LAMPIRAN

Lampiran 1.1. Kuisioner Penelitian

KUESIONER PENELITIAN

PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA FRANCHISE MINUMAN SUDUTLAGI DI KABUPATEN PINRANG

1. Identitas Responden

Isilah pertanyaan berikut dengan baik dan benar sesuai dengan kondisi sebenarnya. Berilah tanda (×) pada salah satu jawaban yang menurut anda benar.

Nama :

Jenis Kelamin :

Usia :

Alamat :

Pendidikan :

a. SD
b. SMP
c. SMA
d. S1

Pekerjaan :

a. Siswa/Mahasiswa
b. Karyawan
c. PNS/Polri
d. Wiraswasta
e. Belum Bekerja

2. Petunjuk Pengisian

Berilah Tanda (✓) seberapa besar tingkat persetujuan Anda terhadap pertanyaan – pertanyaan berikut. Jawaban yang tersedia berupa skala Likert yaitu antara 1 – 4, yang mempunyai arti :

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

Keputusan Pembelian					
No.	**Pernyataan**	**Pernyataan**			
		SS(4)	**S(3)**	**TS(2)**	**STS(1)**
Kemantapan suatu Produk					
1.	Saya membeli produk Sudutlagi karena sesuai dengan kualitas dan harga yang ditawarkan.				
2.	Minuman yang ada di Sudutlagi memiliki kualitas yang baik.				
Kebiasaan dalam membeli produk					
1.	Saya selalu mencari informasi sebelum memutuskan membeli produk Sudut Lagi				
2.	Saya melihat konsumen lain membeli produk Sudutlagi sehingga membuat saya tertarik mencobanya				
Memberikan rekomendasi kepada orang lain					
1.	Saya puas dengan Minuman Sudutlagi sehingga saya merekomendasikan ke teman saya.				
2.	Saya membeli Minuman Sudutlagi karna adanya rekomendasi dari orang lain.				
Produk					
No.	**Pernyataan**	**Pernyataan**			
		SS(4)	**S(3)**	**TS(2)**	**STS(1)**

	Kesesuaian Produk				
1.	Porsi minuman yang disajikan oleh Sudutlagi sesuai dengan keinginan/kebutuhan konsumen.				
2.	Sudutlagi menyajikan menu minuman yang bervariasi.				
Estetika					
1.	Desain kemasan Sudutlagi menarik				
2.	Desain gambar yang melekat pada kemasan menarik dan mudah dingat				
	Karakteristik				
1.	Minuman yang disajikan Sudutlagi memiliki ciri khas dari segi kemasan dan rasa yang ditawarkan.				
2.	Minuman Sudutlagi menyajikan menu dengan sangat higienis.				
Harga					
No.	**Pernyataan**	**Pernyataan**			
		SS(4)	**S(3)**	**TS(2)**	**STS(1)**
	Keterjangkauan Harga				
1.	Harga yang ditawarkan Sudutlagi terjangkau.				
2.	Harga bervariasi sesuai dengan rasa dan toping yang ditawarkan.				
	Kesesuaian Harga dengan kualitas produk				
1.	Harga Minuman Sudutlagi sesuai dengan kualitas produk.				
2.	Harga Minuman Sudutlagi sesuai dengan Ekspetasi Yang diharapkan konsumen.				
	Daya Saing Harga				
1.	Harga Minuman Sudutlagi dapat bersaing dengan minuman franchise lainnya				

2.	Harga Minuman Sudutlagi cukup terjangkau dikalangan konsumen.				
Tempat					
Akses					
1.	Sudutlagi terletak di lokasi yang strategis dan mudah di jangkau.				
2.	Sudutlagi mudah ditemukan karena berada di dekat jalan raya.				
Tempat Parkir					
1.	Sudutlagi memiliki lahan parkir yang luas.				
2.	Sudutlagi memiliki tempat parkir yang aman.				
Visibilitas					
1.	Sudutlagi terlihat jelas dari tepi jalan.				
2.	Sudutlagi memiliki interior yang menarik.				
	Promosi				
No.	**Pernyataan**	**Pernyataan**			
		SS(4)	**S(3)**	**TS(2)**	**STS(1)**
	Frekuensi Promosi Sosial Media				
1.	Konten promosi dari media sosial berhasil mempengaruhi saya untuk membeli Minuman Sudutlagi.				
2.	Review yang dibagikan konsumen menarik saya untuk membeli Minuman Sudutlagi				
	Media Promosi				
1.	Sudutlagi selalu memberikan informasi ter update tentang menunya melalui media online.				

