

Lampiran 1

KISI-KISI ANGKET *PROMOTION* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN

No.	Variabel	Indikator	Nomor Angket
4.	Promosi (X)	Periklanan	1, 2, 3
		Promosi penjualan	4, 5, 6
		Penjualan perseorangan	7, 8, 9
		Hubungan masyarakat	10, 11, 12, 13, 14, dan 15
5.	Keputusan Pembelian (Y)	Pengenalan kebutuhan	1, 2, 3, 4
		Pencarian informasi	5, 6, 7,
		Evaluasi alternative	8, 9, 10
		Keputusan pembelian	11, 12, 13, 14
		Perilaku pasca pembelian	15, 16, 17, dan 18

(Sumber: Diadopsi dari S. Onny, Simorangkir E.S. dan Purwati A.S. (Aris, 2020: 7), Kotler dan Keller (Aris, 2020: 7), Weenas, J. R. (Aris, 2020: 8), Tjiptono (Aris, 2020: 8), dan Kotler dan Armstrong (Mundir dan Rahayu, 2022: 37) kemudian dikembangkan oleh peneliti sesuai dengan masalah dan tujuan penelitian)

Lampiran 2

ANGKET UJICOB**PENGARUH *PROMOTION* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN DI TOKO RIZKA SINTANG****I. Pengantar**

Yth. Bapak/Ibu
Konsumen Toko Rizka Sintang

Responden yang terhormat, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Aloisius Dendi
NIM	: 1915031215
Program Studi	: Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Jurusan	: Pendidikan Ekonomi

Dalam rangka riset atas pengaruh Pengaruh *Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Rizka Sintang, saya bermaksud mengumpulkan data melalui angket di wilayah aktivitas saudara. Kerahasiaan identitas saudara dalam hal ini akan dijamin, sehingga tidak akan ada yang dipersalahkan dalam hal ini. Karena riset ini merupakan sumbangsih kami terhadap ilmu pengetahuan. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan bagi kita semua kearah yang lebih baik. Oleh karena itu supaya diisi berdasarkan kondisi ri'il yang ada (yang dirasakan), bukan kondisi yang ideal (kondisi yang diharapkan).

Atas kesediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu untuk mengisi angket dan membantu kelancaran penelitian ini, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Aloisius Dendi

II. Karakteristik Responden

Profil Responden

Berikan kode *checklist* (v) pada jawaban pilihan yang sesuai dengan kondisi Bapak/Ibu saat ini:

1. Jenis Kelamin

Pria

Wanita

2. Usia

<25 tahun

25-40 tahun

>40 tahun

3. Pendidikan terakhir

SD

SMP

SMA/Sederajat

D3

S1

S2

III. Petunjuk Pengisian Angket

Pilihlah jawaban dari masing-masing pernyataan yang menurut Bapa/Ibu paling sesuai dengan pilihan dengan memberikan kode *checklist* (√) kolom-kolom jawaban yang telah disediakan.

A. Keterangan

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Contoh Pengisian

No .	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mendapat produk yang sesuai setiap saya berbelanja		√			

Jika anda menceklis (S) Setuju maka anda merasa puas dengan keputusan pembelian yang anda pilih.

No .	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
PROMOSI						
Periklanan						
1.	Saya mendapatkan informasi mengenai Toko Rizka melalui media sosial					
2.	Saya mendapatkan informasi mengenai Toko Rizka melalui brosur					
3.	Saya mengenal Toko Rizka setelah membaca papan nama yang ada di depan Toko Rizka					
Promosi Penjualan						
4.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena pemberian hadiah yang diberikan kepada pelanggan					
5.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena sedang mengadakan promosi					
6.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena penempatan dan pengaturan produk yang menarik perhatian					
Penjualan Perseorangan						
7.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena promosi yang dilakukan kepada pelanggannya secara langsung					
8.	Saya tertarik ingin menggunakan produk pada Toko Rizka karena termotivasi oleh informasi yang diberikan sales					
9.	Saya memperoleh informasi tentang produk di Toko Rizka dari teman saya					
10.	Saya memperoleh informasi tentang produk di Toko Rizka dari saudara saya yang pernah membeli produk di toko tersebut					
Hubungan Masyarakat						
11.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena karena melakukan kegiatan pameran, event, serta kegiatan lain					
12.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena adanya kesan baik yang diberitakan oleh media					
13.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena membangun citra toko yang bagus					
4.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena dapat menangani atau meluruskan rumor					

	cerita yang tidak menguntungkan					
15.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena dapat membangun hubungan baik dengan toko atau perusahaan lain					
KEPUTUSAN PEMBELIAN						
Pengenalan Kebutuhan						
1.	Saya memilih di Toko Rizka karena membutuhkan produk yang menunjang kegiatan keseharian.					
2.	Saya tertarik dengan produk-produk yang ada pada Toko Rizka					
3.	Saya membutuhkan pembelian produk di Toko Rizka karena dapat dengan mudah dibeli secara <i>online</i>					
4.	Setelah melihat iklan produk pada Toko Rizka saya menjadi ingin mencobanya					
Pencarian Informasi						
5.	Setelah mengetahui apa yang saya butuhkan saya mulai mencari informasi terkait produk-produk yang ada di Toko Rizka yang ingin saya beli					
6.	Saya mengetahui informasi mengenai potongan harga yang diberikan oleh Toko Rizka pada akun media social					
7.	Setelah saya mendapatkan informasi dari akun tersebut saya mencari informasi terkait harga melalui aplikasi online yang menjadi rekan bisnis Toko Rizka					
Evaluasi Alternatif						
8.	Produk di Toko Rizka selalu menjadi alternatif pilihan untuk saya karena ratingnya bagus					
9.	Saya lebih memilih produk di Toko Rizka dari pada yang lainnya karena banyak promo yang ditawarkan					
10.	Sebelum melakukan pembelian produk di Toko Rizka, saya akan membandingkan produk di Toko Rizka dengan produk toko lainnya					
Keputusan Pembelian						
11.	Setelah mengevaluasi, saya tertarik untuk membeli produk di Toko Rizka sesuai kebutuhan yang saya perlukan (seperti: minuman, cemilan, perlengkapan mandi,					

	dan perlengkapan dapur)					
12.	Ketika saya mendapat informasi mengenai promosi yang diberikan oleh Toko Rizka pada akun media sosial saya memutuskan untuk melakukan pembelian di Toko Rizka					
13.	Saya merasa sangat mudah dalam melakukan pembelian baik melalui online atau pun secara langsung					
14.	Saya merasa metode pembayaran yang ditawarkan Toko Rizka sangat mudah					
Perilaku Pasca Pembelian						
15.	Setelah saya melakukan pembelian produk di Toko Rizka, saya tertarik untuk melakukan pembelian ulang					
16.	Setelah saya melakukan pembelian produk di Toko Rizka, saya bersedia untuk merekomendasikan produk tersebut pada orang terdekat					
17.	Saya merasa puas setelah melakukan pembelian produk di Toko Rizka					
18.	Saya akan memberikan ulasan mengenai produk di Toko Rizka di sosial media					

Terimakasih yang Tak Terhingga Atas Partisipasi Anda

Lampiran 3

PEDOMAN VALIDITAS ANGKET

Petunjuk:

1. Berdasarkan pendapat Bapak/Ibu berilah huruf ceklist (✓) kolom yang tersedia.
2. Jika ada yang perlu di komentari, tulislah pada kolom komentar/saran
3. Berilah tanda LD, LDD, TLD pada kolom kesimpulan untuk setiap butir angket

Bidang Telaah	Kriteria Penelaah	Kategori Penilaian			Komentar/
		LD	LD	TLD	
Materi	1. Rumusan angket sesuai dengan indikator. 2. Batasan jawaban yang diuji sudah jelas. 3. Isi materi yang dinyatakan sesuai dengan tujuan pengukuran. 4. Isi materi yang dinyatakan sesuai dengan jenjang sekolah atau tingkat kelas.	✓			
Konstruksi	5. Rumusan butir angket sudah menggunakan kalimat tanya/perintah menurut jawaban angket. 6. Rumusan butir angket sudah sesuai dengan angket. 7. Rumusan butir angket tidak menimbulkan penafsiran ganda.	✓			
Bahasa	8. Rumusan butir angket sudah menggunakan bahasa yang sederhana. 9. Rumusan tidak menimbulkan penafsiran ganda atau salah pengertian. 10. Angket menggunakan bahasa yang baik.	✓			

Keterangan:

LD : Layak digunakan (.....)

