

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah penelitian dilakukan dengan menyebar kuesioner ke 96 orang responden. Kemudian mengolah data hasil jawaban responden tersebut menggunakan program SPSS 22. Hasilnya dapat disimpulkan bahwa Produk, Harga, Lokasi/tempat dan Promosi berpengaruh signifikan terhadap minat beli konsumen. Hal ini diperoleh dari hasil nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ $12,178 > 1,661$ dengan taraf signifikan $0,000 < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Ini berarti terdapat pengaruh yang signifikan bauran pemasaran terhadap minat beli konsumen.

Semakin baik strategi bauran pemasaran yang diterapkan oleh toko cahaya hijab, maka semakin tinggi pula minat beli konsumen. Hal ini menunjukkan setiap indikator bauran pemasaran bagi segi produk, harga, tempat dan promosi memiliki peran penting dalam memengaruhi konsumen. Ketika kepercayaan konsumen meningkat maka, konsumen akan terdorong untuk melakukan pembelian berulang.

Kemudian hasil uji nilai R^2 (*R Square*) sebesar 0,612 dengan arti bahwa, pengaruh variabel bauran pemasaran (x) terhadap minat beli (y) sebesar 61,2%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel bauran pemasaran dapat mempengaruhi variabel minat beli konsumen sebesar 61% dan sisanya (39 %) dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dibahas dalam penelitian ini.

B. Saran

Dari kesimpulan di atas maka dapat diberikan saran oleh peneliti sebagai berikut:

1. Untuk menjaga kestabilan penjualan serta meningkatkan minat beli konsumen, hendaknya toko Cahaya Hijab selalu menjual produk sesuai dengan harga pasar serta melakukan evaluasi kembali terhadap kebijakan harga dengan mempertimbangkan daya beli konsumen dan kualitas produk.

2. Memperkuat promosi dengan memanfaatkan media sosial. Promosi digital dapat membantu menarik konsumen baru serta jangkauan pasar lebih luas.
3. Untuk peneliti selanjutnya, agar mengembangkan variabel yang tidak dibahas dalam penelitian ini seperti *People* (orang), *Process* (proses), *Physical Evidence* (bukti fisik). Serta tren pasar, perilaku sosial, dan kondisi ekonomi.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, K. dkk. (2022). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yayasan Penerbit Muhammad Zaini.
- Amin, Nur. dkk. (2023). Konsep Umum Populasi Dan Sampel Dalam Penelitian. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 14(1).
- Anuraga, Gangga. dkk. (2021). Pelatihan Pengujian Hipotesis Statistika Dasar Dengan Software R. *Jurnal Budimas*, 3(2).
- Cahaya. (2025). *Wawancara Pibadi*.
- Cing, M. & A. Rully. (2023). *Buku Ajar: Pemenuhan Kebutuhan Dasar Manusia Jilid 1*. Eureka Media Aksara.
- Darsana, I. M. dkk. (2022). *Strategi Pemasaran*. CV. Intelektual Manifes Media.
- Evi. (2025). *Wawancara Pribadi*.
- Fakhruddin, arif. dkk. (2022). *Bauran Pemasaran*. Deepublish.
- Fatihuddin, D. (2020). *Metodologi Penelitian Untuk Ilmu Ekonomi Manajemen Dan Akuntansi Dari Teori Ke Praktek*. Zifatama Publishing.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hamzah, A. (2022). Kegiatan Bisnis Dalam Era Globalisasi Dan Dampak Perubahan Tekhnologi Pada Bisnis. *Jurnal Fokal Penelitian Manajemen & Sekretari*, 1(2).
- Hermansyah, Tedi. dkk. (2022). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen Pada Apotik Kimia Farma Aviari Batam. *Jurnal Al-Amal*, 1(1).
- Indrasari, M. (2019). *Pemasaran & Kepuasan Pelanggan*. Unitomo Press.
- Ira. (2025). *Wawanacara Pribadi*.
- Irfandi, M. (2022). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Keputusan Pembelian Bakso Pedas Bang Mar Pekanbaru*.
- Jamlean, Sartika. dkk. (2022). Pengaruh Lokasi Usaha Terhadap Minat Pembelian Konsumen. *Jurnal Administrasi Terapan*, 1(1).

- Kotler, P. & G. A. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran Jilid 1 Edisi Ke-12. Alih Bahasa: Bob Sabran*. Erlangga.
- Kurniasih, dewi dkkK. (2019). *Teknik Analisa*. Alfabeta.
- Kurniawan, Gogi. (2020). *Perilaku Konsumen Dalam Membeli Produk Beras Organik Melalui Ecommerce*. Mitra Abisatya.
- Laga, M. dkk. (2025). Strategi Pemasaran Dalam Menghadapi Persaingan Usaha (Studi Kasus Rumah Makan Geprek Benu Kota Kupang). *Jurnal Ekonomi Dan Ilmu Sosial*, 6(1).
- Lesmana, D. dkk. (2022). *Manajemen Pemasaran*. Strategy Cita Semesta.
- Machali, I. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Panduan Praktis Merencanakan, Melaksanakan, dan Analisis dalam Penelitian Kuantitatif*. UIN Sunan Kalijaga.
- Mansur, andi dkk. (2025). Strategi Pemasaran Barang dan Jasa Dalam Islam (Perspektif Al-Qur'an). *JUMABI: Jurnal Manajemen, Akuntansi Dan Bisnis*, Vol 3(No 1).
- Marida. (2025). *Wawancara Pribadi*. .
- Mirawati. (2017). *Analisis Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Motor Suzuki Satria Pada Pt.Sinar Galesong Mandiri Makassar*.
- Misra, I. dkk. (2024). *Manajemen Pemasaran Konsep dan Teori*. K-Media.
- Mochtar, Milly. dkk. (2022). Pengaruh Media Sosial, Metode Pembayaran, Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli Makanan Dan Minuman Di Cinema Xxi Manado Town Square. *Jurnal EMBA*, 10(4).
- Mulyani, S. (2021). *Metodologi Penelitian*. Widina Bhakti Persada Bandung (Grup CV. Widina Media Utama).
- Muthamainnah, hafsah & T. A. (2024). Analisis Strategi Bersaing Pada Bisnis Kuliner (Studi Kasus Pizza Apa Ya). *Jurnal Manajemen Dan Bisnis Islam*, 1(1).
- Noor, Z. (2021). *Buku Referensi Strategi Pemasaran 5.0*. CV. Budi Utama.
- (Nurjannah & Ikhsan. (2022). Pengaruh Fanatisme Dan Perilaku Konsumen Terhadap Keputusan Pembelian Merchandise Kpop

