

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN MELALUI
DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT
NASABAH DALAM BERTRANSAKSI DI
PT PEGADAIAN CABANG MEDAN
PRINGGAN KOTA MEDAN**

SKRIPSI

OLEH :

ZAKI MUHAMMAD SIREGAR

NPM : 198320254



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 8/11/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)8/11/23

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN MELALUI
DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT
NASABAH DALAM BERTRANSAKSI DI
PT PEGADAIAN CABANG MEDAN
PRINGGAN KOTA MEDAN**

SKRIPSI

OLEH:

ZAKI MUHAMMAD SIREGAR

NPM : 198320254



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

Document Accepted 8/11/23

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Access From (repository.uma.ac.id)8/11/23

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN MELALUI
DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT
NASABAH DALAM BERTRANSAKSI DI
PT PEGADAIAN CABANG MEDAN
PRINGGAN KOTA MEDAN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi dan Bisnis
Universitas Medan Area

Oleh :

**ZAKI MUHAMMAD SIREGAR
198320254**

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN
2023**

UNIVERSITAS MEDAN AREA

© Hak Cipta Di Lindungi Undang-Undang

1. Dilarang Mengutip sebagian atau seluruh dokumen ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk keperluan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruh karya ini dalam bentuk apapun tanpa izin Universitas Medan Area

Document Accepted 8/11/23

Access From (repository.uma.ac.id)8/11/23

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : Analisis Bauran Pemasaran Melalui *Digital Marketing*
Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi di PT Pegadaian
Cabang Medan Pringgana Kota Medan

Nama : **ZAKI MUHAMMAD SIREGAR**

NPM : 198320254

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Disetujui Oleh:

Komisi Pembimbing

Pembanding


(Yuni Syahputri, SE, M.Si)

Pembimbing


(H. Syahriandy, SE, M.Si)

Pembanding

Mengetahui :


(Ahmad Rafika, BBA (Hons), MMgt, Ph.D, CIMA)

Dekan


(Nindya Yunita, S.Pd, M.Si)

Ka. Prodi Manajemen

Tanggal Lulus : 24 Agustus 2023

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya menyatakan bahwa skripsi yang saya susun, sebagai syarat memperoleh gelar sarjana merupakan hasil karya tulis saya sendiri. Adapun bagian-bagian tertentu dalam penulisan skripsi ini yang saya kutip dari hasil karya orang lain telah dituliskan sumbernya secara jelas sesuai dengan norma, kaidah, dan etika penulisan ilmiah.

Saya bersedia menerima sanksi pencabutan gelar akademik yang saya peroleh dan sanksi- sanksi lainnya dengan peraturan yang berlaku, apabila di kemudian hari ditemukan adanya plagiat dalam skripsi ini.

Medan, 24 Agustus 2023



Zaki Muhammad Siregar
198320254

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR/SKRIPSI/TESIS UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Medan Area, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Zaki Muhammad Siregar

NPM : 198320254

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi Dan Bisnis

Jenis karya : ~~Tugas Akhir~~/Skripsi/Tesis

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Medan Area Hak Bebas Royalti Noneksklusif (Non-exclusive Royalty-Free Right) atas karya ilmiah saya yang berjudul : ANALISIS BAURAN PEMASARAN MELALUI DIGITAL MARKETING TERHADAP MINAT NASABAH DALAM BERTRANSAKSI DI PT PEGADAIAN CABANG MEDAN PRINGGAN KOTA MEDAN beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Medan Area berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan memublikasikan tugas akhir/skripsi/tesis saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Medan
Pada tanggal : 24 Agustus 2023
Yang menyatakan,



Zaki Muhammad Siregar
198320254

RIWAYAT HIDUP



Nama	Zaki Muhammad Siregar
NPM	198320254
Tempat, Tanggal Lahir	Medan, 31 Desember 2001
Nama Orang Tua :	
Ayah	Zulkarnain Siregar, SE
Ibu	Almh Isnaniah Laili KS, SE, MMA
Riwayat Pendidikan :	
SMP	SMP NEGERI 37 MEDAN
SMA/SMK	SMA NEGERI 7 MEDAN
Riwayat Studi di UMA	
Pengalaman Pekerjaan	
NO. HP/WA	081264407731
Email	zakimsiregar@gmail.com

ABSTRACT

The purpose of this study is to find out and analyze the influence of products and services in the digital system, pricing on digital marketing, promotion of products and services in digital marketing, as well as product distribution through digital systems, both simultaneously and partially affecting the variables of customer interest in transacting at PT Pegadaian (Persero). The research method carried out is associative descriptive research, where variables are measured on a likert scale. The data collection method was carried out by interviews by providing a list of questions (questionnaire) and observational studies. The population in this study is all customers of PT Pegadaian (Persero) Medan Pringgagan Branch which amounted to 2000 people in the 2017-2021 period. Sampling by accidental sampling method. In this study, the number of samples was relatively small, namely as many as 333 customers of PT Pegadaian (Persero) Medan Pringgagan Branch. Data processing using SPSS software version 22, with descriptive analysis, classical assumption test, statistical test, hypothesis test and coefficient of determination. The results showed that: partially only the variables of products and services in the digital system and the variables of product distribution through the digital system affect customer interest in transacting at PT Pegadaian (Persero) Medan Pringgagan Branch. Meanwhile, simultaneously the variables of products and services in the digital system, pricing in digital marketing, promotion of products and services in digital marketing,

Keywords: *Marketing Mix, Digital Marketing and Customer Interest in Transactions.*

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh produk dan layanan di sistem digital, penetapan harga pada pemasaran digital, promosi produk dan layanan pada pemasaran digital, serta distribusi produk melalui sistem digital, baik secara serempak maupun secara parsial berpengaruh terhadap variabel minat nasabah untuk bertransaksi di PT Pegadaian (Persero). Metode penelitian yang dilakukan adalah penelitian deskriptif asosiatif, dimana variabel diukur dengan skala likert. Metode pengumpulan data dilakukan dengan wawancara dengan menyediakan daftar pertanyaan (*questionnaire*) dan studi observasi. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane yang berjumlah 2000 orang pada periode Tahun 2017-2021. Penarikan sampel dengan metode *accidental sampling*. Dalam penelitian ini jumlah sampel relatif kecil yaitu sebanyak 333 nasabah PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane. Pengolahan data menggunakan perangkat lunak SPSS versi 22, dengan analisis deskriptif, uji asumsi klasik, uji statistik, uji hipotesis dan koefisien determinasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: secara parsial hanya variabel produk dan layanan di sistem digital dan variabel distribusi produk melalui sistem digital berpengaruh terhadap minat nasabah untuk bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane.

Kata kunci : Bauran Pemasaran, *Digital Marketing* dan Minat Nasabah Bertransaksi

KATA PENGANTAR

Terlebih dahulu peneliti mengucapkan puji syukur dan terima kasih kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi ini guna memenuhi persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Di Universitas Medan Area.

Pada kesempatan ini, mengingat banyaknya bantuan dan bimbingan yang diterima selama penyusunan skripsi ini maka peneliti ingin menyampaikan penghargaan dan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Dadan Ramdan, M.Eng, M.Sc. selaku Rektor Universitas Medan Area.
2. Bapak Ahmad Rafiki, BBA (Hons), M.Mgt, Phd, CIMA, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
3. Ibu Sari Nuzullina R, SE, Ak, M.Acc selaku Wakil Dekan Bidang Pendidikan, Penelitian, dan Pengabdian Kepada Masyarakat
4. Ibu Nindya Yunita, S.Pd., M.Si. selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
5. Bapak Yuni Syahputri, SE, M.Si., selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan petunjuk dan saran dalam penulisan skripsi ini.
6. Seluruh Dosen dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Medan Area.
7. Kedua orang tua tercinta Zulkarnain Siregar (Ayah) dan Almh Isnaniah Laili KS (Ibu) saudara-saudariku serta teman-teman yang telah banyak memberikan dorongan dan bantuan baik moral, material maupun spritual.

Peneliti menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, segala saran dan kritik untuk penyempurnaan skripsi ini sangat diharapkan oleh peneliti.

Akhir kata, semoga skripsi bermanfaat bagi semua pihak yang berkepentingan.

Medan, 24 Agustus 2023

Peneliti



Zaki Muhammad Siregar

NPM. 198320254

DAFTAR ISI

ABSTRACT	ii
ABSTRAK	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.3 Rumusan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 <i>Digital Marketing</i>	11
2.1.1 Pengertian <i>Digital Marketing</i>	11
2.1.2 Strategi <i>Digital Marketing</i>	12
2.2 Produk dan Layanan di Sistem Digital	13
2.2.1 Pengertian Produk dan Layanan di Sistem Digital	13
2.2.2 Tingkatan Produk atau Layanan.....	13
2.2.3 Indikator Produk dan Layanan	14
2.3 Penetapan Harga Pada Pemasaran Digital	14
2.3.1 Pengertian Penetapan Harga	14
2.3.2 Metode Penetapan Harga	15
2.3.3 Indikator Penetapan Harga Produk di Aplikasi Digital.....	16
2.4 Promosi Produk dan Layanan Pada Pemasaran Digital	17
2.4.1 Pengertian Promosi Produk dan Layanan	17
2.4.2 Strategi Promosi Produk dan Layanan di Aplikasi Digital	17
2.4.3 Indikator Promosi Produk dan Layanan di Aplikasi Digital	18
2.5 Distribusi Produk Pada Aplikasi Digital	18
2.5.1 Pengertian Distribusi Produk Pada Aplikasi Digital.....	18

2.5.2 Saluran Distribusi Pada Aplikasi Digital	19
2.5.3 Indikator Distribusi Produk dan Transaksi di Aplikasi Digital....	19
2.6 Minat Nasabah Bertransaksi	20
2.6.1 Pengertian Minat Nasabah Bertransaksi	20
2.6.2 Macam-Macam Minat.....	21
2.6.3 Indikator Minat Nasabah Bertransaksi.....	21
2.7 Penelitian Terdahulu	22
2.8 Kerangka Konseptual.....	24
2.9 Hipotesis Penelitian.....	24
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	26
3.1 Jenis Penelitian.....	26
3.2 Tempat dan Waktu Penelitian	26
3.1.1 Tempat Penelitian.....	26
3.1.2 Waktu Penelitian	26
3.3 Populasi dan Sampel.....	27
3.3.1 Populasi.....	27
3.3.2 Sampel	27
3.4 Definisi Operasional.....	28
3.5 Jenis dan Sumber Data	30
3.6 Teknik Pengumpulan Data	30
3.7 Teknik Analisa Data	31
3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas	31
3.7.2 Uji Asumsi Klasik.....	32
3.7.3 Uji Statistik	34
3.7.4 Koefisien Determinasi.....	35
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Hasil Penelitian.....	37
4.1.1 Gambaran Umum PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgán	37
4.1.2 Visi dan Misi PT Pegadaian (Persero)	39
4.1.3 Struktur Organisasi PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgán	40

4.1.4 Penyajian Data Responden.....	40
4.1.5 Penyajian Data Angket Responden	41
4.2 Uji Validitas dan Reliabilitas.....	48
4.3 Uji Asumsi Klasik	52
4.4 Uji Statistik.....	55
4.5 Koefisien Determinasi (R^2)	59
4.6 Pembahasan	60
4.6.1 Pengaruh Produk dan Layanan Di Sistem Digital Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Di PT Pegadaian (Persero)	60
4.6.2 Pengaruh Penetapan Harga Pada Pemasaran Digital Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Di PT Pegadaian (Persero)	61
4.6.3 Pengaruh Promosi Produk dan Layanan Pada Pemasaran Digital Terhadap Minat Nasabah Untuk Bertransaksi Di PT Pegadaian (Persero).....	62
4.6.4 Pengaruh Distribusi Produk Melalui Sistem Digital Terhadap Minat Nasabah Untuk Bertransaksi Di PT Pegadaian (Persero)	63
4.6.5 Pengaruh Produk dan Layanan Di Sistem Digital, Penetapan Harga Pada Pemasaran Digital, Promosi Produk dan Layanan Pada Pemasaran Digital dan Distribusi Produk Melalui Sistem Digital Terhadap Minat Nasabah Untuk Bertransaksi Di PT Pegadaian (Persero).....	64
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	66
5.1 Kesimpulan	66
5.2 Saran	67
DAFTAR PUSTAKA	68

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Kondisi Transaksi di PT Pegadaian Cabang Pringgan Tahun 2017-2021	5
Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu	22
Tabel 3.1	Pelaksanaan Waktu Penelitian	26
Tabel 3.2	Operasional Variabel.....	28
Tabel 3.3	Bobot Nilai Angket	31
Tabel 4.1	Umur Responden.....	41
Tabel 4.2	Jenis Kelamin Responden	41
Tabel 4.3	Stistik Deskriptif Variabel X_1	42
Tabel 4.4	Statistik Deskriptif Variabel X_2	43
Tabel 4.5	Statistik Deskriptif Variabel X_3	44
Tabel 4.6	Statistik Deskriptif Variabel X_4	47
Tabel 4.7	Statistik Deskriptif Variabel Y.....	48
Tabel 4.8	Validitas Variabel X_1	49
Tabel 4.9	Validitas Variabel X_2	49
Tabel 4.10	Validitas Variabel X_3	50
Tabel 4.11	Validitas Variabel X_4	50
Tabel 4.12	Validitas Variabel Y.....	51
Tabel 4.13	Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.14	Uji Kolmogorov-Smirnov	54
Tabel 4.15	Uji Multikolinieraritas.....	55
Tabel 4.16	Hasil Uji Regresi Linier Berganda.....	57
Tabel 4.17	Hasil Uji F	58
Tabel 4.18	Hasil Uji t.....	59
Tabel 4.19	Hasil Uji Koefisien Determinasi	59

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1	Kerangka Konseptual	24
Gambar 4.1	Struktur Organisasi PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgian	40
Gambar 4.2	Diagram Histogram	52
Gambar 4.3	Diagram <i>Probability Plot</i>	53
Gamabr 4.4	Diagram Scatterplot.....	55



BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Pada era digitalisasi sekarang ini, perkembangan teknologi informasi makin hari makin terus menunjukkan perkembangannya, dimana teknologi informasi juga memebrikan berbagai sarana bagi manajmen dalam mengelola bisnis yang ada. Dari waktu ke waktu teknologi informasi terus mengalami perubahan, dimana pada era perkembangan teknologi sekarang ini manusia dituntut untuk selalu mengikuti perkembangan teknologi, sehingga nantinya manusia tidak akan tertinggal dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat dan perubahan yang semakin kencang.

Seiring dengan perkembangan teknologi yang pesat ini, maka muncullah sistem pemasaran menggunakan teknologi yang berbasis digital, sehingga dinamakan dengan *digital marketing*. *Digital marketing* ini, adalah salah satu media pemasaran yang saat ini banyak diminati masyarakat, sehingga saat ini manusia mulai meninggalkan sistem pemasaran yang sudah usang atau sistem pemasaran konvensional yang transaksinya bisa dilakukan setiap waktu dan setiap saat dan transaksinya dilakukan dengan tatap muka antara pembeli dan juga penjual.

Pada sistem pemasaran melalui *digital marketing* ini manusai dituntut untuk selalu menjaga kepercayaan, dimana sistem yang dibangun dengan melakukan transaksi tanpa tatap muka tidak saja memiliki keunggulan, tetapi ada juga kelemahan mendasar yang patut diketahui.

Menurut Lestari (2019:43) strategi pemasaran digital marketing yang seharusnya diterapkan menggunakan bauran pemasaran secara optimal, dimana strategi pemasaran yang dilakukan terdiri atas *product* (produk), *price* (harga), *place* (lokasi), *promotion* (promosi), *people* (orang), *physical evidence* (bukti fisik) dan *process* (proses).

Kegiatan pemasaran digital harus dapat menciptakan kepuasan bagi nasabah, dimana dengan meningkatnya kepuasan bagi nasabah, maka nasabah akan senantiasa untuk menggunakan produk dan bertransaksi di produk digital tersebut, sehingga mampu meningkatkan tujuan untuk menghasilkan pendapatan, serta meningkatkan transaksi ekonomi, agar perputaran uang di bisnis digital semakin banyak dan usaha tersebut semakin berkembang.

Dalam rangka menarik minat nasabah perusahaan yang mendirikan usaha digital harus terlebih dahulu mengetahui produk dan transaksi yang bagaimana yang diinginkan pelanggan, setelah dibuat rancangan produk dan layanan transaksinya, lalu perusahaan menerapkan strategi pemasaran yang sesuai dengan bauran pemasaran, dimana penerapan strategi pemasaran usaha digital ini memerlukan upaya yang lebih agar strategi yang dibuat melalui bauran pemasaran ini dapat mengena di benak pelanggan, sehingga pelanggan akan terus menggunakan produk dan layanan yang ada serta akan terus melakukan transaksi di produk digital yang kita miliki.

Strategi bauran pemasaran yang harus diciptakan agar pelanggan tertarik untuk melakukan transaksi di usaha digital yang kita miliki adalah dengan membuat produk dan layanan digital yang memang dibutuhkan pelanggan saat ini, seperti rancangan fitur dan juga jenis produk, serta jenis transaksi yang digunakan

dalam kegiatan usaha digital. Selain itu penetapan harga untuk produk juga harus jelas, dimana penetapan harga yang diberlakukan disesuaikan dengan keadaan dan kondisi keuangan konsumen, serta pengaruh permintaan dan penawaran. Selain itu, adanya distribusi barang ke pelanggan harus jelas, sehingga nantinya pelanggan tidak bingung dan juga tidak mengalami kerugian apabila proses distribusi barang ke pelanggan tidak sesuai dengan perkiraan pelanggan. Kegiatan distribusi produk yang dibeli oleh pelanggan juga harus diperhatikan agar pelanggan tidak lagi merasakan kerugian dalam proses menghantarkan barang atau melalui transaksi keuangan, dimana ketika proses penghantaran barang ke pelanggan barang diantarkan dengan tepat waktu atau tidak salah sasaran dan juga barang yang diantarkan juga tidak mengalami kerusakan atau cacat.

Kekeliruan semacam ini berkaitan erat dengan orang yang terlibat dalam kegiatan pemasaran digital ini, dimana pihak-pihak yang terlibat harus memberikan pelayanan yang baik, terutama menjawab keluhan pelanggan ketika bertransaksi melalui usaha digital atau keluhan pelanggan yang berkaitan erat dengan permasalahan di sistem yang berkaitan erat dengan transaksi yang akan dilakukan. Hal ini memerlukan orang-orang yang kompeten di bidang transaksi digital, serta memerlukan orang-orang yang memiliki integritas baik, jujur dan kapabel, sehingga tidak merugikan pelanggan.

Untuk meningkatkan minat lebih pelanggan, kegiatan promosi juga harus dilakukan agar produk digital kita selalu digunakan pelanggan, sehingga pelanggan merasakan kenyamanan dan kepuasan dalam melakukan transaksi atau menggunakan produk digital yang kita miliki, sehingga nantinya produk digital yang kita miliki ini dapat dijadikan referensi pelanggan tersebut untuk dijadikan

rekomendasi kepada pelanggan lainnya agar terus menggunakan produk dan layanan digital yang kita miliki.

Salah satu usaha yang sekarang ini sedang melakukan sistem pemasaran digital adalah PT Pegadaian (Persero), dimana Pegadaian adalah merupakan lembaga keuangan yang menawarkan produk andalannya, yakni rahn, selain itu ada juga transaksi pegadaian lainnya yang merupakan transaksi yang sering dilakukan oleh pelanggan ketika melakukan transaksi dengan sistem konvensional, yaitu ketika bertatap muka, dimana transaksi ini adalah gadai dan tabungan emas, serta kegiatan pergadaian lainnya yang membuat PT Pegadaian (Persero) ini memiliki jumlah pelanggan yang banyak juga.

