

**PENGARUH LOKASI PENJUALAN DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA  
PETERNAKAN AYAM RAS PEDAGING  
( BROILER ) KECAMATAN XIII  
KOTO KAMPAR  
KABUPATEN  
KAMPAR**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana  
(S1) Pada Program Sarjana (S1) Fakultas Ekonomi  
Universitas Islam Sumatera Utara**

**DI AJUKAN OLEH :**

**NAMA MAHASISWA : RIZKY WIRYA NINGSIH  
NPM : 71170312012  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
PROGRAM PENDIDIKAN: STRATA SATU (S1)  
KONSENTRASI : PEMASARAN**



**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA  
FAKULTAS EKONOMI  
MEDAN  
2021**

**LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI**

**JUDUL : PENGARUH LOKASI PENJUALAN DAN HARGA TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PETERNAKAN AYAM  
RAS PEDAGING (BROILER) KECAMATAN XIII KOTO KAMPAR  
KABUPATEN KAMPAR**

**DIAJUKAN OLEH**

**NAMA MAHASISWA : RIZKY WIRYA NINGSIH  
NPM : 71170312012  
PROGRAM PENDIDIKAN : STRATA SATU ( S1 )  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN  
KONSENTRASI : PEMASARAN**

**DISETUJUI OLEH**

**Pembimbing I**

*3/5-2021*



**Dr. Hj. Nilawati.,S.E.,M.M**

**Pembimbing II**



**Syafrizal.,S.E.,M.M**

**Ketua Program Studi**



**Dr. Supriadi.,S.E.,M.M.,M.Si**

**UNIVERSITAS ISLAM SUMATERA UTARA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**MEDAN**

**2021**

## DAFTAR ISI

	<b>Halaman</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>i</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>iv</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR.....</b>	<b>ix</b>
<b>BAB I     PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	4
1.3. Batasan dan Rumusan Masalah.....	5
1.3.1. Batasan Masalah .....	5
1.3.2. Rumusan Masalah.....	5
1.4. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
<b>BAB II    LANDASAN TEORI.....</b>	<b>7</b>
2.1. Uraian Teoritis.....	7
2.1.1. Pemasaran .....	7
2.1.1.1. Pengertian Pemasaran.....	7
2.1.1.3. Bauran Pemasaran .....	8
2.1.2. Lokasi .....	9
2.1.2.1. Pengertian Lokasi .....	9
2.1.2.2. Indikator Lokasi .....	10
2.1.2.3. Dimensi Pertimbangan Pemilihan Lokasi .....	11

2.1.3. Harga.....	12
2.1.3.1. Pengertian Harga .....	12
2.1.3.2. Penetapan Harga .....	13
2.1.3.3. Tujuan Penetapan Harga.....	14
2.1.3.4. Faktor Yang di Perimbangkan Dalam Penetapan Harga .....	15
2.1.3.5. Strategi Penetapan Harga.....	17
2.1.3.6. Indikator Harga.....	19
2.1.4. Keputusan Pembelian Konsumen .....	19
2.1.4.1 Pengertian Keputusan Pembelian Konsumen .....	19
2.1.4.2. Proses Pengambilan Keputusan Pembelian Konsumen .....	21
2.1.4.3. Faktor – Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen .....	22
2.1.4.4. Indikator Keputusan Pembelian Konsumen .....	26
2.1.5. Pengaruh Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen .....	26
2.1.6. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pembelian Konsumen .....	27
2.2. Penelitian Terdahulu .....	27
2.3. Kerangka Konseptual .....	29

2.4. Hipotesis .....	30
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1. Lokasi, Objek Penelitian, Waktu Penelitian.....	31
3.1.1 Lokasi Penelitian .....	31
3.1.2 Objek Penelitian .....	31
3.1.3 Waktu Penelitian .....	31
3.2 Populasi dan Sampel Penelitian .....	32
3.2.1 Populasi Penelitian .....	32
3.2.2. Sampel Penelitian.....	33
3.3 Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.4. Definisi Operasional Variabel.....	34
3.5. Uji Validitas dan Uji Reabilitas .....	35
3.5.1. Uji Validitas .....	35
3.5.2. Uji Reabilitas.....	36
3.6. Uji Asumsi Klasik .....	38
3.6.1. Uji Normalitas .....	38
3.6.2 Uji Multikolinearitas .....	38
3.6.3 Uji Heteroskedasitas.....	39
3.7. Teknik Analisis Data.....	39
3.7.1. Teknik Analisis Deskriptif .....	39
3.7.2. Analisa Regresi Linear Berganda .....	39
3.8. Uji Hipotesis.....	40
3.8.1. Uji t (Uji Parsial).....	40

3.8.2. Uji F (Uji Simultan) .....	41
3.8.3. Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	41
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM TEMPAT PENELITIAN.....</b>	<b>42</b>
4.1. Sejarah Singkat.....	42
4.1.1. Sejarah Singkat Peternakan Ayam Ras Pedaging (Broiler) .....	42
4.1.2. Visi dan Misi Peternakan Ayam Ras Pedaging (Broiler) .....	44
4.1.3 Pemasaran Peternakan Ayam Ras Pedaging (Broiler).....	46
4.1.4. Struktur Organisasi Peternakan Ayam Ras Pedaging (Broiler) .....	47
<b>BAB V ANALISIS DAN EVALUASI.....</b>	<b>48</b>
5.1. Analisis Data .....	48
5.1.1. Karakteristik Responden .....	48
5.2. Deskriptif Data Responden .....	49
5.2.1. Deskriptif Variabel Lokasi Penjualan.....	49
5.2.2. Deskriptif Variabel Harga.....	55
5.2.3. Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian Konsumen.....	60
5.3. Hasil Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	68
5.3.1. Uji Validitas.....	68
5.3.2. Uji Reliabilitas.....	70

