

**PENGARUH BAURAN PROMOSI (PROMOSI MIX) TERHADAP  
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA BURSA SAJADAH  
BANDUNG**

Petunjuk pengisian :

Pilihlah satu jawaban yang dianggap paling sesuai dengan kondisi yang anda rasakan, dengan cara memberi tanda (✓) pada kotak tersedia.

Keterangan :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

KS = Kurang Setuju

TS = Tidak setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Dimohon untuk menjawab pertanyaan dengan sejujurnya dan seobjektif mungkin. data ini akan digunakan semata-mata untuk penelitian. informasi yang dikumpulkan akan dijamin kerahasiannya

1. Jenis kelamin
  - a. Laki –laki
  - b. Perempuan
2. Usia
  - a. 20 – 30 tahun
  - b. 30 – 40 tahun
  - c. 40 – 50 tahun
  - d. >50
3. Pekerjaan
  - a. Wirausaha
  - b. PNS
  - c. Karyawan/ pegawai biasa
  - d. Lainnya.....
4. Media yang digunakan sangat sesuai dengan tujuan iklan.
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
5. Informasi yang disampaikan dalam media iklan sangat jelas.
  - a. Sangat setuju
  - b. Setuju

- c. Kurang setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
6. Bursa Sajadah sering memberikan diskon atau potongan harga menarik.
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
7. Bursa Sajadah sering mengikuti pameran dengan tujuan mempromosikan produknya.
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
8. Petugas penjualan mampu memberikan keyakinan untuk melakukan pembelian.
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
9. Petugas penjualan sangat mampu memberikan pemahaman tentang produk.
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
10. Acara yang melibatkan konsumen bursa sajadah sangat baik dalam mempererat hubungan antara perusahaan dengan konsumen.
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
11. Bursa sajadah memiliki *website* yang mampu memberikan informasi yang tepat.
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang setuju
  - d. Tidak setuju

- e. Sangat tidak setuju
12. Bursa sajadah membuka peluang untuk melakukan komunikasi antara pelanggan dengan perusahaan.
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
13. produk Bursa Sajadah sangat sesuai dengan kebutuhan saya.
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
14. Informasi tentang produk Bursa Sajadah sangat mudah saya dapatkan.
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
15. Produk Bursa Sajadah lebih baik dibanding produk lain.
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
16. keputusan untuk membeli produk bursa sajadah karena sangat sesuai dengan yang saya butuhkan.
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju
17. Setelah saya membeli dan menggunakan produk Bursa Sajadah saya merasa sangat puas.
- a. Sangat setuju
  - b. Setuju
  - c. Kurang setuju
  - d. Tidak setuju
  - e. Sangat tidak setuju





### VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)

<b>P1</b>	<b>P2</b>	<b>P3</b>	<b>P4</b>	<b>P5</b>	<b>Jumlah</b>
4	5	5	4	4	22
4	4	5	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	5	5	22
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	3	4	4	4	19
3	2	3	3	5	16
4	4	4	4	4	20
5	4	4	5	5	23
4	3	3	4	4	18
4	4	5	5	5	23
4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	5	20
3	4	4	4	4	19
3	3	3	4	4	17
5	5	4	4	4	22
4	4	3	4	4	19
3	3	3	3	4	16
5	5	5	5	5	25
3	4	4	4	4	19
3	4	4	4	4	19
4	4	3	3	4	18
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	5	24
4	4	4	4	4	20
4	4	4	3	2	17
4	4	4	3	4	19
5	5	5	5	5	25
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	5	4	4	4	21
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
5	5	4	5	4	23
3	5	4	5	5	22
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20
4	4	4	4	4	20







P7	Pearson Correlation	.135	.021	.298**	.323**	.071	.258*	1	.328**	.196	.457**
	Sig. (2-tailed)	.230	.852	.007	.003	.527	.020		.003	.080	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
P8	Pearson Correlation	.227*	.290**	.389**	.443**	.251*	.291**	.328**	1	.310**	.605**
	Sig. (2-tailed)	.042	.009	.000	.000	.024	.008	.003		.005	.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
P9	Pearson Correlation	.206	.499**	.461**	.475**	.493**	.398**	.196	.310**	1	.705**
	Sig. (2-tailed)	.065	.000	.000	.000	.000	.000	.080	.005		.000
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81
TOTAL	Pearson Correlation	.486**	.648**	.790**	.731**	.681**	.721**	.457**	.605**	.705**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	81	81	81	81	81	81	81	81	81	81

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

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

#### Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.641**	.517**	.507**	.276*	.752**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.012	.000
	N	81	81	81	81	81	81

P2	Pearson Correlation	.641**	1	.705**	.595**	.367**	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
	N	81	81	81	81	81	81
P3	Pearson Correlation	.517**	.705**	1	.607**	.396**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81
P4	Pearson Correlation	.507**	.595**	.607**	1	.638**	.842**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	81	81	81	81	81	81
P5	Pearson Correlation	.276*	.367**	.396**	.638**	1	.678**
	Sig. (2-tailed)	.012	.001	.000	.000		.000
	N	81	81	81	81	81	81
TOTAL	Pearson Correlation	.752**	.850**	.814**	.842**	.678**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	81	81	81	81	81	81

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

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

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	81	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	81	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	9

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	81	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	81	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.844	5

