Indonesia mampu menjalankan fungsi sesuai produk inti yang di beli konsumen melalui <i>online food delivery</i> (Gofood/ Grab Food atau Shopee Food).				
2	Para Online Food Delivery mampu menjaga <i>Durability</i> (daya tahan) produk Esque Indonesia yang dibeli oleh konsumen.				
3	Esque Indonesia memiliki kualitas produk sesuai dengan standa keinginan konsumen.				
4	Produk yang dijual oleh Esque Indonesia sangat beragam.				
5	Packaging produk dari Esque Indonesia menarik panca indra para calon pembeli.				

2) Variabel Harga (X2)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Esque Indonesia memiliki harga yang beragam sesuai dengan variasi menu yang ada.				
2	Esque Indonesia memiliki kesesuaian harga sesuai dengan kualitas produk yang di dapat.				
3	Esque Indonesia memiliki harga yang terjangkau dari merek lain.				
4	Esque Indonesia mampu bersaing dengan harga merek lain.				
5	Esque Indonesia memiliki perbedaan harga pada masing-masing Online Food Delivery.				

3) Variabel Distribusi/ Tempat (X3)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Ketersediaan produk Esque Indonesia selalu terupdate pada Aplikasi Online Food Delivery.				
2	Proses pemesanan yang dilakukan oleh konsumen sangat efektif.				
3	Kecepatan pengiriman yang dilakukan oleh driver Online Food Delivery sesuai dengan waktu yang ditentukan pada aplikasi tersebut.				
4	Konsumen dapat dengan mudah mencari <i>outlet</i> Esque Indonesia pada halaman aplikasi Online Food Delivery.				

4) Variabel Promosi (X4)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Pesan promosi Esque Indonesia mudah dipahami.				
2	Bintang iklan Esque Indonesia merupakan artis terkenal.				
3	Penampilan iklan Esque Indonesia sangat menarik perhatian.				

5) Variabel Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Calon konsumen memutuskan untuk membeli produk Esque Indonesia setelah membandingkan dengan brand lain.				
2	Keyakinan calon konsumen untuk membeli produk Esque Indonesia.				
3	Calon konsumen membeli produk Esque karena suatu kebutuhan.				

4	Calon Konsumen membeli produk Esque Indonesia karena promo.				
5	Calon konsumen membeli produk Esque Indonesia karena mudah dalam mencari <i>outlet</i> langsung maupun online.				

Lampiran 4 Wawancara

Peneliti	Selamat siang, perkenalkan nama saya Deni Pebriyanto mahasiswi STP AMPTA YOGYAKARTA. Boleh saya tahu dengan siapa saya berbicara?
Mas Arya	Selamat siang, mas. Saya Arya sebagai Leader dari Esque Timbul 4 Babarsari
Peneliti	Salam kenal ya, Mas Arya. siang ini saya izin melakukan wawancara singkat untuk penelitian skripsi saya di outlet Esque Timbul 4 Babarsari ini ya.
Mas Arya	Boleh mas, silahkan.
Peneliti	Terimakasih mas. Di Esque ini, apa saja produk unggulan yang dimiliki sehingga banyak digemari oleh konsumen khusus nya melalui online food?
Mas Arya	Produk unggulan pertama kita yaitu ada minuman Biscoff Series, Biscoff Cookies and Cream yang menjadi primadona kita saat ini bagi konsumen.
Peneliti	Lalu, untuk proses pembelian paling ramai melalui online atau offline?
Mas Arya	Untuk bulan april ini, kami lebih banyak menerima orderan offline mas.
Peneliti	Jam waktu ramai pengunjung itu saat kapan, mas?
Mas Arya	Hari biasa selain bulan ramadhan terjadi pada saat jam makan istirahat kantor, biasanya untuk online mulai ramai sekitar pukul setengah 12. Pada bulan ramadhan ramai pada pukul setengah 5 siang.
Peneliti	Lalu untuk pelayanan online food sendiri, bagaimana prosesnya mas?
Mas Arya	Saat ada orderan masuk melalui HP outlet, crew akan menginput orderan tersebut dan nantinya akan keluar struk pembayaran yang nantinya akan diberikan pada driver ojeg online.
Peneliti	Baik Mas Arya, terimakasih telah membantu dan memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan wawancara singkat di Outlet Esque Timbul 4 Babarsari.

Peneliti	Selamat siang perkenalkan nama saya Deni Pebriyanto mahasiswi STP AMPTA YOGYAKARTA. Boleh saya tahu dengan siapa saya berbicara?
Mas Fiki	Selamat siang, mas. Saya Fiki sebagai Crew dari Esque Timbul 4 Babarsari
Peneliti	Salam kenal ya, Mas Fiki. Siang ini saya izin melakukan wawancara singkat untuk penelitian skripsi saya di outlet Esque Timbul 4 Babarsari ini ya.
Mas Fiki	Boleh mas, silahkan.
Peneliti	Terimakasih mas. Di Esque ini, apa saja produk unggulan yang dimiliki sehingga banyak digemari oleh konsumen?
Mas Fiki	Keunggulannya mungkin dengan cita rasa yang berbeda dari yang lain yang menjadikan Esque unggul dikalangan masyarakat.
Peneliti	Untuk produk paling laku varian apa ya, Mas?
Mas Fiki	Produk paling laku dari harga termurah ada Thai Tea, Green Tea. Untuk harga yang sedikit mahal varian Dark Choco dan Hazelnut.
Peneliti	Online dan Offline lebih ramai mana, mas?
Mas Fiki	Untuk tingkat ramai tergantung hari mas, biasa ramai offline begitupun sebaliknya. Orderan dari Shopee Food biasanya lebih sering mas.
Peneliti	Orderan online itu biasanya ramai di jam berapa?
Mas Fiki	Biasanya di jam 1 an, namun pada saat bulan ramadhan ini ramai di jam mau buka puasa.
Peneliti	Lalu untuk pelayanan online food sendiri, bagaimana prosesnya mas?
Mas Fiki	Tergantung dari keadaan outlet mas. Biasanya kalau sepi sewaktu ada orderan masuk langsung kita buat
Peneliti	Baik Mas Fiki, terimakasih telah membantu dan memberikan kesempatan kepada saya untuk melakukan wawancara singkat di Outlet Esque Timbul 4 Babarsari.
Mas Fiki	Sama - sama ya mas