Pada sekitar tahun 1990-2000 an gadai masih menerapkan moto yang lama yang tidak menerapkan pelayanan yang maksimal dan selalu menciptakan permasalahan yang baru sewaktu transaksi, karena pelayanan keluhan pelanggan tidak ditanggapi dengan baik, semenjak tahun 2017 PT Pegadaian keluar dengan moto baru “Mengatasi Masalah Tanpa Masalah”, dimana dengan menerapkan moto ini PT Pegadaian semakin meningkatkan kepercayaan nasabah dalam proses transaksi pegadaian, dimana ketika bertransaksi tidak akan menimbulkan masalah atau meminimalisir masalah.

Seiring dengan perkembangan teknologi, maka PT Pegadaian telah melakukan kegiatan transaksi tidak lagi dengan saling tatap muka atau nasabah tidak perlu lagi datang ke Pegadaian untuk bertransaksi, cukup transaksi secara *online*, dimana transaksi secara *online* atau secara digital ini sangat baru dan masih ada yang belum paham untuk menggunakannya, sehingga memerlukan pemasangan produk dan fitur yang memudahkan pelanggan, perlu promosi yang

jasas terhadap produk dan perlu adanya distribusi produk gadai, serta tabungan dan transaksi yang jelas yang disesuaikan dengan kemanfaatan, sehingga pelanggan tidak lagi merasakan kesulitan dalam bertransaksi di PT Pegadaian. Selain itu, pelayanan dari orang-orang yang terlibat harus mampu menterjemahkan apa keinginan nasabah dan harus mampu mengetahui apa saja keluhan nasabah dalam bertransaksi, sehingga mampu memecahkan masalah yang dihadapi oleh pelanggan agar tidak sulit bertransaksi, dimana transaksi yang dilakukan secara langsung atau tunai merupakan suatu transaksi yang dibayarkan secara langsung oleh pembeli dan penjual dalam proses transaksi pegadaian tanpa adanya perantara atau alat yang menghalangi proses transaksi cash.

PT Pegadaian Cabang Pringgan Kota Medan adalah salah satu cabang pegadaian yang ada di Provinsi Sumatera Utara, dimana PT Pegadaian Cabang Pringgan ini telah melakukan transaksi gadai berbasis *online* atau digital, dimana selama kurun waktu Tahun 2017-2021 transaksi yang dilakukan untuk beberapa produk gadai mengalami sedikit penurunan, dimana untuk mengetahui kondisi tersebut, maka dapat dilihat pada Tabel 1.1 berikut ini :

Tabel 1.1 Kondisi Transaksi PT Pegadaian Cabang Pringgan Tahun 2017-2021

Jenis Transaksi	Jumlah Transaksi Tahun 2017	Jumlah Transaksi Tahun 2018	Jumlah Transaksi Tahun 2019	Jumlah Transaksi Tahun 2020	Jumlah Transaksi Tahun 2021
KCA	4.850	6.800	6.787	5.532	5.055
KRASIDA	115	120	139	134	162
Gadai Tabungan Emas	9	14	67	150	129
Kreasi	24	39	71	73	69
Kreasi Ultra Mikro	5	8	34	39	37
Kreasi Multiguna	3	5	75	78	43
Kresna	8	10	12	20	19
Mulia	141	153	132	225	194
Emasku	17	21	42	5	6
Tabungan Emas	1.525	1.849	4.251	9.696	7.721

Sumber : PT Pegadaian Cabang Pringgan Medan, 2021

Berdasarkan Tabel 1.1 di atas dapat disimpulkan bahwa transaksi dari beberapa produk pegadaian melalui transaksi *online* atau transaksi digital pada Tahun 2017-2021 belum dipahami cenderung mengalami penurunan, dimana hal ini disebabkan oleh pemahaman nasabah akan sistem digital mengenai transaksi gadai berdasarkan jenis produknya, dimana ada beberapa nasabah yang belum memahami bagaimana pengisian data transaksi untuk produk gadai melalui aplikasi digital, meskipun kegiatan promosi melalui kegiatan pemasaran digital sudah digalakkan, serta penetapan harga untuk proses gadai sudah sesuai dengan ketentuan dan persyaratan, serta mampu mempermudah nasabah dalam mencairkan dana ketika melakukan gadai. Akan tetapi masih ada yang belum mengetahui cara bertransaksi melalui sistem digital, distribusi produk gadai melalui sistem digital yang tidak jelas, dimana masih ada distribusi transaksi untuk beberapa jenis produk yang belum banyak disediakan akibatnya masih ada beberapa orang yang masih melakukan transaksi dengan sistem lama, karena SDM yang dipersiapkan masih mengetahui tata cara dan sistem lama, sehingga penurunan transaksi ini akan berpengaruh tidak hanya lima tahun terakhir, tetapi juga akan berpengaruh pada tahun yang akan datang.

Oleh karena itu, berdasarkan permasalahan yang ada, maka penulis tertarik untuk meneliti tentang “Analisis Bauran Pemasaran Melalui *Digital Marketing* terhadap Minat Nasabah Untuk Bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgana Kota Medan”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang sudah diuraikan, maka permasalahan yang muncul dalam penelitian ini adalah semakin menurunnya transaksi beberapa produk gadai di PT Pegadaian Cabang Medan Pringgan, dimana penurunan transaksi ini disebabkan belum pahamnya nasabah dalam mengisi data dan transaksi produk gadai melalui sistem digital, meskipun promosi sudah dilakukan, serta penetapan harga untuk proses gadai sudah sesuai dengan ketentuan dan persyaratan, serta mampu mempermudah nasabah dalam mencairkan dana ketika melakukan gadai. Selain itu, penurunan transaksi ini juga diakibatkan ketidakjelasan distribusi produk dan transaksi di sistem digital, serta kompetensi orang-orang yang ditempatkan di sistem digital yang belum kompeten, sehingga beberapa nasabah masih memilih untuk bertransaksi secara manual atau tatap muka langsung ke PT Pegadaian Cabang Medan Pringgan.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang dan identifikasi masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah produk dan layanan gadai melalui aplikasi digital (*product*) berpengaruh terhadap minat nasabah untuk bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgan
2. Apakah penetapan harga untuk proses gadai melalui aplikasi digital (*price*) berpengaruh terhadap minat nasabah untuk bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgan

3. Apakah promosi produk gadai melalui aplikasi digital (*promotion*) berpengaruh terhadap minat nasabah untuk bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane
4. Apakah distribusi produk gadai melalui aplikasi digital (*place*) berpengaruh terhadap minat nasabah untuk bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane
5. Apakah produk dan layanan di aplikasi digital (*product*), penetapan harga untuk proses gadai melalui aplikasi digital (*price*), promosi produk melalui aplikasi digital (*promotion*) dan distribusi produk gadai melalui aplikasi digital (*place*) berpengaruh terhadap minat nasabah untuk bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh produk dan layanan gadai di aplikasi digital (*product*) terhadap minat nasabah untuk bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane
2. Untuk mengetahui pengaruh penetapan harga untuk proses gadai melalui aplikasi digital (*price*) terhadap minat nasabah untuk bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane
3. Untuk mengetahui pengaruh promosi produk gadai melalui aplikasi digital (*promotion*) terhadap minat nasabah untuk bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane

4. Untuk mengetahui pengaruh distribusi produk gadai melalui aplikasi digital (*place*) terhadap minat nasabah untuk bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane
5. Untuk mengetahui pengaruh produk dan layanan gadai di aplikasi digital (*product*), penetapan harga proses gadai di aplikasi digital (*price*), promosi produk gadai melalui aplikasi digital (*promotion*) dan distribusi produk gadai melalui aplikasi digital (*place*) terhadap minat nasabah untuk bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane.

1.5 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagi peneliti

Untuk membandingkan teori mengenai analisis digital marketing terhadap minat nasabah dalam bertransaksi terhadap praktek atau kenyataan yang ada.

2. Bagi PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane

Untuk memperoleh informasi mengenai analisa digital marketing terhadap minat nasabah bertransaksi, dimana perusahaan dapat menerapkan masukan yang diberikan untuk meningkatkan perbaikan di strategi pemasaran digital agar nasabah berminat bertransaksi di PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane.

3. Bagi peneliti lain

Sebagai referensi untuk melanjutkan penelitian dalam bidang dan topik yang sama.

4. Bagi Akademisi

Hasil penelitian dapat dijadikan rujukan bagi pengembangan pengetahuan dan wawasan di bidang *digital marketing* dan sebagai bahan referensi mahasiswa untuk melakukan penelitian tentang *digital marketing*.



BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 *Digital Marketing*

2.1.1 *Pengertian Digital Marketing*

Menurut Pradiani (2017:48) *digital marketing* adalah merupakan salah satu media pemasaran yang saat ini banyak dinikmati oleh masyarakat untuk mendukung berbagai kegiatan yang dilakukan, dimana produk hasil dari *digital marketing* dipasarkan melalui sistem *online* yang sistem pemasarannya, serta transaksinya dilakukan dengan menggunakan sistem digital dan bisa dilakukan setiap saat, serta mampu menjangkau pelanggan ke berbagai belahan dunia dalam bertransaksi.

Menurut Rapitasari (2016:68) *digital marketing* memiliki kepentingan utama dalam strategi pemasaran, dimana strategi *digital marketing* harus diselaraskan dengan strategi organisasi. Dalam mengembangkan strategi bisnis baru, diperlukan pemahaman mengenai pelanggan dan keuntungan dari strategi tersebut. *Digital marketing* merupakan penerapan dan penggunaan teknologi dalam proses pemasaran yang dapat digunakan oleh perusahaan untuk meningkatkan kualitas dan kapasitas pelayanan yang dilakukan untuk menunjang operasional perusahaan agar lebih baik kedepannya. Perusahaan dalam menerapkan *digital marketing* harus benar-benar melihat kapasitas SDM yang dimiliki, serta kapabilitas sistem yang ada, dimana dengan memperhatikan hal tersebut strategi pemasaran digital yang dilakukan perusahaan dapat berjalan lancar sebagaimana mestinya.

Menurut Saputra dan Ardani (2020:2597) *digital marketing* dapat dilakukan dengan mempromosikan produk, merek atau brand tertentu dengan menggunakan media *online* atau dengan menggunakan sistem digital.

Secara umum digital marketing merupakan sistem pemasaran dan strategi yang dilakukan perusahaan untuk mengenalkan produknya melalui sebuah sistem yang berbasis digital, hal ini dimaksudkan agar memudahkan konsumen yang tidak saja berada dalam wilayah suatu Negara, melainkan dari berbagai belahan dunia dapat bertransaksi dan membeli produk tersebut.

2.1.2 Strategi Digital Marketing

Menurut Sofya (2020:23) ada beberapa strategi digital marketing, yaitu :

- a. *Search Engine Marketing*, merupakan strategi pemasaran digital yang melibatkan mesin pencari seperti Google, Bing, Yahoo dan Facebook.
- b. *Affiliate Marketing*, merupakan strategi pemasaran digital yang melibatkan pihak lain, seperti influencer atau mitra afiliasi yang membantu memasarkan produk.
- c. *Content Marketing*, yaitu strategi pemasaran digital yang melibatkan berbagai jenis konten, baik dengan membuat, mengelola, maupun memposting konten untuk membujuk pengguna membeli produk.
- d. *Email Marketing*, yaitu strategi pemasaran digital yang dilakukan dengan mengirimkan email kepada pelanggan (*subscriber*).
- e. *Viral marketing*, yaitu strategi pemasaran digital yang dilakukan secara luas dengan tujuan untuk membuat orang tertarik untuk membeli dan menggunakan produk kita.

2.2 Produk atau Layanan di Aplikasi Digital

2.2.1 Pengertian Produk atau Layanan di Aplikasi Digital

Menurut Muljono (2018:41) produk atau layanan di aplikasi digital merupakan suatu modifikasi dari fitur-fitur, serta produk atau layanan yang melingkupinya, dimana hal ini dilakukan untuk memperluas pangsa pasar di penjuru dunia.

Menurut Harahap (2021: 25) produk atau layanan di aplikasi digital meliputi produk dan tata cara pemilihan produk dalam bentuk fitur-fitur yang terdapat di dalam sistem pemilihan produk melalui teknologi digital.

Menurut Putra, Jayaningsih dan Suhardiyanti (2021:2875) produk dan layanan yang diberikan melalui aplikasi digital memberikan sesuatu yang berbeda jika dibandingkan membeli produk melalui jual beli secara tradisional, dimana pemasaran produk secara digital dilakukan dengan menciptakan fitur dan pemilihan produk tanpa berhadapan langsung dengan pembeli.

Secara umum produk atau layanan yang diberikan kepada pelanggan melalui pemasaran digital dapat dilakukan dengan memilih produk yang dipasarkan melalui *outlet* yang ada di sistem dengan menggunakan fitur dan layanan yang ada di sistem tersebut.

2.2.2 Tingkatan Produk atau Layanan

Menurut Harahap (2021:45) tingkatan produk atau layanan di aplikasi digital adalah sebagai berikut :

1. Inti Produk, merupakan tingkatan paling dasar dari produk, dimana inti produk dari konsep pemasaran digital adalah produk atau layanan yang paling di cari pelanggan melalui sistem digital.

2. Aktual produk, merupakan produk yang ada di sekitar inti produk yang dicari pelanggan melalui sistem, dimana aktual produk ini termasuk fitur, desain, dan kemasan, serta layanan yang diberikan.
3. Produk tambahan, meliputi tambahan fitur pelengkap dari produk inti dan aktual produk.

2.2.3 Indikator Produk dan Layanan

Menurut Harahap (2021:27) indikator produk dan layanan yang ada di dalam pemasaran digital ini adalah sebagai berikut :

1. Adanya kualitas dari produk
2. Adanya manfaat yang diberikan dari produk dan layanan kepada pelanggan
3. Kemudahan produk untuk kepentingan pelanggan
4. Performa produk dan layanan untuk pelanggan
5. Tampilan produk dan layanan untuk pelanggan
6. Ketersediaan produk dan layanan

2.3 Penetapan Harga Pada Pemasaran Digital

2.3.1 Pengertian Penetapan Harga

Menurut Saputra dan Ardani (2020:2598) harga merupakan jumlah uang yang dikeluarkan untuk dapat membeli dan menggunakan suatu produk, dimana sejumlah uang yang dikeluarkan tersebut dapat memberikan manfaat yang diinginkan konsumen terhadap produk yang dibeli atau digunakannya.

Menurut Muljono (2018:16) harga merupakan sejumlah uang yang dipergunakan oleh konsumen untuk mendapatkan sesuatu barang dan jasa, dimana

dengan mengeluarkan sejumlah uang diharapkan akan mendapatkan manfaat yang lebih dari penggunaan barang dan jasa tersebut.

Menurut Sintya (2020:40) dalam melakukan penetapan harga produsen harus memutuskan harga yang bagaimana yang harus ditetapkan untuk produk yang akan diproduksi dan dipasarkan, dimana dalam melakukan penetapan harga perlu dipertimbangkan hal-hal yang menghambat ketika mau mengambil kebijakan penetapan harga.

Secara umum harga merupakan sesuatu yang dikeluarkan dalam rangka memperoleh manfaat dari sesuatu yang dibeli dan digunakan oleh konsumen, dimana harga ini diciptakan melalui proses penetapan harga yang disesuaikan dengan kondisi geografis, kondisi konsumen, serta permintaan dan penawaran produk.

2.3.2 Metode Penetapan Harga

Menurut Elvira (2017:55) metode penetapan harga yang diberlakukan melalui aplikasi digital antara lain :

1. Metode penetapan harga berbasis permintaan, seperti :
 - a. Strategi penetapan harga produk baru yang terdiri dari :
 - *Skimming price* (harga yang mengapung)
 - *Penetration price* (harga penetrasi)
 - *Prestige pricing*
 - *Price lining*
 - *Odd even pricing*
 - b. Strategi penetapan harga produk yang telah beredar, seperti :
 - Strategi harga pada saat pertumbuhan produk

- Strategi harga pada tahap kematangan
 - Strategi harga pada tahap penurunan penjualan produk
 - c. Strategi penetapan harga pada saat diskon
2. Metode penetapan harga berdasarkan biaya, meliputi
 - a. *Cost-plus pricing*
 - b. *Mark-up pricing*
 - c. *Target return pricing*
 3. Metode penetapan harga pasar, meliputi :
 - a. *Perceived-value pricing*
 - b. *Value pricing*
 - c. *Going rate pricing*
 - d. *Auction type pricing*

2.3.3 Indikator Penetapan Harga Produk di Aplikasi Digital

Menurut Sintya (2020:40) indikator dari penetapan harga di aplikasi digital adalah sebagai berikut :

1. Keterjangkauan harga ke konsumen
2. Kesesuaian harga dan layanan
3. Harga yang bersaing
4. Penetapan harga yang miring
5. Harga yang sesuai manfaat
6. Fleksibilitas harga

2.4 Promosi Produk dan Layanan Pada Pemasaran Digital

2.4.1 Pengertian Promosi Produk dan Layanan

Menurut Harahap (2021:33) promosi pada pemasaran digital merupakan kegiatan untuk memperkenalkan produk dan layanan yang diberikan dalam sistem digital, dimana proses promosi yang dilakukan ditujukan untuk meningkatkan pelanggan.

Menurut Sofiya (2020:30) promosi produk dan layanan pada pemasaran digital merupakan sesuatu yang dilakukan untuk menarik minat pelanggan dalam menggunakan produk dan layanan yang ada di sistem digital.

Menurut Pradiani (2017:50) promosi merupakan upaya yang dilakukan pihak *marketing*, dalam hal ini bagian *digital marketing* untuk memperkenalkan produk dan layanan yang ada kepada pelanggan agar pelanggan tertarik untuk menggunakan produk dan layanan yang diberikan ke sistem.

Secara umum promosi yang dilakukan pada pemasaran digital seputar memperkenalkan produk yang ada di layanan atau aplikasi digital yang dimilikinya dengan maksud untuk membuat konsumen tertarik untuk menggunakan produk tersebut.

2.4.2 Strategi Promosi Produk dan Layanan di Aplikasi Digital

Menurut Nasir (2018:71) strategi promosi produk dan layanan pada pemasaran marketing adalah sebagai berikut :

1. Memperkenalkan produk melalui media sosial
2. Memperkenalkan website untuk penjualan produk
3. Memperkenalkan marketplace melalui aplikasi
4. Memperkenalkan langsung aplikasi sebagai tempat marketplace produk

5. Memperkenalkan sistem yang menaungi penjualan produk

2.4.3 Indikator Promosi Produk dan Layanan di Aplikasi Digital

Menurut Pradiani (2017:51) indikator promosi produk dan layanan di aplikasi digital agar pelanggan tertarik untuk menggunakan produk kita adalah sebagai berikut :

1. Proses pengenalan produk melalui periklanan
2. Menarik pelanggan melalui pesan di media sosial
3. Pengenalan layanan yang akan diberikan
4. Memberitahukan cara menggunakan aplikasi
5. Pemberitahuan tentang produk di layanan aplikasi
6. Upaya komunikasi melalui aplikasi sosial untuk meningkatkan opini mengenai manfaat produk

2.5 Distribusi Produk Pada Aplikasi Digital

2.5.1 Pengertian Distribusi Produk Pada Aplikasi Digital

Menurut Harahap (2021:44) distribusi produk di aplikasi digital adalah upaya untuk menyalurkan produk kepada pelanggan melalui aplikasi digital, dimana aplikasi ini berfungsi sebagai perantara untuk tempat memasarkan produk.