2.	Sudutlagi selalu menampilkan produknya melalui akun Instagramnya.				
	Iklan Produk				
1.	Iklan yang ditampilkan menarik dan mudah diingat.				
2.	Iklan sangat berperan dalam promosi.				

NO	Produk							Harga							Tempat							Promosi							Keputusan Pembelian						
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	TOTAL	X2.1	X2.2.	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	TOTAL	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	TOTAL	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	TOTAL	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	TOTAL
1	4	3	3	3	3	3	19	4	3	4	4	4	4	23	4	4	3	3	3	4	21	4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	4	4	4	24
2	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	4	19	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	2	4	2	20
5	3	4	4	3	4	4	22	4	4	3	4	4	3	22	3	4	4	3	4	3	21	3	3	3	3	3	3	18	4	3	4	3	4	3	21
6	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	3	23	3	4	4	4	4	3	22	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	4	24
7	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	3	3	3	19	3	4	3	3	4	4	21	4	3	3	4	3	3	20	4	4	4	2	2	4	20
8	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	3	4	4	22	3	3	3	3	3	3	18	4	4	3	3	3	3	20	4	4	4	2	2	4	20
9	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	3	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24
10	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	3	4	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	2	4	4	4	22
11	4	4	4	3	4	4	23	3	4	4	4	4	4	23	3	4	3	4	4	4	22	4	3	3	3	3	4	20	4	4	4	4	4	4	24
12	4	4	4	3	4	4	23	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	3	4	3	20	4	4	4	4	3	4	23
13	3	3	4	4	4	4	22	4	3	3	4	3	4	21	3	4	3	4	4	4	22	4	3	3	3	3	3	19	4	4	4	4	2	3	21
14	4	4	4	4	4	4	24	2	3	2	3	2	2	14	3	3	3	3	2	3	17	4	4	4	4	4	3	23	3	4	2	2	4	3	18
15	4	4	4	4	4	4	24	3	3	2	3	3	3	17	3	3	3	2	3	3	17	3	3	3	3	3	3	18	4	3	2	2	4	3	18
16	4	4	4	4	3	4	23	4	3	4	3	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24	4	3	4	4	3	3	21	4	3	3	3	4	4	21
17	4	4	4	4	4	4	24	4	4	1	3	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24

18	3	4	4	4	4	4	23	3	3	4	3	3	3	19	4	4	3	3	4	4	22	3	3	2	2	2	3	15	3	3	3	4	3	3	19
19	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	3	3	4	22
20	4	4	4	4	4	4	24	4	4	2	3	4	3	20	3	3	3	4	4	4	21	3	3	4	4	4	4	22	3	3	3	3	3	4	19
21	4	4	3	3	4	4	22	4	3	3	3	4	3	20	4	4	4	4	4	3	23	4	3	4	3	4	4	22	4	4	3	3	4	4	22
22	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	4	3	4	20	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	3	23
23	4	4	4	4	3	4	23	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
24	3	4	3	4	4	4	22	3	3	3	3	3	4	19	4	4	4	3	3	4	22	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	4	3	23
25	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	3	3	3	21	4	4	3	3	4	4	22
26	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	4	3	21	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	3	3	3	21	3	4	4	4	3	4	22
27	4	4	4	4	4	4	24	3	4	4	3	3	4	21	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	3	3	3	21	3	3	4	4	4	4	22
28	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	3	3	3	21	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	3	3	3	21	3	3	4	4	4	4	22
29	4	3	4	4	4	4	23	4	4	4	3	3	3	21	4	4	4	4	3	4	23	4	4	4	3	3	3	21	3	3	4	4	4	4	22
30	3	4	4	4	3	4	22	3	3	4	3	3	3	19	4	4	4	3	3	4	22	3	4	3	4	4	3	21	3	4	3	3	4	3	20
31	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	3	3	4	22	4	4	3	3	2	4	20	4	3	3	3	3	4	20
32	3	4	4	4	4	4	23	3	3	4	3	4	4	21	4	4	4	4	4	4	24	2	3	4	4	4	3	20	3	4	4	4	3	3	21
33	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	4	3	21	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	3	23	4	4	4	4	4	4	24
34	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	3	4	3	22	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
35	4	3	4	4	4	4	23	3	3	4	3	3	4	20	4	4	4	3	3	4	22	3	4	3	4	3	3	20	3	3	3	4	4	4	21
36	3	4	4	4	4	4	23	3	4	3	4	4	4	22	4	4	4	3	4	4	23	3	3	3	4	4	4	21	3	4	4	4	3	3	21
37	4	4	4	3	4	4	23	4	4	4	3	4	3	22	3	4	4	4	3	3	21	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	24
38	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	3	4	21	4	3	3	4	4	4	22	4	4	4	3	4	3	22	4	4	4	4	4	4	24

