

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil dari analisis data yang telah dilakukan dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab IV mengenai pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wisata di Wuki *Travel* Jogja. Maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Bauran Pemasaran secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian produk wisata di Wuki *Travel* Jogja. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya nilai t hitung sebesar 9,253 > t tabel sebesar 1.98447 dengan nilai probabilitas signifikan $0,000 < 0.05$, maka H1 diterima.
2. Kualitas Pelayanan secara parsial tidak berpengaruh positif dan tidak signifikan terhadap keputusan pembelian produk wisata di Wuki *Travel* Jogja. Hal ini dapat dibuktikan dengan besarnya nilai t hitung $0.148 < t$ tabel sebesar 1.98447 dengan nilai probabilitas signifikansi $0.882 > 0.05$, maka H2 ditolak.
3. Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan secara bersama-sama (simultan) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Keputusan Pembelian Produk Wisata di Wuki *Travel* Jogja. Hal ini dibuktikan dengan besarnya nilai F hitung sebesar 174,349 > F tabel sebesar

3.090 dengan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, maka H_3 diterima.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya maka peneliti memiliki saran terhadap:

1. Bagi Wuki *Travel* Jogja

Strategi bauran pemasaran dan kualitas pelayanan merupakan faktor utama dan paling penting dalam sebuah perusahaan jasa dan hal itu juga dapat mempengaruhi konsumen dalam melakukan keputusan pembelian di Wuki *Travel* Jogja, sehingga Wuki *Travel* Jogja harus terus berinovasi dalam mempromosikan Wuki *Travel* Jogja untuk lebih dikenal masyarakat lebih jauh dan mengungguli kompetitor lainnya. Serta selalu mengedepankan kualitas pelayanan bagi para konsumen supaya konsumen dapat mempercayai Wuki *Travel* Jogja sebagai teman perjalanan wisata.

2. Bagi Peneliti

Bagi penelitian dengan judul yang relevan, diharapkan peneliti selanjutnya dapat menggunakan variabel-variabel yang lain yang dapat mempengaruhi variabel keputusan pembelian produk wisata, apabila ingin melanjutkan penelitian dengan judul ini maka peneliti selanjutnya diharapkan untuk menambah jumlah responden untuk mendapatkan hasil yang lebih akurat.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal Ilmiah

Ahyani. (July 2022). Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumenn Pada Dapuruma Di Masjid Raya Bintaro Jaya Tangerang Selatan. *Scientific Journal Of Reflection*, 695, Vol. 5, No 3.

Arif Zakiyyatan Effendi, R. C. (2019/2020). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen Melalui Keputusan Pembelian Pada Travel Umroh dan Haji Plus PT. Inyong Travel Barokah. *Jurnal Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Indonesia*, 1-25.

Chandra, W. L. (2019). Analisis Kualitas Pelayanan, Kelengkapan Produk, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian di Juni Minimarket Pekanbaru. *Jurnal Akuntansi, Kewirausahaan dan Bisnis*, 45-58.

Eli Achmad Mahiri, A. H. (2022). Analisis Pengaruh Strategi Pemasaran UMKM Berdasarkan Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Menurut Prespektif Ekonomi. *Coopetition Jurnal Ilmiah Manajemen*, 13(2), 289-298.

Hidayat, Anna Fitria & Imam. 2017. "Pengaruh Bauran Pemasaran, Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Kupunya Rumah Mode." *Jurnal Ilmu dan Riset Manajemen Vol. 6, No. 4*.

Maulana, A. S. (2016). Pengaruh Kualitas Pelayanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan PT TOI. *Jurnal Ekonomi Volume 7 Nomor 2*, 113-125.

Nilda Miftahul Janna, H. M. (2021). Konsep Uji Validitas Dan Reabilitas Dengan Menggunakan Spss.

Nughthoh Arfawi Kurdhi, M. P. (n.d.). Uji Hipotesis Statistika. *Department of Mathematics FMIPA UNS*.