- (Studi Kasus Pada Komunitas Penggemar Grup Kpop Svt Di Dki Jakarta). *Jurnal Administrasi Bisnis* , 2(3).
- Nurngaeni, A. (2021). Analisis Strategi Pemasaran Dengan Pendekatan Marketing Mix (Studi Kasus Pada Home Industry Subama Batik Kroya-Cilacap. *Jurnal Manajemen Dan Ekonomi.*, 4(2).
- Pahmi. (2024). *Kualitas produk dan Harga Mempengaruhi Minat Beli Masyarakat*. . Nas Media Indonesia.
- Pinem, Hermika. , dkk. (2023).). Implementasi Strategi Bauran Pemasaran (Marketing Mix) Pada Mikari Bakery. *Student Scientific Creativity Journal (SSCJ)*, 1(6).
- Putri. (2023). Analisis Rasio Keuangan Dan Financial Distress Sebelum Dan Sesudah Covid-19 Subsector Food And Beverage. *Jurnal Maneksi*, 12(3).
- Putri, N. (2024).). Prinsip Perdagangan dalam Islam Menurut Tafsir Al-Qur'an: Analisis Q.S. Al-Baqarah Ayat 275 dan Q.S. An-Nisa ayat 29. *Jurnal Sahmiyya*, 3(2).
- Rahmawati, Yosin. (2019). *Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Toko Cahaya Murah Kecamatan Jenangan)*.
- Razak, I. dkk. (2023). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran Bisnis*. CV. Putra Media Nusantara.
- Reken, F. dkk. (2024). *Pengantar Ilmu Manajemen Pemasaran*. CV. Gita Lentera.
- Romdona, sri. dkk. (2024). Teknik Pengumpulan Data: Observasi, Wawancara Dan Kuesioner. *Jisosepol: Jurnal Ilmu Sosial Ekonomi Dan Politik*, 3(1).
- Rosyida, S. & P. (2023). Pengaruh Kualitas Layanan, Nilai Pelanggan Dan Letak Geografis Terhadap Loyalitas Pelanggan Pada Via Salon Trenggalek. *Jurnal Maneksi*, 12(3).
- Sahir, S. (2021). *Metodologi Penelitian*. Penerbit Kbm Indonesia.
- Sanaky, Musrifah. dkk. (2021). Analisis Faktor-Faktor Penyebab Keterlambatan Pada Proyek Pembangunan Gedung Asrama Man 1 Tulehu Maluku Tengah. . *Jurnal Simetrik* . , 11(1).
- Sarayar, Myzxi. , dkk. (2021). Pengaruh E-Wom, Harga Dan Kualitas Product Terhadap Minat Beli "Folcis Pudding" Manado. *Jurnal EMBA*, 9(4).

- Satriadi, dkk. (2021). *Manajemen Pemasaran*. Samudra Biru.
- Soviyanti, E. & K. Z. (2024). *Manajemen Pemasaran*. LPPM Unilak.
- Stansyah, Maulana. dkk. (2023). Analisis Pengaruh Minat Beli Konsumen Terhadap Pembelian Makanan Dan Minuman Melalui Aplikasi Go Food. . *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, Vol 11(No 1).
- Subhaktiyasa, P. G. (2024). Menentukan Populasi dan Sampel: Pendekatan Metodologi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 9(4), 2721–2731. <https://doi.org/10.29303/jipp.v9i4.2657>
- Sudarsono, H. (2020). *Buku Ajar Manajemen Pemasaran*. CV. Pustaka Abadi.
- Sudirman Indrianty & Musa, M. (2023). *Strategi Pemasaran*. Intelektual Karya Nusantara.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D*. Alfabeta.
- Sundari, E. & H. I. (2023). *Manajemen Pemasaran*. Uirpress.
- Syarifuddin. dkk. (2022). *Sejarah Pemasaran Dan Strategi Bauran Pemasaran*. CV. Istana Agency.
- Taluke Droyon, L. R. S. A. (2019). Analisis Preferensi Masyarakat dalam Pengelolaan Ekosistem Mangrove di Pesisir pantai Kecamatan Loloda Kabupaten Halmahera Barat. *Spasial*, 6(2).
- Taufik, E. R. (2023). *Konsep Inti Manajemen Pemasaran*. Media Edukasi Indonesia.
- Whardana, A. (2024). *Consumer Behavior In The Digital Era 4.0 Edisi Indonesia*. Eureka Media Aksara.
- Wirawan, Y. (2023). *Orientasi Pasar pada Kinerja UMKM*. UNIPMA Press.
- Wulandari. (2017). Analisis Proses Keputusan Pembelian Mahasiswa Melalui Ekuitas Merek Politeknik Perdana Mandiri Dan Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Dan Bisnis (Stieb) Perdana Mandiri Purwakarta .
<https://Stiebperdanamandiri.Ac.Id/Media/Jurnal/2017/5Jurnal%20Tresna%20wulandari%202017.Pdf> .



**KEPUTUSAN KETUA PROGRAM STUDI
MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI MANDAILING NATAL
NOMOR : 37 /Sti.21/D.5a/ 12/2024
TENTANG
PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI
PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI MANDAILING NATAL
TAHUN AKADEMIK 2024/2025**

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

KETUA SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI MANDAILING NATAL

Menimbang :

- a. bahwa untuk meningkatkan pelaksanaan akademik bagi mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal di pandang perlu untuk mengangkat dan menetapkan Pembimbing Skripsi Tahun Akademik 2024/2025;
- b. bahwa nama-nama yang tercantum dalam keputusan ini dipandang mampu dan cakap untuk melaksanakan tugas dimaksud;
- c. bahwa berdasarkan pertimbangan sebagaimana dimaksud dengan huruf a dan b tersebut dipandang perlu untuk menerbitkan Surat Keputusan Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal tentang Penetapan Pembimbing Skripsi Program Studi Manajemen Bisnis Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal tahun akademik 2024/2025.