8																																	
39	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	4	3	3	20	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	3	3	3	19	4	4	4	4	4	4	24
40	4	4	4	4	4	3	23	3	3	4	3	4	3	20	4	4	4	4	3	4	23	4	4	3	3	3	4	21	4	4	4	4	4	4	24
41	4	4	3	4	3	4	22	4	4	3	4	4	3	22	4	4	3	3	3	3	20	4	3	3	3	3	3	19	4	3	4	4	4	4	23
42	4	4	4	4	4	4	24	3	3	2	3	4	4	19	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	3	2	16
43	3	4	4	4	4	4	23	4	3	3	3	4	3	20	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	4	4	4	24
44	4	4	4	4	4	4	24	4	3	3	4	3	3	20	3	3	3	3	2	3	17	3	3	4	3	4	4	21	3	3	4	3	2	3	18
45	4	3	4	4	4	3	22	2	2	3	2	3	2	14	3	3	3	3	2	3	17	2	3	3	3	3	4	18	3	3	3	3	3	3	18
46	4	4	4	4	4	4	24	3	2	2	3	2	2	14	3	3	3	3	3	3	18	2	3	3	3	4	4	19	3	3	3	2	4	3	18
47	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18
48	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	4	3	2	18	4	3	3	3	3	4	20	2	2	2	3	2	3	14	2	3	1	3	2	2	13
49	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24	4	4	4	4	4	4	24
50	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	3	3	3	18	3	2	2	2	3	2	14	3	3	3	3	3	3	18
51	4	4	4	4	4	4	24	3	3	3	3	4	3	19	3	3	3	3	3	3	18	3	3	3	2	2	3	16	3	3	4	3	3	3	19
52	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	4	4	4	22	4	4	4	4	3	4	23	3	4	4	4	4	4	23	3	3	3	3	3	3	18
53	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	4	4	22	3	3	4	3	3	4	20	3	3	3	2	2	3	16	3	3	3	3	3	3	18
54	4	4	4	4	3	4	23	4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24	3	3	2	2	2	3	15	4	4	2	3	3	2	18
55	4	4	4	4	4	4	24	4	4	2	3	4	4	21	3	4	3	3	3	3	19	3	3	3	3	3	3	18	4	4	4	2	4	3	21
56	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	4	4	4	24	3	3	4	4	3	4	21	4	4	3	2	4	4	21
57	4	4	4	4	4	4	24	4	4	3	3	4	4	22	4	4	4	3	3	4	22	2	3	3	3	3	2	16	3	3	2	3	3	3	17
58	4	4	4	4	4	4	24	4	4	2	2	4	4	20	4	4	2	2	4	4	20	4	4	3	3	3	4	21	3	3	3	3	3	3	18

59	4	4	4	4	4	4	24	3	3	2	3	3	4	18	3	3	3	3	4	4	20	3	3	3	3	4	3	19	3	4	3	3	3	3	19
60	4	4	4	4	4	4	24	4	4	2	2	4	4	20	4	4	4	4	4	4	24	3	4	3	3	3	3	19	4	4	3	4	4	4	23

Tabulasi jawaban Responden Variabel X dan Y

No	Variabel X	Variabel Y
1	83	24
2	96	24
3	96	24
4	85	20
5	83	21
6	92	24
7	84	20
8	84	20
9	92	24
10	94	22
11	88	24
12	90	23
13	84	21
14	78	18
15	76	18
16	90	21
17	92	24
18	79	19
19	94	22
20	87	19
21	87	22
22	86	23
23	93	24
24	86	23
25	89	22
26	89	22
27	89	22
28	89	22