Menurut Putra, Jayaningsih dan Suhardiyanti (2021:2876) distribusi produk yang dilakukan pada aplikasi digital dapat berupa fasilitas distributor online, dimana fasilitas tersebut sebagai jaringan distributor yang membentuk *marketplace* yang ada.

Menurut Rapisari (2016:72) distribusi dalam aplikasi digital dalam bentuk aplikasi atau layanan distributor dalam bentuk grosir online atau *marketplace*.

Secara umum distribusi produk dalam aplikasi digital merupakan upaya sistematis dalam rangka menyalurkan produk melalui jaringan distributor aplikasi *online* dalam bentuk toko, grosir atau *marketplace*.

2.5.2 Saluran Distribusi Dalam Aplikasi Digital

Menurut Sari (2019:53) saluran distribusi dalam aplikasi digital merupakan serangkaian organisasi atau jaringan yang ada dan dapat membentuk suatu kelompok atau unit yang bekerja untuk menjadikan dan memasarkan suatu produk, dimana yang merupakan saluran distribusi dalam aplikasi digital adalah :

1. Distributor dalam bentuk jaringan distributor *online*
2. Toko *online* sebagai wadah untuk memasarkan produk secara online
3. Marketplace, merupakan platform sebagai tempat untuk transaksi jual beli melalui aplikasi digital.

2.5.3 Indikator Distribusi Produk Di Aplikasi Digital

Menurut Putra, Jayaningsih dan Suhardiyanti (2021:2876) indikator distribusi produk dan transaksi pada aplikasi penjualan *online* adalah sebagai berikut :

1. Toko/Marketplace, yaitu wadah untuk menjual produk
2. Jaringan distributor, yaitu sebagai penghubung kegiatan jual beli melalui aplikasi *online*
3. Waktu, kapan ketersediaan produk yang akan diperjualbelikan

4. Sistem, yaitu aplikasi apa yang menghubungkan jaringan sebagai tempat untuk atau perantara jual beli pada aplikasi digital
5. Adanya layanan untuk transaksi
6. Adanya fitur yang menghubungkan penjual dan pembeli dalam memberikan layanannya

2.6 Minat Nasabah Bertransaksi

2.6.1 Pengertian Minat Nasabah Bertransaksi

Rapitasari (2016:72) menyatakan bahwa minat nasabah bertransaksi di aplikasi digital adalah merupakan suatu dorongan dalam jiwa nasabah untuk melakukan transaksi dalam suatu aplikasi karena adanya keuntungan yang diperoleh dari transaksi tersebut.

Menurut Harahap (2021:29) minat bertransaksi di aplikasi digital merupakan suatu hasrat untuk menggunakan aplikasi digital karena adanya kemudahan yang diperoleh ketika menjalankan aplikasi tersebut.

Menurut Saputra dan Ardani (2020:2599) minat nasabah dalam bertransaksi menggunakan aplikasi digital merupakan suatu tindakan yang didorong oleh keinginan kuat untuk menggunakan aplikasi tersebut karena adanya keamanan dan kenyamanan ketika menggunakannya.

Secara umum minat nasabah merupakan dorongan kuat untuk menggunakan produk dan layanan, dalam hal ini menggunakan aplikasi yang didasari adanya sikap nyaman dan aman dalam menggunakan aplikasi tersebut.

2.6.2 Macam-Macam Minat

Menurut Muljono (2018:45) macam-macam minat bertransaksi di aplikasi digital adalah :

1. Berdasarkan timbulnya yang dikategorikan kepada minat primitif dan minat kultural atau minat sosial.
2. Berdasarkan arahnya, yaitu minat ekstrinsik dan intrinsik
3. Berdasarkan cara mengungkapkan minat, yaitu *expressed interest, manifest interest dan tested interest*

2.6.3 Indikator Minat Nasabah Bertransaksi

Menurut Rapitasari (2016:73) indikator minat nasabah dalam bertransaksi di aplikasi digital adalah sebagai berikut :

1. Adanya keamanan dalam bertransaksi
2. Adanya kenyamanan dalam bertransaksi
3. Adanya dorongan dalam diri untuk selalu menggunakan aplikasi digital dalam bertransaksi
4. Adanya sesuatu yang membuat dirinya berminat untuk bertransaksi pada aplikasi tersebut
5. Adanya perasaan senang dalam bertransaksi di aplikasi digital
6. Adanya rasa percaya bahwa bertransaksi di aplikasi digital sangat memudahkan pelanggan
7. Adanya loyalitas dalam diri pelanggan untuk terus bertransaksi di aplikasi digital

2.7 Penelitian Terdahulu

Untuk mengetahui Penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian ini disajikan pada tabel 2.1 sebagai berikut:

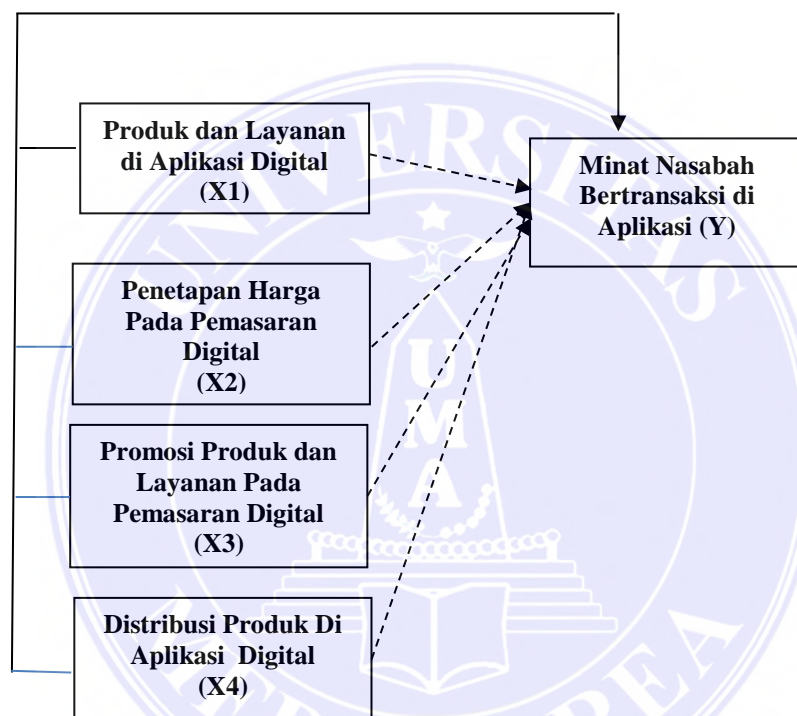
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil penelitian
1	Dyah Lestari (2019)	Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah (Studi di Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Pasar Tamin, Bandar Lampung)	Strategi pemasaran yang dilakukan Pegadaian Syariah dalam Upaya menarik minat nasabah adalah strategi pemasaran yang terpusat yaitu strategi dari kantor cabang kemudian di turunkan ke kantor unit dengan strategi promosi nya yaitu periklanan dengan penyebaran brosur, publitas dengan sosialisasi ke sekolah-sekolah atau lembaga public lainnya, personal selling dengan jumat berkah.
2	Paisal Harahap (2021)	Strategi Bisnis Pada Layanan Aplikasi Mobile Pegadaian Syariah Digital (PSD) Menggunakan Analisis SWOT)	Berdasarkan Analisis SWOT yang telah disimpulkan maka menunjukkan bahwa layanan aplikasi mobile PSD pada Pegadaian Syariah CPS Alaman Bolak Padangsidimpuan masih terdapat sisi yang memang masih perlu diperhatikan oleh para karyawan pegadaian tersebut. Strategi yang mesti diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (<i>Growth Oriented Strategy</i>). Dengan formulasi strategi yaitu meningkatkan kualitas didalam pelayanan berbasis <i>online</i> , memperkuat dan mempertahankan <i>image</i> di masyarakat dengan menekankan prinsip syariah yang professional, juga meningkatkan kualitas pelayanan oleh karyawan dengan memberi respon yang lebih cepat kepada nasabah
3	Diana Rapisari (2016)	<i>Digital Marketing</i> Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan	Strategi Digital Marketing merupakan strategi pemasaran yang memanfaatkan teknologi informasi yang semakin berkembang. Penerapan strategi tersebut dalam sebuah bisnis harus dengan

No	Peneliti	Judul Penelitian	Hasil penelitian
			memperhatikan berbagai faktor internal dan eksternal untuk mengetahui kesesuaian dan untuk menentukan strategi Digital Marketing yang paling tepat. Tujuan utama dari penerapan strategi Digital Marketing adalah untuk membangun komunikasi antara produsen dengan pelanggan, lebih tepatnya untuk mengomunikasikan merek dalam membangun kepercayaan dan loyalitas merek pada pelanggan.
4	Ida Sofya (2020).	Implementasi Strategi Digital Marketing Pada Segmen B2C (<i>Business to Costomer</i>) Guna Menarik Minat Nasabah Pemula PT Pegadaian (Persero) Deputy Bisnis Area Jember	Strategi digital marketing yang digunakan oleh PT. Pegadaian (Persero) Deputy Bisnis Area Jember disini menggunakan konsep digital marketing sebagai berikut: <i>Digital Devices, Digital Platforms, Digital Media, Digital Data, dan Digital Technology</i>
5	Yuliana (2018)	Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan <i>E-Banking</i>	Secara parsial variabel produk, harga, promosi, dan proses/layanan berpengaruh positif dan signifikan terhadap minat nasabah bertransaksi menggunakan <i>E-Banking</i>
6	Dwi Eva Syntia (2020)	Analisis Bauran Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Musyarakah di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo	Strategi produk yang dilakukan adalah menciptakan logo dan moto, strategi harga yang dilakukan dengan menerapkan sistem bagi hasil, strategi promosi yang dilakukan dengan menyebar brosur dan <i>door to door</i> dan strategi tempat adalah meletakkan lokasi perusahaan dekat dengan perkantoran dan pasar.
7	Rini Elvira (2017)	Strategi Produk, Penetapan Harga, Promosi dan Lokasi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk Arrum (Studi: PT Pegadaian Syariah Cabang Simpang Sekip Kota Bengkulu)	Strategi produk dengan mengeluarkan produk yang terdiversifikasi dan memiliki merek yang dikenal, strategi harga dengan menerapkan strategi harga yang tepat, strategi lokasi yaitu perusahaan ditempatkan di tempat strategis dekat dengan konsumen dan strategi promosi yang tepat yang digunakan untuk menarik pelanggan bertransaksi di PT Pegadaian Cabang Simpang Sekip Bengkulu

2.8 Kerangka Konseptual

Berdasarkan pada uraian teori yang telah di kemukakan serta permasalahan yang ada, maka perlu dibuat suatu kerangka konseptual penelitian. Tujuannya adalah, untuk memberikan kemudahan dalam mengkaji kondisi yang di teliti. Berdasarkan uraian yang telah dijelaskan sebelumnya maka dapat digambarkan kerangka konseptual penelitian ini adalah sebagai berikut:



Gambar 2.1
Kerangka Konseptual

Keterangan:

Parsial :
Simultan : —————

2.9 Hipotesis Penelitian

Hipotesis penelitian merupakan pertanyaan yang penting karena hipotesis ini merupakan jawaban sementara dari suatu penelitian, sebagaimana pendapat Sugiyono (2017:73) “Hipotesis sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian”. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru

didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan fakta-fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data.

Berdasarkan pengertian hipotesis, maka hipotesis penelitian ini adalah:

1. Produk dan layanan di aplikasi digital (*product*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane.
2. Penetapan harga pada pemasaran digital (*price*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane.
3. Promosi produk dan layanan pada pemasaran digital (*promotion*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane.
4. Distribusi produk di aplikasi digital (*place*) berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane.
5. Produk dan layanan di aplikasi digital (*product*), penetapan harga pada pemasaran digital (*price*), promosi produk dan layanan pada pemasaran digital (*promotion*) dan distribusi produk dan layanan pada pemasaran digital (*place*) secara bersama-sama berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap minat nasabah dalam bertransaksi di PT Pegadaian (Persero) Cabang Medan Pringgane.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif asosiatif. Deskriptif asosiatif adalah pendekatan yang dilakukan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dua atau lebih variabel yang diteliti pada suatu penelitian (Sugiyono, 2018:11).

3.2. Tempat Dan Waktu Penelitian

3.2.1. Tempat Penelitian.

Penelitian bertempat di PT Pegadaian Persero Cabang Medan Pringgandari di Jalan Sei Bahorok No.2 Medan.

3.2.2 Waktu Penelitian.

Penelitian direncanakan di PT Pegadaian Persero Cabang Medan Pringgandari yang akan dilaksanakan dari bulan November 2022 sampai Februari 2023.

Tabel 3.1.
Pelaksanaan Waktu Penelitian

No	Keterangan	Tahun/Bulan															
		November 22				Desember 22				Januari 23				Februari 23			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Pra Riset																
2	Pengajuan Judul																
3	Pembuatan Proposal																
4	Bimbingan Proposal																
5	Seminar Proposal																
6	Pengumpulan Data																
9	Seminar Hasil																
10	Meja Hijau																

3.3 Populasi Dan Sampel

3.3.1 Populasi.

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Obyek populasi yang akan diteliti oleh penulis di PT Pegadaian Persero Cabang Medan Pringgan yang berjumlah 2000 orang dari periode 2017 sampai 2021.

3.3.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Sedangkan Obyek populasi yang akan diteliti oleh penulis di PT Pegadaian Persero Cabang Medan Pringgan yang berjumlah 2000 orang dari periode 2017 sampai 2021, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data. Menurut Slovin untuk menentukan besarnya sampel dicari dengan rumus:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Dimana

n : jumlah sampel

N : jumlah populasi

e : batas toleransi kesalahan (*error tolerance*)

pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yaitu (0,05)

Jika diketahui jumlah populasi di PT Pegadaian Persero Cabang Medan Pringgan periode 2017 sampai 2021 sebesar 2000 nasabah, maka jumlah sampel dapat dihitung sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N e^2) = 2000 / (1 + 2000 \times 0.05^2) = 333,33 = 333$$

Dari perhitungan rumus di atas besaran sampel sebesar 333,33 dan dibulatkan sebanyak 333 responden (nasabah).

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah petunjuk untuk melaksanakan mengenai cara mengukur variabel. Definisi operasional merupakan informasi yang sangat membantu penelitian yang akan menggunakan variabel yang sama. Di bawah ini definisi operasional dari penelitian yang akan dilakukan :

Tabel 3.2
Operasional Variabel

No.	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator Variabel	Skala ukur
1.	Produk dan layanan di sistem digital (X1)	Meliputi produk dan tata cara pemilihan produk dalam bentuk fitur-fitur yang terdapat di dalam sistem pemilihan produk melalui teknologi digital Harahap (2021:25)	1. Adanya kualitas dari produk 2. Adanya manfaat yang diberikan dari produk dan layanan kepada pelanggan 3. Kemudahan produk untuk kepentingan pelanggan 4. Performa produk dan layanan untuk pelanggan 5. Tampilan produk dan layanan untuk pelanggan 6. Ketersediaan produk dan layanan Harahap (2021:27)	Interval
2	Penetapan Harga Pada Pemasaran Digital	Produsen harus memutuskan harga yang bagaimana yang harus ditetapkan untuk produk yang akan diproduksi dan dipasarkan. (Syntia, 2020:40)	1. Keterjangkauan harga ke konsumen 2. Kesesuaian harga dan layanan 3. Harga yang	Interval

No.	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator Variabel	Skala ukur
	(X ₂)		bersaing 4. Penetapan harga yang miring 5. Harga yang sesuai manfaat 6. Fleksibilitas harga (Pradiani, 2020:40)	
3	Promosi Produk dan layanan pada pemasaran Digital (X ₃)	Upaya yang dilakukan pihak <i>marketing</i> , dalam hal ini bagian <i>digital marketing</i> untuk memperkenalkan produk dan layanan yang ada kepada pelanggan agar pelanggan tertarik untuk menggunakan produk dan layanan yang diberikan ke sistem. (Pradiani, 2017:50)	1. Proses pengenalan produk melalui periklanan 2. Menarik pelanggan melalui pesan di media sosial 3. Perkenalan layanan yang akan diberikan 4. Memberitahukan cara menggunakan aplikasi 5. Pemberitahuan tentang produk di layanan aplikasi 6. Upaya komunikasi melalui aplikasi sosial untuk meningkatkan opini mengenai manfaat produk (Pradiani, 2017:51)	Interval
4	Distribusi Produk Melalui Sistem Digital (X ₄)	Distribusi produk yang dilakukan pada aplikasi digital dapat berupa fasilitas distributor online, dimana fasilitas tersebut sebagai jaringan distributor yang membentuk <i>marketplace</i> yang ada Putra, Jayaningsih dan Suhardiyanti (2021:2876)	1. Toko/Marketplace 2. Jaringan distributor 3. Waktu 4. Sistem 5. Adanya layanan untuk transaksi 6. Adanya fitur yang menghubungkan penjual dan pembeli dalam memberikan layanannya Putra, Jayaningsih dan Suhardiyanti (2021:2876)	Interval
5	Minat Nasabah Untuk Bertransaksi (Y)	Minat nasabah bertransaksi di aplikasi digital adalah merupakan suatu dorongan dalam jiwa nasabah untuk melakukan transaksi dalam suatu aplikasi karena adanya keuntungan yang diperoleh dari transaksi tersebut. Rapisari (2016:72)	1. Adanya keamanan dalam bertransaksi 2. Adanya kenyamanan dalam bertransaksi 3. Adanya dorongan dalam diri untuk selalu menggunakan	Interval

No.	Variabel	Defenisi Operasional	Indikator Variabel	Skala ukur
			aplikasi digital dalam bertransaksi 4. Adanya sesuatu yang membuat dirinya berminat untuk bertransaksi pada aplikasi tersebut 5. Adanya perasaan senang dalam bertransaksi di aplikasi digital 6. Adanya rasa percaya bahwa bertransaksi di aplikasi digital sangat memudahkan pelanggan 7. Adanya loyalitas dalam diri pelanggan untuk terus bertransaksi di aplikasi digital Rapitasari (2016:72)	

3.5 Jenis dan Sumber Data

Jenis dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

1. Data Primer

Data primer diperoleh langsung dari objek penelitian, wawancara dan daftar pertanyaan yang disebarakan kepada responden, diolah dalam bentuk data melalui alat statistik.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh untuk melengkapi data primer yang meliputi sumber-sumber bacaan serta data mengenai sejarah dan perkembangan perusahaan, struktur organisasi, dan uraian tugas perusahaan yang diperoleh sehubungan dengan masalah yang diteliti.

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan beberapa teknik antara lain :

1. Pengamatan (*observation*), yaitu dengan mengadakan pengamatan langsung pada objek penelitian.
2. Daftar pertanyaan (*Questionnaire*), yaitu pengumpulan data dengan menggunakan daftar pertanyaan/angket yang sudah dipersiapkan sebelumnya dan diberikan kepada responden. Di mana responden memilih salah satu jawaban yang telah disediakan dalam daftar pertanyaan. Bobot nilai angket yang ditentukan yaitu :

Tabel 3.3
Bobot Nilai Angket

PERNYATAAN	BOBOT
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Jogyanto, 2018

3.7 Teknik Analisis Data

3.7.1 Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan untuk menguji apakah suatu kuesioner layak digunakan sebagai instrumen penelitian. Validitas menunjukkan seberapa nyata suatu pengujian mengukur apa yang seharusnya diukur. Pengukur dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata atau benar. Reliabilitas menunjukkan akurasi dan konsistensi dari pengukurannya.