Lampiran 5 Data Responden

No	NAMA	UMUR	PEKERJAAN	MEMILIKI APLIKASI ONLINE
1	Yuda	23	Mahasiswa/i	YA
2	Leli Novitasari	25	Karyawan Swasta	YA
3	Karina Novi	23	Freelance	YA
4	Engki	23	Karyawan Swasta	YA
5	Amanda Idi Palupi	22	Mahasiswa/i	YA
6	Eva	24	Freelance	YA
7	Dhennata Shavira	23	Mahasiswa/i	TIDAK
8	Billy	22	Mahasiswa/i	YA
9	Agus Irawan	23	Karyawan Swasta	YA
10	Lin	22	Karyawan Swasta	TIDAK
11	Angel	24	Pelajar	YA
12	Felisitas	17	Pelajar	YA
13	Annas Cintya Permatasari	22	Freelance	YA
14	Ajeng Pranatalin	22	Mahasiswa/i	YA
15	Sukma Sugiarto	25	Karyawan Swasta	TIDAK
16	Yohana	24	Mahasiswa/i	YA
17	Salsa	23	Mahasiswa/i	YA
18	Aan Bayu Anggoro	25	Mahasiswa/i	YA
19	Dika	23	Karyawan Swasta	YA
20	Sarah Puteri	23	Mahasiswa/i	YA
21	Firda	22	Karyawan Swasta	YA
22	Andika Tiyas	22	Karyawan Swasta	YA
23	Sinthia Ariana	21	Mahasiswa/i	YA
24	Aditya Kurniawan	25	Karyawan Swasta	YA
25	Ninit Hapsari	23	Karyawan Swasta	YA
26	Ahmad Wahyu	43	Karyawan Swasta	YA

27	Anwar Septiyadi	30	Karyawan Swasta	YA
28	Rizky Budi	23	Mahasiswa/i	YA
29	Hera Eiglesya	19	Karyawan Swasta	YA
30	Dimas Saputra	35	Karyawan Swasta	YA
31	Nur Afif	28	Karyawan Swasta	YA
32	Zulfikri Muhammad	31	Karyawan Swasta	YA
33	Citra Kartika	23	Wirausaha	YA
34	Debora Mulara Anggreyni	23	Mahasiswa/i	YA
35	Wiliani	25	Karyawan Swasta	YA
36	Aninda Prastiana	22	Karyawan Swasta	YA
37	Dwi Cahya Windari	29	Karyawan Swasta	TIDAK
38	Chesa Samudra	18	Mahasiswa/i	YA
39	Widiyatmoko	35	Karyawan Swasta	YA
40	Mei Sri Fangati	24	Mahasiswa/i	YA
41	Ardianto Saputra	24	Pelajar	YA
42	Sifra Millenia	22	Mahasiswa/i	YA
43	Milka	21	Mahasiswa/i	YA
44	Anindita N	21	Mahasiswa/i	YA
45	Hotlinda	22	Mahasiswa/i	YA
46	Farras Haya Rizki	20	Mahasiswa/i	YA
47	Nurul	22	Mahasiswa/i	YA
48	Elsa	21	Mahasiswa/i	YA
49	Feroselbi	21	Mahasiswa/i	TIDAK
50	Hayatul fikri	21	Pelajar	YA
51	Ghea	22	Karyawan Swasta	YA
52	Tegar Aryha Pratama	28	Wirausaha	TIDAK

Lampiran 6 Data Hasil Penelitian

Variabel X1 (Produk)

No	PRODUK (X1)					JUMLAH
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	
1	4	3	3	4	4	18
2	3	3	2	3	3	14
3	3	3	4	4	4	18
4	3	2	2	3	4	14
5	4	4	4	4	3	19
6	4	3	4	4	4	19
7	4	3	4	4	4	19
8	4	2	4	3	4	17
9	3	3	3	3	3	15
10	4	4	4	4	4	20
11	4	2	3	3	2	14
12	3	4	4	4	4	19
13	4	4	3	4	3	18
14	3	3	4	2	2	14
15	4	3	4	4	4	19
16	4	4	4	4	4	20
17	3	2	4	4	4	17
18	4	3	4	3	3	17
19	4	4	3	3	4	18
20	3	4	3	4	3	17
21	3	3	4	4	4	18
22	3	3	4	4	4	18
23	4	4	4	4	4	20
24	4	4	4	4	4	20
25	4	3	4	4	4	19
26	4	1	4	4	4	17
27	4	4	4	4	4	20
28	4	4	4	4	3	19
29	4	4	4	4	4	20
30	4	4	4	4	4	20
31	4	4	3	4	4	19
32	4	4	4	4	4	20
33	3	2	3	3	3	14

34	4	2	3	3	1	13
35	3	3	4	3	4	17
36	3	4	2	4	2	15
37	3	2	4	3	4	16
38	4	3	3	4	4	18
39	4	3	3	3	4	17
40	4	3	2	3	4	16
41	3	3	4	4	3	17
42	3	3	3	4	3	16
43	4	3	4	4	4	19
44	4	3	3	4	3	17
45	4	3	4	4	4	19
46	4	2	3	3	3	15
47	3	3	4	3	3	16
48	4	3	2	3	3	15
49	3	3	3	2	2	13
50	4	3	3	4	3	17
51	3	2	3	4	3	15
52	4	3	2	3	3	15
Total						896
Mean						3.44