Putri Wahyuniari, I. G. (2023). Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Minyak Goreng SunCo. *Jurnal Manajemen, Kewirausahaan Dan Pariwisata*, 85-96.

Suasapha, A. H. (2022). Skala Likert Untuk Penelitian Pariwisata; Beberapa Catatan Untuk Menyusunnya Dengan Baik. *Jurnal Kepariwisataan 19 (1)*, 29-40.

Tampenawas, Mongilala Priscilia R Jacklin & Silva Mandey & Jeffry. Januari 2019. "Pengaruh Bauran Pemasaran dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Matahari Departmen Store Mega Mall Manado." *Jurnak EMBA Vol.7 No. 1* 431-440.

Taroreh, Lanny N.A. Lengkey & Rita. 2014. "Kualitas Pelayanan Dan Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Logam Mulia Pada PT. Pegadaian Cabang Manado Timur." *Jurnal EMBA Vol. 2 No. 4* 117-232.

Viktor Handrianus Pranatawijaya, W. R. (2019). Penerapan Skala Likert dan Skala Dikotomi Pada Kuesioner Online. *Jurnal Sains dan Informatika Vol 5. No. 2*, 129.

Yani, P. A. (2018). Analisis Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Minat Calon Nasabah (Studi pada BRI Syariah Kantor Cabang Kedaton Bandar Lampung. *Repository UIN Raden Intan Lampung*.

Yoga, Gede Indra Surya Diputra & Gede Agus Dian Maha. Agustus, 2020. "Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada PT Indomarco Pratama Denpasar Bali." *Jurnal Widya Manajemen Vol.2 (No.2)* 69-80.

Buku

Arfah, Y. (2022). *Keputusan Pembelian Produk*. Padang: PT Indovasi Pratama Internasional.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hari Hermawan, S. (n.d.). *Metologi Riset Kuantitatif Riset Bidang Kepariwisata*. Bandung: Mangu Makmur Tanjung Lestari.

Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun Instrumen Penelitian & Uji Validitas-Reliabilitas*. Surabaya: Health Book Publishing.

Priansa, Doni Juni. 2017. "Perilaku Konsumen dalam Persaingan Bisnis Kontemporer." 9. Bandung: Alfabeta.

Purboyo S.E., M. (Agustus 2021). *Perilaku Konsumen (Tinjauan Konseptual dan Praktis)*. Bandung: Media Sains Indonesia.

Sugiyono, P. D. (n.d.). *Metode Penelitian Kulitatif, Kuantitatif dan R&D*. Alfabeta

Skripsi

Abdullah, R. (2020). Pengaruh Current Ratio (CR), Debt Equity Ratio (DER), Dan Ukuran Perusahaan (Size) Terhadap Return On Equity (ROE). Studi Pada Perusahaan Manufaktur Sub Sektorkonsumsi Yang Terdaftar Di Bei Periode 2015 – 2018. *Repository UPI Y.A.I.*

Afdhila, F. D. (2018). *Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Kecap Cap Ikan Gurami Melalui MInat Beli Konsumen Sebagai Variabel Intervening Di PT Azafood Blitar*. UIN Satu Tulungagung Institutional Repository.

Alfarizi, A. (2022). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Perusahaan Ritel "Muslim Madani Mart" Pekanbaru. *Repository Universitas Islam Riau*, Skripsi.

Azmi, S. (2019). Pengaruh Promosi Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Pada Travel Milala Tour Medan.

Febriansyah, F. N. (2022). *Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Minat Kunjungan Ulang Wisatawan di Pantai Sadranan Gunung Kidul*.

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Muryani. (2018). Pengaruh Promosi, Kualitas Layanan, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Masyarakat Kota Palopo Menjadi Nasabah Pada Bank Syariah Mandiri. *Skripsi*.