5.4. Uji Asumsi Klasik .....	71
5.4.1. Uji Normalitas.....	71
5.4.2. Uji Multikolinearitas .....	74
5.4.3. Uji Heteroskedastisitas .....	75
5.5. Analisis Regresi Linear Berganda.....	76
5.6. Pengujian Hipotesis.....	77
5.6.1. Uji Parsial (Uji-t).....	77
5.6.2. Uji Simultan ( Uji- F).....	78
5.6.3. Uji Determinasi ( $R^2$ ) .....	79
5.7. Evaluasi Data.....	80
<b>BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>81</b>
6.1. KESIMPULAN .....	81
6.2. SARAN.....	82
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>83</b>
<b>LAMPIRAN</b>	
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b>	

## DAFTAR TABEL

<b>TABEL KETERANGAN</b>	<b>Halaman</b>
2.1. Penelitian Terdahulu .....	28
3.1. Jadwal dan Waktu Penelitian .....	32
3.2. Dimensi Operasional Variabel .....	34
5.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	48
5.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	48
5.3. Distribusi Responden Untuk Kuesioner 1 Lokasi Penjualan .....	49
5.4. Distribusi Responden Untuk Kuesioner 2 Lokasi Penjuala .....	50
5.5. Distribusi Responden Untuk Kuesioner 3 Lokasi Penjualan .....	51
5.6. Distribusi Responden Untuk Kuesioner 4 Lokasi Penjualan .....	51
5.7. Distribusi Responden Untuk Kuesioner 5 Lokasi Penjualan .....	52
5.8. Distribusi Responden Untuk Kuesioner 6 Lokasi Penjualan.....	53
5.9. Distribusi Responden Untuk Kuesioner 7 Lokasi Penjualan .....	53
5.10 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 8 Lokasi Penjualan.....	54
5.11 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 1 Harga .....	55
5.12 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 2 Harga .....	56
5.13 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 3 Harga .....	56
5.14 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 4 Harga .....	57
5.15 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 5 Harga .....	58
5.16 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 6 Harga .....	58
5.17 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 7 Harga .....	59



5.18 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 1 Keputusan Pembelian	
Konsumen.....	60
5.19 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 2 Keputusan Pembelian	
Konsumen.....	61
5.20 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 3 Keputusan Pembelian	
Konsumen.....	61
5.21 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 4 Keputusan Pembelian	
Konsumen .....	62
5.22 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 5 Keputusan Pembelian	
Konsumen.....	63
5.23 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 6 Keputusan Pembelian	
Konsumen .....	64
5.24 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 7 Keputusan Pembelian	
Konsumen .....	65
5.25 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 8 Keputusan Pembelian	
Konsumen .....	66
5.26 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 9 Keputusan Pembelian	
Konsumen .....	66
5.27 Distribusi Responden Untuk Kuesioner 10 Keputusan Pembelian	
Konsumen .....	67
5.28 Uji Validitas Lokasi Penjualan.....	68
5.29 Uji Validitas Harga .....	68
5.30 Uji Validitas Keputusan Pembelian Konsumen.....	69

5.31 Uji Reliabilitas .....	70
5.32 Uji Kolmogorov-Smirnov Test .....	73
5.33 Hasil Uji Multikolinearitas.....	74
5.34 Hasil Regresi Linear Berganda .....	76
5.35 Hasil Uji Parsial ( Uji t ) .....	77
5.36 Hasil Uji Simultan ( Uji F ).....	78
5.37 Hasil Uji Koefisien Determinasi .....	80

## DAFTAR GAMBAR

KETERANGAN GAMBAR	Halaman
2.1. Perilaku Konsumen Terhadap Pembelian .....	21
2.3. Kerangka Konseptual .....	29
4.1. Struktur Organisasi.....	47
5.1. Hasil Uji Normalitas .....	71
5.2. Plot Uji Normalitas .....	72
5.3. Hasil Grafik Scatterplot.....	75

## KATA PENGANTAR

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Alhamdulillahirabbil'alamin segala puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah Subhanahuwata'ala, yang telah memberikan limpahan rahmat serta hidayah-Nya pada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini guna untuk memenuhi syarat menyelesaikan program sarjana strata satu (S1) di Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara dengan judul ***“Pengaruh Lokasi Penjualan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Peternakan Ayam Ras Pedaging ( Broiler ) Kecamatan Xiii Koto Kampar Kabupaten Kampar”***. Shalawat beserta salam tercurah kan kepada baginda Nabi Muhammad Rasulullah Shallallahu Alaihi Wasallam, beserta keluarga dan para sahabatnya. Selama proses pembuatan skripsi ini penulis menyadari bahwa rahmat Tuhan Yang Maha Esa dan tidak lepas dari bantuan berbagai pihak yang senantiasa memberikan dukungan moral maupun materil dan membantu dalam pembuatan proposal skripsi ini sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.

Oleh karena itu, dalam kesempatan ini penulis menghaturkan rasa hormat dan mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Dr. H. Yanhar Jamaluddin, M.AP selaku Rektor Universitas Islam Sumatera Utara

2. Ibu Dr. Hj. Safrida.,S.E.,M.Si selaku dekan, beserta pembantu Dekan I, Pembantu Dekan II, dan Pembantu Dekan III Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara
3. Bapak Supriadi.,S.E.,M.M selaku Ketua Program Studi Ekonomi Manajemen dan Bapak Syafrizal.,S.E.,M.M selaku Sekretaris Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumater Utara.
4. Ibu Dr. Hj. Nilawati.,S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbing I yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan banyak ilmu pengetahuannya kepada penulis.
5. Bapak Syafrizal.,S.E.,M.M selaku Dosen Pembimbinng II yang telah bersedia meluangkan waktu untuk memberikan bimbingan, arahan, dan banyak ilmu pengetahuannya kepada penulis.
6. Seluruh Dosen dan Staff Fakultas Ekonomi Universitas Islam Sumatera Utara yang telah memberikan jasa dan bekal ilmu pengetahuan yang luas kepada penulis dalam perkuliahan, semoga ilmu yang diberikan memberikan manfaat untuk penulis di masa mendatang.
7. Kedua Orangtua saya yang sangat saya sayangi dan saya cintai Ayahanda Muhammad Saleh Rangkuti dan Ibunda Rosdina Nasution yang senantiasa selalu memberikan kasih sayang, rasa cinta, perhatian, doa, dukungan dan motivasi kepada penulis sehingga penulis dapat membuat skripsi ini, dan hanya doa yang dapat saya panjatkan untuk kedua orangtua saya atas semua yang telah diberikan kepada saya.