LDD : Layak digunakan tetapi diperbaiki (.....)

TLD : Tidak layak digunakan (.....)

Sintang, 2024

Validator I


 Anna Maryaningsih, SE, M.Pd.
 NIDN.1118038301

Lampiran 4

PEDOMAN VALIDITAS ANGKET

Petunjuk:

1. Berdasarkan pendapat Bapak/Ibu berilah huruf ceklist (✓) kolom yang tersedia.
2. Jika ada yang perlu di komentari, tulislah pada kolom komentar/saran
3. Berilah tanda LD, LDD, TLD pada kolom kesimpulan untuk setiap butir angket

Bidang Telaah	Kriteria Penelaah	Kategori Penilaian			Komentar
		LD	LDD	TLD	
		✓			
Materi	1. Rumusan angket sesuai dengan indikator. 2. Batasan jawaban yang diuji sudah jelas. 3. Isi materi yang dinyatakan sesuai dengan tujuan pengukuran. 4. Isi materi yang dinyatakan sesuai dengan jenjang sekolah atau tingkat kelas.	✓			
Konstruksi	5. Rumusan butir angket sudah menggunakan kalimat tanya/perintah menurut jawaban angket. 6. Rumusan butir angket sudah sesuai dengan angket. 7. Rumusan butir angket tidak menimbulkan penafsiran ganda.	✓			
Bahasa	8. Rumusan butir angket sudah menggunakan bahasa yang sederhana. 9. Rumusan tidak menimbulkan penafsiran ganda atau salah pengertian. 10. Angket menggunakan bahasa yang baik.	✓			

Keterangan:

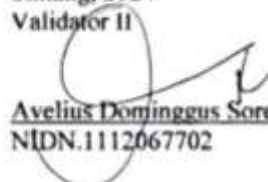
LD : Layak digunakan (.....)

LDD : Layak digunakan tetapi diperbaiki (.....)

TLD : Tidak layak digunakan (.....)

Sintang, 2024

Validator II


 Avelius Dominggus Sore, SE, M.Pd.
 NIDN.1112067702

Lampiran 5 ujicoba variable promosi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Nom or	Saya mendapatkan informasi mengenai Toko Rizka melalui media sosial	Saya mendapatkan informasi mengenai Toko Rizka melalui brosur	Saya mengenal Toko Rizka setelah membaca papan nama yang ada di depan Toko Rizka	Saya tertarik pada Toko Rizka karena pemberian hadiah yang diberikan kepada pelanggan	Saya tertarik pada Toko Rizka karena sedang mengadakan promosi	Saya tertarik pada Toko Rizka karena penempatan dan pengaturan produk yang menarik perhatian	Saya tertarik pada Toko Rizka karena promosi yang dilakukan kepada pelanggan nya secara langsung	Saya tertarik ingin menggunakan produk Toko Rizka karena termotivasi oleh informasi yang diberikan sales	Saya memperoleh informasi tentang produk di Toko Rizka dari teman saya	Saya memperoleh informasi tentang produk di Toko Rizka dari saudara saya yang pernah membeli produk di toko tersebut	Saya tertarik pada Toko Rizka karena melakukan kegiatan pameran , event, serta kegiatan lain	Saya tertarik pada Toko Rizka karena adanya kesan baik yang diberitakan oleh media	Saya tertarik pada Toko Rizka karena membangun citra toko yang bagus	Saya tertarik pada Toko Rizka karena dapat menangani atau meluruskan rumor cerita yang tidak menguntungkan	Saya tertarik pada Toko Rizka karena dapat membangun hubungan baik dengan toko atau perusahaan lain	Jumla h
1	2	2	5	3	4	5	5	4	3	4	2	3	3	4	4	53
2	2	3	5	4	3	5	5	3	4	5	2	4	4	3	4	56
3	1	2	4	3	3	4	4	4	3	4	2	3	3	2	3	45
4	4	3	5	4	4	5	5	3	4	4	2	3	4	4	5	59
5	2	3	4	3	4	5	5	4	4	4	2	2	2	3	3	50
6	1	2	3	3	3	4	3	3	4	4	2	3	3	3	3	44
7	2	3	5	3	4	5	4	4	4	4	2	4	3	5	4	56
8	3	3	4	4	5	5	5	4	4	5	2	2	3	3	5	57
9	2	3	5	3	3	4	5	3	3	3	2	2	3	2	3	46
10	4	2	4	3	4	5	4	4	4	4	2	2	2	3	3	50
11	1	1	4	3	3	5	2	3	2	3	1	1	2	3	4	38
12	3	3	5	4	3	5	5	4	3	4	2	3	2	2	4	52
13	4	2	5	3	4	4	5	1	4	4	2	2	3	3	4	50
14	3	2	4	3	3	4	4	3	2	3	1	2	2	2	3	41
15	2	3	5	4	4	5	5	4	4	4	2	3	3	4	3	55