Variabel X2 (Harga)

No	HARGA (X2)					JUMLAH
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	
1	3	3	2	4	3	15
2	4	4	4	4	4	20
3	4	4	3	4	4	19
4	3	3	3	3	3	15
5	4	4	3	4	3	18
6	3	3	1	3	3	13
7	4	4	4	4	2	18
8	4	4	4	4	4	20
9	2	3	3	3	4	15
10	4	4	4	4	4	20

11	3	3	2	3	3	14
12	4	4	4	4	4	20
13	4	4	3	4	1	16
14	3	3	2	3	3	14
15	4	4	4	4	4	20
16	3	3	4	4	4	18
17	4	4	4	4	3	19
18	3	3	3	4	4	17
19	4	3	3	4	3	17
20	4	4	3	4	2	17
21	3	3	3	3	4	16
22	3	3	4	4	4	18
23	4	4	3	4	4	19
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	4	20
26	3	3	4	4	4	18
27	3	4	3	4	4	18
28	4	3	3	4	4	18
29	4	4	4	4	4	20
30	4	3	4	4	4	19
31	4	4	4	4	4	20
32	3	3	3	4	4	17
33	3	3	3	3	3	15
34	3	3	4	4	4	18
35	4	3	3	3	3	16
36	3	4	3	2	3	15
37	4	4	3	3	3	17
38	3	3	3	3	4	16
39	3	3	4	4	3	17
40	3	2	4	2	3	14
41	4	4	4	4	4	20
42	3	4	3	3	2	15
43	4	4	4	4	4	20
44	4	4	4	4	4	20
45	4	4	3	4	2	17
46	3	2	4	4	4	17
47	3	4	4	4	3	18
48	4	3	3	2	3	15

49	3	3	3	3	3	15
50	3	4	4	4	4	19
51	4	3	3	3	2	15
52	4	3	3	3	3	16
Total						903
Mean						3.47

Variabel X3 (Distribusi)

No	DISTRIBUSI (X3)				JUMLAH
	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	
1	2	4	2	3	11
2	1	3	3	2	9
3	2	3	2	2	9
4	2	4	3	3	12
5	1	3	2	2	8
6	2	3	2	2	9
7	1	3	2	2	8
8	2	4	2	3	11
9	2	3	2	2	9
10	1	3	2	3	9
11	2	3	2	2	9
12	1	3	2	2	8
13	2	4	3	3	12
14	2	3	2	2	9
15	1	3	2	2	8
16	2	4	3	3	12
17	2	4	3	3	12
18	3	3	3	3	12
19	2	4	3	3	12
20	3	4	3	3	13
21	3	4	2	3	12
22	2	3	2	2	9
23	2	4	2	3	11
24	2	3	3	2	10
25	2	3	2	3	10

26	3	3	3	3	12
27	3	3	3	3	12
28	1	3	2	3	9
29	2	3	3	3	11
30	2	4	2	3	11
31	1	3	2	3	9
32	2	3	2	3	10
33	2	3	2	2	9
34	2	3	2	3	10
35	1	4	2	3	10
36	2	3	2	2	9
37	1	3	2	3	9
38	2	3	2	3	10
39	2	3	2	2	9
40	1	3	2	3	9
41	2	4	2	3	11
42	2	3	3	3	11
43	2	3	2	3	10
44	2	4	2	3	11
45	1	3	2	3	9
46	1	4	2	2	9
47	1	3	2	2	8
48	2	3	3	3	11
49	1	3	2	3	9
50	2	3	2	3	10
51	2	3	2	3	10
52	1	3	2	2	8
Total					520
Mean					2.5

Variabel X4 (Promosi)

No	PROMOSI (X4)			JUMLAH
	X4.1	X4.2	X4.3	
1	1	3	3	7
2	2	4	2	8
3	2	3	2	7
4	2	4	3	9
5	1	3	2	6
6	2	3	2	7
7	1	3	2	6
8	2	4	2	8
9	2	3	2	7
10	1	3	2	6
11	2	3	2	7
12	2	4	3	9
13	1	3	2	6
14	2	3	2	7
15	3	3	3	9
16	4	4	3	11
17	2	4	3	9
18	1	3	2	6
19	3	4	2	9
20	3	4	3	10
21	3	4	4	11
22	2	3	2	7
23	2	4	2	8
24	2	3	3	8
25	2	3	2	7
26	3	3	3	9
27	1	3	2	6
28	3	3	3	9
29	2	3	3	8
30	1	3	2	6
31	2	4	2	8
32	2	3	2	7
33	2	3	2	7
34	2	4	2	8
35	1	4	2	7

36	2	3	2	7
37	1	3	2	6
38	2	3	2	7
39	2	3	2	7
40	1	3	2	6
41	2	3	2	7
42	2	3	3	8
43	2	3	2	7
44	2	4	2	8
45	1	3	2	6
46	1	4	2	7
47	1	3	2	6
48	2	3	3	8
49	1	3	2	6
50	2	3	2	7
51	2	3	2	7
52	1	3	2	6
Total				386
Mean				2.47

Variabel Y (Keputusan Pembelian)

No	KEPUTUSAN PEMBELIAN					JUMLAH
	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	
1	3	3	4	4	4	18
2	4	3	2	4	4	17
3	3	4	2	4	3	16
4	3	3	3	1	2	12
5	4	4	3	3	4	18
6	3	3	2	3	3	14
7	3	3	2	3	3	14
8	4	4	4	4	4	20
9	3	2	3	3	3	14
10	4	3	1	4	4	16
11	2	2	1	1	2	8
12	4	4	4	4	4	20