Nadila, Salsa. 2022. "Pengaruh Penerapan Sistem e-Registration, e-Filing, dan Kesadaran Pajak Terhadap Kepatuhan Wajib Pajak Orang Pribadi di Wilayah karawang Timur." *Repository Unpas*.

Puspitasari, P. (2020). Pengaruh Promosi dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen (Studi Kasus pada DD Tour Organizer Malang). *Skripsi*.

Ranti, A. S. (2023). Pengaruh Daya Tarik Wisata Terhadap Minat Kunjungan Wisatawan di Taman Wisata Candi Borobudur.

Wahyuni, N. (2020). Pengaruh Promosi dan Religiusitas Terhadap Keputusan Customer Switching Nasabah di Bank Muallamat KCP Parepare. *Doctoral Dissertation, IAIN Parepare.*

Website

Mulyana, M. (2019, June 12). *Straregi Promosi dan Komunikasi*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/333731120_STRATEGI_PROMOSI_DAN_KO

Dr. Meiryani, S.E.,AK.,M.M.,M.AK.,CA. 2021. *Memahami Analisis Regresi Linear Berganda*. 12 Agustus. <https://accounting.binus.ac.id/>.

Wawancara

Widiyan, E. (2023, April 11). Sejarah serta produk Wuki Travel Jogja. (H. Dheanova, Interviewer)

LAMPIRAN

Lampiran 1 Surat Izin Penelitian



YAYASAN PENDIDIKAN KARYA SEJAHTERA
**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 : 433/Q.AMPTA/III/2023
Hal : Pengantar Penelitian

14 Maret 2023

Kepada Yth
Pimpinan Wuki Travel Jogja
Jl. Keparakan Kidul No.1331 Mergangsan
Kota Yogyakarta

Dengan Hormat,

Kami yang bertanda tangan dibawah ini Ketua Sekolah Tinggi Pariwisata AMPTA Yogyakarta, menerangkan bahwa :

Nama	: Hermadistha Dheanova
NIM	: 419100678
Prodi	: Usaha Perjalanan Wisata (Diploma IV)
Tahun Akademik	: 2022/2023
Alamat	: Jl. Haji Maruf no.35 Depok
Nomor Telp	: 087875228782

Mohon untuk diijinkan melaksanakan observasi guna Penyusunan Laporan Penelitian dengan Judul :

**" PENGARUH PROMOSI DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP
KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK WISATA DI WUKI TRAVEL JOGJA "**

Demikian permohonan kami, atas bantuan dan kerjasamanya diucapkan terimakasih.

Hormat Kami,
Ketua

Drs. Prihatno, MM

CC : File

Lampiran 2 Kuisisioner Penelitian

KUISISIONER PENELITIAN

Assalamualaikum Wr Wb

Responden yang terhormat,

Perkenalkan saya Hermadistha Dheanova (419100678) Mahasiswa Program Studi D-4 Usaha Perjalanan Wisata STP AMPTA YOGYAKARTA. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk Tugas Akhir Skripsi mengenai **"Pengaruh Bauran Pemasaran Dan Kualitas Pelayanan Terhadap Keputusan Pembelian Produk Wisata di Wuki Travel Jogja"**. Pada kesempatan ini, saya memohon kerjasama dari saudara/i untuk berpartisipasi sebagai responden dalam penelitian ini. Saya memohon kesediaan saudara/i untuk mengisi kuisisioner ini sesuai dengan persepsi penilaian pribadi. Seluruh data responden dalam penelitian ini terjamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian akademik. Atas perhatian dan bantuan saudara/I, saya ucapkan terimakasih. Wassalamualaikum Wr Wb