Lampiran 6 Hasil uji valid variable promosi dengan SPSS

								Correlations									
		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016
VAR00001	Pearson Correlation	1	0.233	0.338	0.277	0.471	0.139	0.491	-0.278	0.291	0.16	0.154	-0.131	0.02	0.046	0.374	0.437
	Sig. (2-tailed)		0.404	0.217	0.317	0.077	0.622	0.063	0.316	0.292	0.57	0.584	0.642	0.944	0.871	0.17	0.103
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00002	Pearson Correlation	0.233	1	0.477	.610*	0.318	0.305	.760**	0.297	.561*	0.464	.613*	0.512	0.396	0.194	0.206	.755**
	Sig. (2-tailed)	0.404		0.072	0.016	0.249	0.269	0.001	0.283	0.03	0.082	0.015	0.051	0.144	0.489	0.462	0.001
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00003	Pearson Correlation	0.338	0.477	1	0.381	0.141	0.305	.638*	-0.108	0.11	0.088	0.296	0.377	0.396	0.32	0.36	.575*
	Sig. (2-tailed)	0.217	0.072		0.161	0.616	0.269	0.011	0.702	0.696	0.756	0.284	0.165	0.144	0.245	0.188	0.025
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00004	Pearson Correlation	0.277	.610*	0.381	1	0.231	0.5	0.482	0.177	0.328	.575*	0.277	0.354	0.433	0.11	.539*	.667**
	Sig. (2-tailed)	0.317	0.016	0.161		0.407	0.058	0.069	0.529	0.232	0.025	0.317	0.196	0.107	0.695	0.038	0.007
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00005	Pearson Correlation	0.471	0.318	0.141	0.231	1	0.463	0.422	0.191	.577*	0.495	0.385	-0.055	0.134	.562*	0.468	.650**
	Sig. (2-tailed)	0.077	0.249	0.616	0.407		0.082	0.117	0.495	0.024	0.061	0.156	0.847	0.635	0.029	0.078	0.009
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00006	Pearson Correlation	0.139	0.305	0.305	0.5	0.463	1	0.161	.530*	0.263	0.411	0.139	0.177	0	.552*	0.472	.580*
	Sig. (2-tailed)	0.622	0.269	0.269	0.058	0.082		0.567	0.042	0.344	0.128	0.622	0.529	1	0.033	0.076	0.023
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00007	Pearson Correlation	0.491	.760**	.638*	0.482	0.422	0.161	1	0.057	0.443	0.449	.624*	0.322	0.371	0.053	0.217	.722**
	Sig. (2-tailed)	0.063	0.001	0.011	0.069	0.117	0.567		0.84	0.098	0.093	0.013	0.242	0.173	0.85	0.438	0.002
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00008	Pearson Correlation	-0.278	0.297	-0.108	0.177	0.191	.530*	0.057	1	0.023	0.203	0.196	0.25	-0.23	0.156	-0.119	0.239
	Sig. (2-tailed)	0.316	0.283	0.702	0.529	0.495	0.042	0.84		0.935	0.467	0.484	0.369	0.41	0.578	0.672	0.392
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00009	Pearson Correlation	0.291	.561*	0.11	0.328	.577*	0.263	0.443	0.023	1	.723**	.801**	0.441	0.483	0.493	0.177	.727**
	Sig. (2-tailed)	0.292	0.03	0.696	0.232	0.024	0.344	0.098	0.935		0.002	0	0.1	0.068	0.062	0.528	0.002
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15

VAR00010	Pearson Correlation	0.16	0.464	0.088	.575*	0.495	0.411	0.449	0.203	.723**	1	.638*	.523*	0.498	0.281	0.443	.738**
	Sig. (2-tailed)	0.57	0.082	0.756	0.025	0.061	0.128	0.093	0.467	0.002		0.01	0.045	0.059	0.31	0.098	0.002
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00011	Pearson Correlation	0.154	.613*	0.296	0.277	0.385	0.139	.624*	0.196	.801**	.638*	1	.539*	0.48	0.26	0.093	.694**
	Sig. (2-tailed)	0.584	0.015	0.284	0.317	0.156	0.622	0.013	0.484	0	0.01		0.038	0.07	0.349	0.74	0.004
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00012	Pearson Correlation	-0.131	0.512	0.377	0.354	-0.055	0.177	0.322	0.25	0.441	.523*	.539*	1	.612*	0.429	0.119	.593*
	Sig. (2-tailed)	0.642	0.051	0.165	0.196	0.847	0.529	0.242	0.369	0.1	0.045	0.038		0.015	0.11	0.672	0.02
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00013	Pearson Correlation	0.02	0.396	0.396	0.433	0.134	0	0.371	-0.23	0.483	0.498	0.48	.612*	1	0.383	0.438	.584*
	Sig. (2-tailed)	0.944	0.144	0.144	0.107	0.635	1	0.173	0.41	0.068	0.059	0.07	0.015		0.159	0.103	0.022
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00014	Pearson Correlation	0.046	0.194	0.32	0.11	.562*	.552*	0.053	0.156	0.493	0.281	0.26	0.429	0.383	1	0.372	.583*
	Sig. (2-tailed)	0.871	0.489	0.245	0.695	0.029	0.033	0.85	0.578	0.062	0.31	0.349	0.11	0.159		0.172	0.023
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00015	Pearson Correlation	0.374	0.206	0.36	.539*	0.468	0.472	0.217	-0.119	0.177	0.443	0.093	0.119	0.438	0.372	1	.566*
	Sig. (2-tailed)	0.17	0.462	0.188	0.038	0.078	0.076	0.438	0.672	0.528	0.098	0.74	0.672	0.103	0.172		0.028
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00016	Pearson Correlation	0.437	.755**	.575*	.667**	.650**	.580*	.722**	0.239	.727**	.738**	.694**	.593*	.584*	.583*	.566*	1
	Sig. (2-tailed)	0.103	0.001	0.025	0.007	0.009	0.023	0.002	0.392	0.002	0.002	0.004	0.02	0.022	0.023	0.028	
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																	
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																	

Hasil tes reliabilitas dengan SPSS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.879	13

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	2.4667	.63994	15
VAR00002	4.4667	.63994	15
VAR00003	3.3333	.48795	15

Lampiran 7 Hasil uji valid variable Keputusan pembelian dengan SPSS

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	
No mor	Saya memilih di Toko Rizka karena membutuhkan produk yang menunjang kegiatan keseharian.	Saya tertarik dengan produk-produk yang ada pada Toko Rizka	Saya membutuhkan produk di Toko Rizka karena dapat dengan mudah dibeli secara <i>online</i>	Setelah melihat iklan produk pada Toko Rizka saya menjadi ingin mencoba	Setelah mengetahui apa yang saya butuhkan saya mulai mencari informasi produk-produk yang ada di Toko Rizka yang ingin saya beli	Saya mengetahui informasi mengenai potongan harga yang diberikan oleh Toko Rizka pada akun media social	Setelah saya mendapatkan informasi dari akun tersebut saya mencari informasi terkait harga melalui aplikasi online yang menjadi rekan bisnis Toko Rizka	Produk di Toko Rizka selalu menjadi alternatif pilihan untuk saya karena ratingnya bagus	Saya lebih memilih produk di Toko Rizka dari pada yang lainnya karena banyak yang ditawarkan	Sebelum melakukan pembelian produk di Toko Rizka, saya akan membandingkan produk di Toko Rizka dengan produk toko lainnya	Setelah mengevaluasi, saya tertarik untuk membeli produk di Toko Rizka sesuai kebutuhan yang saya perlukan (seperti: minuman, cemilan, perlengkapan mandi, dan perlengkapan dapur)	Ketika saya mendapatkan informasi mengenai promosi yang diberikan oleh Toko Rizka pada akun media sosial saya memutuskan untuk melakukan pembelian di Toko Rizka	Saya merasa metode pembayaran yang ditawarkan Toko Rizka sangat mudah	Saya merasa saya melakukan pembelian produk di Toko Rizka, saya tertarik untuk melakukan pembelian ulang	Setelah saya melakukan pembelian produk di Toko Rizka, saya bersedia untuk merekomendasikan produk tersebut pada orang terdekat	Saya merasa puas setelah melakukan pembelian produk di Toko Rizka	Saya akan memberikan ulasan mengenai produk di Toko Rizka di sosial media	Jumlah	
1	4	5	2	2	3	2	3	1	3	4	4	2	1	5	5	4	2	3	55
2	3	5	4	4	3	3	2	4	3	4	4	2	2	3	5	5	4	3	63
3	5	4	3	3	3	2	4	3	4	5	5	3	1	3	5	4	3	2	62
4	3	4	2	4	3	2	2	2	3	4	4	3	1	3	5	4	4	2	55
5	5	4	3	4	4	3	5	1	4	4	5	3	3	5	5	4	3	2	67
6	3	5	3	3	4	2	3	3	3	3	3	2	1	3	5	5	4	2	57
7	2	3	1	2	3	2	2	1	3	4	3	2	3	2	4	2	2	2	43
8	2	4	3	2	3	2	2	2	3	3	4	3	1	3	5	4	2	3	51
9	5	5	2	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	5	5	4	4	4	67
10	4	3	2	2	3	2	2	1	3	3	2	1	1	3	5	4	3	2	46
11	5	5	3	3	5	3	3	1	4	4	4	2	4	4	5	5	5	2	67