Mengingat :

- 1. Undang-Undang Nomor 20 Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301);
- 2. Undang-Undang 14 Tahun 2005 tentang Guru dan Dosen (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2005 Nomor 157, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4586);
- 3. Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2012 Nomor 158, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5336);
- 4. Peraturan Pemerintah Nomor 4 Tahun 2014 tentang Penyelenggaraan Pendidikan Tinggi dan Pengelolaan Perguruan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2014 Nomor 16, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 5500);
- 5. Peraturan Menteri Agama Nomor 4 Tahun 2018 tentang Pendirian Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 164);

6. Peraturan Menteri Agama Nomor 5 Tahun 2018 tentang Organisasi dan Tata Kerja Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal Natal (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2018 Nomor 165);
7. Peraturan Menteri Agama Nomor 27 Tahun 2019 tentang Statuta Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal (Berita Negara Republik Indonesia Tahun 2019 Nomor 1218);
8. Keputusan Ketua Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal Nomor 131 Tahun 2023 Tentang Pembimbing Skripsi Di Lingkungan Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal;

MEMUTUSKAN :

Menetapkan : KEPUTUSAN KETUA PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI MANDAILING NATAL TENTANG PENETAPAN PEMBIMBING SKRIPSI PROGRAM STUDI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI MANDAILING NATAL TAHUN AKADEMIK 2024/2025.

- KESATU** : Mengangkat Saudara:
1. Sari Fitri, M.E Dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah sebagai Pembimbing I
 2. Muhammad Ardiansyah, M.M Dosen Program Studi Manajemen Bisnis Syariah sebagai Pembimbing II
- KEDUA** : Menugaskan Saudara yang namanya tersebut di atas untuk membimbing skripsi mahasiswa nama Eli Annisa, NIM 21090045: Prodi Manajemen Bisnis Syariah dengan judul "Pengaruh Kebijakan Sumber Daya Manusia Terhadap Kinerja Karyawan di Toko Asrin Panyabungan" yang dilaksanakan sesuai jadwal yang ditentukan.
- KETIGA** : Dosen pembimbing berkewajiban untuk melaksanakan tugas dengan sebaik-baiknya dan penuh dengan rasa tanggung jawab.
- KEEMPAT** : Biaya yang timbul akibat keputusan ini dibebankan kepada dana DIPA STAIN Madina tahun 2024.
- KELIMA** : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan didalam keputusan ini akan diperbaiki sebagaimana mestinya.



Ditetapkan di Panyabungan
Pada tanggal, Desember 2024
Ketua Prodi Manajemen Bisnis Syariah



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT
Jalan Prof. Dr. Andi Hakim Nasution, Panyabungan 22978
Website: www.stain-madina.ac.id
Email: stainmandailingnatal@yahoo.com

Nomor : B- 606 /Sti.21/F.2/TL.00/08/2025
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Observasi**

06 Agustus 2025

Kepada Yth.
Bapak / Ibu Pemilik Toko Cahaya Hijab
di-

Tempat

Dengan hormat, bersama surat ini kami sampaikan kepada Bapak / ibu bahwa :

Nama : Eli Anisa
NIM : 21-09-0045
Semester : VIII (Delapan)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
Instansi : Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal

Mahasiswa yang bersangkutan akan melakukan penelitian guna untuk memperoleh data/informasi awal dalam penyusunan proposal skripsi dengan data-data sebagai berikut:

Judul Penelitian : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli
Konsumen di Toko Cahaya Hijab Kecamatan
Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal
Tempat Penelitian : Toko Cahaya Hijab
Waktu Penelitian : Agustus s/d September 2025

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas kerjasama Bapak / ibu diucapkan terimakasih.

a.n. Kepala
Sekretaris Pusat Penelitian dan
Pengabdian Masyarakat (P3M)

Dr. Nur Saniah, M.H.I.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
SEKOLAH TINGGI AGAMA ISLAM NEGERI
MANDAILING NATAL
PUSAT PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT

Jalan Prof. Dr. Andi Hakim Nasution, Panyabungan 22978

Website: www.stain-madina.ac.id

Email: stainmandailingnatal@yahoo.com

Nomor : B- 74 /Sti.21/F.1/TL.00/09/2025
Lampiran : -
Perihal : **Permohonan Izin Penelitian**

24 September 2025

Kepada Yth.
Bapak / Ibu Pemilik Toko Cahaya Hijab
di-

Tempat

Dengan hormat, bersama surat ini kami sampaikan kepada Bapak / ibu bahwa :

Nama : Eli Anisa
NIM : 21-09-0045
Semester : IX (Sembilan)
Program Studi : Manajemen Bisnis Syariah (MBS)
Instansi : Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal

Mahasiswa yang bersangkutan akan melakukan penelitian guna untuk memperoleh data/informasi awal dalam penyusunan skripsi dengan data-data sebagai berikut:

Judul Penelitian : Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli
Konsumen di Toko Cahaya Hijab Kecamatan
Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal
Tempat Penelitian : Toko Cahaya Hijab
Waktu Penelitian : September s/d November 2025

Demikian permohonan ini kami sampaikan, atas kerjasama Bapak / ibu diucapkan terimakasih.

a.n. Ketua
Kepala Pusat Penelitian dan
Pengabdian Masyarakat (P3M)



Suryadi Nasution, M.Pd.

Tembusan:
1. Ketua STAIN MADINA
2. Ketua Prodi MBS
3. Arsip

SURAT BALASAN PENELITIAN

SURAT KETERANGAN

Sesuai surat yang kami terima dari Pusat pengabdian dan Penelitian Masyarakat Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal, Nomor B-714 /Sti.21/F./TL.00/2025 pada tanggal 27 September 2025, perihal surat izin penelitian.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cahaya

Jabatan : Pemilik Toko Cahaya Hijab

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Eli Anisa

Nim : 21090045

Semester : IX (Sembilan)

Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

Adalah benar telah mendapatkan izin untuk melakukan penelitian di Toko Cahaya Hijab Jalan Willem Iskandar depan Gang Bermula, Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal. Untuk keperluan penyusunan skripsi dengan judul: "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Di Toko Cahaya Hijab Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Panyabungan, 28 Sep 2025

Pemilik Toko Cahaya Hijab

A handwritten signature in black ink is written over a circular stamp. The stamp contains the text "Toko Cahaya Hijab" and "Mandailing Natal" around the perimeter. The signature is stylized and appears to be the name of the owner.