Dikatakan konsisten jika beberapa pengukuran terhadap subjek yang sama diperoleh hasil yang tidak berbeda (Jogiyanto, 2018:135).

a. Uji Validitas

Pengujian validitas dilakukan dengan menggunakan program SPSS versi 22.00, dengan kriteria sebagai berikut :

- 1) Jika $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan valid.
- 2) Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka pertanyaan dinyatakan tidak valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Metode yang digunakan adalah metode *Cronbach's Alpha* . Metode ini diukur berdasarkan skala *alpha Cronbach* 0 sampai 1. Jika skala itu itu dikelompok ke dalam lima kelas dengan rentang yang sama, maka ukuran kemantapan alpha dapat diinterpretasikan sebagai berikut :

- 1) Nilai alpha Cronbach 0,00 s.d. 0,20, berarti sangat tidak reliabel
- 2) Nilai alpha Cronbach 0,21 s.d. 0,40, berarti tidak reliabel
- 3) Nilai alpha Cronbach 0,42 s.d. 0,60, berarti cukup reliabel
- 4) Nilai alpha Cronbach 0,61 s.d. 0,80, berarti reliabel
- 5) Nilai alpha Cronbach 0,81 s.d. 1,00, berarti sangat reliable

3.7.2 Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Untuk pengujian normalitas data dalam penelitian ini dideteksi melalui analisa grafik dan statistik yang dihasilkan melalui perhitungan regresi dengan SPSS.

1. Histogram, yaitu pengujian dengan menggunakan ketentuan bahwa data normal berbentuk lonceng (*Bell shaped*). Data yang baik adalah data yang memiliki pola distribusi normal. Jika data menceng ke kanan atau menceng ke kiri berarti memberitahukan bahwa data tidak berdistribusi secara normal.
2. Grafik *Normality Probability Plot*, ketentuan yang digunakan adalah:
 - a) Jika data menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.
 - b) Jika data menyebar jauh dari diagonal dan/atau tidak mengikuti arah garis diagonal maka model regresi tidak memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas ditujukan untuk mengetahui deteksi gejala korelasi atau hubungan antara variabel bebas atau independen dalam model regresi tersebut. Asumsi multikolinieritas menyatakan bahwa variabel independen harus terbebas dari gejala multikolinieritas. Uji multikolinieritas dapat dilakukan dengan

cara : jika nilai *tolerance* > 0,1 dan nilai VIF (*Variance Inflation Factors*) < 10, maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada multikolinieritas antar variabel independent dalam model regresi (Ghozali, 2018:160).

c. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas merupakan uji data yang memiliki nilai Sig. kurang dari 0.05 (Sig. < 0.05) yaitu apabila data memiliki nilai lebih kecil dari nilai Sig. 0.005 maka data memiliki heteroskedastisitas dan cara untuk mendeteksi ada atau tidaknya heteroskedastisitas dalam penelitian dilakukan dengan menggunakan uji glajser, uji glajser merupakan salah satu uji statistik yang dilakukan dengan meregresikan variabel-variabel bebas terhadap nilai absolut, (Sukardi, 2016:172).

3.7.3 Uji Statistik

a. Analisis Regresi Linier Berganda

Analisis regresi berganda, yaitu metode analisis yang digunakan untuk mengetahui pengaruh antara dua atau lebih variable bebas terhadap variabel. Model regresi linier berganda dengan memakai program *software SPSS 17.00 for windows* yaitu:

$$Y = a + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + e$$

Dimana :

Y = Variabel Minat Nasabah Bertransaksi

X₁ = Variabel bebas (Produk dan layanan di aplikasi digital)

X_2 = Variabel bebas (Penetapan harga pada pemasaran digital)

X_3 = Variabel bebas (Promosi produk dan layanan pada pemasaran Digital)

X_4 = Variabel bebas (Distribusi Produk dan transaksi Melalui Sistem Digital)

a = Konstanta

$b_{1,2,3}$ = Koefisien Regresi

e = Standart error (tingkat kesalahan) yaitu 0,1 (10%)

b. Uji Hipotesis

1) Uji Simultan (Uji F)

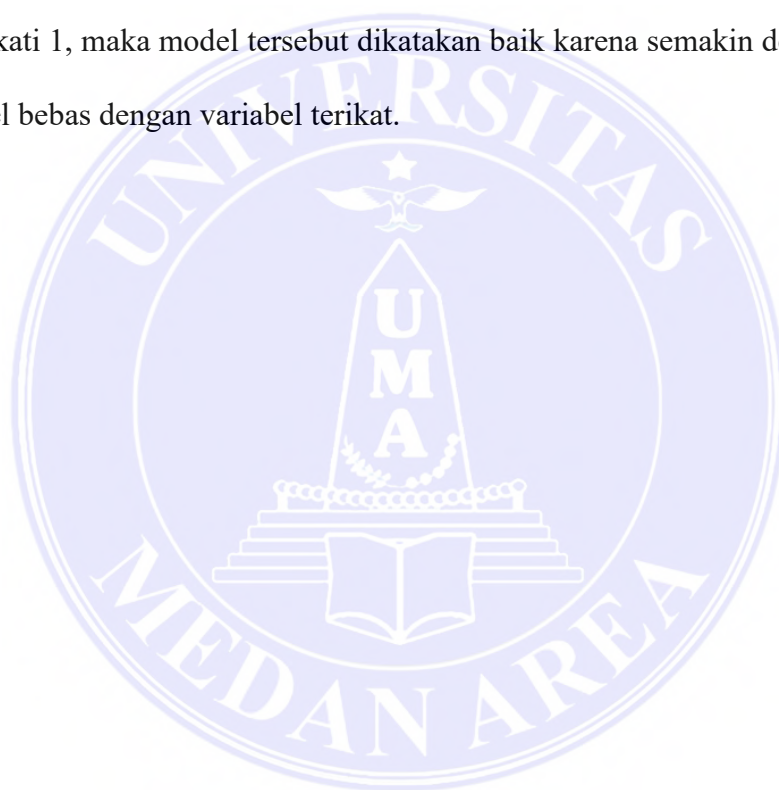
Uji F, dengan maksud menguji apakah secara simultan variabel bebas berpengaruh terhadap variabel terikat, dengan tingkat keyakinan 90% ($\alpha = 0,1$).

2) Uji Parsial (Uji t)

Uji t statistik dimaksudkan untuk menguji pengaruh secara parsial antara variabel bebas terhadap variabel terikat dengan asumsi bahwa variabel lain dianggap konstan, dengan tingkat keyakinan 90% ($\alpha = 0,1$).

3.7.4 Koefisien Determinasi (R^2)

Uji ini digunakan untuk mengukur kedekatan hubungan dari model yang dipakai. Koefisien determinasi (adjusted R^2) yaitu angka yang menunjukkan besarnya kemampuan varian atau penyebaran dari variabel-variabel bebas yang menerangkan variabel terikat atau angka yang menunjukkan seberapa besar variabel terikat dipengaruhi oleh variabel bebasnya. Besarnya koefisien determinasi adalah antara 0 hingga 1 ($0 < \text{adjusted } R^2 < 1$), dimana nilai koefisien mendekati 1, maka model tersebut dikatakan baik karena semakin dekat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat.



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa data dan pembahasan yang sudah diutarakan, maka kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel produk dan layanan di sistem digital berpengaruh terhadap minat nasabah dalam bertransaksi di PT Pegadaian (Persero).
2. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel penetapan harga pada pemasaran digital tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam bertransaksi di PT Pegadaian (Persero).
3. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel promosi produk dan layanan pada pemasaran digital tidak berpengaruh terhadap minat nasabah dalam bertransaksi di PT Pegadaian (Persero).
4. Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial variabel distribusi produk melalui sistem digital berpengaruh terhadap minat nasabah dalam bertransaksi di PT Pegadaian (Persero).
5. Hasil penelitian menunjukkan secara serempak variabel produk dan layanan di sistem digital, penetapan harga pada pemasaran digital, promosi produk dan layanan pada pemasaran digital dan distribusi produk melalui sistem digital berpengaruh terhadap minat nasabah dalam bertransaksi di PT Pegadaian (Persero).

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang ada, maka penulis memberikan beberapa saran sebagai masukan yaitu:

1. Sebaiknya PT pegadaian (Persero) harus meningkatkan pembaharuan data, informasi yang sesuai dengan produk gadai, serta meningkatkan inovasi produk dan layanan yang akan diperkenalkan ke nasabah, dimana hal ini akan membuat nasabah mendapatkan keterangan yang jelas mengenai produk apa yang dibutuhkan nasabah, serta bagaimana peningkatan inovasi tersebut benar-benar sesuai kebutuhan, sehingga nantinya nasabah akan terus bertransaksi dan menggunakan produk PT Pegadaian (Persero).
2. Sebaiknya PT Pegadaian (Persero) harus meneliti satu per satu apakah distribusi produk yang ada di aplikasi benar-benar sudah sesuai atau memang dibutuhkan oleh nasabah, sehingga nantinya ketika mau mendistribusikan produk gadai ke aplikasi memang strategi ini akan mendorong peningkatan nasabah di PT pegadaian (Persero).
3. Untuk peneliti selanjutnya, sebaiknya ditambahkan satu variabel independen, yaitu variabel inovasi produk dan layanan, dimana dengan adanya tambahan variabel ini peneliti dapat mengetahui apakah variabel tersebut mempengaruhi minat nasabah untuk bertransaksi atau menggunakan produk, serta layanan di PT Pegadaian (Persero).

DAFTAR PUSTAKA

- Elvira, Rini, 2017, Strategi Produk, Penetapan Harga, Promosi dan Lokasi Dalam Meningkatkan Penjualan Produk ARRUM (Studi: PT Pegadaian Syariah Cabang Simpang Sekip Kota Bengkulu), *Jurnal Ekonomi dan perbankan Syariah*, Vol. 2, No. 2, h. 53-69
- Ghozali, Imam, 2018, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*, Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Harahap, Khodijah Hafni, 2021, Peran Marketing Dalam Mensosialisasikan Aplikasi Pegadaian Syariah Digital (Studi di PT Pegadaian Cabang Syariah Alaman Bolak), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan
- Harahap, Paisal, 2021, Strategi Bisnis Pada Layanan Aplikasi Mobile Pegadaian Syariah Digital (PSD) Menggunakan Analisis SWOT), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Padangsidempuan
- Jogiyanto, Hartono, 2018, *Metode Pengumpulan dan Teknik Analisa Data*, Yogyakarta : Andi
- Lestari, Dyah, 2019, Analisis Strategi Pemasaran Produk Tabungan Emas Dalam Upaya Menarik Minat Nasabah Di Pegadaian Syariah (Studi di Pegadaian Syariah Unit Pelayanan Syariah Pasar Tamin, Bandar Lampung), *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung
- Muljono, R.K., 2018, *Digital Marketing Concept*, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama
- Nasir, Fitriani, 2018, Pengaruh Promosi, Pengetahuan dan Kualitas pelayanan Terhadap Minat Nasabah Menggunakan Jasa Rahn Pada Kantor PT Pegadaian Syariah Pasar Baru Bantaeng, *Skripsi*, Program Studi Manajemen Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Nobel Indonesia
- Putra, Ida Ayu Gde Suwiprabayanti, Jayaningsih, A.A. Raka, dan Suhardiyanti, Putu Eny, 2021, Peningkatan Kemampuan Promosi *Online* Menggunakan Digital Marketing, *Jurnal Masyarakat Mandiri (JMM)*, Vol. 5, No.5, h. 2871-2878
- Pradiani, Theresia, 2017, Pengaruh Sistem Pemasaran *Digital Marketing* Terhadap Peningkatan Volume Penjualan Hasil Industri Rumahan, *Jurnal JIBEKA*, Vol. 11, No. 2, h. 46-53

- Rapitasari, Diana, 2016, *Digital Marketing* Berbasis Aplikasi Sebagai Strategi Meningkatkan Kepuasan Pelanggan, *Jurnal Cakrawala*, Vol.10, No. 2, h. 107-112
- Saputra, Gde Wisnu dan Ardani, I Gusti Agung Ketut Sri, 2020, Pengaruh *Digital Marketing*, *Word of Mouth*, dan Kualitas Pelayanan terhadap Keputusan Pembelian. *E- Jurnal Manajemen Universitas Udayana*, Vol.9, No.7, h. 2596-2620
- Sari, Lindhi Anjar, 2019, Analisis Penerapan Sistem Informasi Aplikasi Pegadaian Syariah Digital Service Dalam Memudahkan Nasabah Bertransaksi Perpektif Etika Bisnis Islam (Studi Kasus : Pegadaian Syariah CPS Kebomas Gresik), Skripsi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
- Sintya, Dwi Eva, 2020, Analisis Bauran Pemasaran Dalam Menarik Minat Nasabah Pembiayaan Musyarakah di BPRS Mitra Mentari Sejahtera Ponorogo, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Sofiya, Ida, 2020, Implementasi Strategi Digital Marketing Pada Segmen B2C (*Business to Costomer*) Guna Menarik Minat Nasabah Pemula PT Pegadaian (Persero) Deputy Bisnis Area Jember, *Skripsi*, Institut Agama Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Negeri Jember
- Sugiyono, 2018, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, Bandung: Alfabeta
- Sukardi, 2016, *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*, Jakarta: PT Bumi Aksara
- Yuliana, 2018, Pengaruh Bauran Pemasaran Terhadap Minat Nasabah Menggunakan *E-Banking*, *Skripsi*, Program Studi Perbankan Syariah Jurusan Syariah dan Ekonomi Islam Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Parepare

Lampiran 1 : Kuesioner

Kuesioner

Responden yang terhormat,

Saya Zaki Muhammad Siregar dari Mahasiswa/i Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area, memohon kesediaan Bapak/Ibu/saudara untuk mengisi angket kuesioner yang nantinya berguna untuk membantu proses pengumpulan dan pengolahan data skripsi saya, angket kuesioner ini mengenai **“ANALISIS BAURAN PEMASARAN MELALUI *DIGITAL MARKETING* TERHADAP MINAT NASABAH BERTRANSAKSI DI PEGADAIAN CABANG MEDAN PRINGGAN KOTA MEDAN”**. angket kuesioner ini sematamata hanya kuesioner untuk akademik, dimohon kejujuran dan keterbukaan dari bapak / ibu / saudara. Atas waktu, kesedian, dan kerjasamanya dalam mengisi angket kuesioner, saya ucapkan terimakasih.

Identitas Responden :

Nama :

Umur :

Jenis Kelamin : Perempuan Laki-Laki

Petunjuk Pengisian:

1. Berilah tanda (\surd) atau (X) pada salah satu jawaban disamping pertanyaan yang anda anggap paling tepat.

2. Pilih Jawaban :

5 = SS : Sangat Setuju

4 = S : Setuju

3 =KS : Kurang Setuju

2 = TS : Tidak Setuju

1 = STS : Sangat Tidak Setuju

Variabel X₁ Produk dan Layanan Di Sistem Digital

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
1	Produk dan layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgan di sistem digital sangat berguna untuk membantu nasabah					
2	Produk dan layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgan di sistem digital sesuai dengan kebutuhan nasabah					
3	Produk dan layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgan di sistem digital dapat memberikan manfaat lebih bagi nasabah PT Pegadaian					
4	Produk dan Layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgan di sistem digital sangat mudah diperoleh di layanan aplikasi					
5	Produk dan Layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgan di sistem digital memiliki performa yang baik dalam membantu meringankan nasabah					
6	Produk dan Layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgan di sistem digital memiliki tampilan yang menarik					
7	Produk dan Layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgan di sistem digital memiliki tampilan yang membuat nasabah tertarik untuk menggunakan produk dan layanan tersebut.					
8	Produk dan Layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgan di sistem digital tersedia di aplikasi					

Variabel X₂ Penetapan Harga Pada Pemasaran Digital

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
1	Harga atau jumlah dana yang dicicil melalui produk gadai yang ditawarkan melalui aplikasi digital PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane mudah terjangkau oleh nasabah					
2	Harga atau jumlah dana yang dicicil melalui produk gadai yang ditawarkan melalui aplikasi digital PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane tidak memberatkan nasabah					
3	Harga atau jumlah dana yang dicicil melalui produk gadai yang ditawarkan melalui aplikasi digital PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane sesuai dengan harga atau nilai cicilan yang sesuai dengan harapan nasabah					
4	Harga atau jumlah dana yang dicicil melalui produk gadai yang ditawarkan melalui aplikasi digital PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane sudah sesuai dengan produk dan layanan yang diberikan kepada nasabah					
5	Harga atau jumlah dana yang dicicil melalui produk gadai yang ditawarkan melalui aplikasi digital PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane dapat bersaing dengan harga dari produk gadai perusahaan lainnya					
6	Harga atau jumlah dana yang dicicil melalui produk gadai yang ditawarkan melalui aplikasi digital PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane merupakan jumlah cicilan yang miring dan terjangkau nasabah					
7	Harga atau jumlah dana yang dicicil melalui produk gadai yang ditawarkan melalui aplikasi digital PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane sangat meringankan nasabah					
8	Harga atau jumlah dana yang dicicil melalui produk gadai yang ditawarkan melalui aplikasi digital PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane sangat fleksibel dan bermanfaat bagi nasabah					

Variabel X₃ Promosi Produk dan Layanan Pada Pemasaran Digital

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
1	Produk atau layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane di sistem digital dipekenalkan melalui iklan yang ditayangkan melalui media cetak					
2	Produk atau layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane di sistem digital dipekenalkan melalui iklan yang ditayangkan melalui media elektronik					
3	Produk atau layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane di sistem digital mampu menarik nasabah untuk menggunakan produk gadai tersebut pesan yang disampaikan di Twitter					
4	Produk atau layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane di sistem digital mampu menarik nasabah untuk menggunakan produk gadai tersebut pesan yang disampaikan di Instagram					
5	Produk atau layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane di sistem digital diperkenalkan kepada langsung kepada nasabah melalui aplikasi yang ada di pegadaian					
6	Pihak PT Pegadaian selalu memperkenalkan cara menggunakan produk dan layanan pegadaian di aplikasi Pegadaian <i>online</i>					
7	Pihak PT Pegadaian selalu memperkenalkan produk dan layanan pegadaian di aplikasi Pegadaian <i>online</i>					
8	Pihak PT Pegadaian selalu melakukan komunikasi kepada nasabah dan menjelaskan produk dan layanan pegadaian melalui aplikasi pegadaian <i>online</i> dalam rangka meningkatkan opini nasabah mengenai produk dan layanan pegadaian					

Variabel X₄ Distribusi Produk Melalui Sistem Digital

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
1	Produk atau layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane di sistem digital telah tersedia di toko/outlet sesuai dengan produk gadai yang ada					
2	Produk atau layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane di sistem digital telah memiliki <i>marketplace</i> yang telah tersedia di aplikasi untuk tempat menyalurkan dan memperkenalkan produk gadai PT pegadaian					
3	Produk atau layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane di sistem digital memiliki agen atau <i>reseller</i> tersendiri di aplikasi					
4	Produk atau layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane di sistem digital telah tersedia melalui distributor yang ada di aplikasi					
5	Produk atau layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane di sistem digital diperkenalkan langsung kepada nasabah dengan tepat waktu					
6	Produk atau layanan yang ditawarkan PT Pegadaian Cabang Medan Pringgane diperkenalkan kepada nasabah melalui sistem aplikasi yang ada di PT Pegadaian					
7	Ketika memperkenalkan produk dan layanan gadai di aplikasi terdapat layanan untuk bertransaksi antara nasabah dan pihak pegadaian dalam proses penggadaian produk dan layanan yang ada					
8	Di dalam aplikasi sistem digital terdapat fitur yang menghubungkan pihak yang menawarkan produk dan layanan gadai, serta akun nasabah					