8. Kepada Adik- adik saya yang selalu membantu mendoakan dan mensupport saya, yaitu Arjun Facrezy Rangkuti dan Azil Refandy Rangkuti
9. Kepada teman seperjuangan saya sekaligus teman – teman kuliah saya yang turut membantu serta memberikan dukungan dan masukan, yaitu : Windy, Hartiwi, Yuli, Desi, Nisa.
10. Dan kepada semua pihak yang turut membantu yang tidak bisa disebutkan secara satu persatu, semoga Allah Subhanawata'ala membalas kebaikan kalian semua.

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, baik materi maupun cara penulisannya. Namun demikian, penulis telah berupaya dengan kemampuan dan pengetahuan yang dimiliki sehingga dapat selesai dengan baik dan oleh karnanya penulis dengan rendah hati dan dengan tangan terbuka menerima masukan, saran dan usul guna penyempurnaan skripsi ini. Akhirnya penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi seluruh pembaca.

Wassaalamu'alaikum Warahmatullahi Wa

Medan, April 2021

Penulis

RizkyWirya Ningsih

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : PT Rineka Cipta
- Alma, Buchari 2013. *Manajemen pemasaran dan pemasaran jasa*. Bandung. Alfabeta
- Anwar, Sanusi 2014, *Metodologi Penelitian Bisnis* Edisi ke 4 Jakarta: Salemba Empat
- Buchari Alma. 2014. *Manajemen Pemasaran Dan Pemasaran Jasa*. Bandung : Alfabeta
- 2011, *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, Alfabeta, Bandung
- 2016 *Manajemen pemsarn dan pemasaran jasa*. Bandung. Alfabeta
- Ghozali. 2012. *aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS*. Yogyakarta : Universitas Diponegoro
- 2011. *analisis multivarite dengan program SPSS*. Semarang : Universitas Diponegoro
- Kotler Philip. Amstrong 2013. *prinsip – prinsip pemasaran*. Edisi ke 12 Penerbit Erlangga
- Kotler dan Amstrong. 2012 *Pengaruh Iklan Televisi Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Lux*, Jurnal Riset Sins Indonesia Volume 3, nomor 1
- 2014. *Marketing Management* 14th Edition New Jersey : Pretice Hall
- 2016. *prinsip – prinsip pemasaran*. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta. Erlangga.

- 2012 *Marketing Management*, Global Edition, Publishing as Prentic Hall
- 2012 *Prinsip – Prinsip Pemasaran* Edisi 12 Penerbit Erlangga
- 2012 Terjemahan Saban *Indikator Harga*. Edisi 13 Erlangga, Jakarta
- Kotler, P. & Keller, K.L. 2012, *Manajemen Pemasaran* Jilid 1 Edisi ke 12 Jakarta: Erlangga
- Tejemahan Sabran 2012. *prinsip pemasarn dan harga*. 12th Edition Jilid 1,Erlangga Limited.
- Kotler dan Keller. 2012 *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Erlangga,Jakarta
- Kusaeri. 2012. *Pengukuran Dan Penilaian Pendidikan* Yogyakarta. Graha Ilmu
- Ratih Hariyati. 2015. *Bauran Pemasaran dan Loyalitas Konsumen*. Banung. Alfabeta
- Rumengan, Jemmy. 2010. *Metode Penelitian Dengan SPSS*. Batam : UNIBA. PRESS
- Situmorang. 2012. *Analisis Data Untyk Riset Manajemen Dan Bisnis*. USU. PRESS MEDAN
- Sugyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan*. Populasi dan Sample.Alfabeta. Bandung
- Tjiptono, Fandy. 2010. *Stategi Pemasaran*. Edisi 3. Penerbit Andi. Yogyakarta
- Tjiptono. 2014. *pemasaran jasa*. Malang. Bayu Media
- 2015. *strategi pemasaran*. Edisi 4 : Andi



Umar, Husein. 2003. Riset Pemasarn dan perilaku konsumen. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama

Waukow, A. L. P. 2014. *Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Bentenan Center Sonder Minahasa Jurnal EMBA Volume 3. Nomor 4

Zulaicha, S., & Irwati, R. 2017. *Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakeri Batam*. Jurnal Manajemen dan Bisnis, Halaman 16-22

## LAMPIRAN 1

### KUESIONER

Kuesioner penelitian ini disusun dengan maksud untuk mencari data penelitian guna melengkapi skripsi yang berjudul “Pengaruh Lokasi Penjualan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Peternakan Ayam Ras Pedaging (*Broiler* ) Kecamatan XIII Koto Kampar Kabupaten Kampar” disusun oleh Rizky Wirya Ningsih Mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Manajemen Universitas Islam Sumatera Utara.

### PERTANYAAN VERIVIKASI

Berilah tanda cheklist (√) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan anda.

### PERTANYAAN BAGIAN I

Berikanlah keterangan tentang Usia, Jenis Kelamin dan tanda cheklist ( √ ) pada jawaban yang sesuai dengan keadaan anda.

#### Identitas Responden

1. Usia : 1. 25-30 Tahun  
2. 31-35 Tahun

b. Jenis Kelamin :  
1. Laki- Laki   
2. Perempuan

### PERTANYAAN BAGIAN II

Berilah tanda cheklist (√) pada skor jawaban yang menurut anda paling sesuai dengan keadaan anda untuk masing – masing item pertanyaan.