Hormat Saya,

Hermadistha Dheanova

DAFTAR PERTANYAAN PENELITIAN

I. Identitas Responden

- a) Nama :
- b) Jenis Kelamin : Pria Wanita
- c) Alamat : Di Kota Yogyakarta Di Luar Kota Yogyakarta
- d) Tingkat Pendapatan: < Rp 2.000.000,-
 Rp 2.000.000,- sampai Rp 5.000.000,-
 Rp 5.000.000,- sampai Rp 10.000.000,-
 > Rp 10.000.000,-

II. Petunjuk Pengisian

Jawablah pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda silang (x) pada kolom jawaban dengan memperhatikan nilai dan arti sebagai berikut:

5 : Sangat Setuju (SS)

4 : Setuju (S)

3 : Netral (N)

2 : Tidak Setuju

1: Sangat Tidak Setuju (STS)

III. PERTANYAAN VARIABEL

a. Bauran Pemasaran (X1)

NO	Daftar Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1. <i>Product</i> (Produk)						
1	Produk wisata Wuki <i>Travel</i> Jogja menarik untuk di kunjungi					
2	Produk Wuki <i>Travel</i> Jogja bersaing dengan kompetitor					
3	Produk Wuki <i>Travel</i> Jogja merupakan pilihan terbaik untuk berwisata					

2. <i>Price</i> (Harga)						
1	Harga yang ditawarkan Wuki <i>Travel</i> Jogja sangat menarik					
2	Harga yang ditawarkan Wuki <i>Travel</i> Jogja sesuai dengan kualitas produk yang didapatkan					
3	Harga yang ditawarkan Wuki <i>Travel</i> Jogja sangat kompetitif					

3. <i>Place</i> (Tempat)						
1	Ruang Tunggu Wuki <i>Travel</i> Jogja bersih dan rapih					
2	Lahan Parkir di Wuki <i>Travel</i> Jogja sangat aman dan memadai					
3	Lokasi Wuki <i>Travel</i> Jogja strategis dan mudah untuk ditemukan					

4. <i>Promotion</i> (Promosi)						
1	Wuki <i>Travel</i> Jogja melakukan promosi melalui media sosial					
2	Saya tertarik dengan produk Wuki <i>Travel</i> Jogja yang saya lihat dalam media sosial					
3	Promosi Wuki <i>Travel</i> Jogja mempengaruhi saya untuk membeli produk wisata yang ditawarkan					

5. <i>People</i> (Orang)						
1	Karyawan Wuki <i>Travel</i> Jogja bekerja sesuai dengan kompetensinya					
2	Karyawan Wuki <i>Travel</i> Jogja bersikap sopan kepada konsumen					
3	Karyawan Wuki <i>Travel</i> Jogja memberikan informasi produk dengan Bahasa yang baik dan mudah dipahami oleh konsumen					

6. <i>Process</i> (Proses)						
1	Proses pembelian produk wisata dilayani dengan cepat oleh karyawan Wuki <i>Travel</i> Jogja					
2	Karyawan Wuki <i>Travel</i> Jogja memberikan pelayanan yang baik dan cepat kepada konsumen					
3	Karyawan Wuki <i>Travel</i> Jogja menanggapi keluhan dengan baik					

7. <i>Physical Evidence</i> (Bukti Fisik)					
1	Lingkungan Wuki <i>Travel</i> Jogja bersih dan nyaman untuk konsumen				
2	Terdapat fasilitas yang memadai untuk konsumen				
3	Terdapat fasilitas tambahan untuk menunjang kebutuhan konsumen				

8. <i>Productivity & Quality</i> (Produktifitas dan Kualitas)					
1	Karyawan Wuki <i>Travel</i> Jogja cepat tanggap dalam membantu konsumen				
2	Karyawan Wuki <i>Travel</i> Jogja memberikan informasi secara jelas dan mudah dipahami				
3	Karyawan Wuki <i>Travel</i> Jogja dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan konsumen				

b. Kualitas Pelayanan (X2)