### Successive Interval Bauran Promosi

4	4	4	4	4	3	3	5	4
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	2,069	1,862	4,211	3,726
1,000	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	5,354	3,531	3,324	1,000	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	5,354	5,235	1,862	4,211	3,726
5,158	5,158	4,626	5,103	5,354	5,235	4,948	4,211	5,416
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	1,000	1,000	1,000	1,000	1,862	2,605	2,199
3,018	2,316	1,000	3,473	2,265	2,069	3,324	2,605	2,199
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	2,316	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	1,000	5,416
3,018	2,316	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	2,199
3,018	3,653	2,754	5,103	5,354	3,531	3,324	4,211	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	2,316	2,754	3,473	3,741	3,531	4,948	2,605	3,726
3,018	2,316	2,754	3,473	2,265	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	1,000	1,000	2,039	2,265	2,069	4,948	2,605	2,199
3,018	2,316	2,754	2,039	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	4,626	3,473	3,741	3,531	3,324	4,211	3,726
3,018	3,653	2,754	5,103	2,265	3,531	4,948	4,211	3,726
5,158	5,158	4,626	5,103	5,354	5,235	4,948	4,211	5,416
3,018	1,000	2,754	3,473	2,265	3,531	4,948	2,605	2,199
3,018	1,000	2,754	3,473	2,265	3,531	4,948	2,605	2,199
3,018	2,316	2,754	3,473	2,265	2,069	3,324	2,605	2,199
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	2,039	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
5,158	5,158	4,626	5,103	5,354	5,235	4,948	4,211	5,416
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	2,316	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	5,103	5,354	3,531	3,324	4,211	5,416
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	1,000	3,726
3,018	2,316	2,754	3,473	2,265	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	5,158	2,754	2,039	5,354	3,531	3,324	4,211	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	2,316	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
1,000	2,316	2,754	3,473	3,741	3,531	4,948	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	2,039	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	2,265	2,069	4,948	4,211	5,416

3,018	3,653	2,754	5,103	3,741	5,235	4,948	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	2,316	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	5,416
3,018	2,316	2,754	3,473	2,265	5,235	3,324	2,605	3,726
1,000	2,316	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	2,316	2,754	5,103	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	2,316	1,000	2,039	2,265	2,069	1,862	1,000	2,199
3,018	3,653	4,626	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	2,199
3,018	2,316	2,754	3,473	3,741	3,531	1,000	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	2,265	3,531	1,862	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	2,039	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	2,316	1,000	2,039	2,265	2,069	1,862	1,000	2,199
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	2,199
3,018	2,316	2,754	1,000	3,741	3,531	3,324	1,000	3,726
1,000	2,316	1,000	2,039	3,741	2,069	3,324	2,605	3,726
1,000	2,316	1,000	3,473	3,741	2,069	3,324	2,605	3,726
3,018	2,316	2,754	2,039	3,741	3,531	3,324	2,605	1,000
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	2,316	2,754	3,473	3,741	3,531	1,862	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	2,316	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	2,316	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	5,158	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	1,000	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	1,000	1,000	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	1,000	3,726
3,018	2,316	2,754	3,473	2,265	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	2,316	1,000	2,039	2,265	2,069	3,324	2,605	2,199
3,018	2,316	1,000	2,039	3,741	2,069	1,862	1,000	2,199
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	2,069	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	2,069	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	1,000	3,473	3,741	2,069	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	2,039	3,741	1,000	3,324	1,000	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726
3,018	3,653	2,754	3,473	3,741	3,531	3,324	2,605	3,726

### Succesive Interval Keputusan Pembelian

4	5	5	4	4
2,572	4,995	4,384	2,722	3,244
2,572	3,361	4,384	2,722	3,244
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
2,572	3,361	2,657	4,414	4,948
4,203	4,995	4,384	4,414	4,948
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
2,572	1,901	2,657	2,722	3,244
1,000	1,000	1,000	1,000	4,948
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
4,203	3,361	2,657	4,414	4,948
2,572	1,901	1,000	2,722	3,244
2,572	3,361	4,384	4,414	4,948
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
1,000	3,361	2,657	2,722	4,948
1,000	3,361	2,657	2,722	3,244
1,000	1,901	1,000	2,722	3,244
4,203	4,995	2,657	2,722	3,244
2,572	3,361	1,000	2,722	3,244
1,000	1,901	1,000	1,000	3,244
4,203	4,995	4,384	4,414	4,948
1,000	3,361	2,657	2,722	3,244
1,000	3,361	2,657	2,722	3,244
2,572	3,361	1,000	1,000	3,244
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
4,203	4,995	2,657	4,414	4,948
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
2,572	3,361	2,657	1,000	1,000
2,572	3,361	2,657	1,000	3,244
4,203	4,995	4,384	4,414	4,948
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
2,572	4,995	2,657	2,722	3,244
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
4,203	4,995	2,657	4,414	3,244
1,000	4,995	2,657	4,414	4,948
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244
2,572	3,361	2,657	2,722	3,244



## Correlations

Correlations

		Bauran Promosi	Keputusan pembelian
Bauran Promosi	Pearson Correlation	1	.733**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	81	81
Keputusan pembelian	Pearson Correlation	.733**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	81	81

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

## Regression

Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Bauran Promosi <sup>a</sup>		. Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian



**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.733 <sup>a</sup>	.538	.532	1.399

a. Predictors: (Constant), Bauran Promosi

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	180.106	1	180.106	91.998	.000 <sup>a</sup>
	Residual	154.660	79	1.958		
	Total	334.765	80			

a. Predictors: (Constant), Bauran Promosi

b. Dependent Variable: Keputusan pembelian

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.974	1.769		1.681	.097
	Bauran Promosi	.482	.050	.733	9.592	.000

a. Dependent Variable: Keputusan pembelian