Keterangan :

Skor :

SS: Sangat Setuju 5

S : Setuju 4

KS : Kurang Setuju 3

TS: Tidak Setuju 2

STS : Sangat Tidak Setuju 1

### **A. Lokasi Penjualan**

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Lokasi ternak ayam ras pedaging dapat dilihat dengan jelas dari Kejauhan					
2.	Lokasi ternak ayam ras pedaging dapat ditemukan dengan mudah					
3.	Lokasi menuju tempat penjualan ayam ras pedaging sangat mudah di jangkau					
4.	Tersedianya angkutan umum ke lokasi ternak ayam ras pedaging					
5.	Lokasi ternak ayam ras pedaging menyediakan lahan parkir yang cukup luas					
6.	Tempat parkir pada ayam ras pedaging sangat aman					
7.	Ternak ayam mempunyai bangunan yang cukup luas					
8.	Kondisi lingkungan ayam ras pedaging bersih dan nyaman					

## B. Harga

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga yang di tawarkan oleh peternak ayam ras pedaging sesuai dengan kualitas yang dimiliki					
2.	Harga ayam ras pedaging terjangkau dibanding dengan pesaing					
3.	Harga ayam ras pedaging dapat bersaing dengan penjualan ayam yang lain					
4.	Harga ayam ras pedaging sesuai dengan harga yang diinginkan konsumen					
5.	Harga ayam ras pedaging lebih murah dibanding pesaing					
6.	Harga ayam ras pedaging sesuai dengan harga pasar					
7.	Harga bervariasi sesuai dengan berat ayam ras pedaging					

## C. Keputusan Pembelian Konsumen

No.	Pernyataan	Pilihan Jawaban				
		SS	S	KS	ST	STS
1.	Akan melakukan pembelian kembali pada ayam ras pedaging					
2.	Merasa puas memilih ayam ras pedaging sebagai kebutuhan					
3.	Akan merekomendasikan ayam ras pedaging kepada pihak lain yang belum pernah membeli					

4.	Memperoleh informasi tentang ayam ras pedaging dari keluarga, kerabat maupun tetangga					
5.	Memutuskan membeli ayam ras pedaging karena harga yang lebih murah					
6.	Saya yakin dengan keputusan saya dengan membeli aya ras pedaging karenakualitas dan harga terjangkau					
7.	Saya memutuskan untuk membandingkan dengan kualitas dan harga di ayam ras pedaging yang lain					
8.	Membeli ayam ras pedaging karena ada bujukan dari orang lain					
9.	Saya akan membeli ayam ras pedaging secara terus menerus					
10	Saya tidak pernah kecwa dengan membeli ayam ras pedaging baik kualitas dan harganya					

## Lampiran 2

### Data Frekuensi Responden

#### 1. Usia

RESPONDEN	USIA	
	25 - 30	31 -- 35
1	1	
2	1	
3	1	
4	1	
5	1	
6	1	
7		1
8		1
9		1
10		1
11		1
12		1
13		1
14		1
15		1
16		1
17		1
18		1
19		1
20		1
21		1
22		1
23		1
24		1
25		1
26		1
27		1
28		1
29		1
30		1
31		1
32		1
33		1
34		1
35		1
36		1
37	1	

38	1	
39	1	
40		1
41		1
42		1
43		1
44	1	
45	1	
46	1	
47		1
48		1
49		1
50	1	
51	1	
52	1	
53	1	
54	1	
55	1	
56	1	
57		1
58		1
59		1
60	1	
61	1	
62		1
63	1	
64	1	
65		1
66		1
67		1
68		1
69		1
70		1
71		1
72		1
73		1
74		1
75	1	
76	1	
77	1	
78	1	
79	1	
80	1	
81	1	
82	1	

83	1	
84	1	
85		1
86		1
87		1
88		1
89		1
90		1
91		1
92		1
93		1
94		1
95		1
96		1
97		1
98		1
99		1
100		1



## 2. Jenis Kelamin

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

42		1
43		1
44		1
45		1
46		1
47		1
48		1
49		1
50	1	
51	1	
52		1
53	1	
54	1	
55		1
56		1
57		1
58	1	1
59	1	
60	1	
61	1	
62	1	
63	1	
64	1	
65	1	
66	1	
67	1	
68	1	
69	1	
70	1	
71	1	
72		1
73		1
74		1
75		1
76		1
77		1
78		1
79		1
80		1
81		1
82		1
83		1
84		1
85		1
86		1
87		1

88	1	
89	1	
90	1	
91	1	
92	1	
93	1	
94	1	
95	1	
96	1	
97	1	
98	1	
99	1	
100	1	

### Lampiran 3

#### Data Variabel Lokasi Penjualan ( X1 )

NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	TOTAL
1	4	2	1	1	2	4	5	4	23
2	4	3	3	4	4	5	5	4	32
3	4	4	4	4	5	4	4	4	33
4	4	5	5	4	5	5	5	5	38
5	3	4	3	4	3	3	3	4	27
6	3	4	3	3	3	3	4	3	26
7	3	3	2	2	3	2	2	2	19
8	4	4	4	4	4	4	4	4	32
9	3	4	3	4	4	4	4	4	30
10	5	3	3	3	3	3	3	3	26
11	5	5	3	5	5	5	5	5	38
12	4	4	4	4	4	4	4	4	32
13	5	4	4	4	3	5	4	3	32
14	5	5	5	5	5	5	5	5	40
15	4	5	5	5	3	3	4	4	33
16	3	4	2	2	3	3	4	4	25
17	3	4	4	5	4	3	4	5	32
18	4	4	4	4	3	2	4	4	29
19	4	3	2	2	1	1	4	3	20
20	4	4	4	4	4	4	4	4	32
21	4	4	4	4	4	4	4	4	32
22	5	4	3	4	2	3	3	3	27
23	4	4	4	4	3	4	4	4	31
24	4	4	4	4	4	4	4	4	32
25	5	5	1	2	2	2	5	5	27
26	4	5	5	5	3	4	4	4	34
27	5	5	5	5	5	5	5	5	40
28	3	4	3	4	3	3	3	3	26
29	4	4	4	4	4	4	4	4	32
30	4	3	3	3	3	3	3	3	25
31	3	3	2	2	2	4	3	2	21
32	3	3	2	3	1	3	2	3	20
33	4	3	2	4	5	4	5	4	31
34	4	4	4	5	5	4	3	4	33
35	5	4	4	5	4	4	4	4	34
36	4	4	4	4	4	4	4	4	32
37	5	5	4	4	4	4	5	5	36
38	4	3	2	2	4	3	4	3	25
39	4	5	5	5	5	4	5	4	37
40	5	5	4	5	5	3	3	3	33
41	3	2	1	5	5	4	3	2	25