29	88	22
30	84	20
31	89	20
32	88	21
33	92	24
34	92	24
35	85	21
36	89	21
37	84	24
38	89	24
39	87	24
40	87	24
41	83	23
42	79	16
43	79	24
44	82	18
45	71	18
46	75	18
47	78	18
48	76	13
49	96	24
50	74	18
51	77	19
52	92	18
53	82	18
54	84	18
55	82	21
56	91	21
57	84	17
58	85	18

59	81	19
60	86	23

Lampiran 1.3. Hasil Uji Instrumen

1. Uji validitas dan realibitas

UJI VALIDASI

Variabel Produk X1

Correlations

		x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	ProdukX1
x1.1	Pearson Correlation	1	.741**	.546**	.438**	.512**	.565**	.791**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x1.2	Pearson Correlation	.741**	1	.441**	.448**	.471**	.546**	.747**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x1.3	Pearson Correlation	.546**	.441**	1	.556**	.500**	.668**	.804**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x1.4	Pearson Correlation	.438**	.448**	.556**	1	.429**	.671**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.001	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x1.5	Pearson Correlation	.512**	.471**	.500**	.429**	1	.665**	.752**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x1.6	Pearson Correlation	.565**	.546**	.668**	.671**	.665**	1	.875**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Total Produk x1	Pearson Correlation	.791**	.747**	.804**	.759**	.752**	.875**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

Variabel Harga X2

Correlations								
		x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	total
x2.1	Pearson Correlation	1	.530**	.107	.015	.224	.130	.501**
	Sig. (2-tailed)		.000	.415	.907	.085	.326	.000
	N	60	60	60	60	60	59	60
x2.2	Pearson Correlation	.530**	1	.059	.265*	.210	.302*	.530**
	Sig. (2-tailed)	.000		.654	.041	.108	.020	.000
	N	60	60	60	60	60	59	60
x2.3	Pearson Correlation	.107	.059	1	.571**	.571**	.640**	.735**
	Sig. (2-tailed)	.415	.654		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	59	60
x2.4	Pearson Correlation	.015	.265*	.571**	1	.383**	.474**	.661**
	Sig. (2-tailed)	.907	.041	.000		.003	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	59	60
x2.5	Pearson Correlation	.224	.210	.571**	.383**	1	.678**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.085	.108	.000	.003		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	59	60
x2.6	Pearson Correlation	.130	.302*	.640**	.474**	.678**	1	.791**
	Sig. (2-tailed)	.326	.020	.000	.000	.000		.000
	N	59	59	59	59	59	59	59
total	Pearson Correlation	.501**	.530**	.735**	.661**	.724**	.791**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

Variabel Tempat X3

Correlations								
		x3.1	x3.2	x3.3	x3.4	x3.5	x3.6	total
x3.1	Pearson Correlation	1	.754**	.302*	.114	.508**	.498**	.727**
	Sig. (2-tailed)		.000	.019	.385	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x3.2	Pearson Correlation	.754**	1	.251	.179	.549**	.602**	.770**
	Sig. (2-tailed)	.000		.053	.171	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60

x3.3	Pearson Correlation	.302*	.251	1	.447**	.253	.132	.647**
	Sig. (2-tailed)	.019	.053		.000	.051	.315	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x3.4	Pearson Correlation	.114	.179	.447**	1	.178	.089	.524**
	Sig. (2-tailed)	.385	.171	.000		.175	.498	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x3.5	Pearson Correlation	.508**	.549**	.253	.178	1	.819**	.759**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.051	.175		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x3.6	Pearson Correlation	.498**	.602**	.132	.089	.819**	1	.717**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.315	.498	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
total	Pearson Correlation	.727**	.770**	.647**	.524**	.759**	.717**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

Variabel Promosi X4

Correlations

		x4.1	x4.2	x4.3	x4.4	x4.5	x4.6	total
x4.1	Pearson Correlation	1	.593**	.339**	.445**	.543**	.318*	.720**
	Sig. (2-tailed)		.000	.008	.000	.000	.013	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x4.2	Pearson Correlation	.593**	1	.463**	.492**	.409**	.477**	.776**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x4.3	Pearson Correlation	.339**	.463**	1	.556**	.308*	.436**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.008	.000		.000	.017	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x4.4	Pearson Correlation	.445**	.492**	.556**	1	.510**	.460**	.780**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000