SURAT MENYELESAIKAN PENELITIAN

SURAT KETERANGAN

Sesuai surat yang kami terima dari Pusat pengabdian dan Penelitian Masyarakat Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal, Nomor B-714 /Sti.21/F./TL.00/2025 pada tanggal 29 September 2025, perihal surat izin penelitian.

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cahaya

Jabatan : Pemilik Toko Cahaya Hijab

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Eli Anisa

Nim : 21090045

Semester : IX (Sembilan)

Prodi : Manajemen Bisnis Syariah

Adalah benar telah menyelesaikan penelitian di Toko Cahaya Hijab Jalan Willem Iskandar depan Gang Bermula, Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal. Untuk keperluan penyusunan skripsi dengan judul: "Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Beli Di Toko Cahaya Hijab Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal".

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana semestinya.

Panyabungan, 29 Sep 2025

Pemilik Toko Cahaya Hijab

Cahaya

LAMPIRAN

Kuesioner

PENGARUH BAURAN PEMASARAN TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN KECAMATAN PANYABUNGAN, KABUPATEN MANDAILING NATAL

A. Identitas Responden:

Berilah tanda centang (✓) pada salah satu jawaban dibawah ini :

1. Nama :
2. Umur :
3. Pekerjaan : ☐ Pegawai Negeri ☐ Pelajar/Mahasiswa
☐ Wiraswasta ☐ Lain-lain

B. Petunjuk pengisian:

1. Isi dan lengkapi data anda sebelum mengisi angket/kuesioner.
2. Bacalah dengan teliti masing-masing pernyataan pada angket/kuesioner.
3. Pilihlah jawaban yang sesuai dengan pendapat anda.
4. Jawablah dengan memberikan tanda (✓) pada kolom yang telah disediakan.
5. Kriteria pengisian kolom setiap variabel sebagai berikut:

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Ragu (R)	= 3
Tidak Setuju (TS)	= 2
Sangat Tidak Setuju (STS)	= 1

C. Pendapat Responden

Variabel (X) Bauran Pemasaran

No	Pernyataan	Tanggapan				
		SS	S	R	TS	STS
Produk						
1.	Produk yang ditawarkan memiliki kualitas yang baik dan sesuai dengan kebutuhan saya					
2.	Tersedia beragam jenis, warna dan motif hijab yang sesuai selera saya					
3.	Stok produk selalu tersedia sehingga saya mudah mendapat produk yang saya inginkan					
Harga						
4.	Harga hijab di toko ini masih terjangkau					
5.	Harga Hijab sesuai dengan kualitas produk yang saya dapatkan					
6.	Harga hijab di toko ini bersaing dengan toko lain					
Tempat/Lokasi						
7.	Lokasi toko mudah ditemukan dan terjangkau					
8.	Toko ini memiliki tempat yang nyaman dan bersih					
9.	Saya merasa fasilitas parkir atau akses ke toko ini cukup memadai					
Promosi						
10	Saya mengetahui promosi toko ini melalui media sosial (Facebook/Instagram/WhatsApp).					
11.	Saya mendapatkan informasi toko ini dari teman/keluarga yang pernah berbelanja					
12.	Promosi yang dilakukan toko ini membuat saya tertarik untuk membeli					

Variabel (Y) Minat Beli

No	Pernyataan	Tanggapan				
		SS	S	R	TS	STS
Minat Transaksional						
13.	Saya akan mempertimbangkan untuk membeli hijab di toko ini ketika saya membutuhkan					
14	Jika saya membutuhkan hijab, saya lebih suka membeli langsung di toko ini (<i>offline</i>)					
Minat Referensial						
15.	Saya akan merekomendasikan toko hijab ini kepada teman dan keluarga saya					
16.	Saya akan menceritakan pengalaman positif saya saat berbelanja kepada orang lain					
Minat Preferensial						
17.	Saya lebih memilih toko ini dibanding toko lain yang sejenis					
18.	Jika ingin membeli hijab, saya akan mendatangi toko ini terlebih dahulu dibanding toko lain					
Minat Eksploratif						
19.	Saya akan mencari informasi lebih lanjut mengenai produk hijab di toko ini sebelum membeli					
20.	Saya akan mencari tahu terlebih dahulu mengenai diskon atau promosi di toko ini sebelum membeli					

Tabulasi Jawaban Responden pada Variabel (X)

[illegible]

40	Juliani Nasution	3	4	5	4	4	3	2	1	1	2	2	1	32
41	Nur Khoiriah	3	3	3	3	3	3	4	4	4	3	2	2	37
42	Nur Haflah	3	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	32
43	Rahma Sari	4	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	2	29
44	Kholilah	5	4	4	3	2	1	1	2	2	1	1	1	27
45	Leli Ramadani	4	3	2	2	2	2	2	1	2	3	3	4	30
46	Sopiah	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	2	2	23
47	Nikmah Wahyuni	4	4	3	2	1	2	2	1	1	2	1	2	25
48	Mardiah	5	4	3	4	3	3	3	4	3	4	3	2	41
49	Komariah	4	3	4	3	3	2	1	1	2	3	4	3	33
50	Febriani	4	3	2	1	2	3	4	4	4	4	4	3	38
51	Nabilatul Husni	3	2	2	3	3	4	2	2	4	3	2	3	33
52	Ria Damayanti	4	3	3	2	1	2	1	2	2	3	2	1	26
53	Erni Sasmita	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
54	Amira Azzahrah	5	4	4	4	3	2	2	1	3	1	2	5	36
55	Indah Wulandari	4	3	3	2	3	4	5	4	4	3	3	2	40
56	Halimatus Sakdiah	3	4	3	4	5	4	3	3	2	2	3	3	39
57	Desi Fitriani	3	2	2	2	2	3	2	2	1	1	1	1	22
58	Eni Afifah	3	4	5	3	2	2	1	2	1	1	1	2	27
59	Saskia Dinda	5	5	3	2	3	4	3	2	2	2	1	1	33
60	Putri Annisa	4	5	4	4	3	3	2	3	3	2	3	4	40
61	Rahmi Fadilah	3	2	1	2	3	3	1	1	2	2	3	2	25
62	Nur Saadah	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2	34
63	Nur Saima Putri	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	40
64	Andini Borotan	5	4	3	2	2	2	3	3	3	3	4	4	38
65	Fadilah Lbs	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	38
66	Hamda	5	5	4	4	4	3	2	2	4	3	4	4	44
67	Donna	2	3	2	3	3	4	3	2	1	2	2	2	29
68	Siti Fatimah	4	4	3	4	3	3	3	4	3	2	3	4	40
69	Nurjani	3	4	3	3	2	2	3	4	3	4	2	2	34
70	Sahriani	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	24
71	Mona	3	3	3	4	3	2	3	4	3	2	2	2	34
72	Maisaroh	5	5	4	4	4	4	3	4	3	2	3	4	45
73	Hayani	3	3	3	3	2	3	2	3	3	1	2	2	30
74	Wilda Hanifah	4	5	5	4	3	4	4	4	3	3	3	4	46
75	Nur Aminah	4	3	3	2	3	2	3	3	3	3	4	3	36
76	Mei Bunga	3	3	2	3	4	3	4	5	4	2	3	2	38
77	Arina Riski	3	2	2	3	4	4	4	3	2	1	2	1	31
78	Sahlina	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	2	2	27
79	Mutiah	3	3	3	3	2	2	2	3	3	2	3	2	31
80	Riadoh	5	4	4	3	2	1	3	4	3	2	3	3	37
81	Meli Rangkuti	4	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	28
82	Salwa Atikah	3	2	2	3	4	4	4	3	2	2	3	2	34
83	Silvia	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	45