Variabel Y Minat Nasabah Untuk Bertransaksi (Y)

No	Pernyataan	5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
1	Nasabah sangat berminat melakukan transaksi pengembalian cicilan gadai melalui aplikasi pegadaian <i>online</i> karena aman ketika bertransaksi					
2	Nasabah sangat berminat melakukan transaksi pengembalian cicilan gadai melalui aplikasi pegadaian <i>online</i> karena mampu melindungi data dan akun nasabah dengan baik					
3	Nasabah sangat berminat melakukan transaksi pengembalian cicilan gadai melalui aplikasi pegadaian <i>online</i> karena nasabah nyaman ketika melakukan transaksi dengan aplikasi ini					
4	Nasabah sangat berminat melakukan transaksi pengembalian cicilan gadai melalui aplikasi pegadaian <i>online</i> karena adanya motivasi kuat dalam diri nasabah untuk selalu bertransaksi melalui aplikasi ini					
5	Nasabah sangat berminat melakukan transaksi pengembalian cicilan gadai melalui aplikasi pegadaian <i>online</i> karena aplikasi ini mudah digunakan					
6	Nasabah sangat berminat melakukan transaksi pengembalian cicilan gadai melalui aplikasi pegadaian <i>online</i> karena nasabah merasa senang bertransaksi melalui aplikasi ini					
7	Nasabah sangat berminat melakukan transaksi pengembalian cicilan gadai melalui aplikasi pegadaian <i>online</i> karena nasabah percaya bahwa transaksi gadai melalui aplikasi ini sangat mudah					
8	Nasabah ingin terus melakukan transaksi gadai melalui aplikasi digital pada PT Pegadaian Cabang Medan Pringg					

Lampiran 2 Tabulasi Jawaban Responden

Variabel Produk dan Layanan Di Sistem Digital (X_1)

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

41	2	4	4	5	2	3	4	2	26
42	2	4	5	4	4	5	5	2	31
43	5	5	4	2	3	4	3	4	30
44	2	4	4	5	2	4	4	4	29
45	4	2	2	5	4	5	4	2	28
46	2	5	4	4	2	4	4	4	29
47	2	2	4	2	4	4	5	2	25
48	4	4	2	4	3	4	4	4	29
49	5	4	4	2	5	2	2	2	26
50	2	2	4	2	4	4	4	4	26
51	4	2	5	4	4	5	4	2	30
52	2	4	4	4	5	4	2	4	29
53	4	2	4	5	4	2	4	2	27
54	2	5	5	4	2	4	2	5	29
55	2	4	2	5	4	2	4	4	27
56	5	4	3	4	4	2	4	5	31
57	5	2	4	4	2	4	2	5	28
58	2	5	2	4	5	2	4	4	28
59	4	2	4	2	4	5	4	2	27
60	4	4	2	3	5	4	2	4	28
61	2	5	5	4	5	2	3	5	31
62	4	4	4	5	4	4	2	2	29
63	5	4	5	4	5	5	4	2	34
64	4	2	5	2	4	3	4	5	29
65	2	5	4	2	3	4	5	4	29
66	2	4	4	5	4	4	2	2	27
67	4	4	2	4	2	5	4	5	30
68	4	2	4	5	4	2	5	5	31
69	2	4	2	5	2	4	2	4	25
70	4	5	5	5	5	5	4	5	38
71	4	4	4	4	4	5	2	4	31
72	2	2	4	4	2	4	4	4	26
73	4	5	2	2	3	5	4	2	27
74	4	4	2	4	4	2	5	4	29
75	4	2	4	5	2	4	2	4	27
76	2	4	2	5	4	4	2	2	25
77	2	2	5	4	5	5	4	4	31
78	5	4	2	2	2	4	4	4	27
79	2	4	4	3	4	2	5	2	26
80	4	2	5	4	4	4	4	4	31
81	4	4	2	2	4	5	2	5	28
82	2	4	4	4	5	4	2	5	30
83	4	4	5	2	5	3	4	4	31
84	4	5	4	2	4	2	4	4	29
85	4	4	4	4	4	2	2	2	26

86	5	5	4	3	2	4	2	5	30
87	4	4	5	2	4	2	4	4	29
88	4	2	4	4	5	4	4	2	29
89	2	5	5	4	2	4	4	4	30
90	4	5	4	2	2	2	2	2	23
91	4	5	2	5	4	4	4	4	32
92	2	4	4	5	5	4	4	2	30
93	4	5	4	4	4	2	4	4	31
94	2	5	5	2	2	5	2	4	27
95	4	4	2	4	4	2	4	4	28
96	2	4	4	4	4	4	4	4	30
97	4	2	4	5	2	4	4	4	29
98	2	5	3	4	4	2	4	4	28
99	4	4	2	5	4	4	5	2	30
100	2	2	4	2	2	5	4	4	25
101	2	5	2	4	4	2	2	5	26
102	4	4	4	4	2	4	2	5	29
103	4	2	5	5	4	5	4	4	33
104	4	2	5	4	4	2	4	4	29
105	2	5	2	2	5	4	2	2	24
106	2	4	4	5	2	4	2	5	28
107	5	2	4	2	3	2	4	4	26
108	4	5	4	4	2	5	4	2	30
109	2	2	2	5	5	4	4	4	28
110	4	4	2	4	4	2	2	2	24
111	2	5	5	4	3	4	4	4	31
112	2	4	2	4	5	4	3	2	26
113	4	4	4	2	3	4	4	4	29
114	5	4	4	5	4	5	2	4	33
115	2	5	4	4	2	2	4	3	26
116	4	5	2	2	5	4	4	4	30
117	2	4	2	4	4	2	4	2	24
118	2	4	2	5	3	5	4	5	30
119	4	2	4	4	4	4	2	4	28
120	2	5	4	4	5	5	4	5	34
121	4	2	5	2	4	2	4	4	27
122	4	2	2	5	3	4	2	4	26
123	2	4	4	5	2	4	4	2	27
124	2	4	5	2	4	5	4	4	30
125	4	5	4	2	3	4	2	3	27
126	2	4	3	5	2	4	2	4	26
127	4	2	4	5	4	5	4	2	30
128	5	5	4	4	2	4	4	4	32
129	4	4	5	2	5	4	3	4	31
130	4	2	4	5	3	4	4	4	30

131	2	4	4	5	2	3	5	2	27
132	2	4	5	4	4	5	5	4	33
133	5	5	4	2	3	4	5	2	30
134	2	4	4	5	2	4	2	5	28
135	4	2	2	5	4	5	4	5	31
136	2	5	4	4	2	4	4	4	29
137	2	2	4	2	4	4	5	4	27
138	4	4	2	4	3	4	2	5	28
139	5	4	4	2	5	2	4	4	30
140	2	2	4	2	4	4	4	2	24
141	4	2	5	4	4	5	4	4	32
142	2	4	4	4	5	4	2	5	30
143	4	2	4	5	4	2	2	2	25
144	2	5	5	4	2	4	2	4	28
145	2	4	2	5	4	2	2	4	25
146	5	4	3	4	4	2	5	2	29
147	5	2	4	4	2	4	4	4	29
148	2	5	2	4	5	2	5	4	29
149	4	2	4	2	4	5	5	5	31
150	4	4	2	3	5	4	3	2	27
151	2	5	5	4	5	2	2	2	27
152	4	4	4	5	4	4	4	4	33
153	5	4	5	4	5	5	2	4	34
154	4	2	5	2	4	3	4	2	26
155	2	5	4	2	3	4	2	4	26
156	2	4	4	5	4	4	4	4	31
157	4	4	2	4	2	5	4	2	27
158	4	2	4	5	4	2	5	2	28
159	2	4	2	5	2	4	3	4	26
160	4	5	5	5	5	5	4	4	37
161	4	4	4	4	4	5	4	2	31
162	2	2	4	4	2	4	4	4	26
163	4	5	2	2	3	5	5	2	28
164	4	4	2	4	4	2	4	4	28
165	4	2	4	5	2	4	2	2	25
166	2	4	2	5	4	4	4	4	29
167	2	2	5	4	5	5	4	2	29
168	5	4	2	2	2	4	2	4	25
169	2	4	4	3	4	2	4	2	25
170	4	2	5	4	4	4	2	5	30
171	4	4	2	2	4	5	4	4	29
172	2	4	4	4	5	4	4	5	32
173	4	4	5	2	5	3	2	5	30
174	4	5	4	2	4	2	4	4	29
175	4	4	4	4	4	2	4	2	28

176	5	5	4	3	2	4	2	4	29
177	4	4	5	2	4	2	4	5	30
178	4	2	4	4	5	4	2	2	27
179	2	5	5	4	4	4	4	2	30
180	4	5	4	2	2	2	4	5	28
181	4	4	2	2	5	4	5	4	30
182	5	4	5	4	4	3	2	5	32
183	4	4	5	2	5	2	4	4	30
184	4	5	2	4	4	2	5	2	28
185	5	4	4	5	5	4	2	4	33
186	4	5	2	3	4	4	4	5	31
187	4	4	2	5	4	4	2	4	29
188	2	2	4	2	2	5	4	4	25
189	2	5	2	4	4	2	4	2	25
190	4	4	4	4	2	4	5	4	31
191	4	2	5	5	4	5	2	4	31
192	4	2	5	4	4	2	2	2	25
193	2	5	2	2	5	4	4	4	28
194	2	4	4	5	2	4	4	3	28
195	5	2	4	2	3	2	5	2	25
196	4	5	4	4	2	5	4	4	32
197	2	2	2	5	5	4	2	5	27
198	4	4	2	4	4	2	2	5	27
199	2	5	5	4	3	4	4	4	31
200	2	4	2	4	5	4	4	4	29
201	4	4	4	2	3	4	2	2	25
202	5	4	4	5	4	5	2	5	34
203	2	5	4	4	2	2	4	4	27
204	4	5	2	2	5	4	4	2	28
205	2	4	2	4	4	2	4	4	26
206	2	4	2	5	3	5	2	2	25
207	2	4	4	4	4	4	2	4	28
208	4	2	4	5	2	4	4	4	29
209	2	5	4	4	4	2	2	4	27
210	4	5	2	5	4	4	4	2	30
211	2	2	4	2	2	5	2	4	23
212	2	5	2	4	4	2	4	5	28
213	4	4	4	4	2	4	4	4	30
214	4	2	5	5	4	5	5	4	34
215	4	2	5	4	4	2	5	2	28
216	2	5	2	2	5	4	4	4	28
217	2	4	4	5	2	4	2	3	26
218	5	2	4	2	3	2	3	4	25
219	4	5	4	4	2	5	2	5	31
220	2	2	2	5	5	4	4	5	29

221	4	4	2	4	4	2	4	5	29
222	2	5	5	4	3	4	2	4	29
223	2	4	2	4	5	4	4	2	27
224	4	4	4	2	3	4	5	4	30
225	5	4	4	5	4	5	3	4	34
226	2	5	4	4	2	2	3	4	26
227	4	5	2	2	5	4	4	2	28
228	2	4	2	3	4	2	5	4	26
229	2	4	2	5	3	5	4	2	27
230	4	2	4	4	4	4	2	5	29
231	2	5	4	4	5	5	4	2	31
232	4	2	5	2	4	2	4	5	28
233	4	2	2	5	3	4	2	4	26
234	2	4	4	5	2	4	2	4	27
235	2	4	5	2	4	5	4	5	31
236	4	5	4	2	3	4	2	4	28
237	2	4	3	5	2	4	3	2	25
238	4	2	4	5	4	5	2	3	29
239	5	5	3	4	2	4	5	4	32
240	4	2	5	2	5	3	4	5	30
241	4	2	4	5	3	4	2	4	28
242	2	4	4	5	2	3	2	4	26
243	2	4	5	4	4	5	2	5	31
244	5	5	4	2	3	4	2	4	29
245	2	4	4	5	2	4	3	2	26
246	4	2	2	5	4	5	2	3	27
247	2	5	4	4	2	4	5	4	30
248	2	2	4	2	4	4	4	2	24
249	4	4	2	4	3	4	5	2	28
250	5	4	4	2	5	2	4	4	30
251	2	2	4	2	4	4	3	4	25
252	4	2	5	4	4	5	4	2	30
253	2	4	4	4	5	4	4	2	29
254	4	2	4	5	4	2	5	2	28
255	2	5	5	4	2	4	4	4	30
256	2	4	2	5	4	2	3	2	24
257	5	4	3	4	4	2	4	4	30
258	5	2	4	4	2	4	2	2	25
259	2	5	2	4	5	2	4	4	28
260	4	2	4	2	4	5	4	2	27
261	4	4	2	3	5	4	2	5	29
262	2	5	5	4	5	2	4	4	31
263	4	4	4	5	4	4	4	5	34
264	5	4	5	4	5	5	2	5	35
265	4	2	5	2	4	3	4	4	28

266	2	5	4	2	3	4	4	3	27
267	2	4	4	5	4	4	2	4	29
268	4	4	2	4	2	5	2	5	28
269	4	2	4	5	4	2	4	2	27
270	2	4	2	5	2	4	4	2	25
271	4	5	5	5	5	5	4	5	38
272	4	4	4	4	4	5	5	4	34
273	2	2	4	4	2	4	2	4	24
274	4	5	2	2	3	5	4	2	27
275	4	4	2	4	4	2	5	3	28
276	4	2	4	5	2	4	4	4	29
277	2	4	2	5	4	4	2	5	28
278	2	2	5	4	5	5	4	4	31
279	5	4	2	2	2	4	4	4	27
280	2	4	4	3	4	2	4	3	26
281	4	2	5	4	4	4	5	4	32
282	4	4	2	2	4	5	2	3	26
283	2	4	4	4	5	4	2	2	27
284	4	4	5	2	5	3	4	4	31
285	4	5	4	2	4	2	4	3	28
286	4	4	4	4	4	2	4	4	30
287	5	5	4	3	2	4	2	4	29
288	4	4	5	2	4	2	2	5	28
289	4	2	4	4	5	4	4	5	32
290	2	5	5	4	4	4	4	3	31
291	4	5	4	2	2	2	4	4	27
292	2	4	2	2	5	4	4	2	25
293	5	4	4	4	4	3	2	5	31
294	4	2	5	2	4	2	4	3	26
295	4	5	2	4	4	2	2	2	25
296	5	4	4	5	5	4	4	4	35
297	4	5	2	2	4	4	4	4	29
298	4	4	5	4	2	2	5	4	30
299	4	2	4	4	4	4	5	4	31
300	2	5	4	4	5	5	5	5	35
301	4	2	5	2	4	2	4	4	27
302	4	2	2	5	3	4	2	2	24
303	2	4	4	5	2	4	4	4	29
304	2	4	5	2	4	5	4	4	30
305	4	5	4	2	3	4	5	2	29
306	2	4	3	5	2	4	4	4	28
307	4	2	4	5	4	5	5	4	33
308	5	5	4	4	2	4	2	2	28
309	4	4	5	2	5	4	4	4	32
310	4	2	4	5	3	4	4	2	28

311	2	4	4	5	2	3	5	4	29
312	5	5	4	2	3	4	2	5	32
313	2	4	4	5	2	4	5	2	30
314	4	2	2	5	4	5	2	3	28
315	2	5	4	4	2	4	4	2	27
316	2	2	4	2	4	4	5	5	27
317	4	4	2	4	3	4	4	4	28
318	5	4	4	2	5	2	4	3	29
319	2	2	4	2	4	4	4	5	29
320	4	2	5	4	4	5	2	3	27
321	2	4	4	4	5	4	5	4	29
322	4	2	4	5	4	2	4	2	32
323	2	5	5	4	2	4	2	5	27
324	2	4	2	5	4	2	4	4	29
325	5	4	3	4	4	2	5	3	27
326	5	2	4	4	2	4	4	4	30
327	2	5	2	4	5	2	4	5	29
328	4	2	4	2	4	5	2	4	29
329	4	4	2	3	5	4	5	3	27
330	2	5	5	4	5	2	5	2	30
331	4	4	4	5	4	4	2	4	30
332	5	4	5	4	5	5	2	3	31
333	4	2	5	2	4	3	5	2	33

Variabel Penetapan Harga Pada Pemasaran Digital (X_2)

Responden	Pernyataan								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	2	4	4	5	5	4	4	4	32
2	4	5	4	4	4	2	3	4	30
3	2	5	5	2	2	5	4	4	29
4	4	4	2	4	4	2	4	2	26
5	2	4	4	4	4	4	2	4	28
6	4	2	4	5	2	4	4	4	29
7	2	5	4	4	4	2	2	4	27
8	4	5	2	5	4	4	4	2	30
9	2	2	4	2	2	5	2	4	23
10	2	5	2	4	4	2	4	5	28
11	4	4	4	4	2	4	4	4	30
12	4	2	5	5	4	5	5	4	34
13	4	2	5	4	4	2	5	2	28
14	2	5	2	2	5	3	4	4	27
15	2	4	4	5	2	4	2	3	26
16	5	2	4	2	3	2	3	4	25
17	4	5	4	4	2	5	2	5	31
18	2	2	2	5	5	4	4	5	29
19	4	4	2	4	4	2	4	5	29
20	2	5	5	4	3	4	2	4	29
21	2	4	2	4	5	4	4	2	27
22	4	4	4	2	3	4	5	4	30
23	5	4	4	5	4	5	3	4	34
24	2	5	4	4	2	2	3	4	26
25	4	5	2	2	5	4	4	2	28
26	2	4	2	3	4	2	5	4	26
27	2	4	2	5	3	5	4	2	27
28	4	2	4	4	4	4	2	5	29
29	2	5	4	4	5	5	4	2	31
30	4	2	5	2	4	2	4	5	28
31	4	2	2	5	3	4	2	4	26
32	2	4	4	5	2	4	2	4	27
33	2	4	5	2	4	5	4	5	31
34	4	5	4	2	3	4	2	4	28
35	2	4	3	5	2	4	3	2	25
36	4	2	4	5	4	5	2	3	29
37	5	5	3	4	2	4	5	4	32
38	4	2	5	2	5	3	4	5	30
39	4	2	4	5	3	4	2	4	28
40	2	4	4	5	2	3	2	4	26
41	2	4	5	4	4	5	2	5	31
42	5	5	4	2	3	4	2	4	29