	N	60	60	60	60	60	60	60
x4.55U8	Pearson Correlation	.543**	.409**	.308*	.510**	1	.637**	.751**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.017	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
x4.6	Pearson Correlation	.318*	.477**	.436**	.460**	.637**	1	.735**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
total	Pearson Correlation	.720**	.776**	.705**	.780**	.751**	.735**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60

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

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

Variabel Keputusan Pembelian Y

Correlations

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	total
Y.1	Pearson Correlation	1	.555**	.567**	.449**	.383**	.434**	.769**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.003	.001	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.2	Pearson Correlation	.555**	1	.529**	.360**	.421**	.609**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.005	.001	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.3	Pearson Correlation	.567**	.529**	1	.409**	.473**	.548**	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.001	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.4	Pearson Correlation	.449**	.360**	.409**	1	.658**	.466**	.720**
	Sig. (2-tailed)	.000	.005	.001		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.5	Pearson Correlation	.383**	.421**	.473**	.658**	1	.500**	.744**
	Sig. (2-tailed)	.003	.001	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
Y.6	Pearson Correlation	.434**	.609**	.548**	.466**	.500**	1	.774**

	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60	60	60
total	Pearson Correlation	.769**	.767**	.773**	.720**	.744**	.774**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60	60	60
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

Uji Reliabilitas

Variabel Produk X1

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.796	6

Variabel Harga X2

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.767	6

Variabel Harga X3

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.767	6

Variabel Promosi X4

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.787	6

Variabel Keputusan Pembelian Y

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.790	6

2. Tabel Uji Validasi Dan Reliabilitas

1. Variabel Produk X1

No Butir Instrumen	N	Person Corelation R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
X1.1	60	0,792	0,254	0,000	Valid
X1.2	60	0,747	0,254	0,000	Valid
X1.3	60	0,804	0,254	0,000	Valid
X1.4	60	0,759	0,254	0,000	Valid
X1.5	60	0,752	0,254	0,000	Valid
X1.6	60	0,875	0,254	0,000	Valid

Distribusi Nilai Rtabel Dan Nilai Signifikansi 0.05

2. Variabel Harga X2

No Butir Instrumen	N	Person Corelation R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
X2.1	60	0,501	0,254	0,000	Valid
X2.2	60	0,530	0,254	0,000	Valid
X2.3	60	0,735	0,254	0,000	Valid
X2.4	60	0,661	0,254	0,000	Valid
X2.5	60	0,724	0,254	0,000	Valid
X2.6	60	0,791	0,254	0,000	Valid

Distribusi Nilai Rtabel Dan Nilai Signifikansi 0.05

3. Variabel Tempat X3

No Butir Instrumen	N	Person Corelation R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
X3.1	60	0,727	0,254	0,000	Valid
X3.2	60	0,770	0,254	0,000	Valid
X3.3	60	0,647	0,254	0,000	Valid
X3.4	60	0,524	0,254	0,000	Valid
X3.5	60	0,759	0,254	0,000	Valid
X3.6	60	0,717	0,254	0,000	Valid

Distribusi Nilai Rtabel Dan Nilai Signifikansi 0.05

4. Variabel Promosi X4

No Butir Instrumen	N	Person Corelation R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
X4.1	60	0,720	0,254	0,000	Valid
X4.2	60	0,776	0,254	0,000	Valid
X4.3	60	0,705	0,254	0,000	Valid
X4.4	60	0,780	0,254	0,000	Valid
X4.5	60	0,751	0,254	0,000	Valid
X4.6	60	0,735	0,254	0,000	Valid

Distribusi Nilai Rtabel Dan Nilai Signifikansi 0.05

5. Variabel Keputusan Pembelian Y

No Butir Instrumen	N	Person Corelation R Hitung	R Tabel	Nilai Signifikansi	Keterangan
Y1	60	0,769	0,254	0,000	Valid
Y2	60	0,767	0,254	0,000	Valid
Y3	60	0,773	0,254	0,000	Valid
Y4	60	0,720	0,254	0,000	Valid
Y5	60	0,744	0,254	0,000	Valid