NO	Daftar Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1. <i>Tangible</i>						
1	Wuki <i>Travel</i> Jogja memiliki lahan parkir yang memadai					
2	Karyawan Wuki <i>Travel</i> Jogja berpenampilan menarik dan rapi					
3	Kebersihan lingkungan Wuki <i>Travel</i> Jogja terjaga dengan baik					

2. <i>Reability</i>						
1	Pelayanan yang diberikan sesuai dengan yang ditawarkan					
2	Memiliki kehandalan dalam memberikan pelayanan kepada konsumen					
3	Memberikan solusi kepada konsumen saat mendapatkan masalah					

3. <i>Responsiveness</i>						
1	Karyawan cepat tanggap dalam menangani permintaan konsumen					
2	Karyawan cepat tanggap terhadap kesulitan yang dialami konsumen					
3	Memberikan informasi produk kepada konsumen secara lengkap dan jelas					

4. <i>Assurance</i>						
1	Karyawan bersikap ramah dan sopan kepada konsumen					
2	Karyawan menyampaikan produk wisata dengan jelas					
3	Konsumen merasa aman dan percaya saat menggunakan jasa produk wisata yang ditawarkan					

5. <i>Empathy</i>						
1	Karyawan memberikan perhatian serius terhadap segala keluhan konsumen					
2	Karyawan memahami permintaan konsumen					
3	Karyawan melayani konsumen dengan senyuman					

c. Keputusan Pembelian (Y)

NO	Daftar Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
1. Pengenalan Kebutuhan						
1	Saya membeli produk Wuki <i>Travel</i> Jogja sesuai dengan kebutuhan					
2	Saya membeli produk Wuki <i>Travel</i> Jogja sesuai dengan keinginan karena harga dan kualitas produk					
3	Kualitas produk wisata Wuki <i>Travel</i> Jogja sangat baik dibandingkan dengan kompetitor					
2. Pencarian Informasi						
1	Informasi mengenai produk sesuai dengan kenyataan yang ada sehingga saya tertarik untuk membeli produk Wuki <i>Travel</i> Jogja					
2	Saya memutuskan untuk membeli produk Wuki <i>Travel</i> Jogja berdasarkan testimoni konsumen					
3	Setelah mengetahui produk yang ditawarkan Wuki <i>Travel</i> Jogja saya tertarik untuk membeli					
3. Evaluasi Alternatif						
1	Wuki <i>Travel</i> Jogja memiliki nilai perusahaan yang baik					
2	Harga yang ditawarkan Wuki <i>Travel</i> dapat dijangkau secara umum					
3	Wuki <i>Travel</i> Jogja memiliki standar kualitas produk yang tinggi					
4. Keputusan Pembelian						
1	Saya membeli produk Wuki <i>Travel</i> Jogja karena adanya bujukan orang lain					
2	Saya membeli produk Wuki <i>Travel</i> Jogja karena keinginan sendiri					
3	Wuki <i>Travel</i> Jogja memiliki peringkat yang baik					
5. Perilaku Pasca Pembelian						
1	Saya tidak pernah kecewa dengan produk wisata Wuki <i>Travel</i> Jogja					
2	Saya akan melakukan pembelian ulang karena sudah mengetahui kualitas Wuki <i>Travel</i> Jogja					
3	Saya akan melakukan pembelian produk berulang di Wuki <i>Travel</i> Jogja					

Lampiran 3 Rekapitulasi Kuesioner

Bauran Pemasaran

Res	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24
1	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	4	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
8	4	4	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
9	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
10	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
11	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	4	4	5
12	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
13	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
14	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5
15	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
17	3	3	4	3	4	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	3	3	2	3	3	3	3
18	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	4	3	3	2	3	3	2	4	4
19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
21	4	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
22	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	4	3

24	4	5	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	4
27	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
29	4	3	4	3	4	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3
30	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4
31	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5
37	5	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
38	4	3	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4
40	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4
41	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	5
42	4	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
44	5	4	4	4	5	4	5	5	5	3	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5
45	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4
46	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4
47	4	5	2	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	4	5	3	4	4	4
48	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
49	4	4	4	4	4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4