12	3	4	2	2	3	2	2	2	3	3	4	1	1	5	5	3	4	2	51
13	5	4	2	3	4	3	3	1	3	3	4	3	3	5	5	4	3	3	61
14	2	2	1	2	3	2	2	2	2	2	3	1	3	2	4	3	2	2	40
15	4	4	2	2	3	2	3	1	3	3	4	3	1	4	5	4	4	2	54

Lampiran 8 Hasil uji valid variable keputusan pembelian dengan SPSS

		VAR00001	VAR00002	VAR00003	VAR00004	VAR00005	VAR00006	VAR00007	VAR00008	VAR00009	VAR00010	VAR00011	VAR00012	VAR00013	VAR00014	VAR00015	VAR00016	VAR00017	VAR00018	VAR00019
VAR00001	Pearson Correlation	1	0.436	0.273	0.355	.577*	.581*	.734**	-.164	.667**	0.463	0.355	0.406	0.305	.674**	.576*	0.431	0.401	0.192	.768**
	Sig. (2-tailed)		0.105	0.325	0.194	0.024	0.023	0.002	0.56	0.007	0.082	0.194	0.133	0.269	0.006	0.025	0.109	0.139	0.493	0.001
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00002	Pearson Correlation	0.436	1	.660**	0.432	0.46	0.442	0.299	0.337	0.449	0.486	0.331	0.378	0	.533*	.720**	.715**	.566*	0.46	.783**
	Sig. (2-tailed)	0.105		0.007	0.108	0.084	0.099	0.279	0.219	0.093	0.066	0.229	0.165	1	0.041	0.002	0.003	0.028	0.084	0.001
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00003	Pearson Correlation	0.273	.660**	1	.584*	0.277	0.418	0.33	0.501	.565*	0.392	0.475	0.292	-.146	0.131	.663**	.803**	0.425	0.138	.679**
	Sig. (2-tailed)	0.325	0.007		0.022	0.318	0.121	0.23	0.057	0.028	0.148	0.074	0.291	0.603	0.642	0.007	0	0.115	0.623	0.005
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00004	Pearson Correlation	0.355	0.432	.584*	1	0.368	.611*	0.398	0.403	0.439	0.497	0.44	0.455	0.224	0.134	0.373	.530*	0.471	0.085	.708**
	Sig. (2-tailed)	0.194	0.108	0.022		0.178	0.016	0.142	0.136	0.102	0.059	0.1	0.088	0.421	0.634	0.171	0.042	0.076	0.764	0.003
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00005	Pearson Correlation	.577*	0.46	0.277	0.368	1	.694**	0.46	-.137	0.481	0.122	0.085	0.198	.661**	0.406	0.257	0.481	.517*	0.107	.656**
	Sig. (2-tailed)	0.024	0.084	0.318	0.178		0.004	0.084	0.627	0.069	0.666	0.764	0.479	0.007	0.133	0.356	0.07	0.048	0.704	0.008
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00006	Pearson Correlation	.581*	0.442	0.418	.611*	.694**	1	0.387	0.099	0.378	0.263	0.244	0.305	.735**	0.482	0.277	0.428	0.406	0.463	.764**
	Sig. (2-tailed)	0.023	0.099	0.121	0.016	0.004		0.155	0.727	0.165	0.344	0.38	0.268	0.002	0.069	0.317	0.112	0.133	0.082	0.001
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00007	Pearson Correlation	.734**	0.299	0.33	0.398	0.46	0.387	1	-.125	.710**	0.45	.600*	0.513	0.203	0.484	0.337	0.277	0.09	-.051	.659**
	Sig. (2-tailed)	0.002	0.279	0.23	0.142	0.084	0.155		0.657	0.003	0.093	0.018	0.051	0.468	0.067	0.219	0.318	0.751	0.856	0.008
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00008	Pearson Correlation	-.164	0.337	0.501	0.403	-.137	0.099	-.125	1	-.102	0.201	0.042	0.048	-.121	-.238	0.15	0.349	0.265	0.319	0.256
	Sig. (2-tailed)	0.56	0.219	0.057	0.136	0.627	0.727	0.657		0.716	0.474	0.881	0.865	0.668	0.394	0.593	0.202	0.34	0.246	0.356
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00009	Pearson Correlation	.667**	0.449	.565*	0.439	0.481	0.378	.710**	-.102	1	.732**	.612*	0.427	0.116	0.331	0.498	0.369	0.355	-.175	.703**
	Sig. (2-tailed)	0.007	0.093	0.028	0.102	0.069	0.165	0.003	0.716		0.002	0.015	0.112	0.681	0.227	0.059	0.175	0.194	0.533	0.003
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15

VAR00010	Pearson Correlation	0.463	0.486	0.392	0.497	0.122	0.263	0.45	0.201	.732**	1	0.497	0.465	0.08	0.144	0.291	0.184	0.187	0.122	.593*
	Sig. (2-tailed)	0.082	0.066	0.148	0.059	0.666	0.344	0.093	0.474	0.002		0.059	0.081	0.776	0.609	0.292	0.51	0.505	0.666	0.02
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00011	Pearson Correlation	0.355	0.331	0.475	0.44	0.085	0.244	.600*	0.042	.612*	0.497	1	.567*	-0.075	0.375	0.373	0.194	0.099	-0.057	.554*
	Sig. (2-tailed)	0.194	0.229	0.074	0.1	0.764	0.38	0.018	0.881	0.015	0.059		0.027	0.791	0.168	0.171	0.488	0.725	0.841	0.032
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00012	Pearson Correlation	0.406	0.378	0.292	0.455	0.198	0.305	0.513	0.048	0.427	0.465	.567*	1	0.075	0.268	0.39	0.254	0.087	0.339	.580*
	Sig. (2-tailed)	0.133	0.165	0.291	0.088	0.479	0.268	0.051	0.865	0.112	0.081	0.027		0.791	0.334	0.151	0.362	0.758	0.216	0.024
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00013	Pearson Correlation	0.305	0	-0.146	0.224	.661**	.735**	0.203	-0.121	0.116	0.08	-0.075	0.075	1	0.161	-0.34	-0.075	0.124	0.283	0.33
	Sig. (2-tailed)	0.269	1	0.603	0.421	0.007	0.002	0.468	0.668	0.681	0.776	0.791	0.791		0.566	0.215	0.791	0.659	0.306	0.229
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00014	Pearson Correlation	.674**	.533*	0.131	0.134	0.406	0.482	0.484	-0.238	0.331	0.144	0.375	0.268	0.161	1	.608*	0.214	0.289	0.406	.597*
	Sig. (2-tailed)	0.006	0.041	0.642	0.634	0.133	0.069	0.067	0.394	0.227	0.609	0.168	0.334	0.566		0.016	0.443	0.295	0.133	0.019
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00015	Pearson Correlation	.576*	.720**	.663**	0.373	0.257	0.277	0.337	0.15	0.498	0.291	0.373	0.39	-0.34	.608*	1	.728**	.535*	0.257	.675**
	Sig. (2-tailed)	0.025	0.002	0.007	0.171	0.356	0.317	0.219	0.593	0.059	0.292	0.171	0.151	0.215	0.016		0.002	0.04	0.356	0.006
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00016	Pearson Correlation	0.431	.715**	.803**	.530*	0.481	0.428	0.277	0.349	0.369	0.184	0.194	0.254	-0.075	0.214	.728**	1	.583*	0.198	.679**
	Sig. (2-tailed)	0.109	0.003	0	0.042	0.07	0.112	0.318	0.202	0.175	0.51	0.488	0.362	0.791	0.443	0.002		0.023	0.479	0.005
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00017	Pearson Correlation	0.401	.566*	0.425	0.471	.517*	0.406	0.09	0.265	0.355	0.187	0.099	0.087	0.124	0.289	.535*	.583*	1	-0.071	.584*
	Sig. (2-tailed)	0.139	0.028	0.115	0.076	0.048	0.133	0.751	0.34	0.194	0.505	0.725	0.758	0.659	0.295	0.04	0.023		0.803	0.022
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00018	Pearson Correlation	0.192	0.46	0.138	0.085	0.107	0.463	-0.051	0.319	-0.175	0.122	-0.057	0.339	0.283	0.406	0.257	0.198	-0.071	1	0.369
	Sig. (2-tailed)	0.493	0.084	0.623	0.764	0.704	0.082	0.856	0.246	0.533	0.666	0.841	0.216	0.306	0.133	0.356	0.479	0.803		0.175
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
VAR00019	Pearson Correlation	.768**	.783**	.679**	.708**	.656**	.764**	.659**	0.256	.703**	.593*	.554*	.580*	0.33	.597*	.675**	.679**	.584*	0.369	1
	Sig. (2-tailed)	0.001	0.001	0.005	0.003	0.008	0.001	0.008	0.356	0.003	0.02	0.032	0.024	0.229	0.019	0.006	0.005	0.022	0.175	
	N	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15	15
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).																				
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).																				