13	4	4	4	3	4	19
14	2	3	2	2	2	11
15	4	4	4	4	4	20
16	3	3	3	3	3	15
17	4	4	2	3	4	17
18	3	3	3	4	3	16
19	4	4	3	3	4	18
20	4	3	2	4	4	17
21	4	4	3	3	4	18
22	4	4	4	4	4	20
23	3	3	4	4	4	18
24	4	4	4	4	4	20
25	4	4	4	4	4	20
26	3	3	4	4	4	18
27	4	3	4	4	4	19
28	4	4	4	4	4	20
29	4	4	4	4	4	20
30	4	3	3	3	3	16
31	4	4	4	4	3	19
32	4	4	4	4	4	20
33	3	3	2	2	3	13
34	3	3	1	4	3	14
35	3	3	2	3	3	14
36	3	3	2	3	2	13
37	3	3	4	4	4	18
38	2	3	4	3	3	15
39	2	3	3	4	1	13
40	3	2	3	3	3	14
41	3	3	3	3	4	16
42	3	3	2	3	3	14
43	4	4	3	4	4	19
44	4	4	4	4	4	20
45	3	4	3	2	4	16
46	4	2	2	4	4	16
47	2	4	4	1	1	12
48	3	3	3	4	3	16
49	3	3	3	3	3	15
50	4	3	3	4	3	17

51	4	3	2	4	4	17
52	3	3	3	4	4	17
Total						857
Mean						3.29

Keterangan :

UMUR	
17 – 25	1
26 – 35	2
36 – 45	3

PEKERJAAN	
Pelajar/Mahasiswa	1
Freelance	2
Karyawan Swasta	3
Wirasaha	4

MEMILIKI APLIKASI ONLINE	
Ya	1
Tidak	2

RUMUS MENGHITUNG MEAN
Total : Jumlah Indikator = Hasil : Jumlah Responden =

MEDIAN DARI 1, 2, 3, 4
Median = $(X_2 + X_3) : 2 = (2 + 3) : 2 = 2.5$

Lampiran 7 Hasil SPSS Karakteristik Responden

Frequencies

Statistics

		Umur	Pekerjaan	Memiliki Aplikasi Online
N	Valid	52	52	52
	Missing	0	0	0

Frequency Table

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25	43	82.7	82.7	82.7
	26-35	7	13.5	13.5	96.2
	36-45	2	3.8	3.8	100.0
Total		52	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	26	50.0	50.0	50.0
	Freelance	3	5.8	5.8	55.8
	Karyawan Swasta	21	40.4	40.4	96.2
	Wirausaha	2	3.8	3.8	100.0
	Total	52	100.0	100.0	

Memiliki Aplikasi Online

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	YA	46	88.5	88.5	88.5
	TIDAK	6	11.5	11.5	100.0
Total		52	100.0	100.0	

Lampiran 8 Hasil SPSS Uji Validitas dan Reliabilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.635	5

Correlations

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1 Pearson Correlation	1	.206	.081	.236	.209	.472**
Sig. (2-tailed)		.142	.567	.092	.137	.000
N	52	52	52	52	52	52
X1.2 Pearson Correlation	.206	1	.142	.369**	.169	.615**
Sig. (2-tailed)	.142		.314	.007	.230	.000
N	52	52	52	52	52	52
X1.3 Pearson Correlation	.081	.142	1	.360**	.402**	.644**
Sig. (2-tailed)	.567	.314		.009	.003	.000
N	52	52	52	52	52	52
X1.4 Pearson Correlation	.236	.369**	.360**	1	.460**	.742**
Sig. (2-tailed)	.092	.007	.009		.001	.000
N	52	52	52	52	52	52
X1.5 Pearson Correlation	.209	.169	.402**	.460**	1	.719**
Sig. (2-tailed)	.137	.230	.003	.001		.000
N	52	52	52	52	52	52
X1 Pearson Correlation	.472**	.615**	.644**	.742**	.719**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	52	52	52	52	52	52

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.650	5

Correlations

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2
X2.1 Pearson Correlation	1	.536**	.270	.325*	-.092	.567**
Sig. (2-tailed)		.000	.052	.019	.516	.000
N	52	52	52	52	52	52
X2.2 Pearson Correlation	.536**	1	.259	.411**	-.032	.619**
Sig. (2-tailed)	.000		.063	.002	.824	.000
N	52	52	52	52	52	52
X2.3 Pearson Correlation	.270	.259	1	.444**	.394**	.753**
Sig. (2-tailed)	.052	.063		.001	.004	.000
N	52	52	52	52	52	52
X2.4 Pearson Correlation	.325*	.411**	.444**	1	.310*	.756**
Sig. (2-tailed)	.019	.002	.001		.025	.000
N	52	52	52	52	52	52
X2.5 Pearson Correlation	-.092	-.032	.394**	.310*	1	.555**
Sig. (2-tailed)	.516	.824	.004	.025		.000
N	52	52	52	52	52	52
X2 Pearson Correlation	.567**	.619**	.753**	.756**	.555**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
N	52	52	52	52	52	52

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.620	4

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.225	.431**	.283*	.756**
	Sig. (2-tailed)		.109	.001	.042	.000
	N	52	52	52	52	52
X3.2	Pearson Correlation	.225	1	.188	.374**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.109		.183	.006	.000
	N	52	52	52	52	52
X3.3	Pearson Correlation	.431**	.188	1	.259	.670**
	Sig. (2-tailed)	.001	.183		.063	.000
	N	52	52	52	52	52
X3.4	Pearson Correlation	.283*	.374**	.259	1	.684**
	Sig. (2-tailed)	.042	.006	.063		.000
	N	52	52	52	52	52
X3	Pearson Correlation	.756**	.625**	.670**	.684**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	52	52	52	52	52