84	Wulandari	3	4	3	2	1	2	2	2	2	1	2	1	25
85	Adelina Dalimunthe	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	22
86	Nur Halimah	3	2	2	1	2	2	4	2	2	2	2	1	25
87	Nur Azizah	3	4	3	4	4	3	3	4	3	2	3	3	39
88	Minda Sari	5	4	4	2	2	3	4	3	3	3	2	4	38
89	Dina	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	25
90	Subaidah	3	3	3	2	2	3	4	3	2	3	3	4	35
91	Tiara Matondang	3	3	3	3	2	3	4	4	3	1	1	1	31
92	Yusraini	5	4	3	4	3	2	3	3	4	3	3	3	40
93	Masrifah	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	23
94	Nur Khofifah	2	1	2	3	4	3	3	2	1	2	2	2	27
95	Sofwatun Nabilah	3	2	3	2	1	2	3	4	3	1	1	1	26
96	Ummi Habibah	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	42

Tabulasi Jawaban Responden pada Variabel (Y)

No	Nama	Minat Beli (Y)								Skor
		MB13	MB14	MB15	MB16	MB17	MB18	MB19	MB20	
1	Nurul	3	3	4	3	3	4	4	4	28
2	Puspita	3	2	3	2	2	3	4	3	22
3	Rosmawati	3	3	4	3	3	2	3	4	25
4	Anna	4	4	4	4	4	3	4	5	32
5	Linda	2	2	3	2	2	2	2	3	18
6	Sakdiani	3	3	2	2	3	2	3	2	20
7	Riska	4	4	4	4	4	4	4	4	32
8	Anggi	3	3	3	3	3	2	3	3	23
9	Eva Nofriani	3	2	2	3	3	2	2	3	20
10	Riski	4	5	4	4	3	2	2	2	26
11	Rina	3	3	3	3	2	1	1	1	17
12	winda	3	2	3	3	2	1	2	2	18
13	Yusmidar	4	3	3	4	3	2	2	3	24
14	Aisah	2	2	2	2	2	2	2	2	16
15	Atika Hanum lubis	2	2	2	2	2	2	2	2	16
16	Putri Salsabila	2	2	2	2	1	1	2	2	14
17	Nur Mawarni	1	2	3	2	2	2	2	2	16
18	Siti Aminah	5	5	5	5	5	5	4	4	23
19	Khotmaida	2	2	2	2	2	1	2	2	15
20	Mila Wulandari	1	1	1	1	1	1	1	1	8
21	Siti Aisah	4	4	5	4	4	4	4	4	35
22	Fatimah Sholeh	4	3	2	2	3	2	2	2	20
23	Kholidah Rangkuti	4	3	2	2	2	1	3	4	21
24	Asiroh	3	2	2	2	1	2	2	2	16
25	Sartika Dwi	3	2	2	2	2	2	2	2	17
26	Intan Permata Sari	3	3	3	3	2	1	2	2	19

27	Dewi Sartika	3	2	3	2	1	2	1	2	16
28	Rita	4	4	3	2	2	1	1	2	19
29	Paridah	2	3	3	2	2	2	2	3	19
30	Faisah	4	2	1	2	2	2	2	3	18
31	Miftahul Jannah	3	2	1	1	3	2	2	2	16
32	Tati Hsb	5	5	4	5	4	4	5	4	36
33	Leli Suryani	2	2	3	1	1	1	3	5	18
34	Rosyidah	2	2	1	2	2	2	2	3	16
35	Jahra	5	3	2	3	3	2	2	3	23
36	Elida Hafni	2	2	2	2	2	2	2	3	17
37	Mawaddah	3	2	3	3	2	2	3	2	20
38	Lia Rahmadani	3	1	2	3	2	2	2	2	17
39	Rukiyah	2	1	2	2	2	2	2	2	15
40	Juliani Nasution	4	3	3	2	2	2	3	3	22
41	Nur Khoiriah Rangkuti	4	3	3	4	3	3	4	4	28
42	Nur Haflah	3	3	3	2	2	3	3	3	22
43	Rahma Sari	4	3	3	2	1	2	3	4	22
44	Kholilah	2	2	2	3	1	2	3	2	17
45	Leli Ramadani	1	1	1	1	1	1	1	1	8
46	Sopiah	3	2	1	1	2	2	2	2	15
47	Nikmah Wahyuni	2	2	3	3	3	1	2	2	18
48	Mardiah	5	4	4	4	4	3	4	5	33
49	Komariah	3	3	3	3	3	3	3	3	24
50	Febriani	4	3	4	3	3	3	3	4	27
51	Nabilatul Husni	3	3	4	3	3	3	4	4	27
52	Ria Damayanti	2	3	2	2	2	2	3	3	19
53	Erni Sasmita	2	2	3	2	2	1	2	2	16
54	Amira Azzahrah	4	3	3	3	3	3	4	3	26
55	Indah Wulandari	3	3	4	3	4	4	3	4	28
56	Halimatus Sakdiah	4	3	3	3	3	3	4	4	27
57	Desi Fitriani	2	2	1	1	1	2	2	2	13
58	Eni Afifah	2	2	2	4	2	3	2	3	20
59	Saskia Dinda	2	3	3	2	3	3	3	4	23
60	Putri Annisa	5	3	4	3	4	3	4	4	30
61	Rahmi Fadilah	2	3	2	1	2	2	2	3	17
62	Nur Saadah	2	2	2	2	2	2	2	2	16
63	Nur Saima Putri	1	2	2	2	1	1	2	2	13
64	Andini Borotan	3	2	2	1	2	1	2	3	16
65	Fadilah Lbs	3	3	4	3	3	3	3	4	26
66	Hamda	4	3	3	4	3	3	5	4	29
67	Donna	2	2	3	2	3	2	2	2	18
68	Siti Fatimah	4	3	3	3	3	2	3	4	26
69	Nurjani	2	3	3	3	3	3	3	3	23
70	Sahriani	3	3	4	3	3	4	3	3	26