Hasil tes reliabilitas dengan SPSS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	15

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
VAR00001	3.6667	1.17514	15
VAR00002	4.0667	.88372	15

Lampiran 9

ANGKET PENELITIAN**PENGARUH *PROMOTION* TERHADAP KEPUTUSAN
PEMBELIAN DI TOKO RIZKA SINTANG****I. Pengantar**

Yth. Bapak/Ibu
Konsumen Toko Rizka Sintang

Responden yang terhormat, Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama	: Aloisius Dendi
NIM	: 1915031215
Program Studi	: Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Jurusan	: Pendidikan Ekonomi

Dalam rangka riset atas pengaruh Pengaruh *Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Rizka Sintang, saya bermaksud mengumpulkan data melalui angket di wilayah aktivitas saudara. Kerahasiaan identitas saudara dalam hal ini akan dijamin, sehingga tidak akan ada yang dipersalahkan dalam hal ini. Karena riset ini merupakan sumbangsih kami terhadap ilmu pengetahuan. Hasil dari penelitian ini dapat menjadi masukan bagi kita semua kearah yang lebih baik. Oleh karena itu supaya diisi berdasarkan kondisi ri'il yang ada (yang dirasakan), bukan kondisi yang ideal (kondisi yang diharapkan).

Atas kesediaan Bapak/Ibu meluangkan waktu untuk mengisi angket dan membantu kelancaran penelitian ini, kami ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Aloisius Dendi

II. Karakteristik Responden

Profil Responden

Berikan kode *checklist* (v) pada jawaban pilihan yang sesuai dengan kondisi Bapak/Ibu saat ini:

1. Jenis Kelamin

Pria

Wanita

2. Usia

<25 tahun

25-40 tahun

>40 tahun

3. Pendidikan terakhir

SD

SMP

SMA/Sederajat

D3

S1

S2

III. Petunjuk Pengisian Angket

Pilihlah jawaban dari masing-masing pernyataan yang menurut Bapa/Ibu paling sesuai dengan pilihan dengan memberikan kode *checklist* (√) kolom-kolom jawaban yang telah disediakan.

A. Keterangan

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

Contoh Pengisian

No .	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Saya mendapat produk yang sesuai setiap saya berbelanja		√			

Jika anda menceklis (S) Setuju maka anda merasa puas dengan keputusan pembelian yang anda pilih.

No .	PERNYATAAN	ALTERNATIF JAWABAN				
		SS	S	N	TS	STS
PROMOSI						
Periklanan						
1.	Saya mendapatkan informasi mengenai Toko Rizka melalui brosur					
2.	Saya mengenal Toko Rizka setelah membaca papan nama yang ada di depan Toko Rizka					
Promosi Penjualan						
3.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena pemberian hadiah yang diberikan kepada pelanggan					
4.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena sedang mengadakan promosi					
5.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena penempatan dan pengaturan produk yang menarik perhatian					
Penjualan Perseorangan						
6.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena promosi yang dilakukan kepada pelanggannya secara langsung					
7.	Saya memperoleh informasi tentang produk di Toko Rizka dari teman saya					
8.	Saya memperoleh informasi tentang produk di Toko Rizka dari saudara saya yang pernah membeli produk di toko tersebut					
Hubungan Masyarakat						
9.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena karena melakukan kegiatan pameran, event, serta kegiatan lain					
10.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena adanya kesan baik yang diberitakan oleh media					
11.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena membangun citra toko yang bagus					
12.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena dapat menangani atau meluruskan rumor					

	cerita yang tidak menguntungkan					
13.	Saya tertarik pada Toko Rizka karena dapat membangun hubungan baik dengan toko atau perusahaan lain					
KEPUTUSAN PEMBELIAN						
Pengenalan Kebutuhan						
1.	Saya memilih di Toko Rizka karena membutuhkan produk yang menunjang kegiatan keseharian.					
2.	Saya tertarik dengan produk-produk yang ada pada Toko Rizka					
3.	Saya membutuhkan pembelian produk di Toko Rizka karena dapat dengan mudah dibeli secara <i>online</i>					
4.	Setelah melihat iklan produk pada Toko Rizka saya menjadi ingin mencobanya					
Pencarian Informasi						
5.	Setelah mengetahui apa yang saya butuhkan saya mulai mencari informasi terkait produk-produk yang ada di Toko Rizka yang ingin saya beli					
6.	Saya mengetahui informasi mengenai potongan harga yang diberikan oleh Toko Rizka pada akun media social					
7.	Setelah saya mendapatkan informasi dari akun tersebut saya mencari informasi terkait harga melalui aplikasi online yang menjadi rekan bisnis Toko Rizka					
Evaluasi Alternatif						
8.	Saya lebih memilih produk di Toko Rizka dari pada yang lainnya karena banyak promo yang ditawarkan					
9.	Sebelum melakukan pembelian produk di Toko Rizka, saya akan membandingkan produk di Toko Rizka dengan produk toko lainnya					
Keputusan Pembelian						
10.	Setelah mengevaluasi, saya tertarik untuk membeli produk di Toko Rizka sesuai kebutuhan yang saya perlukan (seperti: minuman, cemilan, perlengkapan mandi, dan perlengkapan dapur)					