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.627	3

Correlations

	X4.1	X4.2	X4.3	X4
X4.1 Pearson Correlation	1	.326*	.525**	.870**
Sig. (2-tailed)		.018	.000	.000
N	52	52	52	52
X4.2 Pearson Correlation	.326*	1	.230	.628**
Sig. (2-tailed)	.018		.101	.000
N	52	52	52	52
X4.3 Pearson Correlation	.525**	.230	1	.762**
Sig. (2-tailed)	.000	.101		.000
N	52	52	52	52
X4 Pearson Correlation	.870**	.628**	.762**	1
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
N	52	52	52	52

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.764	5

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.477**	.223	.538**	.740**	.790**
	Sig. (2-tailed)		.000	.111	.000	.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
Y2	Pearson Correlation	.477**	1	.483**	.184	.343*	.647**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.191	.013	.000
	N	52	52	52	52	52	52
Y3	Pearson Correlation	.223	.483**	1	.275*	.291*	.658**
	Sig. (2-tailed)	.111	.000		.048	.036	.000
	N	52	52	52	52	52	52
Y4	Pearson Correlation	.538**	.184	.275*	1	.580**	.728**
	Sig. (2-tailed)	.000	.191	.048		.000	.000
	N	52	52	52	52	52	52
Y5	Pearson Correlation	.740**	.343*	.291*	.580**	1	.809**
	Sig. (2-tailed)	.000	.013	.036	.000		.000
	N	52	52	52	52	52	52
Y	Pearson Correlation	.790**	.647**	.658**	.728**	.809**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	52	52	52	52	52	52

Lampiran 9 Hasil SPSS Uji Hipotesis

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	203.370	4	50.843	12.342	.000 ^b
	Residual	193.610	47	4.119		
	Total	396.981	51			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Promosi, Tempat, Harga, Produk

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.716 ^a	.512	.471	2.030

a. Predictors: (Constant), Promosi, Tempat, Harga, Produk

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.926	3.333		-1.478	.146
	Produk	.457	.162	.341	2.818	.007
	Harga	.600	.166	.441	3.618	.001
	Tempat	.227	.237	.112	.959	.343
	Promosi	.114	.256	.052	.446	.658

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Lampiran 10 Tabel F

Tabel Uji F

$\alpha =$ 0,05	$df_1 = (k-1)$							
$df_2 = (n-k-1)$	1	2	3	4	5	6	7	8
1	161.448	199,500	215.707	224,583	230,162	233.986	236,768	238,883
2	18,513	19,000	19,164	19,247	19,296	19,330	19,353	19,371
3	10,128	9,552	9,277	9,117	9,013	8,941	8,887	8,845
4	7,709	6,944	6,591	6,388	6,256	6,163	6,094	6,041
5	6,608	5,786	5,409	5,192	5,050	4,950	4,876	4,818
6	5,987	5,143	4,757	4,534	4,387	4,284	4,207	4,147
7	5,591	4,737	4,347	4,120	3,972	3,866	3,787	3,726
8	5,318	4,459	4,066	3,838	3,687	3,581	3,500	3,438
9	5,117	4,256	3,863	3,633	3,482	3,374	3,293	3,230
10	4,965	4,103	3,708	3,478	3,326	3,217	3,135	3,072
11	4,844	3,982	3,587	3,357	3,204	3,095	3,012	2,948
12	4,747	3,885	3,490	3,259	3,106	2,996	2,913	2,849
13	4,667	3,806	3,411	3,179	3,025	2,915	2,832	2,767
14	4,600	3,739	3,344	3,112	2,958	2,848	2,764	2,699
15	4,543	3,682	3,287	3,056	2,901	2,790	2,707	2,641
16	4,494	3,634	3,239	3,007	2,852	2,741	2,657	2,591
17	4,451	3,592	3,197	2,965	2,810	2,699	2,614	2,548
18	4,414	3,555	3,160	2,928	2,773	2,661	2,577	2,510
19	4,381	3,522	3,127	2,895	2,740	2,628	2,544	2,477
20	4,351	3,493	3,098	2,866	2,711	2,599	2,514	2,447
21	4,325	3,467	3,072	2,840	2,685	2,573	2,488	2,420
22	4,301	3,443	3,049	2,817	2,661	2,549	2,464	2,397
23	4,279	3,422	3,028	2,796	2,640	2,528	2,442	2,375
24	4,260	3,403	3,009	2,776	2,621	2,508	2,423	2,355
25	4,242	3,385	2,991	2,759	2,603	2,490	2,405	2,337
26	4,225	3,369	2,975	2,743	2,587	2,474	2,388	2,321
27	4,210	3,354	2,960	2,728	2,572	2,459	2,373	2,305
28	4,196	3,340	2,947	2,714	2,558	2,445	2,359	2,291
29	4,183	3,328	2,934	2,701	2,545	2,432	2,346	2,278
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255