71	Mona	4	3	4	3	4	3	2	4	27
72	Maisaroh	4	4	3	4	3	4	4	5	31
73	Hayani	4	3	3	2	2	2	2	3	21
74	Wilda Hanifah	5	4	3	4	4	5	5	5	35
75	Nur Aminah	2	3	2	2	2	1	1	3	16
76	Mei Bunga	3	3	3	3	3	3	4	4	26
77	Arina Riski	2	3	3	3	2	2	3	4	22
78	Sahlina	2	2	3	3	2	3	2	3	20
79	Mutiah	4	3	2	2	2	2	3	4	21
80	Riadh	2	2	3	2	3	3	2	3	20
81	Meli Rangkuti	3	4	3	2	3	3	2	2	22
82	Salwa Atikah	4	3	3	3	3	3	3	4	26
83	Silvia	4	4	4	4	4	4	4	4	32
84	Wulandari	3	2	3	2	1	2	1	2	16
85	Adelina Dalimunthe	2	2	1	2	2	2	2	2	15
86	Nur Halimah	2	2	2	2	2	2	2	2	16
87	Nur Azizah	3	3	4	3	4	3	4	3	27
88	Minda Sari	2	3	5	2	2	2	2	2	20
89	Dina	3	3	4	3	2	2	2	2	21
90	Subaidah	4	4	3	3	3	3	3	3	26
91	Tiara Matondang	3	2	3	3	3	3	3	3	23
92	Yusraini	4	3	4	3	3	4	4	4	29
93	Masrifah	2	2	2	2	1	1	3	3	16
94	Nur Khofifah	5	4	3	2	2	2	2	4	19
95	Sofwatun Nabilah	2	2	3	2	2	2	2	2	17
96	Ummi Habibah	1	2	3	3	2	2	2	1	16

Distribusi Nilai r tabel

df = (N-2)	Tingkat signifikansi untuk uji satu arah				
	0.05	0.025	0.01	0.005	0.0005
	Tingkat signifikansi untuk uji dua arah				
	0.1	0.05	0.02	0.01	0.001
70	0.1954	0.2319	0.2737	0.3017	0.3798
71	0.1940	0.2303	0.2718	0.2997	0.3773
72	0.1927	0.2287	0.2700	0.2977	0.3748
73	0.1914	0.2272	0.2682	0.2957	0.3724
74	0.1901	0.2257	0.2664	0.2938	0.3701
75	0.1888	0.2242	0.2647	0.2919	0.3678
76	0.1876	0.2227	0.2630	0.2900	0.3655
77	0.1864	0.2213	0.2613	0.2882	0.3633
78	0.1852	0.2199	0.2597	0.2864	0.3611
79	0.1841	0.2185	0.2581	0.2847	0.3589
80	0.1829	0.2172	0.2565	0.2830	0.3568
81	0.1818	0.2159	0.2550	0.2813	0.3547
82	0.1807	0.2146	0.2535	0.2796	0.3527
83	0.1796	0.2133	0.2520	0.2780	0.3507
84	0.1786	0.2120	0.2505	0.2764	0.3487
85	0.1775	0.2108	0.2491	0.2748	0.3468
86	0.1765	0.2096	0.2477	0.2732	0.3449
87	0.1755	0.2084	0.2463	0.2717	0.3430
88	0.1745	0.2072	0.2449	0.2702	0.3412
89	0.1735	0.2061	0.2435	0.2687	0.3393
90	0.1726	0.2050	0.2422	0.2673	0.3375
91	0.1716	0.2039	0.2409	0.2659	0.3358
92	0.1707	0.2028	0.2396	0.2645	0.3341
93	0.1698	0.2017	0.2384	0.2631	0.3323
94	0.1689	0.2006	0.2371	0.2617	0.3307
95	0.1680	0.1996	0.2359	0.2604	0.3290
96	0.1671	0.1986	0.2347	0.2591	0.3274
97	0.1663	0.1975	0.2335	0.2578	0.3258
98	0.1654	0.1966	0.2324	0.2565	0.3242
99	0.1646	0.1956	0.2312	0.2552	0.3226
100	0.1638	0.1946	0.2301	0.2540	0.3211

Distribusi Nilai t_{tabel}

df	0,05	0,025
60	1.671	2.000
61	1.670	2.000
62	1.670	1.999
63	1.669	1.998
64	1.669	1.998
65	1.669	1.997
66	1.668	1.997
67	1.668	1.996
68	1.668	1.995
69	1.667	1.995
70	1.667	1.994
71	1.667	1.995
72	1.666	1.993
73	1.666	1.993
74	1.666	1.993
75	1.665	1.992
76	1.665	1.992
77	1.665	1.991
78	1.665	1.991
79	1.664	1.990
80	1.664	1.990
81	1.664	1.990
82	1.664	1.989
83	1.663	1.989
84	1.663	1.989
85	1.663	1.988
86	1.663	1.988
87	1.663	1.988
88	1.662	1.987
89	1.662	1.987
90	1.662	1.987
91	1.662	1.986
92	1.662	1.986
93	1.661	1.986
94	1.661	1.986
95	1.661	1.985
96	1.661	1.985
97	1.661	1.985
98	1.661	1.984
99	1.660	1.984
100	1.660	1.984