11.	Ketika saya mendapat informasi mengenai promosi yang diberikan oleh Toko Rizka pada akun media sosial saya memutuskan untuk melakukan pembelian di Toko Rizka					
12.	Saya merasa metode pembayaran yang ditawarkan Toko Rizka sangat mudah					
Perilaku Pasca Pembelian						
	Setelah saya melakukan pembelian produk di Toko Rizka, saya tertarik untuk melakukan pembelian ulang					
14.	Setelah saya melakukan pembelian produk di Toko Rizka, saya bersedia untuk merekomendasikan produk tersebut pada orang terdekat					
15.	Saya merasa puas setelah melakukan pembelian produk di Toko Rizka					

Terimakasih yang Tak Terhingga Atas Partisipasi Anda

Lampiran 10 Jawaban Angket Promosi

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	
Nomor Konsumen	Saya mendapatkan informasi mengenai Toko Rizka melalui brosur	Saya mengenal Toko Rizka setelah membaca papan nama yang ada di depan Toko Rizka	Saya tertarik pada Toko Rizka karena pemberian hadiah yang diberikan kepada pelanggan	Saya tertarik pada Toko Rizka karena sedang mengadakan promosi	Saya tertarik pada Toko Rizka karena penempatan dan pengaturan produk yang menarik perhatian	Saya tertarik pada Toko Rizka karena promosi yang dilakukan kepada pelanggannya secara langsung	Saya memperoleh informasi tentang produk di Toko Rizka dari teman saya	Saya memperoleh informasi tentang produk di Toko Rizka dari saudara saya yang pernah membeli produk di toko tersebut	Saya tertarik pada Toko Rizka karena melakukan kegiatan pameran, event, serta kegiatan lain	Saya tertarik pada Toko Rizka karena adanya kesan baik yang diberitakan oleh media	Saya tertarik pada Toko Rizka karena membangun citra toko yang bagus	Saya tertarik pada Toko Rizka karena dapat menangani atau meluruskan rumor cerita yang tidak menguntungkan	Saya tertarik pada Toko Rizka karena dapat membangun hubungan baik dengan toko atau perusahaan lain	Jumlah
1	2	4	3	2	4	4	3	4	2	3	3	4	4	42
2	3	3	4	3	3	3	4	5	2	2	4	3	4	43
3	2	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	4	3	45
4	3	5	4	2	3	4	4	4	2	3	4	3	3	44
5	1	4	4	2	5	5	4	4	2	2	4	4	3	44
6	2	3	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	4	44
7	1	5	3	2	5	4	4	4	2	2	3	5	4	44
8	3	4	4	2	4	4	4	5	2	2	3	3	4	44
9	1	5	4	3	4	5	4	3	2	2	3	4	4	44
10	2	4	5	2	5	4	5	4	2	2	4	3	4	46
11	1	4	4	3	5	5	5	4	1	1	5	4	5	47
12	3	5	4	3	5	5	3	4	2	3	3	4	4	48
13	2	5	3	2	4	5	4	4	2	2	3	3	4	43
14	2	4	3	3	4	4	4	3	1	2	4	5	5	44
15	3	5	4	2	4	3	4	4	2	3	3	4	3	44
16	3	4	4	3	4	3	4	4	2	2	4	3	4	44

17	2	4	4	3	4	4	4	4	2	3	3	4	3	44
18	3	5	4	2	4	4	4	4	2	3	3	4	3	45
19	3	4	3	2	4	4	4	4	2	2	5	3	5	45
20	2	3	4	3	4	5	4	5	2	3	4	4	4	47
21	1	5	3	2	5	4	4	4	2	2	3	4	4	43
22	3	4	4	2	4	4	4	4	2	2	3	3	4	43
23	1	5	4	3	4	5	4	4	2	2	3	4	4	45
24	2	4	3	2	5	4	5	4	2	2	4	4	4	45
25	1	4	5	3	5	4	5	3	1	1	5	3	5	45
26	3	5	4	3	5	5	3	4	2	3	2	2	4	45
27	2	5	3	2	4	5	5	4	2	2	3	5	4	46
28	2	4	3	3	4	4	4	5	1	2	5	5	4	46
29	3	5	4	2	5	5	4	4	2	3	3	4	3	47
30	3	5	4	3	5	5	4	3	2	2	4	3	4	47
31	2	4	3	3	4	5	5	4	2	3	3	5	4	47
32	3	5	4	2	4	3	4	4	2	3	4	4	4	46
33	3	4	3	2	5	5	4	4	2	2	5	3	4	46
34	2	4	4	3	5	3	5	4	2	3	4	3	4	46
35	3	5	3	2	5	4	4	4	2	2	4	5	4	47
36	3	4	4	2	5	5	4	5	2	2	3	3	5	47
37	3	5	3	3	4	5	3	4	2	2	3	5	5	47
38	2	4	3	2	5	4	5	5	2	2	4	5	4	47
39	1	4	3	3	5	4	5	5	1	1	5	5	5	47
40	3	5	4	3	5	5	3	4	2	3	3	3	4	47
41	2	5	3	2	4	5	4	4	2	2	4	5	5	47

42	2	4	4	3	4	5	5	5	1	2	4	4	4	47
43	3	5	4	2	5	5	4	4	2	3	3	4	3	47
44	3	5	4	3	4	4	4	5	2	2	4	3	4	47
45	2	4	4	3	4	5	4	5	2	3	3	4	4	47
46	3	4	4	2	5	4	4	4	2	3	4	4	4	47
47	3	4	3	2	4	5	4	4	2	2	5	5	5	48
48	2	3	3	3	4	4	5	4	2	3	5	5	5	48
49	3	5	5	2	5	4	4	4	2	2	3	5	4	48
50	3	4	4	2	5	5	4	5	2	2	5	3	5	49
51	3	5	3	3	4	5	5	4	2	2	3	5	5	49
52	2	4	3	2	5	4	5	5	2	2	4	4	4	46
53	1	4	4	3	5	5	5	4	1	1	5	3	5	46
54	3	5	4	3	5	5	3	4	2	3	2	3	4	46
55	2	5	4	2	4	5	5	5	2	2	4	3	5	48
56	2	4	3	3	4	4	5	5	1	2	5	5	5	48
57	3	5	4	2	5	5	4	4	2	3	3	4	4	48
58	3	5	4	3	5	4	4	5	2	2	4	3	4	48
59	2	4	4	3	4	4	5	4	2	3	4	5	4	48
60	3	5	4	2	4	5	4	4	2	3	4	4	4	48
61	3	4	3	2	5	5	5	4	2	2	5	5	5	50
62	2	3	5	3	4	3	4	4	2	3	3	5	5	46
63	3	5	3	2	5	4	4	4	2	2	3	5	4	46
64	3	4	4	2	5	5	4	5	2	2	5	3	5	49
65	3	5	5	3	4	5	5	4	2	2	3	5	5	51
66	2	4	4	2	5	4	4	4	2	2	4	4	5	46

67	1	5	5	3	5	5	5	5	1	1	5	5	5	51
68	3	5	4	3	5	5	3	4	2	3	2	2	4	45
69	2	5	3	2	4	5	4	4	2	2	5	4	4	46
70	2	4	4	3	4	5	4	5	1	2	4	5	5	48
71	3	5	4	3	5	5	4	5	2	2	3	3	4	48
72	2	4	4	3	5	5	3	5	2	3	5	5	5	51
73	3	5	4	2	5	4	4	4	2	3	4	4	4	48