43	2	4	4	5	2	4	3	2	26
44	4	2	2	5	4	5	2	3	27
45	2	5	4	4	2	4	5	4	30
46	2	2	4	2	4	4	4	2	24
47	4	4	2	4	3	4	5	2	28
48	5	4	4	2	5	2	4	4	30
49	2	2	4	2	4	4	3	4	25
50	4	2	5	4	4	5	4	2	30
51	2	4	4	4	5	4	4	2	29
52	4	2	4	5	4	2	5	2	28
53	2	5	5	4	2	4	4	4	30
54	2	4	2	5	4	2	3	2	24
55	5	4	3	4	4	2	4	4	30
56	5	2	4	4	2	4	2	2	25
57	2	5	2	4	5	2	4	4	28
58	4	2	4	2	4	5	4	2	27
59	4	4	2	3	5	4	2	5	29
60	2	5	5	4	5	2	4	4	31
61	4	4	4	5	4	4	4	5	34
62	5	4	5	4	5	5	2	5	35
63	4	2	5	2	4	3	4	4	28
64	2	5	4	2	3	4	4	3	27
65	2	4	4	5	4	4	2	4	29
66	4	4	2	4	2	5	2	5	28
67	4	2	4	5	4	2	4	2	27
68	2	4	2	5	2	4	4	2	25
69	4	5	5	5	5	5	4	5	38
70	4	4	4	4	4	5	5	4	34
71	2	2	4	4	2	4	2	4	24
72	4	5	2	2	3	5	4	2	27
73	4	4	2	4	4	2	5	3	28
74	4	2	4	5	2	4	4	4	29
75	2	4	2	5	4	4	2	5	28
76	2	2	5	4	5	5	4	4	31
77	5	4	2	2	2	4	4	4	27
78	2	4	4	3	4	2	4	3	26
79	4	2	5	4	4	4	5	4	32
80	4	4	2	2	4	5	2	3	26
81	2	4	4	4	5	4	2	2	27
82	4	4	5	2	5	3	4	4	31
83	4	5	4	2	4	2	4	3	28
84	4	4	4	4	4	2	4	4	30
85	5	5	4	3	2	4	2	4	29
86	4	4	5	2	4	2	2	5	28
87	4	2	4	4	5	4	4	5	32

88	2	5	5	4	4	4	4	3	31
89	4	5	4	2	2	2	4	4	27
90	2	4	2	2	5	4	4	2	25
91	5	4	4	4	4	3	2	5	31
92	4	2	5	2	4	2	4	3	26
93	4	5	2	4	4	2	2	2	25
94	5	4	4	5	5	4	4	4	35
95	4	5	2	2	4	4	4	4	29
96	4	4	5	4	2	2	5	4	30
97	4	2	5	2	4	4	2	4	27
98	2	4	4	4	4	2	4	4	28
99	4	4	2	5	5	4	5	2	31
100	2	4	2	5	4	4	2	4	27
101	2	2	5	2	2	5	4	5	27
102	4	2	4	4	5	2	4	5	30
103	4	5	2	4	2	3	2	4	26
104	4	4	5	4	4	2	5	4	32
105	2	2	2	2	5	5	4	2	24
106	2	4	4	2	4	4	2	5	27
107	5	2	5	5	4	3	4	4	32
108	4	2	4	2	4	5	4	2	27
109	2	4	4	4	2	3	4	4	27
110	4	5	4	4	5	4	5	2	33
111	2	2	5	4	4	2	2	4	25
112	2	4	5	2	2	5	4	2	26
113	4	2	4	2	4	4	2	4	26
114	5	2	4	2	5	3	5	4	30
115	2	4	2	4	4	4	4	3	27
116	4	2	5	4	4	5	5	4	33
117	2	4	2	5	2	4	2	2	23
118	2	4	2	2	5	3	4	5	27
119	4	2	4	4	5	2	4	4	29
120	2	2	4	5	2	4	5	5	29
121	4	4	5	4	2	3	4	4	30
122	4	2	4	3	5	2	4	4	28
123	2	4	2	4	5	4	5	2	28
124	2	5	5	4	4	2	4	4	30
125	4	4	4	5	2	5	4	3	31
126	2	4	2	4	5	3	4	4	28
127	4	2	4	4	5	2	3	2	26
128	5	2	4	5	4	4	5	4	33
129	4	5	5	4	2	3	4	4	31
130	4	2	4	4	5	2	4	4	29
131	2	4	2	2	5	4	5	2	26
132	2	2	5	4	4	2	4	4	27

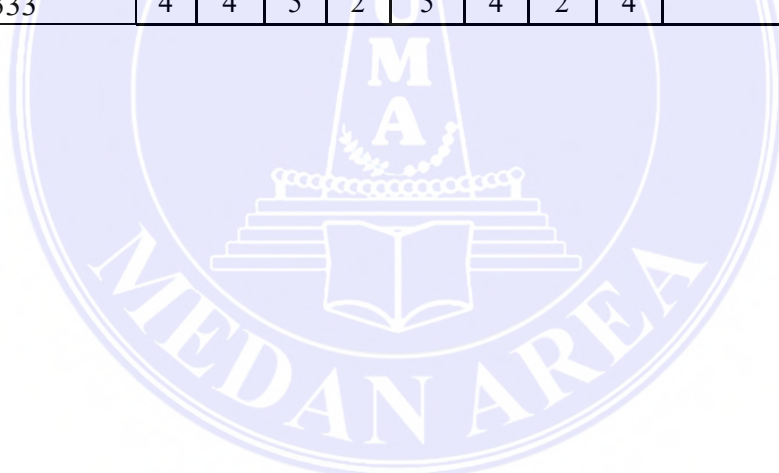
133	5	2	2	4	2	4	4	2	25
134	2	4	4	2	4	3	4	5	28
135	4	5	4	4	2	5	2	5	31
136	2	2	2	4	2	4	4	4	24
137	2	4	2	5	4	4	5	4	30
138	4	2	4	4	4	5	4	5	32
139	5	4	2	4	5	4	2	4	30
140	2	2	5	5	4	2	4	2	26
141	4	2	4	2	5	4	2	4	27
142	2	5	4	3	4	4	2	5	29
143	4	5	2	4	4	2	4	2	27
144	2	2	5	2	4	5	2	4	26
145	2	4	2	4	2	4	5	4	27
146	5	4	4	2	3	5	4	2	29
147	5	2	5	5	4	5	2	4	32
148	2	4	4	4	5	4	4	4	31
149	4	5	4	5	4	5	5	5	37
150	4	4	2	5	2	4	3	2	26
151	2	2	5	4	2	3	4	2	24
152	4	2	4	4	5	4	4	4	31
153	5	4	4	2	4	2	5	4	30
154	4	4	2	4	5	4	2	2	27
155	2	2	4	2	5	2	4	4	25
156	2	4	5	5	5	5	5	4	35
157	4	4	4	4	4	4	5	2	31
158	4	2	2	4	4	2	4	2	24
159	2	4	5	2	2	3	5	4	27
160	4	4	4	2	4	4	2	4	28
161	4	4	2	4	5	2	4	2	27
162	2	2	4	2	5	4	4	4	27
163	4	2	2	5	4	5	5	2	29
164	4	5	4	2	2	2	4	4	27
165	4	2	4	4	3	4	2	2	25
166	2	4	2	5	4	4	4	4	29
167	2	4	4	2	2	4	5	2	25
168	5	2	4	4	4	5	4	4	32
169	2	4	4	5	2	5	3	2	27
170	4	4	5	4	2	4	2	5	30
171	4	4	4	4	4	4	2	4	30
172	2	5	5	4	3	2	4	5	30
173	4	4	4	5	2	4	2	5	30
174	4	4	2	4	4	5	4	4	31
175	4	2	5	5	4	4	4	2	30
176	5	4	5	4	2	2	2	4	28
177	4	2	4	2	2	5	4	5	28

178	4	5	4	4	4	4	3	2	30
179	2	4	2	5	2	4	2	2	23
180	4	4	5	2	4	4	2	5	30
181	4	5	4	4	5	5	4	4	35
182	5	4	5	2	2	4	4	5	31
183	4	4	4	4	2	4	4	4	30
184	4	2	5	5	4	5	5	4	34
185	4	2	5	4	4	2	5	2	28
186	2	5	2	2	5	4	4	4	28
187	2	4	4	5	2	4	2	3	26
188	5	2	4	2	3	2	3	4	25
189	4	5	4	4	2	5	2	5	31
190	2	2	2	5	5	4	4	5	29
191	4	4	2	4	4	2	4	5	29
192	2	5	5	4	3	4	2	4	29
193	2	4	2	4	5	4	4	2	27
194	4	4	4	2	3	4	5	4	30
195	5	4	4	5	4	5	3	4	34
196	2	5	4	4	2	2	3	4	26
197	4	5	2	2	5	4	4	2	28
198	2	4	2	3	4	2	5	4	26
199	2	4	2	5	3	5	4	2	27
200	4	2	4	4	4	4	2	5	29
201	2	5	4	4	5	5	4	2	31
202	4	2	5	2	4	2	4	5	28
203	4	2	2	5	3	4	2	4	26
204	2	4	4	5	2	4	2	4	27
205	2	4	5	2	4	5	4	5	31
206	4	5	4	2	3	4	2	4	28
207	2	4	3	5	2	4	3	2	25
208	4	2	4	5	4	5	2	3	29
209	5	5	3	4	2	4	5	4	32
210	4	2	5	2	5	3	4	5	30
211	4	2	4	5	3	4	2	4	28
212	2	4	4	5	2	3	2	4	26
213	2	4	5	4	4	5	2	5	31
214	5	5	4	2	3	4	2	4	29
215	2	4	4	5	2	4	3	2	26
216	4	2	2	5	4	5	2	3	27
217	2	5	4	4	2	4	5	4	30
218	2	2	4	2	4	4	4	2	24
219	4	4	2	4	3	4	5	2	28
220	5	4	4	2	5	2	4	4	30
221	2	2	4	2	4	4	3	4	25
222	4	2	5	4	4	5	4	2	30

223	2	4	4	4	5	4	4	2	29
224	4	2	4	5	4	2	5	2	28
225	2	5	5	4	2	4	4	4	30
226	2	4	2	5	4	2	3	2	24
227	5	4	3	4	4	2	4	4	30
228	5	2	4	4	2	4	2	2	25
229	2	5	2	4	5	2	4	4	28
230	4	2	4	2	4	5	4	2	27
231	4	4	2	3	5	4	2	5	29
232	2	5	5	4	5	2	4	4	31
233	4	4	4	5	4	4	4	5	34
234	5	4	5	4	5	5	2	5	35
235	4	2	5	2	4	3	4	4	28
236	2	5	4	2	3	4	4	3	27
237	2	4	4	5	4	4	2	4	29
238	4	4	2	4	2	5	2	5	28
239	4	2	4	5	4	2	4	2	27
240	2	4	2	5	2	4	4	2	25
241	4	5	5	5	5	5	4	5	38
242	4	4	4	4	4	5	5	4	34
243	2	2	4	4	2	4	2	4	24
244	4	5	2	2	3	5	4	2	27
245	4	4	2	4	4	2	5	3	28
246	4	2	4	5	2	4	4	4	29
247	2	4	2	5	4	4	2	5	28
248	2	2	5	4	5	5	4	4	31
249	5	4	2	2	2	4	4	4	27
250	2	4	4	3	4	2	4	3	26
251	4	2	5	4	4	4	5	4	32
252	4	4	2	2	4	5	2	3	26
253	2	4	4	4	5	4	2	2	27
254	4	4	5	2	5	3	4	4	31
255	4	5	4	2	4	2	4	3	28
256	4	4	4	4	4	2	4	4	30
257	5	5	4	3	2	4	2	4	29
258	4	4	5	2	4	2	2	5	28
259	4	2	4	4	5	4	4	5	32
260	2	5	5	4	4	4	4	3	31
261	4	5	4	2	2	2	4	4	27
262	2	4	2	2	5	4	4	2	25
263	5	4	4	4	4	3	2	5	31
264	4	2	5	2	4	2	4	3	26
265	4	5	2	4	4	2	2	2	25
266	5	4	4	5	5	4	4	4	35
267	4	5	2	2	4	4	4	4	29

268	4	4	5	4	2	2	5	4	30
269	4	2	4	5	4	2	4	2	27
270	2	4	2	5	2	4	4	2	25
271	4	5	5	5	5	5	4	5	38
272	4	4	4	4	4	5	5	4	34
273	2	2	4	4	2	4	2	4	24
274	4	5	2	2	3	5	4	2	27
275	4	4	2	4	4	2	5	3	28
276	4	2	4	5	2	4	4	4	29
277	2	4	2	5	4	4	2	5	28
278	2	2	5	4	5	5	4	4	31
279	5	4	2	2	2	4	4	4	27
280	2	4	4	3	4	2	4	3	26
281	4	2	5	4	4	4	5	4	32
282	4	4	2	2	4	5	2	3	26
283	2	4	4	4	5	4	2	2	27
284	4	4	5	2	5	3	4	4	31
285	4	5	4	2	4	2	4	3	28
286	4	4	4	4	4	2	4	4	30
287	5	5	4	3	2	4	2	4	29
288	4	4	5	2	4	2	2	5	28
289	4	2	4	4	5	4	4	5	32
290	2	5	5	4	4	4	4	3	31
291	4	5	4	2	2	2	4	4	27
292	2	4	2	2	5	4	4	2	25
293	5	4	4	4	4	3	2	5	31
294	4	2	5	2	4	2	4	3	26
295	4	5	2	4	4	2	2	2	25
296	4	5	2	5	4	4	4	2	30
297	2	4	4	5	5	4	4	5	33
298	4	5	4	4	4	2	2	4	29
299	2	5	5	2	2	5	4	5	30
300	4	4	2	4	4	2	4	4	28
301	2	4	4	4	4	4	2	4	28
302	4	2	4	5	2	4	4	2	27
303	2	5	3	4	4	2	4	4	28
304	4	4	2	5	4	4	2	3	28
305	2	2	4	2	2	5	2	4	23
306	2	5	2	4	4	2	4	2	25
307	4	4	4	4	2	4	4	4	30
308	4	2	5	5	4	5	3	4	32
309	4	2	5	4	4	2	4	4	29
310	2	5	2	2	5	4	5	2	27
311	2	4	4	5	2	4	5	4	30
312	5	2	4	2	3	2	5	2	25

313	2	2	2	5	5	4	4	5	31
314	4	4	2	4	4	2	4	4	29
315	2	5	5	4	3	4	5	4	28
316	2	4	2	4	5	4	2	5	32
317	4	4	4	2	3	4	4	4	28
318	5	4	4	5	4	5	4	2	29
319	2	5	4	4	2	2	4	4	33
320	4	5	2	2	5	4	2	5	27
321	2	4	2	4	4	2	2	2	29
322	2	4	2	5	3	5	2	4	22
323	4	2	4	4	4	4	2	4	27
324	2	5	4	4	5	5	5	2	28
325	4	2	5	2	4	2	4	4	32
326	4	2	2	5	3	4	5	4	27
327	2	4	4	5	2	4	5	5	29
328	2	4	5	2	4	5	3	2	31
329	4	5	4	2	3	4	2	2	27
330	2	4	3	5	2	4	4	4	26
331	4	2	4	5	4	5	2	4	28
332	5	5	3	4	2	4	4	2	30
333	4	4	5	2	5	4	2	4	29



Variabel Promosi Produk dan Layanan Pada Pemasaran Digital (X₃)

Responden	Pernyataan								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	5	4	4	4	2	2	4	29
2	2	5	5	2	2	5	4	5	30
3	4	4	2	4	4	2	4	4	28
4	2	4	4	4	4	4	2	4	28
5	4	2	4	5	2	4	4	2	27
6	2	5	3	4	4	2	4	4	28
7	4	4	2	5	4	4	2	3	28
8	2	2	4	2	2	5	2	4	23
9	2	5	2	4	4	2	4	2	25
10	4	4	4	4	2	4	4	4	30
11	4	2	5	5	4	5	3	4	32
12	4	2	5	4	4	2	4	4	29
13	2	5	2	2	5	4	5	2	27
14	2	4	4	5	2	4	5	4	30
15	5	2	4	2	3	2	5	2	25
16	4	5	4	4	2	5	2	5	31
17	2	2	2	5	5	4	4	5	29
18	4	4	2	4	4	2	4	4	28
19	2	5	5	4	3	4	5	4	32
20	2	4	2	4	5	4	2	5	28
21	4	4	4	2	3	4	4	4	29
22	5	4	4	5	4	5	4	2	33
23	2	5	4	4	2	2	4	4	27
24	4	5	2	2	5	4	2	5	29
25	2	4	2	4	4	2	2	2	22
26	2	4	2	5	3	5	2	4	27
27	4	2	4	4	4	4	2	4	28
28	2	5	4	4	5	5	5	2	32
29	4	2	5	2	4	2	4	4	27
30	4	2	2	5	3	4	5	4	29
31	2	4	4	5	2	4	5	5	31
32	2	4	5	2	4	5	3	2	27
33	4	5	4	2	3	4	2	2	26
34	2	4	3	5	2	4	4	4	28
35	4	2	4	5	4	5	2	4	30
36	5	5	3	4	2	4	4	2	29
37	4	4	5	2	5	4	2	4	30
38	4	2	4	5	4	5	4	4	32
39	2	4	4	5	2	3	4	2	26
40	2	4	5	4	4	5	5	2	31
41	5	5	4	2	3	4	3	4	30
42	2	4	4	5	2	4	4	4	29

43	4	2	2	5	4	5	4	2	28
44	2	5	4	4	2	4	4	4	29
45	2	2	4	2	4	4	5	2	25
46	4	4	2	4	3	4	4	4	29
47	5	4	4	2	5	2	2	2	26
48	2	2	4	2	4	4	4	4	26
49	4	2	5	4	4	5	4	2	30
50	2	4	4	4	5	4	2	4	29
51	4	2	4	5	4	2	4	2	27
52	2	5	5	4	2	4	2	5	29
53	2	4	2	5	4	2	4	4	27
54	5	4	3	4	4	2	4	5	31
55	5	2	4	4	2	4	2	5	28
56	2	5	2	4	5	2	4	4	28
57	4	2	4	2	4	5	4	2	27
58	4	4	2	3	5	4	2	4	28
59	2	5	5	4	5	2	3	5	31
60	4	4	4	5	4	4	2	2	29
61	5	4	5	4	5	5	4	2	34
62	4	2	5	2	4	3	4	5	29
63	2	5	4	2	3	4	5	4	29
64	2	4	4	5	4	4	2	2	27
65	4	4	2	4	2	5	4	3	28
66	4	2	4	5	4	2	5	3	29
67	2	4	2	5	2	4	2	4	25
68	4	5	5	5	5	5	4	5	38
69	4	4	4	4	4	5	2	4	31
70	2	2	4	4	2	4	4	4	26
71	4	5	2	2	3	5	4	2	27
72	4	4	2	4	4	2	5	4	29
73	4	2	4	5	2	4	2	4	27
74	2	4	2	5	4	4	2	2	25
75	2	2	5	4	5	5	4	4	31
76	5	4	2	2	2	4	4	4	27
77	2	4	4	3	4	2	5	2	26
78	4	2	5	4	4	4	4	4	31
79	4	4	2	2	4	5	2	5	28
80	2	4	4	4	5	4	2	5	30
81	4	4	5	2	5	3	4	4	31
82	4	5	4	2	4	2	4	4	29
83	4	4	4	4	4	2	2	2	26
84	5	5	4	3	2	4	2	5	30
85	4	4	5	2	4	2	4	4	29
86	4	2	4	4	5	4	4	2	29
87	2	5	5	4	2	4	4	4	30