76	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
77	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
78	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
79	5	4	3	5	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	
80	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	
81	5	4	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	
82	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
83	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
84	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	
85	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	
86	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	
87	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	
88	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	
89	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	
90	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	
91	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
93	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	
94	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5	3	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	4	5
95	5	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Total	436	428	425	432	436	426	436	433	428	436	439	426	432	438	434	434	439	432	434	426	420	423	436	432	

84	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
85	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4
86	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4
87	5	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5
88	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5
89	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5
90	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5
91	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	4	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
94	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
95	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
96	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
100	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Total	414	430	430	431	408	466	426	424	432	441	433	440	426	427	431

84	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5
85	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5
86	4	5	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5
87	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5
88	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	4	5
89	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4
90	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
91	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5
92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
93	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5
94	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	4	4
95	4	5	4	5	4	5	5	4	5	2	5	5	4	4	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
100	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4
Total	426	433	413	428	430	438	425	427	429	387	430	423	420	420	428

Correlations																	
X2 Kualitas Pelayanan																	
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	X2.12	X2.13	X2.14	X2.15	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.670**	.649**	.508**	.202*	0,004	.514**	.505**	.580**	.523**	.558**	.560**	.545**	.475**	.564**	.718**
	Sig. (1-tailed)		0,000	0,000	0,000	0,022	0,484	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.670**	1	.711**	.740**	.198*	0,146	.724**	.653**	.708**	.662**	.555**	.677**	.594**	.607**	.619**	.839**
	Sig. (1-tailed)	0,000		0,000	0,000	0,024	0,073	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.649**	.711**	1	.740**	0,143	0,146	.701**	.606**	.708**	.662**	.581**	.725**	.503**	.652**	.711**	.839**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000		0,000	0,078	0,073	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.508**	.740**	.740**	1	0,141	0,113	.755**	.660**	.687**	.689**	.637**	.729**	.645**	.657**	.623**	.847**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000		0,081	0,132	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.202*	.198*	0,143	0,141	1	-0,083	0,110	.179*	.212*	.289**	0,023	.167*	.332**	0,158	0,144	.248**
	Sig. (1-tailed)	0,022	0,024	0,078	0,081		0,207	0,138	0,037	0,017	0,002	0,409	0,048	0,000	0,058	0,076	0,006
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	0,004	0,146	0,146	0,113	-0,083	1	.214*	0,159	.178*	0,100	.294**	0,136	0,081	.256**	0,115	.224*

	Sig. (1-tailed)	0,484	0,073	0,073	0,132	0,207		0,016	0,057	0,038	0,161	0,001	0,088	0,212	0,005	0,127	0,012
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	.514**	.724**	.701**	.755**	0,110	.214*	1	.780**	.695**	.630**	.644**	.697**	.621**	.635**	.676**	.850**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,138	0,016		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	.505**	.653**	.606**	.660**	.179*	0,159	.780**	1	.615**	.607**	.586**	.726**	.546**	.585**	.626**	.796**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,037	0,057	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	.580**	.708**	.708**	.687**	.212*	.178*	.695**	.615**	1	.803**	.721**	.684**	.551**	.692**	.626**	.849**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,017	0,038	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.10	Pearson Correlation	.523**	.662**	.662**	.689**	.289**	0,100	.630**	.607**	.803**	1	.688**	.771**	.666**	.702**	.705**	.851**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,002	0,161	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.11	Pearson Correlation	.558**	.555**	.581**	.637**	0,023	.294**	.644**	.586**	.721**	.688**	1	.681**	.602**	.670**	.597**	.795**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,409	0,001	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.12	Pearson Correlation	.560**	.677**	.725**	.729**	.167*	0,136	.697**	.726**	.684**	.771**	.681**	1	.607**	.716**	.671**	.863**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,048	0,088	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000	0,000