Output SPSS

Hasil Uji Validitas Bauran Pemasaran (X)

Correlations

		BP1	BP2	BP3	BP4	BP5	BP6	BP7	BP8	BP9	BP10	BP12	BP13	TOTAL
BP1	Pearson Correlation	.1	,680**	,511**	,317**	,184	,139	,117	,186	,385**	,284**	,241*	,346**	,578**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,002	,073	,178	,258	,070	,000	,005	,018	,001	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
BP2	Pearson Correlation	,680**	1	,742**	,520**	,338**	,307**	,215*	,330**	,394**	,282**	,315**	,429**	,657**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,002	,035	,001	,000	,005	,002	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
BP3	Pearson Correlation	,511**	,742**	1	,668**	,435**	,326**	,196	,277**	,372**	,266**	,277**	,392**	,624**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,001	,056	,006	,000	,009	,006	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
BP4	Pearson Correlation	,317**	,520**	,668**	1	,760**	,506**	,224*	,373**	,427**	,279**	,375**	,434**	,717**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000		,000	,000	,028	,000	,000	,006	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
BP5	Pearson Correlation	,184	,338**	,435**	,760**	1	,724**	,460**	,373**	,467**	,406**	,529**	,435**	,701**
	Sig. (2-tailed)	,073	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
BP6	Pearson Correlation	,139	,307**	,326**	,506**	,724**	1	,636**	,469**	,422**	,389**	,437**	,344**	,585**
	Sig. (2-tailed)	,178	,002	,001	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
BP7	Pearson Correlation	,117	,215*	,196	,224*	,460**	,636**	1	,767**	,564**	,424**	,435**	,285**	,546**

	Sig. (2-tailed)	,258	,035	,056	,028	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,005	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
BP8	Pearson Correlation	,186	,330**	,277**	,373**	,373**	,469**	,767**	1	,691**	,395**	,419**	,286**	,579**
	Sig. (2-tailed)	,070	,001	,006	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,005	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
BP9	Pearson Correlation	,385**	,394**	,372**	,427**	,467**	,422**	,564**	,691**	1	,615**	,581**	,517**	,715**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
BP10	Pearson Correlation	,284**	,282**	,266**	,279**	,406**	,389**	,424**	,395**	,615**	1	,678**	,528**	,579**
	Sig. (2-tailed)	,005	,005	,009	,006	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
BP12	Pearson Correlation	,241*	,315**	,277**	,375**	,529**	,437**	,435**	,419**	,581**	,678**	1	,699**	,605**
	Sig. (2-tailed)	,018	,002	,006	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
BP13	Pearson Correlation	,346**	,429**	,392**	,434**	,435**	,344**	,285**	,286**	,517**	,528**	,699**	1	,593**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,000	,000	,000	,001	,005	,005	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	,578**	,657**	,624**	,717**	,701**	,585**	,546**	,579**	,715**	,579**	,605**	,593**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

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

Hasil Uji Validitas Minat Beli (Y)

Correlations

		MB13	MB14	MB15	MB16	MB17	MB18	MB19	MB20	TOTAL
MB13	Pearson Correlation	1	,702**	,428**	,552**	,593**	,489**	,531**	,587**	,724**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
MB14	Pearson Correlation	,702**	1	,636**	,620**	,657**	,553**	,540**	,568**	,761**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
MB15	Pearson Correlation	,428**	,636**	1	,640**	,613**	,571**	,509**	,483**	,725**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
MB16	Pearson Correlation	,552**	,620**	,640**	1	,698**	,639**	,618**	,484**	,778**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
MB17	Pearson Correlation	,593**	,657**	,613**	,698**	1	,735**	,628**	,558**	,812**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
MB18	Pearson Correlation	,489**	,553**	,571**	,639**	,735**	1	,722**	,603**	,785**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
MB19	Pearson Correlation	,531**	,540**	,509**	,618**	,628**	,722**	1	,746**	,826**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
MB20	Pearson Correlation	,587**	,568**	,483**	,484**	,558**	,603**	,746**	1	,780**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96
TOTAL	Pearson Correlation	,724**	,761**	,725**	,778**	,812**	,785**	,826**	,780**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	96	96	96	96	96	96	96	96	96

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

Hasil Uji Reliabilitas Bauran Pemasaran (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,896	12

Hasil Uji Reliabilitas Minat Beli (Y)