88	4	5	4	2	2	2	2	2	23
89	2	2	4	2	2	5	2	4	23
90	2	5	2	4	4	2	4	2	25
91	4	4	4	4	2	4	4	4	30
92	4	2	5	5	4	5	3	4	32
93	4	2	5	4	4	2	4	4	29
94	2	5	2	2	5	4	5	2	27
95	2	4	4	5	2	4	5	4	30
96	5	2	4	2	3	2	5	2	25
97	4	5	4	4	2	5	2	5	31
98	2	2	2	5	5	4	4	5	29
99	4	4	2	4	4	2	4	4	28
100	2	5	5	4	3	4	5	4	32
101	2	4	2	4	5	4	2	5	28
102	4	4	4	2	3	4	4	4	29
103	5	4	4	5	4	5	4	2	33
104	2	5	4	4	2	2	4	4	27
105	4	5	2	2	5	4	2	5	29
106	2	4	2	4	4	2	2	2	22
107	2	4	2	5	3	5	2	4	27
108	4	2	4	4	4	4	2	4	28
109	2	5	4	4	5	5	5	2	32
110	4	2	5	2	4	2	4	4	27
111	4	2	2	5	3	4	5	4	29
112	2	4	4	5	2	4	5	5	31
113	2	4	5	2	4	5	3	2	27
114	4	5	4	2	3	4	2	2	26
115	2	4	3	5	2	4	4	4	28
116	4	2	4	5	4	5	2	4	30
117	5	5	3	4	2	4	4	2	29
118	4	4	5	2	5	4	2	4	30
119	4	2	4	5	4	5	4	4	32
120	2	4	4	5	2	3	4	2	26
121	2	4	5	4	4	5	5	2	31
122	5	5	4	2	3	4	3	4	30
123	2	4	4	5	2	4	4	4	29
124	4	2	2	5	4	5	4	2	28
125	2	5	4	4	2	4	4	4	29
126	2	2	4	2	4	4	5	2	25
127	4	4	2	4	3	4	4	4	29
128	5	4	4	2	5	2	2	2	26
129	2	2	4	2	4	4	4	4	26
130	4	2	5	4	4	5	4	2	30
131	2	4	4	4	5	4	2	4	29
132	4	2	4	5	4	2	4	2	27

133	2	5	5	4	2	4	2	5	29
134	2	4	2	5	4	2	4	4	27
135	5	4	3	4	4	2	4	5	31
136	5	2	4	4	2	4	2	5	28
137	2	5	2	4	5	2	4	4	28
138	4	2	4	2	4	5	4	2	27
139	4	4	2	3	5	4	2	4	28
140	2	5	5	4	5	2	3	5	31
141	4	4	4	5	4	4	2	2	29
142	5	4	5	4	5	5	4	2	34
143	4	2	5	2	4	3	4	5	29
144	2	5	4	2	3	4	5	4	29
145	2	4	4	5	4	4	2	2	27
146	4	4	2	4	2	5	4	3	28
147	4	2	4	5	4	2	5	3	29
148	2	4	2	5	2	4	2	4	25
149	4	5	5	5	5	5	4	5	38
150	4	4	4	4	4	5	2	4	31
151	2	2	4	4	2	4	4	4	26
152	4	5	2	2	3	5	4	2	27
153	4	4	2	4	4	2	5	4	29
154	4	2	4	5	2	4	2	4	27
155	2	4	2	5	4	4	2	2	25
156	2	2	5	4	5	5	4	4	31
157	5	4	2	2	2	4	4	4	27
158	2	4	4	3	4	2	5	2	26
159	4	2	5	4	4	4	4	4	31
160	4	4	2	2	4	5	2	5	28
161	2	4	4	4	5	4	2	5	30
162	4	4	5	2	5	3	4	4	31
163	4	5	4	2	4	2	4	4	29
164	4	4	4	4	4	2	2	2	26
165	5	5	4	3	2	4	2	5	30
166	4	4	5	2	4	2	4	4	29
167	4	2	4	4	5	4	4	2	29
168	2	5	5	4	2	4	4	4	30
169	4	5	4	2	2	2	2	2	23
170	4	2	4	5	2	4	4	2	27
171	2	5	3	4	4	2	4	4	28
172	4	4	2	5	4	4	2	3	28
173	2	2	4	2	2	5	2	4	23
174	2	5	2	4	4	2	4	2	25
175	4	4	4	4	2	4	4	4	30
176	4	2	5	5	4	5	3	4	32
177	4	2	5	4	4	2	4	4	29

178	2	5	2	2	5	4	5	2	27
179	2	4	4	5	2	4	5	4	30
180	5	2	4	2	3	2	5	2	25
181	4	5	4	4	2	5	2	5	31
182	2	2	2	5	5	4	4	5	29
183	4	4	2	4	4	2	4	4	28
184	2	5	5	4	3	4	5	4	32
185	2	4	2	4	5	4	2	5	28
186	4	4	4	2	3	4	4	4	29
187	5	4	4	5	4	5	4	2	33
188	2	5	4	4	2	2	4	4	27
189	4	5	2	2	5	4	2	5	29
190	2	4	2	4	4	2	2	2	22
191	2	4	2	5	3	5	2	4	27
192	4	2	4	4	4	4	2	4	28
193	2	5	4	4	5	5	5	2	32
194	4	2	5	2	4	2	4	4	27
195	4	2	2	5	3	4	5	4	29
196	2	4	4	5	2	4	5	5	31
197	2	4	5	2	4	5	3	2	27
198	4	5	4	2	3	4	2	2	26
199	2	4	3	5	2	4	4	4	28
200	4	2	4	5	4	5	2	4	30
201	5	5	3	4	2	4	4	2	29
202	4	4	5	2	5	4	2	4	30
203	4	2	4	5	4	5	4	4	32
204	2	4	4	5	2	3	4	2	26
205	2	4	5	4	4	5	5	2	31
206	5	5	4	2	3	4	3	4	30
207	2	4	4	5	2	4	4	4	29
208	4	2	2	5	4	5	4	2	28
209	2	5	4	4	2	4	4	4	29
210	2	2	4	2	4	4	5	2	25
211	4	4	2	4	3	4	4	4	29
212	5	4	4	2	5	2	2	2	26
213	2	2	4	2	4	4	4	4	26
214	4	5	4	4	4	2	3	4	30
215	2	5	5	2	2	5	4	4	29
216	4	4	2	4	4	2	4	2	26
217	2	4	4	4	4	4	2	4	28
218	4	2	4	5	2	4	4	4	29
219	2	5	4	4	4	2	2	4	27
220	4	5	2	5	4	4	4	2	30
221	2	2	4	2	2	5	2	4	23
222	2	5	2	4	4	2	4	5	28

223	4	4	4	4	2	4	4	4	30
224	4	2	5	5	4	5	5	4	34
225	4	2	5	4	4	2	5	2	28
226	2	5	2	2	5	4	4	4	28
227	2	4	4	5	2	4	2	3	26
228	5	2	4	2	3	2	3	4	25
229	4	5	4	4	2	5	2	5	31
230	2	2	2	5	5	4	4	5	29
231	4	4	2	4	4	2	4	5	29
232	2	5	5	4	3	4	2	4	29
233	2	4	2	4	5	4	4	2	27
234	4	4	4	2	3	4	5	4	30
235	5	4	4	5	4	5	3	4	34
236	2	5	4	4	2	2	3	4	26
237	4	5	2	2	5	4	4	2	28
238	2	4	2	3	4	2	5	4	26
239	2	4	2	5	3	5	4	2	27
240	4	2	4	4	4	4	2	5	29
241	2	5	4	4	5	5	4	2	31
242	4	2	5	2	4	2	4	5	28
243	4	2	2	5	3	4	2	4	26
244	2	4	4	5	2	4	2	4	27
245	2	4	5	2	4	5	4	5	31
246	4	5	4	2	3	4	2	4	28
247	2	4	3	5	2	4	3	2	25
248	4	2	4	5	4	5	2	3	29
249	5	5	3	4	2	4	5	4	32
250	4	2	5	2	5	3	4	5	30
251	4	2	4	5	3	4	2	4	28
252	2	4	4	5	2	3	2	4	26
253	2	4	5	4	4	5	2	5	31
254	5	5	4	2	3	4	2	4	29
255	2	4	4	5	2	4	3	2	26
256	4	2	2	5	4	5	2	3	27
257	2	5	4	4	2	4	5	4	30
258	2	2	4	2	4	4	4	2	24
259	4	4	2	4	3	4	5	2	28
260	5	4	4	2	5	2	4	4	30
261	2	2	4	2	4	4	3	4	25
262	4	2	5	4	4	5	4	2	30
263	2	4	4	4	5	4	4	2	29
264	4	2	4	5	4	2	5	2	28
265	2	5	5	4	2	4	4	4	30
266	2	4	2	5	4	2	3	2	24
267	5	4	3	4	4	2	4	4	30

268	5	2	4	4	2	4	2	2	25
269	2	5	2	4	5	2	4	4	28
270	4	2	4	2	4	5	4	2	27
271	4	4	2	3	5	4	2	5	29
272	2	5	5	4	5	2	4	4	31
273	4	4	4	5	4	4	4	5	34
274	5	4	5	4	5	5	2	5	35
275	4	2	5	2	4	3	4	4	28
276	2	5	4	2	3	4	4	3	27
277	2	4	4	5	4	4	2	4	29
278	4	4	2	4	2	5	2	5	28
279	4	2	4	5	4	2	4	2	27
280	2	4	2	5	2	4	4	2	25
281	4	5	5	5	5	5	4	5	38
282	4	5	4	4	2	5	2	5	31
283	2	2	2	5	5	4	4	5	29
284	4	4	2	4	4	2	4	5	29
285	2	5	5	4	3	4	2	4	29
286	2	4	2	4	5	4	4	2	27
287	4	4	4	2	3	4	5	4	30
288	5	4	4	5	4	5	3	4	34
289	2	5	4	4	2	2	3	4	26
290	4	5	2	2	5	4	4	2	28
291	2	4	2	3	4	2	5	4	26
292	2	4	2	5	3	5	4	2	27
293	4	2	4	4	4	4	2	5	29
294	2	5	4	4	5	5	4	2	31
295	4	2	5	2	4	2	4	5	28
296	4	2	2	5	3	4	2	4	26
297	2	4	4	5	2	4	2	4	27
298	2	4	5	2	4	5	4	5	31
299	4	5	4	2	3	4	2	4	28
300	2	4	3	5	2	4	3	2	25
301	4	2	4	5	4	5	2	3	29
302	5	5	3	4	2	4	5	4	32
303	4	2	5	2	5	3	4	5	30
304	4	2	4	5	3	4	2	4	28
305	2	4	4	5	2	3	2	4	26
306	2	4	5	4	4	5	2	5	31
307	5	5	4	2	3	4	2	4	29
308	2	4	4	5	2	4	3	2	26
309	4	2	2	5	4	5	2	3	27
310	2	5	4	4	2	4	5	4	30
311	2	2	4	2	4	4	4	2	24
312	4	4	2	4	3	4	5	2	28

313	2	2	4	2	4	4	3	4	25
314	4	2	5	4	4	5	4	2	30
315	2	4	4	4	5	4	4	2	29
316	4	2	4	5	4	2	5	2	28
317	2	5	5	4	2	4	4	4	30
318	2	4	2	5	4	2	3	2	24
319	5	4	3	4	4	2	4	4	30
320	5	2	4	4	2	4	2	2	25
321	2	5	2	4	5	2	4	4	28
322	4	2	4	2	4	5	4	2	27
323	4	4	2	3	5	4	2	5	29
324	2	5	5	4	5	2	4	4	31
325	4	4	4	5	4	4	4	5	34
326	5	4	5	4	5	5	2	5	35
327	4	2	5	2	4	3	4	4	28
328	2	5	4	2	3	4	4	3	27
329	2	4	4	5	4	4	2	4	29
330	4	4	2	4	2	5	2	5	28
331	4	2	4	5	4	2	4	2	27
332	2	4	2	5	2	4	4	2	25
333	4	5	5	5	5	5	4	5	38



Variabel Distribusi Produk Melalui Sistem Digital (X₄)

Responden	Pernyataan								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	3	5	2	5	4	4	4	2	29
2	2	4	4	5	5	4	4	4	32
3	4	5	4	4	4	2	3	4	30
4	2	5	5	2	2	5	4	4	29
5	4	4	2	4	4	2	4	2	26
6	2	4	4	4	4	4	2	4	28
7	4	2	4	5	2	4	4	4	29
8	2	5	4	4	4	2	2	4	27
9	4	5	2	5	4	4	4	2	30
10	2	4	4	2	2	5	4	4	27
11	2	5	2	4	4	2	4	5	28
12	4	4	4	4	2	4	4	4	30
13	4	2	5	5	4	5	5	4	34
14	4	2	5	4	4	2	5	2	28
15	2	5	2	2	5	4	4	4	28
16	2	4	4	5	2	4	2	3	26
17	5	2	4	2	3	2	3	4	25
18	4	5	4	4	2	5	2	5	31
19	2	2	2	5	5	4	4	5	29
20	4	4	2	4	4	2	4	5	29
21	2	5	5	4	3	4	2	4	29
22	2	4	2	4	5	4	4	2	27
23	4	4	4	2	3	4	5	4	30
24	5	4	4	5	4	5	3	4	34
25	2	5	4	4	2	2	4	4	27
26	4	5	2	2	5	4	4	2	28
27	2	4	2	3	4	2	5	4	26
28	2	4	2	5	3	5	4	2	27
29	4	2	4	4	4	4	2	5	29
30	2	5	4	4	5	5	4	2	31
31	4	2	5	2	4	2	4	5	28
32	4	2	2	5	3	4	2	4	26
33	2	4	4	5	2	4	2	4	27
34	2	4	5	2	4	5	4	5	31
35	4	5	4	2	3	4	2	4	28
36	2	4	3	5	2	4	3	2	25
37	4	2	4	5	4	5	2	3	29
38	5	5	3	4	2	4	5	4	32
39	4	2	5	2	5	3	4	5	30
40	4	2	4	5	3	4	2	4	28
41	2	4	4	5	2	3	2	4	26
42	2	4	5	4	4	5	2	5	31

43	5	5	4	2	3	4	2	4	29
44	2	4	4	5	2	4	3	2	26
45	4	2	2	5	4	5	2	3	27
46	2	5	4	4	2	4	5	4	30
47	2	2	4	2	4	4	4	2	24
48	4	4	2	4	3	4	5	2	28
49	5	4	4	2	5	2	4	4	30
50	2	2	4	2	4	4	3	4	25
51	4	2	5	4	4	5	4	2	30
52	2	4	4	4	5	4	4	2	29
53	4	2	4	5	4	2	5	2	28
54	2	5	5	4	2	4	4	4	30
55	2	4	2	5	4	2	3	2	24
56	5	4	3	4	4	2	4	4	30
57	5	2	4	4	2	4	2	2	25
58	2	5	2	4	5	2	4	4	28
59	4	2	4	2	4	5	4	2	27
60	4	4	2	3	5	4	2	5	29
61	2	5	5	4	5	2	4	4	31
62	4	3	4	5	4	4	4	5	33
63	3	4	2	4	5	5	2	5	30
64	4	2	5	2	4	3	4	4	28
65	2	5	4	2	3	4	4	3	27
66	2	4	4	5	4	4	2	4	29
67	4	4	2	4	2	5	2	5	28
68	4	2	4	5	4	2	4	2	27
69	4	4	2	5	2	4	5	2	28
70	4	5	5	5	5	5	4	5	38
71	4	4	4	4	4	5	5	4	34
72	2	2	4	4	2	4	2	4	24
73	4	5	2	2	3	5	4	2	27
74	4	4	2	4	4	2	5	3	28
75	4	2	4	5	2	4	4	4	29
76	2	4	2	5	4	4	2	5	28
77	2	2	5	4	5	5	4	4	31
78	5	4	2	2	2	4	4	4	27
79	2	4	4	3	4	2	4	3	26
80	4	2	5	4	4	4	5	4	32
81	4	4	2	2	4	5	2	3	26
82	2	4	4	4	5	4	2	2	27
83	4	4	5	2	5	3	4	4	31
84	4	5	4	2	4	2	4	3	28
85	4	4	4	4	4	2	4	4	30
86	5	5	4	3	2	4	2	4	29
87	4	4	5	2	4	2	2	5	28

88	4	2	4	4	5	4	4	5	32
89	2	5	5	4	4	4	4	3	31
90	4	5	4	2	2	2	4	4	27
91	2	5	5	2	2	5	4	5	30
92	4	4	2	4	4	2	4	4	28
93	2	4	4	4	4	4	2	4	28
94	4	2	4	5	2	4	4	2	27
95	2	5	3	4	4	2	4	4	28
96	4	4	2	5	4	4	2	3	28
97	2	2	4	2	2	5	2	4	23
98	2	5	2	4	4	2	4	2	25
99	4	4	4	4	2	4	4	4	30
100	4	2	5	5	4	5	3	4	32
101	4	2	5	4	4	2	4	4	29
102	2	5	2	2	5	4	5	2	27
103	2	4	4	5	2	4	5	4	30
104	5	2	4	2	3	2	5	2	25
105	4	5	4	4	2	5	2	5	31
106	2	2	2	5	5	4	4	5	29
107	4	4	2	4	4	2	4	4	28
108	2	5	5	4	3	4	5	4	32
109	2	4	2	4	5	4	2	5	28
110	4	4	4	2	3	4	4	4	29
111	5	4	4	5	4	5	4	2	33
112	2	5	4	4	2	2	4	4	27
113	4	5	2	2	5	4	2	5	29
114	2	4	2	4	4	2	2	2	22
115	2	4	2	5	3	5	2	4	27
116	4	2	4	4	4	4	2	4	28
117	2	5	4	4	5	5	5	2	32
118	4	2	5	2	4	2	4	4	27
119	4	2	2	5	3	4	5	4	29
120	2	4	4	5	2	4	5	5	31
121	2	4	5	2	4	5	3	2	27
122	4	5	4	2	3	4	2	2	26
123	2	4	3	5	2	4	4	4	28
124	4	2	4	5	4	5	2	4	30
125	5	5	3	4	2	4	4	2	29
126	4	4	5	2	5	4	2	4	30
127	4	2	4	5	4	5	4	4	32
128	2	4	4	5	2	3	4	2	26
129	2	4	5	4	4	5	5	2	31
130	5	5	4	2	3	4	3	4	30
131	2	4	4	5	2	4	4	4	29
132	4	2	2	5	4	5	4	2	28