	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.13	Pearson Correlation	.545**	.594**	.503**	.645**	.332**	0,081	.621**	.546**	.551**	.666**	.602**	.607**	1	.575**	.731**	.771**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,212	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.14	Pearson Correlation	.475**	.607**	.652**	.657**	0,158	.256**	.635**	.585**	.692**	.702**	.670**	.716**	.575**	1	.579**	.805**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,058	0,005	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.15	Pearson Correlation	.564**	.619**	.711**	.623**	0,144	0,115	.676**	.626**	.626**	.705**	.597**	.671**	.731**	.579**	1	.815**
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,076	0,127	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000		0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Total	Pearson Correlation	.718**	.839**	.839**	.847**	.248**	.224*	.850**	.796**	.849**	.851**	.795**	.863**	.771**	.805**	.815**	1
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,006	0,012	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).																	
*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).																	

	Sig. (1-tailed)	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0		0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.420*	.625*	.660*	.676*	.657*	1	.636*	.676*	.635*	.300*	.551*	.533*	.528*	.563*	.647*	.801**
	Sig. (1-tailed)	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0		0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 1	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.7	Pearson Correlation	.549*	.662*	.591*	.669*	.547*	.636*	1	.598*	.544*	.244*	.515*	.559*	.552*	.631*	.552*	.777**
	Sig. (1-tailed)	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0		0,00 0	0,00 0	0,00 7	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.8	Pearson Correlation	.469*	.771*	.635*	.731*	.630*	.676*	.598*	1	.746*	.308*	.487*	.537*	.550*	.653*	.686*	.833**
	Sig. (1-tailed)	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0		0,00 0	0,00 1	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.9	Pearson Correlation	.370*	.709*	.589*	.590*	.574*	.635*	.544*	.746*	1	.232*	.520*	.491*	.631*	.623*	.628*	.779**
	Sig. (1-tailed)	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0		0,01 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,00 0	0,000
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Y.10	Pearson Correlation	.315*	.213*	.455*	.204*	.403*	.300*	.244*	.308*	.232*	1	.176*	.322*	.208*	.280*	.328*	.484**
	Sig. (1-tailed)	0,00 1	0,01 7	0,00 0	0,02 1	0,00 0	0,00 1	0,00 7	0,00 1	0,00 0	0,01 0		0,04 0	0,00 1	0,01 9	0,00 2	0,00 0

TOTAL_Y	Pearson Correlation	.645*	.798*	.785*	.807*	.760*	.801*	.777*	.833*	.779*	.484*	.715*	.758*	.718*	.810*	.790*	1
	Sig. (1-tailed)	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
**. Correlation is significant at the 0.01 level (1-tailed).																	
*. Correlation is significant at the 0.05 level (1-tailed).																	

Lampiran 5 Uji Reabilitas

Bauran Pemasaran

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,973	24

Kualitas Pelayanan

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,950	15

Keputusan Pembelian

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,938	15

Lampiran 6 Hasil Regresi Linear Berganda

Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,471	3,446		1,588	0,116
	Bauran Pemasaran	0,571	0,062	0,897	9,253	0,000
	Kualitas Pelayanan	-0,016	0,108	-0,014	-0,148	0,882

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji T

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	5,471	3,446		1,588	0,116
	Bauran Pemasaran	0,571	0,062	0,897	9,253	0,000
	Kualitas Pelayanan	-0,016	0,108	-0,014	-0,148	0,882

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4846,358	2	2423,179	174,349	.000 ^b
	Residual	1348,152	97	13,898		
	Total	6194,510	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian
b. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran

Uji Determinasi

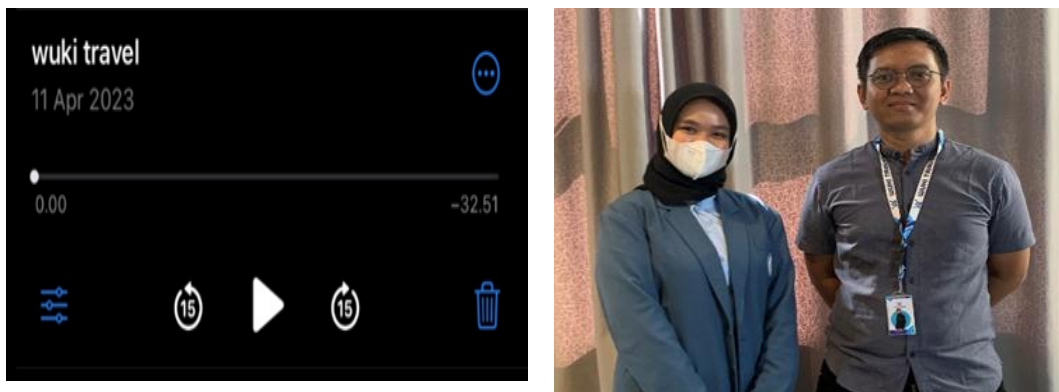
Model Summary					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	
1	.885 ^a	0,782	0,778	3,728	

a. Predictors: (Constant), Kualitas Pelayanan, Bauran Pemasaran

Lampiran 7 Wuki Travel Jogja



Harga Produk Wuki Travel Jogja



Wawancara pemilik mengenai sejarah Wuki Travel Jogja

Lampiran 8 Lembar Bimbingan

LEMBAR BIMBINGAN



NAMA PEMBIMBING I: Hari Rahmadi, S.E., M.M.

NAMA PEMBIMBING II: Hermawan Prasetyaningro, S.T., M.M.

NAMA MAHASISWA: Hermedistina Dhyandura
 NO. MAHASISWA : 419100678
 JUDUL PENELITIAN : Pengaruh Promosi dari Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pembeuan Perodar Juara Di Kota Trowal, 2022

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	7/2 2022	Pengajuan Judul	R
2	29/2 2022	Revisi Judul Baru	R
3	1/2 2022	konsultasi lokasi penelitian	R
4	7/2 2022	Perbaikan kuesioner	R
5	8/2 2022	Di Rinda AP tawar	R
6	15/2 2022	Konfirmasi SP pemap	R
7	29/2 2022	Pengajuan Kuesioner dan Sampel	
8	25/2 2022	Revisi Daftar Pustaka	
9	01/3 2022	Das Tabel	R
10	17/3 2022	UJ Hipotesis satu arah	R
11	23/3 2022	Hipotesis HA	R

NO.	TANGGAL	URAIAN BIMBINGAN	PARAF
1	2/2 2022	Revisi Kertas tulis	R
2	2/2 2022	1) p	R
3	2/2 2022	Revisi Kertas tulis	R
4	29/2 2022	Sumber Penelitian Tabel	R
		Daftar Pustaka	

LEMBAR SUBMISSION



NAMA PEMBIMBING I : Hari, Rachmaul, SE MM

NO.	TANGGAL	URAIAN Bimbingan	PARAF
12	30/05/2023	ABSTRAK + BHS LUGAM	<i>[Signature]</i>
13	05/06/2023	Has Pembinaan	<i>[Signature]</i>

NAMA PEMBIMBING II : Hermawan Prasetyono, S ST MM

NO.	TANGGAL	URAIAN Bimbingan	PARAF
5	26/05/2023	DP - TABLET Pencelisan	<i>[Signature]</i>
6	07/06/2023	Has Pembinaan	<i>[Signature]</i>

NAMA MAHASISWA : Hermadikha Dheeravita
 NO. MAHASISWA : 419100678
 JUDUL PENELITIAN : Pengaruh Promosi dan Kualitas pelayanan Terhadap Kepuasan Pembelian Produk Wisata di Wasi Travel 2023