42	5	5	4	4	4	3	4	4	33
43	5	5	5	5	4	5	5	5	39
44	5	5	5	5	5	1	5	5	36
45	5	4	5	5	5	5	5	5	39
46	4	5	4	4	3	4	4	4	32
47	4	5	4	4	4	4	5	5	35
48	4	3	5	4	3	4	4	4	31
49	3	4	3	3	3	3	3	3	25
50	5	5	3	4	5	4	4	4	34
51	5	5	5	5	5	5	5	5	40
52	4	4	4	5	5	4	4	4	34
53	3	4	4	4	3	4	4	4	30
54	4	5	3	3	2	3	4	3	27
55	4	3	2	4	3	4	5	5	30
56	5	3	2	4	3	5	4	5	31
57	3	3	3	3	4	4	3	3	26
58	5	5	4	4	4	5	5	4	36
59	4	3	3	4	4	4	4	4	30
60	4	3	4	3	4	5	4	3	30
61	5	4	3	4	4	4	3	3	30
62	4	3	2	4	3	4	5	3	28
63	4	3	3	3	4	4	4	4	29
64	5	5	5	5	5	5	5	5	40
65	4	4	3	4	4	5	4	3	31
66	5	4	3	3	2	4	4	4	29
67	5	4	3	3	4	4	4	4	31
68	4	3	3	4	4	4	4	4	30
69	4	4	3	2	3	4	4	4	28
70	5	5	4	4	4	4	3	3	32
71	4	5	2	4	5	4	4	3	31
72	4	4	4	4	4	4	4	4	32
73	4	3	4	4	4	4	4	4	31
74	3	4	3	4	3	4	5	4	30
75	5	4	4	4	3	5	4	4	33
76	4	3	4	4	3	5	4	4	31
77	4	3	4	3	5	5	4	4	32
78	4	3	3	4	4	4	4	3	29
79	4	4	4	4	4	4	4	4	32
80	4	3	4	4	4	3	3	3	28
81	5	3	4	3	4	4	5	5	33
82	4	4	4	4	2	4	4	4	30
83	5	3	3	4	4	4	4	4	31
84	5	4	4	4	4	4	5	3	33
85	4	4	3	3	3	4	4	3	28
86	5	4	4	3	4	4	4	4	32
87	4	3	3	3	4	4	4	4	29

88	4	4	3	3	4	5	4	4	31
89	5	5	4	4	4	4	4	4	34
90	4	4	4	4	4	4	3	3	30
91	4	4	3	4	3	4	4	3	29
92	5	4	4	4	4	5	4	4	34
93	4	4	3	4	3	4	3	4	29
94	4	3	3	4	4	4	3	3	28
95	4	4	4	4	4	4	3	4	31
96	4	4	4	4	3	4	4	4	31
97	4	3	3	4	4	4	4	3	29
98	4	4	4	4	4	4	4	4	32
99	4	3	3	3	3	4	4	4	28
100	4	3	3	4	4	4	4	4	30

## Lampiran 4

### Data Variabel Harga ( X2 )

NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	TOTAL
1	5	4	5	5	4	4	4	31
2	3	4	4	4	5	4	4	28
3	4	3	4	3	4	4	3	25
4	4	5	5	5	5	5	5	34
5	5	5	5	5	5	5	5	35
6	5	4	4	3	4	3	3	26
7	2	1	2	1	1	1	1	9
8	4	4	4	4	4	4	4	28
9	4	4	4	4	4	4	4	28
10	4	4	5	5	4	4	4	30
11	5	5	5	5	5	5	5	35
12	4	5	4	4	4	5	4	30
13	5	5	3	4	3	4	3	27
14	4	4	5	4	5	5	4	31
15	5	3	3	4	5	4	4	28
16	3	3	4	3	4	4	4	25
17	4	4	3	4	5	3	5	28
18	4	5	4	2	4	2	2	23
19	5	4	5	4	3	4	4	29
20	4	4	4	4	4	4	4	28
21	5	5	4	4	3	4	4	29
22	3	3	4	5	3	4	4	26
23	4	3	3	4	3	3	4	24
24	3	4	4	5	5	4	4	29
25	1	1	2	1	3	1	4	13
26	5	4	5	4	3	3	3	27
27	5	5	5	5	5	5	5	35
28	3	5	3	3	3	4	3	24
29	4	4	4	4	4	4	4	28
30	3	4	4	4	4	4	4	27
31	4	4	4	4	4	4	4	28
32	5	5	2	4	4	2	5	27
33	3	4	5	4	3	5	5	29
34	3	4	4	4	3	4	5	27
35	3	4	5	2	4	5	4	27

36	4	4	3	3	4	3	3	24
37	5	4	4	4	4	4	4	29
38	4	3	4	4	4	4	4	27
39	4	4	5	5	5	4	5	32
40	3	4	5	5	4	4	4	29
41	5	4	2	3	1	5	4	24
42	4	3	4	4	4	4	5	28
43	5	5	5	5	5	5	5	35
44	5	5	5	5	5	5	5	35
45	5	5	5	5	5	5	5	35
46	5	5	4	4	4	3	4	29
47	3	3	4	4	4	3	3	24
48	3	5	4	4	4	4	5	29
49	3	3	4	4	4	4	4	26
50	5	4	5	5	4	4	4	31
51	5	5	5	5	5	5	5	35
52	4	4	5	5	5	5	5	33
53	5	5	5	4	4	5	4	32
54	3	3	4	4	2	3	4	23
55	4	3	4	5	3	3	5	27
56	5	5	4	4	3	3	5	29
57	4	4	4	4	3	5	4	28
58	4	5	4	4	3	3	5	28
59	4	4	4	5	4	3	3	27
60	3	3	5	4	3	4	5	27
61	4	3	4	4	5	4	5	29
62	5	4	4	5	5	3	5	31
63	4	4	4	4	2	4	4	26
64	5	5	5	5	5	5	5	35
65	4	3	5	4	3	4	5	28
66	4	3	4	5	4	4	4	28
67	4	5	4	4	3	5	5	30
68	4	4	3	3	3	3	4	24
69	4	4	4	4	3	3	4	26
70	5	5	4	4	4	5	4	31
71	4	3	4	5	4	4	3	27
72	5	4	5	3	4	5	4	30
73	4	4	5	4	4	5	5	31
74	3	3	5	4	4	3	4	26