32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217
30	4,171	3,316	2,922	2,690	2,534	2,421	2,334	2,266
31	4,160	3,305	2,911	2,679	2,523	2,409	2,323	2,255
32	4,149	3,295	2,901	2,668	2,512	2,399	2,313	2,244
33	4,139	3,285	2,892	2,659	2,503	2,389	2,303	2,235
34	4,130	3,276	2,883	2,650	2,494	2,380	2,294	2,225
35	4,121	3,267	2,874	2,641	2,485	2,372	2,285	2,217
36	4,113	3,259	2,866	2,634	2,477	2,364	2,277	2,209
37	4,105	3,252	2,859	2,626	2,470	2,356	2,270	2,201
38	4,098	3,245	2,852	2,619	2,463	2,349	2,262	2,194
39	4,091	3,238	2,845	2,612	2,456	2,342	2,255	2,187
40	4,085	3,232	2,839	2,606	2,449	2,336	2,249	2,180
41	4,079	3,226	2,833	2,600	2,443	2,330	2,243	2,174
42	4,073	3,220	2,827	2,594	2,438	2,324	2,237	2,168
43	4,067	3,214	2,822	2,589	2,432	2,318	2,232	2,163
44	4,062	3,209	2,816	2,584	2,427	2,313	2,226	2,157
45	4,057	3,204	2,812	2,579	2,422	2,308	2,221	2,152
46	4,052	3,200	2,807	2,574	2,417	2,304	2,216	2,147
47	4,047	3,195	2,802	2,570	2,413	2,299	2,212	2,143
48	4,043	3,191	2,798	2,565	2,409	2,295	2,207	2,138
49	4,038	3,187	2,794	2,561	2,404	2,290	2,203	2,134
50	4,034	3,183	2,790	2,557	2,400	2,286	2,199	2,130
51	4,030	3,179	2,786	2,553	2,397	2,283	2,195	2,126
52	4,027	3,175	2,783	2,550	2,393	2,279	2,192	2,122
53	4,023	3,172	2,779	2,546	2,389	2,275	2,188	2,119
54	4,020	3,168	2,776	2,543	2,386	2,272	2,185	2,115
55	4,016	3,165	2,773	2,540	2,383	2,269	2,181	2,112
56	4,013	3,162	2,769	2,537	2,380	2,266	2,178	2,109
57	4,010	3,159	2,766	2,534	2,377	2,263	2,175	2,106
58	4,007	3,156	2,764	2,531	2,374	2,260	2,172	2,103
59	4,004	3,153	2,761	2,528	2,371	2,257	2,169	2,100
60	4,001	3,150	2,758	2,525	2,368	2,254	2,167	2,097
61	3,998	3,148	2,755	2,523	2,366	2,251	2,164	2,094
62	3,996	3,145	2,753	2,520	2,363	2,249	2,161	2,092

Lampiran 11 Tabel R

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
1	0.9877	0.9969	0.9995	0.9999	1.0000
2	0.9000	0.9500	0.9800	0.9900	0.9990
3	0.8054	0.8783	0.9343	0.9587	0.9911
4	0.7293	0.8114	0.8822	0.9172	0.9741
5	0.6694	0.7545	0.8329	0.8745	0.9509
6	0.6215	0.7067	0.7887	0.8343	0.9249
7	0.5822	0.6564	0.7498	0.7977	0.8983
8	0.5494	0.6319	0.7155	0.7646	0.8721
9	0.5214	0.6021	0.6851	0.7348	0.8470
10	0.4973	0.5760	0.6581	0.7079	0.8233
11	0.4762	0.5529	0.6339	0.6835	0.8010
12	0.4575	0.5324	0.6120	0.6614	0.7800
13	0.4409	0.5140	0.5923	0.6411	0.7604
14	0.4259	0.4973	0.5742	0.6226	0.7419
15	0.4124	0.4821	0.5577	0.6055	0.7247
16	0.4000	0.4683	0.5425	0.5897	0.7084
17	0.3887	0.4555	0.5285	0.5751	0.6932
18	0.3783	0.4438	0.5155	0.5614	0.6788
19	0.3687	0.4329	0.5034	0.5487	0.6652
20	0.3598	0.4227	0.4921	0.5368	0.6524
21	0.3515	0.4132	0.4815	0.5256	0.6402
22	0.3438	0.4044	0.4716	0.5151	0.6287
23	0.3365	0.3961	0.4622	0.5052	0.6178
24	0.3297	0.3882	0.4534	0.4958	0.6074
25	0.3233	0.3809	0.4451	0.4869	0.5974
26	0.3172	0.3739	0.4372	0.4785	0.5880
27	0.3115	0.3673	0.4297	0.4705	0.5790
28	0.3061	0.3610	0.4226	0.4629	0.5703
29	0.3009	0.3550	0.4158	0.4556	0.5620
30	0.2960	0.3494	0.4093	0.4487	0.5541
31	0.2913	0.3440	0.4032	0.4421	0.5465
32	0.2869	0.3388	0.3972	0.4357	0.5392
33	0.2826	0.3338	0.3916	0.4296	0.5322
34	0.2785	0.3291	0.3862	0.4238	0.5254
35	0.2746	0.3246	0.3810	0.4182	0.5189

36	0.2709	0.3202	0.3760	0.4128	0.5126
37	0.2673	0.3160	0.3712	0.4076	0.5066
38	0.2638	0.3120	0.3665	0.4026	0.5007
39	0.2605	0.3081	0.3621	0.3978	0.4950
40	0.2573	0.3044	0.3578	0.3932	0.4896
41	0.2542	0.3008	0.3536	0.3887	0.4843
42	0.2512	0.2973	0.3496	0.3843	0.4791
43	0.2483	0.2940	0.3457	0.3801	0.4742
44	0.2455	0.2907	0.3420	0.3761	0.4694
45	0.2429	0.2876	0.3384	0.3721	0.4647
46	0.2403	0.2845	0.3348	0.3683	0.4601
47	0.2377	0.2816	0.3314	0.3646	0.4557
48	0.2353	0.2787	0.3281	0.3610	0.4514
49	0.2329	0.2759	0.3249	0.3575	0.4473
50	0.2306	0.2732	0.3218	0.3542	0.4432
51	0.2284	0.2706	0.3188	0.3509	0.4393
52	0.2262	0.2681	0.3158	0.3477	0.4354
53	0.2241	0.2656	0.3129	0.3445	0.4317
54	0.2221	0.2632	0.3102	0.3415	0.4280
55	0.2201	0.2609	0.3074	0.3385	0.4244
56	0.2181	0.2586	0.3048	0.3357	0.4210
57	0.2162	0.2564	0.3022	0.3328	0.4176
58	0.2144	0.2542	0.2997	0.3301	0.4143
59	0.2126	0.2521	0.2972	0.3274	0.4110
60	0.2108	0.2500	0.2948	0.3248	0.4079
61	0.2091	0.2480	0.2925	0.3223	0.4048
62	0.2075	0.2461	0.2902	0.3198	0.4018
63	0.2058	0.2441	0.2880	0.3173	0.3988
64	0.2042	0.2423	0.2858	0.3150	0.3959
65	0.2027	0.2404	0.2837	0.3126	0.3931
66	0.2012	0.2387	0.2816	0.3104	0.3903
67	0.1997	0.2369	0.2796	0.3081	0.3876
68	0.1982	0.2352	0.2776	0.3060	0.3850
69	0.1968	0.2335	0.2756	0.3038	0.3823
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655