Y6	60	0,774	0,254	0,000	Valid

Distribusi Nilai Rtabel Dan Nilai Signifikansi 0.05

Hasil Uji Realibilitas

1. **Variabel Produk X1**

Variabel	Crobanch's Alpha	R Tabel	Keterangan
Produk	0,796	0,254	Valid

2. **Variabel Harga X2**

Variabel	Crobanch's Alpha	R Tabel	Keterangan
Harga	0,767	0,254	Valid

3. **Variabel Tempat X3**

Variabel	Crobanch's Alpha	R Tabel	Keterangan
Tempat	0,767	0,254	Valid

4. **Variabel Promosi X4**

Variabel	Crobanch's Alpha	R Tabel	Keterangan
Promosi	0,787	0,254	Valid

5. **Variabel Keputusan Pembelian Y**

Variabel	Crobanch's Alpha	R Tabel	Keterangan
Keputusan Pembelian	0,790	0,254	Valid

1.4. Uji Asumsi Klasik

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		60
Normal Parameters[a,b]	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.73847548
Most Extreme Differences	Absolute	.099
	Positive	.099
	Negative	-.067
Test Statistic		.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200[c,d]

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

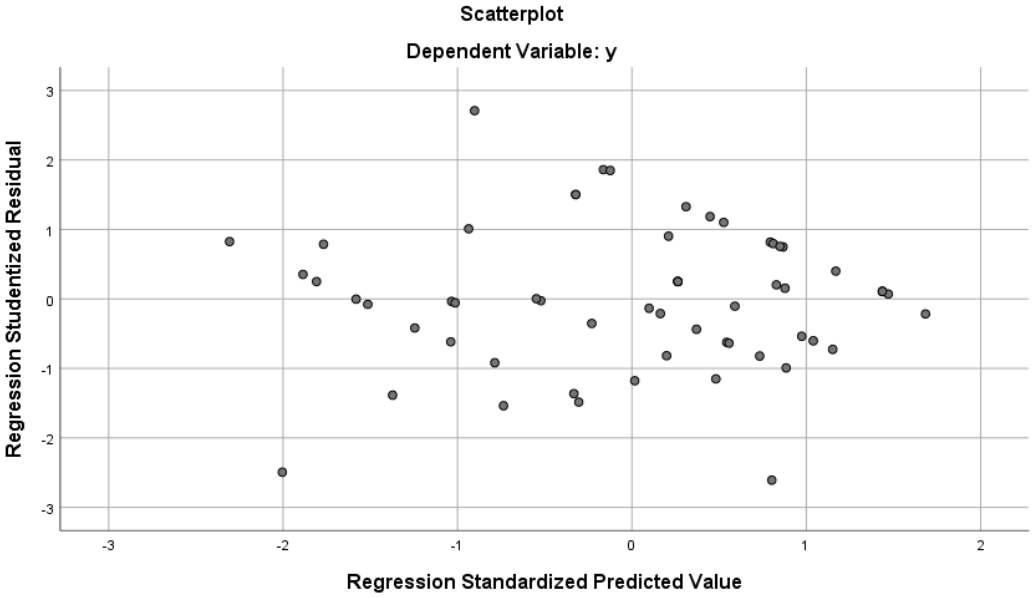
d. This is a lower bound of the true significance.

Uji Multikolinieritas

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	16.208	6.660		2.433	.018		
	x1	.630	.260	.221	2.424	.019	.984	1.017
	x2	.274	.135	.243	2.031	.047	.570	1.754
	x3	.291	.138	.260	2.108	.040	.537	1.862
	x4	.381	.098	.387	3.888	.000	.824	1.213

a. Dependent Variable: y

Uji Heteroskedastisitas



Lampiran 1.5. Hasil Analisis Regresi

Analisis Regresi Liniar Berganda

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.208	6.660		2.433	.018
	X1	.630	.260	.221	2.424	.019
	x2	.274	.135	.243	2.031	.047
	x3	.291	.138	.260	2.108	.040
	x4	.381	.098	.387	3.888	.000

Uji Parsial (Uji T)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16.208	6.660		2.433	.018
	X1	.630	.260	.221	2.424	.019
	x2	.274	.135	.243	2.031	.047
	x3	.291	.138	.260	2.108	.040
	x4	.381	.098	.387	3.888	.000