75	4	4	4	4	3	5	5	29
76	4	3	4	4	4	4	5	28
77	3	3	5	4	2	4	4	25
78	3	3	4	3	4	4	4	25
79	4	4	4	4	4	4	4	28
80	4	4	4	4	3	4	3	26
81	4	5	5	4	4	4	5	31
82	3	4	4	4	4	3	3	25
83	4	4	5	5	4	4	5	31
84	4	4	4	4	4	5	4	29
85	4	3	4	3	3	3	4	24
86	3	3	5	4	4	3	4	26
87	4	4	4	3	4	4	4	27
88	4	4	4	5	4	5	5	31
89	5	5	5	4	5	5	5	34
90	3	3	4	4	4	3	3	24
91	4	4	5	4	5	4	4	30
92	4	4	5	5	4	3	4	29
93	3	3	3	4	3	3	4	23
94	3	3	4	3	3	4	4	24
95	4	4	4	4	3	4	4	27
96	4	4	4	4	4	4	4	28
97	3	3	3	3	3	3	4	22
98	4	4	4	4	3	4	4	27
99	4	4	4	4	4	4	4	28
100	4	3	5	5	4	4	5	30

## Lampiran 5

### Data Variabel Keputusan Pembelian Konsumen ( Y )

NO	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	TOTAL
1	5	4	5	4	3	4	4	5	4	5	43
2	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	43
3	4	5	4	4	5	4	4	3	3	3	39
4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	5	44
5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	46
6	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	36
7	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	23
8	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	39
9	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	38
10	5	4	4	3	4	4	4	4	5	5	42
11	5	5	4	2	5	5	5	5	5	5	46
12	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	38
13	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	38
14	5	4	4	1	4	4	5	4	5	5	41
15	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	40
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
17	3	3	3	5	4	5	5	5	3	4	40
18	4	4	3	4	4	4	3	2	2	2	32
19	4	5	5	3	2	3	3	4	4	4	37
20	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	38
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41
22	3	4	3	4	4	3	4	3	3	4	35
23	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39
24	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	41
25	3	3	2	5	5	3	1	1	1	1	25
26	4	3	4	2	2	3	3	3	3	3	30
27	5	5	5	1	5	3	5	5	5	5	44
28	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	33
29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
30	4	3	3	3	3	3	3	4	3	4	33
31	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	39
32	5	4	3	3	2	5	5	5	5	3	40
33	5	4	5	5	5	3	4	4	3	2	40
34	4	3	4	5	4	5	3	5	4	5	42

35	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	44
36	4	4	4	3	3	3	2	3	3	3	32
37	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45
38	4	5	3	3	3	5	4	4	3	3	37
39	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	44
40	5	4	3	4	4	4	4	5	4	4	41
41	1	4	2	1	3	1	2	4	2	2	22
42	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42
43	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
44	4	4	1	5	1	4	4	4	4	4	35
45	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
46	4	4	5	4	4	4	3	4	3	4	39
47	5	5	4	4	3	4	4	4	5	4	42
48	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	42
49	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	36
50	3	4	3	4	4	4	4	4	4	5	39
51	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
52	5	4	4	4	5	4	5	5	5	5	46
53	4	4	4	2	4	4	4	4	5	5	40
54	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
55	4	5	5	4	4	3	5	4	4	4	42
56	4	3	5	4	5	4	3	5	3	4	40
57	5	5	5	4	3	4	4	5	4	3	42
58	4	4	5	5	3	4	5	5	4	4	43
59	5	4	5	3	4	4	4	5	4	4	42
60	4	5	5	3	4	4	5	3	4	4	41
61	5	5	5	4	3	4	4	5	4	5	44
62	5	4	4	4	4	4	3	5	4	4	41
63	4	4	4	4	3	4	4	4	5	4	40
64	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
65	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	39
66	4	5	4	3	5	5	4	5	3	3	41
67	5	5	4	3	4	4	4	5	4	4	42
68	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	38
69	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	38
70	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5	44
71	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
72	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
73	5	5	4	3	4	3	4	4	4	4	40



## Lampiran 6

### Dokumentasi



Umur Ayam 25 Hari



Pelebaran Skat Ayam



**Umur Ayam 5 Hari**



**Pemberian Pakan Ayam**

**Lampiran 7**

**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL LOKASI PENJUALAN ( X1 )**

**Correlations**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	TOTAL
1	arson	1	,377**	,335**	,260**	,269**	,261**	,381**	,381**	,585**
	Correlation									
	j. (2-tailed)		,000	,001	,009	,007	,009	,000	,000	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100
2	arson	,377**	1	,539**	,437**	,251*	,049	,299**	,396**	,630**
	Correlation									
	j. (2-tailed)	,000		,000	,000	,012	,631	,003	,000	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100
3	arson	,335**	,539**	1	,622**	,424**	,295**	,260**	,443**	,765**
	Correlation									
	j. (2-tailed)	,001	,000		,000	,000	,003	,009	,000	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100
4	arson	,260**	,437**	,622**	1	,564**	,307**	,209*	,350**	,732**
	Correlation									
	j. (2-tailed)	,009	,000	,000		,000	,002	,037	,000	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100
5	arson	,269**	,251*	,424**	,564**	1	,401**	,285**	,303**	,686**
	Correlation									
	j. (2-tailed)	,007	,012	,000	,000		,000	,004	,002	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100
6	arson	,261**	,049	,295**	,307**	,401**	1	,342**	,285**	,559**
	Correlation									
	j. (2-tailed)	,009	,631	,003	,002	,000		,000	,004	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100
7	arson	,381**	,299**	,260**	,209*	,285**	,342**	1	,680**	,622**
	Correlation									
	j. (2-tailed)	,000	,003	,009	,037	,004	,000		,000	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100
8	arson	,381**	,396**	,443**	,350**	,303**	,285**	,680**	1	,703**
	Correlation									
	j. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,002	,004	,000		,000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100
TOTAL	arson	,585**	,630**	,765**	,732**	,686**	,559**	,622**	,703**	1
	Correlation									
	j. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