Lampiran 12 Tabel t

Pr df	0.25 0.50	0.10 0.20	0.05 0.10	0.025 0.050	0.01 0.02	0.005 0.010	0.001 0.002
1	1.00000	3.07768	6.31375	12.70620	31.82052	63.65674	318.30884
2	0.81650	1.88562	2.91999	4.30265	6.96456	9.92484	22.32712
3	0.76489	1.63774	2.35336	3.18245	4.54070	5.84091	10.21453
4	0.74070	1.53321	2.13185	2.77645	3.74695	4.60409	7.17318
5	0.72669	1.47588	2.01505	2.57058	3.36493	4.03214	5.89343
6	0.71756	1.43976	1.94318	2.44691	3.14267	3.70743	5.20763
7	0.71114	1.41492	1.89458	2.36462	2.99795	3.49948	4.78529
8	0.70639	1.39682	1.85955	2.30600	2.89646	3.35539	4.50079
9	0.70272	1.38303	1.83311	2.26216	2.82144	3.24984	4.29681
10	0.69981	1.37218	1.81246	2.22814	2.76377	3.16927	4.14370
11	0.69745	1.36343	1.79588	2.20099	2.71808	3.10581	4.02470
12	0.69548	1.35622	1.78229	2.17881	2.68100	3.05454	3.92963
13	0.69383	1.35017	1.77093	2.16037	2.65031	3.01228	3.85198
14	0.69242	1.34503	1.76131	2.14479	2.62449	2.97684	3.78739
15	0.69120	1.34061	1.75305	2.13145	2.60248	2.94671	3.73283
16	0.69013	1.33676	1.74588	2.11991	2.58349	2.92078	3.68615
17	0.68920	1.33338	1.73961	2.10982	2.56693	2.89823	3.64577
18	0.68836	1.33039	1.73406	2.10092	2.55238	2.87844	3.61048
19	0.68762	1.32773	1.72913	2.09302	2.53948	2.86093	3.57940
20	0.68695	1.32534	1.72472	2.08596	2.52798	2.84534	3.55181
21	0.68635	1.32319	1.72074	2.07961	2.51765	2.83136	3.52715
22	0.68581	1.32124	1.71714	2.07387	2.50832	2.81876	3.50499
23	0.68531	1.31946	1.71387	2.06866	2.49987	2.80734	3.48496
24	0.68485	1.31784	1.71088	2.06390	2.49216	2.79694	3.46678
25	0.68443	1.31635	1.70814	2.05954	2.48511	2.78744	3.45019
26	0.68404	1.31497	1.70562	2.05553	2.47863	2.77871	3.43500
27	0.68368	1.31370	1.70329	2.05183	2.47266	2.77068	3.42103
28	0.68335	1.31253	1.70113	2.04841	2.46714	2.76326	3.40816
29	0.68304	1.31143	1.69913	2.04523	2.46202	2.75639	3.39624
30	0.68276	1.31042	1.69726	2.04227	2.45726	2.75000	3.38518
31	0.68249	1.30946	1.69552	2.03951	2.45282	2.74404	3.37490
32	0.68223	1.30857	1.69389	2.03693	2.44868	2.73848	3.36531
33	0.68200	1.30774	1.69236	2.03452	2.44479	2.73328	3.35634
34	0.68177	1.30695	1.69092	2.03224	2.44115	2.72839	3.34793
35	0.68156	1.30621	1.68957	2.03011	2.43772	2.72381	3.34005
36	0.68137	1.30551	1.68830	2.02809	2.43449	2.71948	3.33262
37	0.68118	1.30485	1.68709	2.02619	2.43145	2.71541	3.32563
38	0.68100	1.30423	1.68595	2.02439	2.42857	2.71156	3.31903
39	0.68083	1.30364	1.68488	2.02269	2.42584	2.70791	3.31279
40	0.68067	1.30308	1.68385	2.02108	2.42326	2.70446	3.30688
41	0.68052	1.30254	1.68288	2.01954	2.42080	2.70118	3.30127
42	0.68038	1.30204	1.68195	2.01808	2.41847	2.69807	3.29595
43	0.68024	1.30155	1.68107	2.01669	2.41625	2.69510	3.29089
44	0.68011	1.30109	1.68023	2.01537	2.41413	2.69228	3.28607

45	0.67998	1.30065	1.67943	2.01410	2.41212	2.68959	3.28148
46	0.67986	1.30023	1.67866	2.01290	2.41019	2.68701	3.27710
47	0.67975	1.29982	1.67793	2.01174	2.40835	2.68456	3.27291
48	0.67964	1.29944	1.67722	2.01063	2.40658	2.68220	3.26891
49	0.67953	1.29907	1.67655	2.00958	2.40489	2.67995	3.26508
50	0.67943	1.29871	1.67591	2.00856	2.40327	2.67779	3.26141
51	0.67933	1.29837	1.67528	2.00758	2.40172	2.67572	3.25789
52	0.67924	1.29805	1.67469	2.00665	2.40022	2.67373	3.25451
53	0.67915	1.29773	1.67412	2.00575	2.39879	2.67182	3.25127
54	0.67906	1.29743	1.67356	2.00488	2.39741	2.66998	3.24815
55	0.67898	1.29713	1.67303	2.00404	2.39608	2.66822	3.24515
56	0.67890	1.29685	1.67252	2.00324	2.39480	2.66651	3.24226
57	0.67882	1.29658	1.67203	2.00247	2.39357	2.66487	3.23948
58	0.67874	1.29632	1.67155	2.00172	2.39238	2.66329	3.23680
59	0.67867	1.29607	1.67109	2.00100	2.39123	2.66176	3.23421
60	0.67860	1.29582	1.67065	2.00030	2.39012	2.66028	3.23171