Uji Simultan (Uji F)

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	218.534	4	54.634	16.851	.000[b]
	Residual	178.316	55	3.242		
	Total	396.850	59			

a. Dependent Variable: y

b. Predictors: (Constant), x4, x1, x2, x3

Koefisien Determinasi

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.742[a]	.551	.518	1.80058	.551	16.851	4	55	.000	1.898

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

b. Dependent Variable: y

Lampiran 1.6. Dokumentasi Penelitian



Gambar 1. Lokasi Penelitian



Gambar 2. Observasi sekaligus penyerahan surat ke owner Sudutlagi



Gambar 3. Pengisian Kuesioner



Gambar 4. Pengisian Kuesioner





Gambar 5. Pengisian Kuesioner








Gambar 6. Pengisian Kuesioner




Gambar 7. Pengisian Data Kuesioner

turnitin

Similarity Report ID: oid:3618:51255066

PAPER NAME
PENGARUH MARKETING MIX TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA FRANCHISE MINUMAN SUDUTLAGI DI KAB

AUTHOR
Ifa Nurasykin

WORD COUNT
9872 Words

CHARACTER COUNT
64320 Characters

PAGE COUNT
63 Pages

FILE SIZE
257.6KB

SUBMISSION DATE
Feb 12, 2024 12:26 PM GMT+8

REPORT DATE
Feb 12, 2024 12:27 PM GMT+8

● 25% Overall Similarity

The combined total of all matches, including overlapping sources, for each database.

- 25% Publications database
- Crossref database
- Crossref Posted Content database

● Excluded from Similarity Report

- Internet database
- Bibliographic material
- Quoted material
- Cited material
- Small Matches (Less then 8 words)
- Manually excluded sources

Summary

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
(RESEARCH INSTITUTE AND COMMUNITY SERVICES)

Alamat : Gedung F3.19 Kampus II UMPAR, Jl. Jend. Ahmad Yani KM. 6 Kota Parepare, Kode Pos 91113, e-mail : lppm@umpar.ac.id

بسم الله الرحمن الرحيم

Nomor : 0558/LPPM/II.3.AU/IP/2023
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Owner Franchise Minuman Sudut Lagi Cabang Pekkabata Kabupaten Pinrang
di-
Tempat

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Parepare, menerangkan bahwa:

Nama	**: Ifa Nurasykin**
NIM	**: 220 170 023**
Fakultas/Prodi	**: FAPETRIK/Agribisnis**

Adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Parepare yang bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Franchise Minuman Sudut Lagi di Kabupaten Pinrang".** Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin penelitian kepada Mahasiswa tersebut selama 3 (tiga) Bulan di **Franchise Minuman Sudut Lagi Cabang Pekkabata Kabupaten Pinrang**.
Atas Perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.
Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Parepare, 14 November 2023
Ketua,

Dr. Iradhatullah Rahim, M.P.
NIDN. 0926117601

Tembusan Yth.
1. Ketua BPH UMPAR
2. Wakil Rektor I UMPAR
3. Wakil Rektor III UMPAR
4. Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan UMPAR
5. Sdri. Ifa Nurasykin
6. Arsip

SUDUTLAGI INDONESIA
Jln.Poros Pinrang Polman KM 22 Kab Pinrang SUL-SEL 91251

SURAT KETERANGAN

Nomor : 006/VI/SDTLG/2024
Perihal : Keterangan Penelitian

Yang bertandatangan dibawah ini:
Nama : **RAFZANJANI ARIFUDDIN**
Jabatan : Owner

Dengan ini menerangkan bahwa,
Nama : **IFA NURASYKIN**
NIM : 220170023
Program Studi : Agribisnis
Status/Pekerjaan : Mahasiswa **Universitas Muhammadiyah Pare-pare**

Adalah benar telah melakukan penelitian di **Cafe SUDUTLAGI Cab. Pekkabata** yang beralamat Jalan. Poros Pinrang Polman KM 22, Kel. Pekkabata, Kec. Duampanua, Kab. Pinrang selama 3 bulan yang dilaksanakan mulai **November 2023 sampai dengan Januari 2024**, dengan judul penelitian **"Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Franchise Minuman SUDUTLAGI di Kabupaten Pinrang**