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

## HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL HARGA ( X2 )

**Correlations**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	TOTAL
1	arson Correlation	1	,637**	,261**	,424**	,315**	,394**	,262**	,671**
	]. (2-tailed)		,000	,009	,000	,001	,000	,008	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100
2	arson Correlation	,637**	1	,316**	,380**	,357**	,485**	,316**	,714**
	]. (2-tailed)	,000		,001	,000	,000	,000	,001	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100
3	arson Correlation	,261**	,316**	1	,538**	,440**	,536**	,382**	,699**
	]. (2-tailed)	,009	,001		,000	,000	,000	,000	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100
4	arson Correlation	,424**	,380**	,538**	1	,457**	,438**	,509**	,758**
	]. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100
5	arson Correlation	,315**	,357**	,440**	,457**	1	,347**	,346**	,670**
	]. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000		,000	,000	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100
6	arson Correlation	,394**	,485**	,536**	,438**	,347**	1	,475**	,750**
	]. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
		100	100	100	100	100	100	100	100
7	arson Correlation	,262**	,316**	,382**	,509**	,346**	,475**	1	,659**
	]. (2-tailed)	,008	,001	,000	,000	,000	,000		,000
		100	100	100	100	100	100	100	100
TAL	arson Correlation	,671**	,714**	,699**	,758**	,670**	,750**	,659**	1
	]. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
		100	100	100	100	100	100	100	100

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



**HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN  
KONSUMEN ( X2 )**

		Correlations										
		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	TOTAL
0	arson Correlation	1	,463**	,518**	,155	,141	,385**	,442**	,450**	,525**	,414**	,695**
	j. (2-tailed)		,000	,000	,124	,162	,000	,000	,000	,000	,000	,000
0	arson Correlation	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	j. (2-tailed)	,463**	1	,454**	,024	,150	,261**	,457**	,340**	,431**	,333**	,597**
0	arson Correlation	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	j. (2-tailed)	,518**	,454**	1	,118	,330**	,248*	,360**	,380**	,374**	,398**	,656**
0	arson Correlation	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	j. (2-tailed)	,155	,024	,118	1	,191	,376**	,121	,118	,045	,093	,366**
0	arson Correlation	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	j. (2-tailed)	,141	,150	,330**	,191	1	,289**	,262**	,195	,125	,209*	,458**
0	arson Correlation	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	j. (2-tailed)	,162	,135	,001	,057	,003	,008	,052	,215	,037	,000	,000
0	arson Correlation	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	j. (2-tailed)	,385**	,261**	,248*	,376**	,289**	1	,527**	,443**	,399**	,381**	,673**
0	arson Correlation	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	j. (2-tailed)	,000	,009	,013	,000	,003	,000	,000	,000	,000	,000	,000
0	arson Correlation	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	j. (2-tailed)	,442**	,457**	,360**	,121	,262**	,527**	1	,499**	,592**	,538**	,753**
0	arson Correlation	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	j. (2-tailed)	,450**	,340**	,380**	,118	,195	,443**	,499**	1	,488**	,481**	,693**
0	arson Correlation	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	j. (2-tailed)	,000	,001	,000	,243	,052	,000	,000	,000	,000	,000	,000
0	arson Correlation	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	j. (2-tailed)	,525**	,431**	,374**	,045	,125	,399**	,592**	,488**	1	,701**	,740**
0	arson Correlation	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	j. (2-tailed)	,000	,000	,000	,655	,215	,000	,000	,000	,000	,000	,000
0	arson Correlation	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	j. (2-tailed)	,414**	,333**	,398**	,093	,209*	,381**	,538**	,481**	,701**	1	,725**
TAL	arson Correlation	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
	j. (2-tailed)	,695**	,597**	,656**	,366**	,458**	,673**	,753**	,693**	,740**	,725**	1
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).  
Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

**HASIL UJI REALIBILITAS VARIABEL LOKASI PENJUALAN ( X1 )**

**Reliability**

**Scale: ALL VARIABLES**

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,815	8

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
.1	26,63	15,064	,470	,803
.2	26,90	14,313	,498	,799
.3	27,31	12,620	,642	,777
.4	26,97	13,383	,618	,781
.5	27,09	13,376	,542	,794
.6	26,88	14,693	,406	,812
.7	26,79	14,673	,504	,799
.8	26,96	14,059	,599	,786

**HASIL UJI RELIABILITAS VARIABEL HARGA ( X2 )**

**Reliability**

**Scale: ALL VARIABLES**

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,829	7

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
.1	24,00	12,242	,536	,812
.2	24,06	11,835	,586	,805
.3	23,80	12,242	,581	,806
.4	23,94	11,633	,648	,794
.5	24,16	12,015	,521	,816
.6	24,05	11,462	,629	,797
.7	23,81	12,499	,531	,813

## HASIL UJI RELIABILITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN (Y)

### Reliability

Scale: ALL VARIABLES

**Case Processing Summary**

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded <sup>a</sup>	0	,0
	Total	100	100,0

Listwise deletion based on all variables in the procedure.

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
,833	10

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
1	35,70	18,798	,611	,810
2	35,68	19,513	,499	,820
3	35,85	18,513	,547	,815
4	36,20	20,545	,200	,851
5	35,99	20,050	,319	,837
6	35,89	18,867	,583	,812
7	35,88	17,905	,670	,802
8	35,76	18,245	,592	,810
9	35,99	17,727	,647	,804
10	35,89	17,796	,627	,806

**Lampiran 8**

**HASIL UJI NORMALITAS DATA**

**NPar Tests**

### One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	100
	Std. Deviation	3,17456842
	Skewness	,085
Most Extreme Differences	Positive	,082
	Negative	-,085
Kolmogorov-Smirnov Z		,850
Asymp. Sig. (2-tailed)		,465

Test distribution is Normal.

Calculated from data.

### HASIL Uji MULTIKOLINEARITAS

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
	Constant)	12,094	2,632				4,595
Kategori Penjualan (X1)	,247	,092	,219	2,681	,009	,685	1,459
Uang (X2)	,721	,098	,602	7,377	,000	,685	1,459

Dependent Variable: Keputusan Pembelian Konsumen (Y)

### Lampiran 9

### HASIL Uji REGRESI LINEAR BERGANDA

### Regression

#### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
	1. X1 <sup>b</sup>		Stepwise: Criteria: Based on Probability > . Enter

Dependent Variable: Y

All requested variables entered.

#### Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1.	,747 <sup>a</sup>	,558	,548	3,207

Predictors: (Constant), X2, X1

Dependent Variable: Y

#### ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Regression	1257,599	2	628,800	61,134	,000 <sup>b</sup>
Residual	997,711	97	10,286		
Total	2255,310	99			

Dependent Variable: Y

Predictors: (Constant), X2, X1

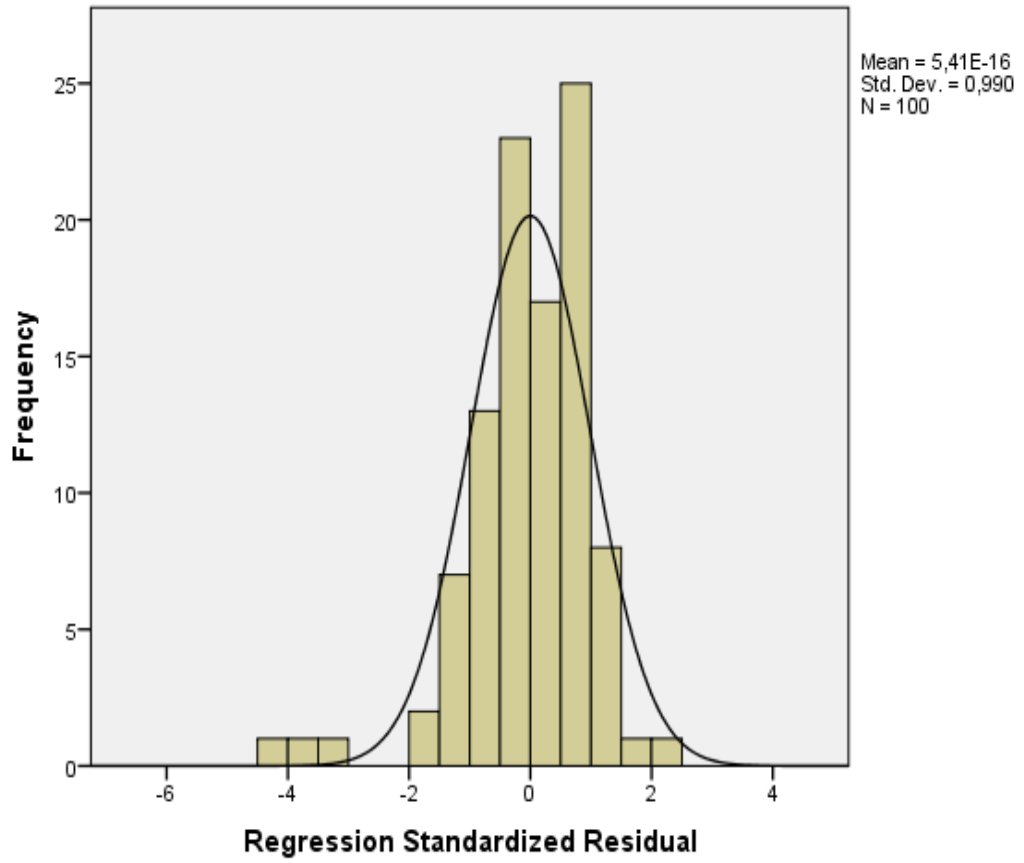
#### Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	12,094	2,632		4,595	,000
	,247	,092	,219	2,681	,009
	,721	,098	,602	7,377	,000

Dependent Variable: Y

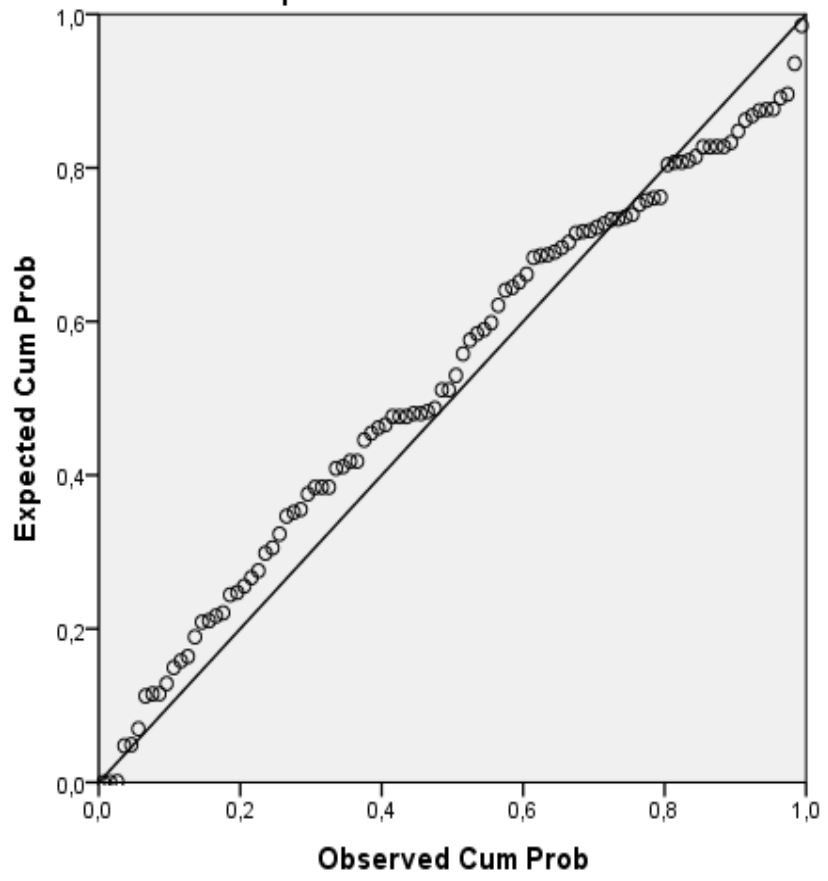
### Histogram

Dependent Variable: Y



### Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Y





### Scatterplot

Dependent Variable: Y