Lampiran 13 Foto Penelitian

A. meminta izin untuk penelitian di Esque Indonesia



B. Wawancara dengan Leader dan Crew Outlet Esque di Timbul 4

Babarsari





NAMA MAHASISWA : Dea Rizkyanti
 NO. MAHASISWA : 317101081
 JUDUL PENELITIAN : _____

NAMA PEMBIMBING I : Dr. Bud. Himmusa M.M

NAMA PEMBIMBING II : Dr. Henry Sidiqul M.M

NO.	TANGGAL	URAIAN BINGUNGAN	PABAF
	24/10/21	- Judice & Variabel	
		- Kerangka pemukiman	
		- Cudrom Feon	
		- Buntinga Lu Jessoon II	
	29/10/21	- Judice, Kerangka	
		Pemukiman	
		- Merialo, Jampar	
		- Operasional kuitel	

NO.	TANGGAL	URAIAN BINGUNGAN	PABAF
	30-10-2021	Perbaiki	
		Lowr belatong. Fitermatika	
		Penulisan, Bn. mialat ->	
		Situaton Judat, kaitipon.	
		Umbur dala longsong! HLE long	
		lung.	
	29-11-2021	Revisi	
		Perbaikan judulnya m.n	
		2. Penelitian, metode penelika	
		melidato x dan p	
		lokasinya dimana?	

LEMBAR BERKASAM



NAMA PEMBAHASING I : BUDI HERHAWAN, DRS, MH

NAMA MAHASISWA : Dini Periyanto
 NO. MAHASISWA : 812101061
 JUDUL PENELITIAN : ANALISIS WISATA KEPRABU KONOMI
 DIKATA PERUMPAH PERIKANAN PRODUK MURNI
 GEPREK DAN US FOOD BEVERAGE COABRPOD,
 COFFE DAN SNACK FOOD

NAMA PEMBAHASING II : HENI SUCIL-OEWATI, DPA, MH

NO.	TANGGAL	URAIAN BERKASAM	PAPAR
	1/10/21	- Cara kelabang masalah	
		- Landasan tm	
		- kerangka penulisan	
		- judul	
	2/10/21	- Tahap tulis	
		- kearifan / Riset	
		- Landasan teor	
		- Penelitian Variabel X ₁ -Y	
		- Indikator X ₁	
		- cara menulis foot	
		yg. sesuai	

NO.	TANGGAL	URAIAN BERKASAM	PAPAR
	6-12-2021	Revisi	
		Sistematisasi Parulis dan Jangka	
		San Tadi (Sumber data, dll)	
		kerangka penulisan	
		Penelitian terdahulu	
		indikator BP ?	
		Indikator ?	
		Pengukuran kowad / Rasio	
		Indikator Kepuasan Karyawan	
		Aletat Rasio / Alet analisis	
		Alas data (Penting)	



NAMA MAHASISWA : DENI PERDIYANTO
 NO. MAHASISWA : _____
 JUDUL PENELITIAN : _____

NAMA PEMBIMBING I : BUDI HERMAWATI

NAMA PEMBIMBING II : Henry Susilawati

NO.	TANGGAL	URAIAN BERNYAIAN	PARAF
	24/22	Buat letter	
		Daftar surat ke	
		Mr. X & Y	
	9/3/22	Proram Doe	
	29/4/22	→ Motion Campaign	
		→ Hps di N. Sai Duren Dora	
		→ Sekolah terdekat	
		→ dan yang's jmlah	
		(Pusat take)	
		→ dan yg abet usman	
		dan audien	

NO.	TANGGAL	URAIAN BERNYAIAN	PARAF
	05-2-2022	Perbaiki	
		Uraian di dalam nya	
	9-2-2022	gce proposal	
	22-11-2022	Parabole	
		→ tabel sadatans, kuthira	
		→ kuthira, sumber data,	
		→ tabel, tabel → data,	
		→ ob - dibawahi	



NAMA MAHASISWA : DEWI PERLIYANTO

NO. MAHASISWA : 3710001

JUDUL PENELITIAN : Analisis Perbandingan Bahan Pembaca Terhadap Kemampuan Pemahaman

BERBASIS ONLINE DI ERGATE YOUSANGKATA

NAMA PEMBIMBING I : BUDI HERMANAWATI DE.S.M.M.I.

NAMA PEMBIMBING II : HEMI SUSILAWATI DE.S.M.M.I.

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PAPAR
	15/12/21	- Latihan Terjemah 4P caning, koreksi menyebutkan Indikatornya	
		- Sampling %	
		- Neuroleptik / analgesis	
		- Hipnosis	
	16/12/21	→ Penentuan IIS dan di urai dan X dan	
		X	
		→ Pembacaan Berpikir	
		Pustaka	

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PAPAR
	11-1-2022	Teori 5. Prinsip dan Penerapan Lanjutan Teori, indikator Bentuk dan observasi, kegiatan dan pembelajaran di kelas dan literatur di kelas	
	02-1-2022	Revisi, jenis bahan Kuliah langsung / tidak langsung Wawancara dan uji coba M. dan kator A's	