Lampiran 11 Jawaban Angket Keputusan Pembelian

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	
Nomor Konsu men	Saya memilih di Toko Rizka karena membutuhkan produk yang menunjang kegiatan keseharian.	Saya tertarik dengan produk-produk yang ada pada Toko Rizka	Saya membutuhkan pembelian produk di Toko Rizka karena dapat dengan mudah dibeli secara <i>online</i>	Setelah melihat iklan produk pada Toko Rizka saya menjadi ingin mencobanya	Setelah mengetahui apa yang saya butuhkan saya mulai mencari informasi terkait produk yang ada di Toko Rizka yang ingin saya beli	Saya mengetahui informasi mengenai potongan harga yang diberikan oleh Toko Rizka pada akun media social	Setelah saya mendapatkan informasi tersebut saya mencari informasi terkait harga melalui aplikasi online yang menjadi rekan bisnis Toko Rizka	Saya lebih memilih produk di Toko Rizka dari pada yang lainnya karena banyak promo yang ditawarkan	Sebelum melakukan pembelian produk di Toko Rizka, saya akan membandingkan produk di Toko Rizka dengan produk toko lainnya	Setelah mengevaluasi, saya tertarik untuk membeli produk di Toko Rizka sesuai kebutuhan yang saya perlukan (seperti: minuman, cemilan, perlengkapan mandi, dan perlengkapan dapur)	Ketika saya mendapatkan informasi mengenai promosi yang diberikan oleh Toko Rizka pada akun media sosial saya memutuskan untuk melakukan pembelian di Toko Rizka	Saya merasa metode pembayaran yang ditawarkan Toko Rizka sangat mudah	Setelah saya melakukan pembelian produk di Toko Rizka, saya tertarik untuk melakukan pembelian ulang	Setelah saya melakukan pembelian produk di Toko Rizka, saya bersedia untuk merekomendasikan produk tersebut pada orang terdekat	Saya merasa puas setelah melakukan pembelian produk di Toko Rizka	Jumlah
1	4	5	2	2	3	2	3	3	5	5	2	5	5	4	5	55
2	3	4	2	2	4	3	2	3	4	4	2	5	4	5	5	52
3	5	4	3	3	3	2	2	2	5	5	3	3	5	4	3	52
4	4	4	2	2	3	2	2	3	4	5	3	5	5	4	5	53
5	4	4	3	2	4	3	2	2	4	5	3	5	5	4	3	53
6	4	4	3	3	4	2	3	3	4	4	2	3	5	5	4	53
7	5	4	1	2	4	2	2	3	4	5	2	5	4	5	5	53
8	5	5	3	2	5	2	2	3	5	5	3	5	5	5	5	60
9	4	4	2	3	4	3	3	3	4	5	3	4	4	4	4	54
10	4	4	2	2	4	2	2	3	4	5	1	5	4	5	5	52
11	4	4	3	3	4	3	3	2	4	5	2	5	4	3	5	54
12	5	4	2	2	4	2	2	3	4	5	1	5	5	5	5	54

13	5	4	2	3	4	3	3	3	4	5	3	5	4	4	5	57
14	5	5	1	2	5	2	2	2	5	5	1	5	5	5	5	55
15	5	4	2	2	4	2	3	3	4	5	3	4	4	5	5	55
16	5	4	2	2	4	2	3	3	4	5	2	5	4	5	5	55
17	5	5	2	2	3	3	2	3	4	4	2	5	5	5	5	55
18	5	4	3	3	5	2	2	2	5	5	3	4	5	4	3	55
19	3	4	2	2	4	2	2	3	5	5	3	5	5	5	5	55
20	5	4	3	2	4	3	2	2	4	5	3	5	5	4	4	55
21	5	4	3	3	4	2	3	3	5	4	2	5	5	4	4	56
22	5	5	1	2	5	2	2	3	5	5	2	5	5	4	5	56
23	5	4	3	2	3	2	2	3	4	5	3	5	5	5	5	56
24	5	5	2	3	5	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	56
25	5	5	2	2	4	2	2	3	5	5	1	5	5	5	5	56
26	5	4	3	3	5	3	3	2	4	5	2	5	4	4	4	56
27	4	5	2	2	5	2	3	3	4	5	2	4	5	5	5	56
28	5	4	2	2	5	3	2	3	4	5	2	5	5	4	5	56
29	5	4	3	3	4	2	2	2	4	5	3	5	5	4	5	56
30	5	5	2	2	5	2	2	3	4	5	3	5	5	4	4	56
31	5	4	3	2	5	3	2	2	4	5	3	5	5	4	4	56
32	5	5	3	3	5	2	3	3	4	5	2	3	5	5	4	57
33	5	5	1	2	5	2	2	3	5	5	2	5	5	5	5	57
34	5	5	3	2	4	2	2	3	4	5	3	5	5	4	5	57
35	4	5	2	3	4	3	3	3	4	3	3	4	5	4	4	54
36	5	5	4	2	4	2	2	3	4	5	1	4	5	4	4	54
37	5	5	2	2	5	2	3	3	5	5	2	5	5	4	4	57

38	5	5	2	2	5	3	2	3	5	4	2	5	5	5	4	57
39	5	4	3	3	4	2	2	2	5	4	3	5	5	5	5	57
40	5	4	2	2	5	2	2	3	5	5	3	5	5	4	5	57
41	5	4	3	2	4	3	2	2	4	5	3	5	5	5	5	57
42	5	5	3	3	4	2	3	3	4	5	2	3	5	5	5	57
43	5	5	2	2	5	2	2	3	5	5	2	5	5	5	5	58
44	5	4	3	2	4	2	2	3	5	5	3	5	5	5	5	58
45	5	5	2	3	4	3	3	3	4	4	3	5	5	4	5	58
46	5	5	2	2	5	2	2	3	5	5	2	5	5	5	5	58
47	5	5	3	3	5	3	3	2	4	4	2	4	5	5	5	58
48	5	5	2	2	5	2	2	2	5	5	3	5	5	5	5	58
49	5	5	2	2	5	2	3	2	5	5	2	5	5	5	5	58
50	5	5	2	2	5	2	2	3	5	5	2	5	5	5	5	58
51	5	4	3	3	5	2	3	2	5	5	1	5	5	5	5	58
52	5	5	2	2	5	2	2	3	5	5	3	5	5	5	5	59
53	5	5	3	2	5	3	2	2	5	5	2	5	5	5	5	59
54	5	5	2	3	5	2	3	2	5	5	2	5	5	5	5	59
55	5	5	3	2	5	2	2	3	5	5	2	5	5	5	5	59
56	2	4	3	2	3	2	2	3	3	4	3	5	5	5	5	51
57	5	5	2	3	4	3	3	3	4	5	3	5	5	4	5	59
58	5	5	2	3	5	3	2	3	5	5	1	5	5	5	5	59
59	5	5	3	3	5	3	3	2	5	4	2	4	5	5	5	59
60	5	5	2	2	5	2	2	3	5	5	3	5	5	5	5	59
61	5	5	2	2	5	2	3	3	5	5	2	5	5	5	5	59
62	5	5	2	2	5	2	2	3	5	5	2	5	5	5	5	58

63	5	4	3	3	5	2	3	3	5	5	3	5	5	4	5	60
64	5	5	3	2	5	2	2	3	5	5	3	5	5	5	5	60
65	5	5	3	2	5	3	2	2	5	5	3	5	5	5	5	60
66	5	5	3	3	5	2	3	3	5	5	2	5	5	5	5	61
67	5	5	3	2	5	2	3	3	5	5	3	5	5	5	5	61
68	5	5	3	3	5	3	3	3	5	4	3	5	5	5	5	62
69	5	5	3	3	5	2	3	3	5	5	3	5	5	5	5	62
70	5	5	3	3	5	2	3	3	5	5	3	5	5	5	5	62
71	5	5	3	3	5	3	3	3	5	5	3	5	5	5	5	63
72	5	5	3	3	5	2	3	3	5	5	2	5	5	5	5	61
73	5	4	2	2	4	1	2	3	5	5	1	4	5	5	5	53