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai bahan referensi atau dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 8 Februari 2024
Hormat Kami

Rafzanjani Arifuddin
Owner

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PAREPARE
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
(RESEARCH INSTITUTE AND COMMUNITY SERVICES)
Alamat : Gedung F3.19 Kampus II UMPAR, Jl. Jend. Ahmad Yani KM. 6 Kota Parepare, Kode Pos 91113, e-mail : lppm@umpar.ac.id

بسم الله الرحمن الرحيم

Nomor : 0558/LPPM/II.3.AU/IP/2023
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Rekomendasi Izin Penelitian**

Kepada Yth.
Owner Franchise Minuman Sudut Lagi Kabupaten Pinrang
di-
Tempat

Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat Universitas Muhammadiyah Parepare, menerangkan bahwa:

Nama	**: Ifa Nurasykin**
NIM	**: 220 170 023**
Fakultas/Prodi	**: FAPETRIK/Agribisnis**

Adalah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Parepare yang bermaksud untuk melakukan penelitian dengan judul **"Pengaruh *Marketing Mix* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Franchise Minuman Sudut Lagi di Kabupaten Pinrang".** Sehubungan dengan hal tersebut, dimohon kepada Bapak/Ibu untuk memberikan izin penelitian kepada Mahasiswa tersebut selama 3 (tiga) Bulan di **Franchise Minuman Sudut Lagi Kabupaten Pinrang**.

Atas Perhatian dan kerjasamanya, diucapkan terima kasih.

Wassalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh.

Parepare, 14 November 2023

Ketua,

Dr. Iradhatullah Rahim, M.P.
NIDN. 0926117601

Tembusan Yth.
1. Ketua BPH UMPAR
2. Wakil Rektor I UMPAR
3. Wakil Rektor III UMPAR
4. Dekan Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan UMPAR
5. Sdri. Ifa Nurasykin
6. Arsip

SUDUTLAGI INDONESIA
Jln. Jend. Sukawati Kab.Pinrang SUL – SEL 91211

SURAT KETERANGAN

Nomor : 006 / VI / SDTLG / 2024
Perihal : Keterangan Penelitian

Yang bertanda tangan dibawah ini :
Nama : RICHY ADNAN
Jabatan : Chief Executive Officer

Dengan ini menerangkan bahwa,
Nama : IFA NURASYKIN
NIM : 220170023
Program Studi : Agribisnis
Status / Pekerjaan : Mahasiswa UNIVERSITAS Muhammadiyah Pare-pare

Adalah benar telah melakukan penelitian di Café SUDUTLAGI yang beralamat Jalan. Sukawati No.22A, Kec.Watang Sawitto, Kab.Pinrang selama 3 bulan yang dilaksanakan mulai November 2023 sampai dengan Januari 2024, dengan judul penelitian " Pengaruh marketing mix terhadap Keputusan pembelian konsumen pada Franchise minuman SUDUTLAGI di Kabupaten Pinrang

Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dipergunakan sebagai bahan referensi atau dipergunakan sebagaimana mestinya.

Pinrang, 5 Januari 2024
Hormat Kami,

Sudutlagi

Richy Adnan
CEO Sudutlagi Indonesia

RIWAYAT HIDUP



Ifa Nurasykin(220170023) lahir pada tanggal 17 Januari 2003 di Belulang, Desa Letta, Kecamatan Lembang, Kabupaten Pinrang, anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Fastmin dan Ani. Ditahun 2008 penulis memulai pendidikan di Sekolah Dasar di SDN 200 Lembang dan selesai pada tahun 2014, penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Pertama di SMP Negeri 6 Lembang dan lulus pada tahun 2017, kemudian penulis melanjutkan pendidikan di Sekolah Menengah Atas yaitu di SMA Negeri 2 Pinrang hingga lulus pada tahun 2020, dan tahun 2020 penulis melanjutkan pendidikan strata satu (S1) di Universitas Muhammadiyah Parepare dengan mengambil program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Peternakan dan Perikanan. Pada tahun 2024 penulis menyelesaikan tugas akhir (skripsi) dengan judul "Pengaruh Marketing Mix Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Franchise Minuman Sudutlagi di Kabupaten Pinrang".