Reliability Statistics

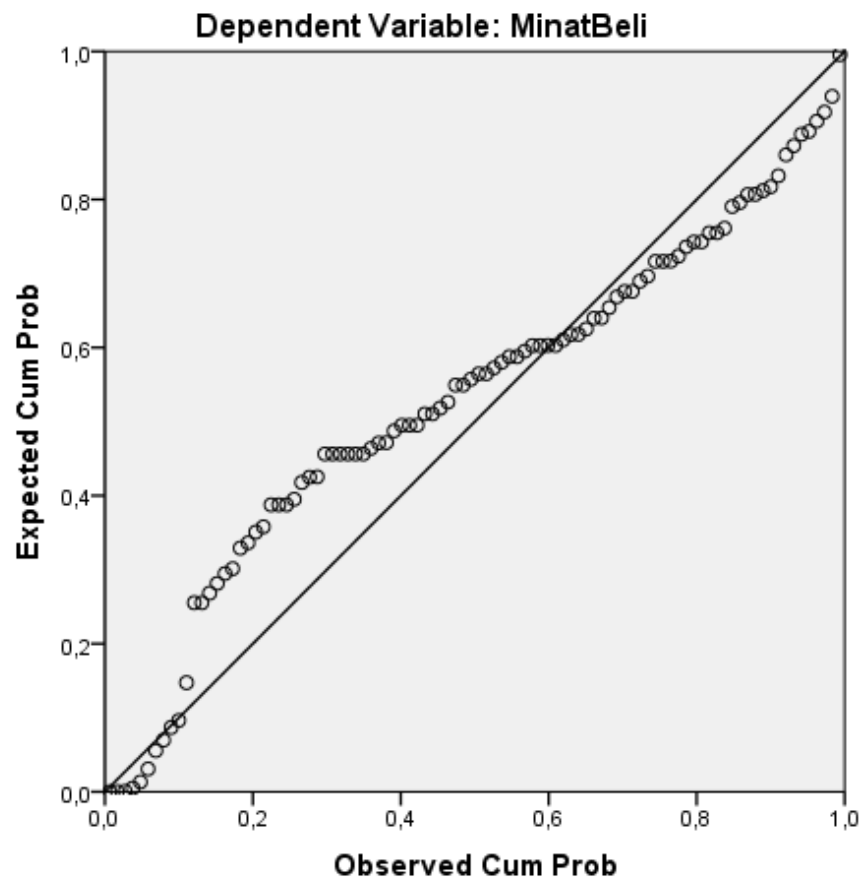
Cronbach's Alpha	N of Items
,921	8

Uji Asumsi Klasik

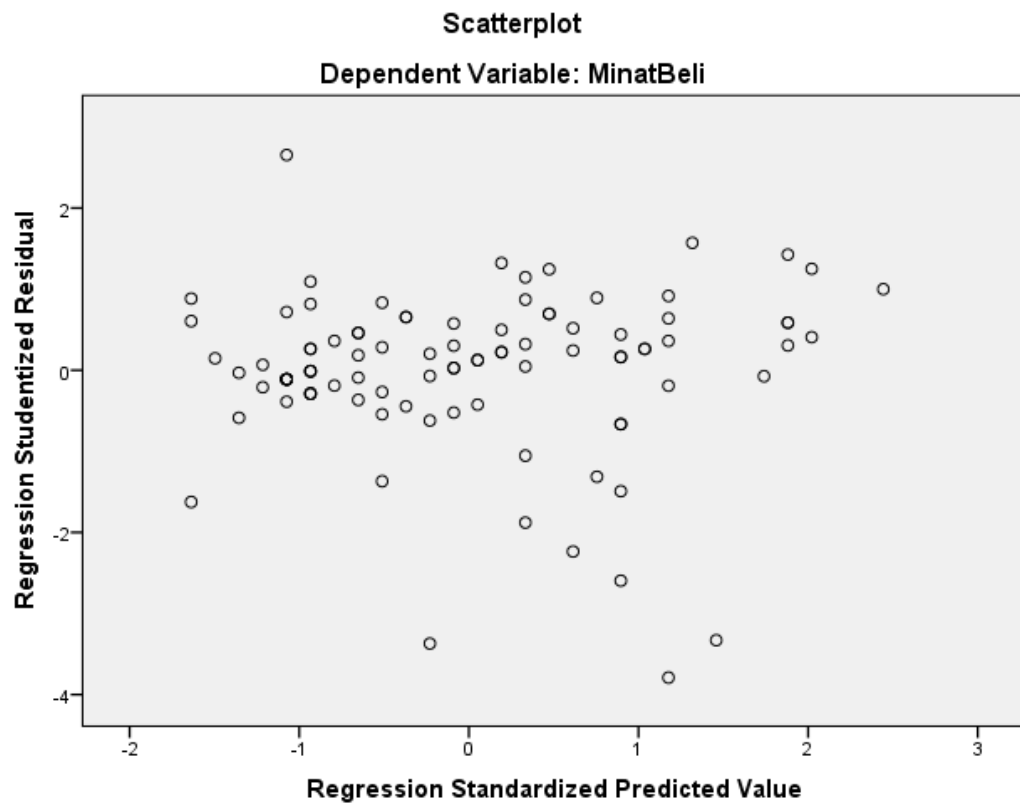
1. Uji Normalitas

Normal probability plots

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



2. Uji Heteroskedastisitas



Uji Regresi Linier Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,967	1,712		,565	,574
Bauran Pemasaran	,643	,053	,782	12,178	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

Uji Hipotesis

1. Uji Parsial (T)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	,967	1,712		,565	,574
Bauran Pemasaran	,643	,053	,782	12,178	,000

a. Dependent Variable: Minat Beli

2. Determinasi (R Square)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,782 ^a	,612	,608	3,658

a. Predictors: (Constant), Bauran Pemasaran

Dokumentasi



wawancara pemilik Toko Cahaya Hijab Tanggal 6 Agustus 2025



Pengisian Angket Tanggal 3 September 2025



Gambar Produk Tanggal 3 September 2025



Tempat Toko Cahaya Hijab Tanggal 3 September 2025



Pengisian Angket Tanggal 3 September 2025



Pengisian Angket Tanggal 29 September 2025



Pengisian Angket Tanggal 29 September 2025



Pengisian Angket Tanggal 29 September 2025



Pengisian Angket Tanggal 29 September 2025



Pengisian Angket Tanggal 29 September 2025



Pengisian Angket Tanggal 29 September 2025



Pengisian Angket Tanggal 29 September 2025

ORIGINALITY REPORT

38%

SIMILARITY INDEX

34%

INTERNET SOURCES

20%

PUBLICATIONS

24%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1

etd.iain-padangsidimpuan.ac.id

Internet Source

2%

2

repository.metrouniv.ac.id

Internet Source

2%

3

Submitted to IAIN Purwokerto

Student Paper

1%

4

Submitted to Padjadjaran University

Student Paper

1%

5

etheses.iainponorogo.ac.id

Internet Source

1%

6

Submitted to Bellevue Public School

Student Paper

1%

7

repository.radenintan.ac.id

Internet Source

1%

8

dspace.uii.ac.id

Internet Source

1%

9

repository.unmuhpnk.ac.id

Internet Source

1%

DAFTAR RIWAYAT HIDUP



Eli Anisa, lahir di Pidoli Dolok pada tanggal 03 Oktober 2022 dari pasangan Ayahanda Abdullah Saman dan Ibunda Rosmawati. Peneliti adalah anak kelima dari lima bersaudara. Saat ini peneliti tinggal di Pidoli Dolok, Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal. Pendidikan yang telah ditempuh oleh peneliti dimulai dari SD Negeri 111 lulus pada tahun 2015, MTs Ma'had Darul Ikhlas lulus tahun 2018. MA Darul Ikhlas lulusan tahun 2021. Kemudian melanjutkan studi di perguruan tinggi pada tahun 2021 di Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal, Program Studi Manajemen Bisnis Syariah.

Peneliti berharap setelah mengemban tanggung jawab sebagai sarjana strata satu Manajemen Bisnis Syariah Sekolah Tinggi Agama Islam Negeri Mandailing Natal, peneliti dapat mengimplementasikan ilmu yang diperoleh serta menjaga nama baik almamater.