Lampiran 12 Hasil Pengujian/Analisis Dengan SPSS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	X	Y
N		73	73	73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000	46.3699	57.0000
	Std. Deviation	2.17404561	1.96148	2.56038
Most Extreme Differences	Absolute	.124	.133	.090
	Positive	.124	.107	.090
	Negative	-.094	-.133	-.077
Kolmogorov-Smirnov Z		1.062	1.135	.772
Asymp. Sig. (2-tailed)		.209	.152	.591

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

ANOVA Table

				Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Y X	Between Groups	(Combined)		183.245	9	20.361	4.442	.000
		Linearity		131.694	1	131.694	28.733	.000
		Deviation from Linearity	51.551	8	6.444	1.406	.212	
	Within Groups		288.755	63	4.583			
	Total		472.000	72				

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	57.0000	2.56038	73
X	46.3699	1.96148	73

Correlations

		Y	X
Pearson Correlation	Y	1.000	.528
	X	.528	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000
	X	.000	.
N		73	73

Correlations

		Y	X
Pearson Correlation	Y	1.000	.528
	X	.528	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000
	X	.000	.
N	Y	73	73
	X	73	73

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.528 ^a	.279	.269	2.18930	1.003

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	131.694	1	131.694	27.476	.000 ^a
	Residual	340.306	71	4.793		
	Total	472.000	72			

a. Predictors: (Constant), X

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	25.028	6.105		4.100	.000
	X	.689	.132	.528	5.242	.000

a. Dependent Variable: Y

Casewise Diagnostics^a

Case Number	Std. Residual	Y	Predicted Value	Residual
1	.463	55.00	53.9870	1.01301
2	-1.223	52.00	54.6765	-2.67649
3	-1.852	52.00	56.0555	-4.05548
4	-1.081	53.00	55.3660	-2.36599
5	-1.081	53.00	55.3660	-2.36599
6	-1.081	53.00	55.3660	-2.36599
7	-1.081	53.00	55.3660	-2.36599
8	2.117	60.00	55.3660	4.63401
9	-.624	54.00	55.3660	-1.36599
10	-1.254	54.00	56.7450	-2.74498

11	-1.569	54.00	57.4345	-3.43448
12	-1.884	54.00	58.1240	-4.12397
13	1.061	57.00	54.6765	2.32351
14	-.167	55.00	55.3660	-.36599
15	-.167	55.00	55.3660	-.36599
16	-.167	55.00	55.3660	-.36599
17	-.167	55.00	55.3660	-.36599
18	-.482	55.00	56.0555	-1.05548
19	-.482	55.00	56.0555	-1.05548
20	-1.112	55.00	57.4345	-2.43448
21	.605	56.00	54.6765	1.32351
22	.605	56.00	54.6765	1.32351
23	-.025	56.00	56.0555	-.05548
24	-.025	56.00	56.0555	-.05548
25	-.025	56.00	56.0555	-.05548
26	-.025	56.00	56.0555	-.05548
27	-.340	56.00	56.7450	-.74498
28	-.340	56.00	56.7450	-.74498
29	-.655	56.00	57.4345	-1.43448
30	-.655	56.00	57.4345	-1.43448
31	-.655	56.00	57.4345	-1.43448
32	.116	57.00	56.7450	.25502
33	.116	57.00	56.7450	.25502
34	.116	57.00	56.7450	.25502
35	-1.569	54.00	57.4345	-3.43448
36	-1.569	54.00	57.4345	-3.43448
37	-.198	57.00	57.4345	-.43448
38	-.198	57.00	57.4345	-.43448
39	-.198	57.00	57.4345	-.43448
40	-.198	57.00	57.4345	-.43448
41	-.198	57.00	57.4345	-.43448
42	-.198	57.00	57.4345	-.43448
43	.258	58.00	57.4345	.56552
44	.258	58.00	57.4345	.56552
45	.258	58.00	57.4345	.56552
46	.258	58.00	57.4345	.56552
47	-.057	58.00	58.1240	-.12397
48	-.057	58.00	58.1240	-.12397
49	-.057	58.00	58.1240	-.12397
50	-.372	58.00	58.8135	-.81347
51	-.372	58.00	58.8135	-.81347
52	1.030	59.00	56.7450	2.25502
53	1.030	59.00	56.7450	2.25502
54	1.030	59.00	56.7450	2.25502
55	.400	59.00	58.1240	.87603
56	.400	59.00	58.1240	.87603
57	.400	59.00	58.1240	.87603
58	.400	59.00	58.1240	.87603
59	.400	59.00	58.1240	.87603
60	.400	59.00	58.1240	.87603

61	-.230	59.00	59.5030	-.50297
62	.573	58.00	56.7450	1.25502
63	1.487	60.00	56.7450	3.25502
64	.542	60.00	58.8135	1.18653
65	-.088	60.00	60.1925	-.19246
66	1.944	61.00	56.7450	4.25502
67	.369	61.00	60.1925	.80754
68	2.715	62.00	56.0555	5.94452
69	2.400	62.00	56.7450	5.25502
70	1.770	62.00	58.1240	3.87603
71	2.227	63.00	58.1240	4.87603
72	.369	61.00	60.1925	.80754
73	-2.340	53.00	58.1240	-5.12397

a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	53.9870	60.1925	57.0000	1.35244	73
Residual	-5.12397	5.94452	.00000	2.17405	73
Std. Predicted Value	-2.228	2.361	.000	1.000	73
Std. Residual	-2.340	2.715	.000	.993	73

a. Dependent Variable: Y

Statistics

	X	Y
N Valid	73	73
Missing	0	0
Mean	46.3699	57.0000
Median	47.0000	57.0000
Mode	47.00	56.00
Std. Deviation	1.96148	2.56038
Variance	3.847	6.556
Range	9.00	11.00
Minimum	42.00	52.00
Maximum	51.00	63.00
Sum	3385.00	4161.00

Lampiran 13. Dokumentasi Penelitian







RIWAYAT HIDUP



Aloisius Dendi lahir pada 01 Oktober 1999 di Desa Sejawak Kecamatan Ketungau Hulu Kabupaten Sintang. Penulis merupakan anak kedua dari empat bersaudara dari pasangan bapak Silvester Iguh dan Ibu Yuliana Yulianti. Penulis menempuh pendidikan sekolah dasar di SD Negeri 11 Sepadit pada tahun 2008 – 2014 dan melanjutkan jenjang pendidikan selanjutnya ke SMP Negeri 01 Ketungau Hulu pada tahun 2014 - 2016.

Pada tahun yang sama penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 01 Ketungau Hulu dan lulus pada tahun 2019, kemudian pada tahun 2019 penulis melanjutkan pendidikan pada tingkatan perguruan tinggi di STKIP Persada Khatulistiwa Sintang.

Berkat petunjuk dan pertolongan Allah yang Maha Esa, usaha dan disetrai doa dan motivasi kedua orang tua dalam menjalani aktivitas akademik di perguruan Tinggi STKIP Persada Khatulistiwa Sintang penulis dapat menyelesaikan tugas akhir dengan skripsi yang berjudul “Pengaruh *Promotion* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Tokoh Rizka Sintang.