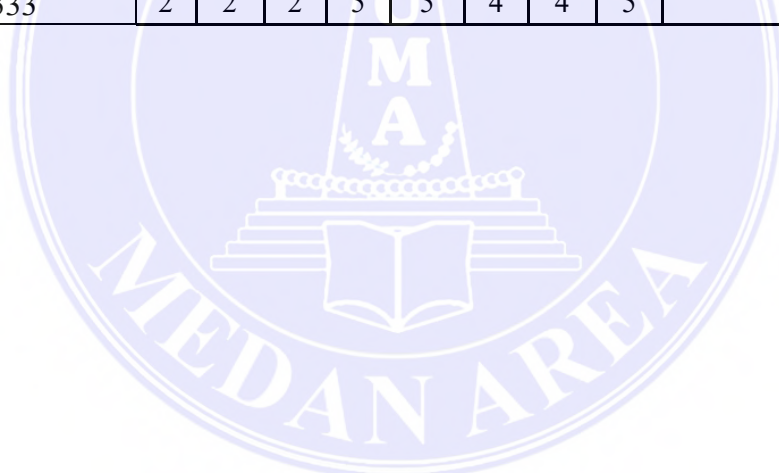
133	2	5	4	4	2	4	4	4	29
134	2	2	4	2	4	4	5	2	25
135	4	4	2	4	3	4	4	4	29
136	5	4	4	2	5	2	2	2	26
137	2	2	4	2	4	4	4	4	26
138	4	2	5	4	4	5	4	2	30
139	2	4	4	4	5	4	2	4	29
140	4	2	4	5	4	2	4	2	27
141	2	5	5	4	2	4	2	5	29
142	2	4	2	5	4	2	4	4	27
143	5	4	3	4	4	2	4	5	31
144	5	2	4	4	2	4	2	5	28
145	2	5	2	4	5	2	4	4	28
146	4	2	4	2	4	5	4	2	27
147	4	4	2	3	5	4	2	4	28
148	2	5	5	4	5	2	3	5	31
149	4	4	4	5	4	4	2	2	29
150	5	4	5	4	5	5	4	2	34
151	4	2	5	2	4	3	4	5	29
152	2	5	4	2	3	4	5	4	29
153	2	4	4	5	4	4	2	2	27
154	4	4	2	4	2	5	4	3	28
155	4	2	4	5	4	2	5	3	29
156	2	4	2	5	2	4	2	4	25
157	4	5	5	5	5	5	4	5	38
158	4	4	4	4	4	5	2	4	31
159	2	2	4	4	2	4	4	4	26
160	4	5	2	2	3	5	4	2	27
161	4	4	2	4	4	2	5	4	29
162	4	2	4	5	2	4	2	4	27
163	2	4	2	5	4	4	2	2	25
164	2	2	5	4	5	5	4	4	31
165	5	4	2	2	2	4	4	4	27
166	2	4	4	3	4	2	5	2	26
167	4	2	5	4	4	4	4	4	31
168	4	4	2	2	4	5	2	5	28
169	2	4	4	4	5	4	2	5	30
170	4	4	5	2	5	3	4	4	31
171	4	5	4	2	4	2	4	4	29
172	4	4	4	4	4	2	2	2	26
173	5	5	4	3	2	4	2	5	30
174	4	4	5	2	4	2	4	4	29
175	4	2	4	4	5	4	4	2	29
176	2	5	5	4	2	4	4	4	30
177	4	5	4	2	2	2	2	2	23

178	4	4	2	4	4	2	4	2	26
179	2	4	4	4	4	4	2	4	28
180	4	2	4	5	2	4	4	4	29
181	2	5	4	4	4	2	2	4	27
182	4	5	2	5	4	4	4	2	30
183	2	4	4	2	2	5	4	4	27
184	2	5	2	4	4	2	4	5	28
185	4	4	4	4	2	4	4	4	30
186	4	2	5	5	4	5	5	4	34
187	4	2	5	4	4	2	5	2	28
188	2	5	2	2	5	4	4	4	28
189	2	4	4	5	2	4	2	3	26
190	5	2	4	2	3	2	3	4	25
191	4	5	4	4	2	5	2	5	31
192	2	2	2	5	5	4	4	5	29
193	4	4	2	4	4	2	4	5	29
194	2	5	5	4	3	4	2	4	29
195	2	4	2	4	5	4	4	2	27
196	4	4	4	2	3	4	5	4	30
197	5	4	4	5	4	5	3	4	34
198	2	5	4	4	2	2	4	4	27
199	4	5	2	2	5	4	4	2	28
200	2	4	2	3	4	2	5	4	26
201	2	4	2	5	3	5	4	2	27
202	4	2	4	4	4	4	2	5	29
203	2	5	4	4	5	5	4	2	31
204	4	2	5	2	4	2	4	5	28
205	4	2	2	5	3	4	2	4	26
206	2	4	4	5	2	4	2	4	27
207	2	4	5	2	4	5	4	5	31
208	4	5	4	2	3	4	2	4	28
209	2	4	3	5	2	4	3	2	25
210	4	2	4	5	4	5	2	3	29
211	5	5	3	4	2	4	5	4	32
212	4	2	5	2	5	3	4	5	30
213	4	2	4	5	3	4	2	4	28
214	2	4	4	5	2	3	2	4	26
215	2	4	5	4	4	5	2	5	31
216	5	5	4	2	3	4	2	4	29
217	2	4	4	5	2	4	3	2	26
218	4	2	2	5	4	5	2	3	27
219	2	5	4	4	2	4	5	4	30
220	2	2	4	2	4	4	4	2	24
221	4	4	2	4	3	4	5	2	28
222	5	4	4	2	5	2	4	4	30

223	2	2	4	2	4	4	3	4	25
224	4	2	5	4	4	5	4	2	30
225	2	4	4	4	5	4	4	2	29
226	4	2	4	5	4	2	5	2	28
227	2	5	5	4	2	4	4	4	30
228	2	4	2	5	4	2	3	2	24
229	5	4	3	4	4	2	4	4	30
230	5	2	4	4	2	4	2	2	25
231	2	5	2	4	5	2	4	4	28
232	4	2	4	2	4	5	4	2	27
233	4	4	2	3	5	4	2	5	29
234	2	5	5	4	5	2	4	4	31
235	4	3	4	5	4	4	4	5	33
236	3	4	2	4	5	5	2	5	30
237	4	2	5	2	4	3	4	4	28
238	2	5	4	2	3	4	4	3	27
239	2	4	4	5	4	4	2	4	29
240	4	4	2	4	2	5	2	5	28
241	4	2	4	5	4	2	4	2	27
242	4	4	2	5	2	4	5	2	28
243	4	5	5	5	5	5	4	5	38
244	4	4	4	4	4	5	5	4	34
245	2	2	4	4	2	4	2	4	24
246	4	5	2	2	3	5	4	2	27
247	4	4	2	4	4	2	5	3	28
248	4	2	4	5	2	4	4	4	29
249	2	4	2	5	4	4	2	5	28
250	2	2	5	4	5	5	4	4	31
251	5	4	2	2	2	4	4	4	27
252	2	4	4	3	4	2	4	3	26
253	4	2	5	4	4	4	5	4	32
254	4	4	2	2	4	5	2	3	26
255	2	4	4	4	5	4	2	2	27
256	4	4	5	2	5	3	4	4	31
257	4	5	4	2	4	2	4	3	28
258	4	4	4	4	4	2	4	4	30
259	5	5	4	3	2	4	2	4	29
260	4	4	5	2	4	2	2	5	28
261	4	2	4	4	5	4	4	5	32
262	2	5	5	4	4	4	4	3	31
263	4	5	4	2	2	2	4	4	27
264	4	2	5	4	4	2	5	2	28
265	2	5	2	2	5	4	4	4	28
266	2	4	4	5	2	4	2	3	26
267	5	2	4	2	3	2	3	4	25

268	4	5	4	4	2	5	2	5	31
269	2	2	2	5	5	4	4	5	29
270	4	4	2	4	4	2	4	5	29
271	2	5	5	4	3	4	2	4	29
272	2	4	2	4	5	4	4	2	27
273	4	4	4	2	3	4	5	4	30
274	5	4	4	5	4	5	3	4	34
275	2	5	4	4	2	2	4	4	27
276	4	5	2	2	5	4	4	2	28
277	2	4	2	3	4	2	5	4	26
278	2	4	2	5	3	5	4	2	27
279	4	2	4	4	4	4	2	5	29
280	2	5	4	4	5	5	4	2	31
281	4	2	5	2	4	2	4	5	28
282	4	2	2	5	3	4	2	4	26
283	2	4	4	5	2	4	2	4	27
284	2	4	5	2	4	5	4	5	31
285	4	5	4	2	3	4	2	4	28
286	2	4	3	5	2	4	3	2	25
287	4	2	4	5	4	5	2	3	29
288	5	5	3	4	2	4	5	4	32
289	4	2	5	2	5	3	4	5	30
290	4	2	4	5	3	4	2	4	28
291	2	4	4	5	2	3	2	4	26
292	2	4	5	4	4	5	2	5	31
293	5	5	4	2	3	4	2	4	29
294	2	4	4	5	2	4	3	2	26
295	4	2	2	5	4	5	2	3	27
296	2	5	4	4	2	4	5	4	30
297	2	2	4	2	4	4	4	2	24
298	4	4	2	4	3	4	5	2	28
299	5	4	4	2	5	2	4	4	30
300	2	2	4	2	4	4	3	4	25
301	4	2	5	4	4	5	4	2	30
302	2	4	4	4	5	4	4	2	29
303	4	2	4	5	4	2	5	2	28
304	2	5	5	4	2	4	4	4	30
305	2	4	2	5	4	2	3	2	24
306	5	4	3	4	4	2	4	4	30
307	5	2	4	4	2	4	2	2	25
308	2	5	2	4	5	2	4	4	28
309	4	2	4	2	4	5	4	2	27
310	4	4	2	3	5	4	2	5	29
311	2	5	5	4	5	2	4	4	31
312	4	3	4	5	4	4	4	5	33

313	4	2	5	2	4	3	4	4	30
314	2	5	4	2	3	4	4	3	28
315	2	4	4	5	4	4	2	4	27
316	4	4	2	4	2	5	2	5	29
317	4	2	4	5	4	2	4	2	28
318	4	4	2	5	2	4	5	2	27
319	4	5	5	5	5	5	4	5	28
320	4	4	4	4	4	5	5	4	38
321	2	2	4	4	2	4	2	4	34
322	4	5	2	2	3	5	4	2	24
323	4	4	2	4	4	2	5	3	27
324	4	2	4	5	2	4	4	4	28
325	2	4	2	5	4	4	2	5	29
326	2	2	5	4	5	5	4	4	28
327	4	2	5	5	4	5	5	4	31
328	4	2	5	4	4	2	5	2	34
329	2	5	2	2	5	4	4	4	28
330	2	4	4	5	2	4	2	3	28
331	5	2	4	2	3	2	3	4	26
332	4	5	4	4	2	5	2	5	25
333	2	2	2	5	5	4	4	5	31



Variabel Minat Nasabah Untuk Bertransaksi (X_4)

Responden	Pernyataan								Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	
1	4	5	4	4	4	5	2	4	29
2	4	2	4	5	4	2	2	4	32
3	2	5	4	5	2	4	4	5	30
4	2	4	2	2	4	4	4	2	29
5	5	2	5	4	2	4	4	2	26
6	4	2	5	4	4	2	2	4	28
7	4	5	2	4	2	4	2	5	29
8	4	4	4	2	4	4	5	2	27
9	2	2	4	2	4	5	4	4	30
10	4	3	2	4	2	2	5	4	27
11	2	4	2	2	4	5	5	4	28
12	4	4	4	4	5	2	2	4	30
13	4	2	4	5	4	4	4	2	34
14	5	4	5	4	2	4	4	5	28
15	4	4	4	2	4	2	2	5	28
16	2	4	2	4	4	2	4	2	26
17	4	2	2	5	2	4	2	4	25
18	2	4	4	4	2	2	4	5	31
19	5	2	4	4	2	4	4	4	29
20	4	5	4	2	5	4	2	4	29
21	5	3	5	4	5	4	4	5	29
22	4	5	4	2	4	2	2	4	27
23	4	4	5	4	5	4	2	4	30
24	2	5	4	2	5	4	4	2	34
25	4	5	4	2	5	3	4	2	27
26	2	5	2	4	3	2	5	4	28
27	4	5	2	4	3	5	5	2	26
28	2	5	2	2	4	2	2	4	27
29	4	4	4	4	5	4	4	2	29
30	4	2	2	4	2	4	5	2	31
31	5	4	2	4	4	2	4	5	28
32	4	4	4	2	4	4	2	2	26
33	2	2	4	2	4	2	4	4	27
34	2	2	4	4	2	5	5	2	31
35	4	4	2	5	4	2	5	4	28
36	4	2	4	4	2	4	4	5	25
37	2	5	4	4	2	4	4	5	29
38	4	4	2	4	5	2	2	5	32
39	4	5	4	2	4	4	4	4	30
40	2	4	5	4	5	2	2	4	28
41	2	4	4	5	2	4	2	4	26
42	2	4	5	2	4	5	4	5	31

43	4	5	4	2	4	4	2	4	29
44	2	4	2	5	2	4	4	2	26
45	4	2	4	5	4	5	2	4	27
46	2	5	2	4	2	4	5	4	30
47	2	3	4	2	4	2	4	2	24
48	4	4	2	4	2	4	5	2	28
49	5	2	4	2	5	2	4	4	30
50	2	4	4	2	4	4	3	4	25
51	4	2	5	4	4	5	4	2	30
52	2	4	4	5	5	4	4	2	29
53	4	2	4	5	4	2	5	2	28
54	2	5	5	4	2	4	4	4	30
55	2	4	2	5	4	4	2	2	24
56	5	4	4	2	4	2	4	2	30
57	4	4	2	4	2	4	2	2	25
58	2	5	2	4	5	2	4	4	28
59	2	2	4	2	4	5	4	2	27
60	4	4	2	4	4	4	2	5	29
61	2	5	5	4	5	2	4	4	31
62	4	4	4	5	4	4	4	5	33
63	5	2	5	4	5	5	2	5	30
64	4	2	4	2	4	4	4	4	28
65	2	5	4	4	2	4	4	2	27
66	2	4	4	5	4	4	2	4	29
67	4	4	2	4	2	5	4	5	28
68	4	2	4	2	4	2	2	2	27
69	2	4	2	5	2	4	4	2	28
70	4	5	5	5	5	5	4	5	38
71	4	4	4	4	4	5	5	4	34
72	2	2	4	4	2	4	2	4	24
73	4	5	3	2	4	5	4	2	27
74	4	4	2	4	4	2	5	4	28
75	4	2	4	5	2	4	2	4	29
76	2	4	2	5	4	4	4	5	28
77	4	2	5	4	5	5	2	4	31
78	5	4	2	2	2	4	4	4	27
79	2	3	4	2	4	2	4	2	26
80	4	2	5	4	2	4	5	2	32
81	4	4	4	2	4	5	2	4	26
82	2	4	2	4	5	4	2	2	27
83	4	4	5	2	5	4	4	4	31
84	4	5	4	2	2	2	4	4	28
85	4	4	4	4	4	2	4	4	30
86	5	5	4	4	2	4	4	4	29
87	4	4	5	2	4	2	2	5	28

88	4	2	4	4	5	4	2	5	32
89	2	4	5	2	4	4	4	3	31
90	4	5	4	4	2	2	2	4	27
91	2	5	4	5	2	4	4	5	30
92	2	4	2	2	4	4	4	2	28
93	5	2	5	4	2	4	4	2	28
94	4	2	5	4	4	2	2	4	27
95	4	5	2	4	2	4	2	5	28
96	4	4	4	2	4	4	5	2	28
97	2	2	4	2	4	5	4	4	23
98	4	3	2	4	2	2	5	4	25
99	2	4	2	2	4	5	5	4	30
100	4	4	4	4	5	2	2	4	32
101	4	2	4	5	4	4	4	2	29
102	5	4	5	4	2	4	4	5	27
103	4	4	4	2	4	2	2	5	30
104	2	4	2	4	4	2	4	2	25
105	4	2	2	5	2	4	2	4	31
106	2	4	4	4	2	2	4	5	29
107	5	2	4	4	2	4	4	4	28
108	4	5	4	2	5	4	2	4	32
109	5	3	5	4	5	4	4	5	28
110	4	5	4	2	4	2	2	4	29
111	4	4	5	4	5	4	2	4	33
112	2	5	4	2	5	4	4	2	27
113	4	5	4	2	5	3	4	2	29
114	2	5	2	4	3	2	5	4	22
115	4	5	2	4	3	5	5	2	27
116	2	5	2	2	4	2	2	4	28
117	4	4	4	4	5	4	4	2	32
118	4	2	2	4	2	4	5	2	27
119	5	4	2	4	4	2	4	5	29
120	4	4	4	2	4	4	2	2	31
121	2	2	4	2	4	2	4	4	27
122	2	2	4	4	2	5	5	2	26
123	4	4	2	5	4	2	5	4	28
124	4	2	4	4	2	4	4	5	30
125	2	5	4	4	2	4	4	5	29
126	4	4	2	4	5	2	2	5	30
127	4	5	4	2	4	4	4	4	32
128	2	4	5	4	5	2	2	4	26
129	2	4	4	5	2	4	2	4	31
130	2	4	5	2	4	5	4	5	30
131	4	5	4	2	4	4	2	4	29
132	2	4	2	5	2	4	4	2	28

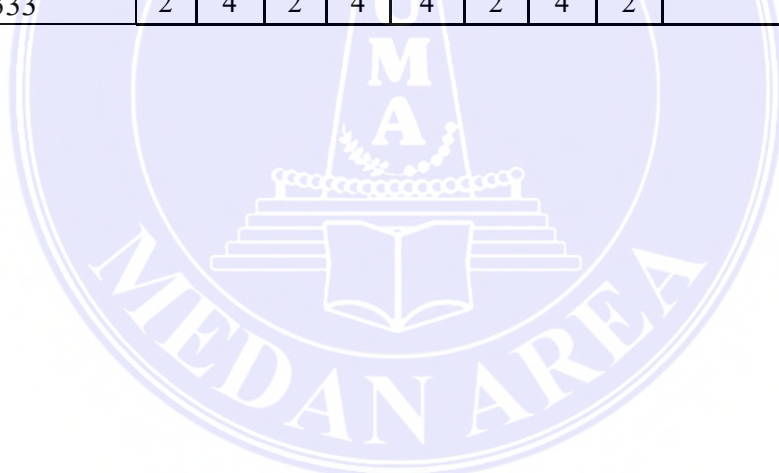
133	4	2	4	5	4	5	2	4	29
134	2	5	2	4	2	4	5	4	25
135	2	3	4	2	4	2	4	2	29
136	4	4	2	4	2	4	5	2	26
137	5	2	4	2	5	2	4	4	26
138	2	4	4	2	4	4	3	4	30
139	4	2	5	4	4	5	4	2	29
140	2	4	4	5	5	4	4	2	27
141	4	2	4	5	4	2	5	2	29
142	2	5	5	4	2	4	4	4	27
143	2	4	2	5	4	4	2	2	31
144	5	4	4	2	4	2	4	2	28
145	4	4	2	4	2	4	2	2	28
146	2	5	2	4	5	2	4	4	27
147	2	2	4	2	4	5	4	2	28
148	4	4	2	4	4	4	2	5	31
149	2	5	5	4	5	2	4	4	29
150	4	4	4	5	4	4	4	5	34
151	5	2	5	4	5	5	2	5	29
152	4	2	4	2	4	4	4	4	29
153	2	5	4	4	2	4	4	2	27
154	2	4	4	5	4	4	2	4	28
155	4	4	2	4	2	5	4	5	29
156	4	2	4	2	4	2	2	2	25
157	2	4	2	5	2	4	4	2	38
158	4	5	5	5	5	5	4	5	31
159	4	4	4	4	4	5	5	4	26
160	2	2	4	4	2	4	2	4	27
161	4	5	3	2	4	5	4	2	29
162	4	4	2	4	4	2	5	4	27
163	4	2	4	5	2	4	2	4	25
164	2	4	2	5	4	4	4	5	31
165	4	2	5	4	5	5	2	4	27
166	5	4	2	2	2	4	4	4	26
167	2	3	4	2	4	2	4	2	31
168	4	2	5	4	2	4	5	2	28
169	4	4	4	2	4	5	2	4	30
170	2	4	2	4	5	4	2	2	31
171	4	4	5	2	5	4	4	4	29
172	4	5	4	2	2	2	4	4	26
173	4	4	4	4	4	2	4	4	30
174	5	5	4	4	2	4	4	4	29
175	4	4	5	2	4	2	2	5	29
176	4	2	4	4	5	4	2	5	30
177	2	4	5	2	4	4	4	3	23

178	4	5	4	4	2	2	2	4	26
179	4	5	4	4	4	2	2	4	28
180	4	2	4	5	4	2	2	4	29
181	2	5	4	5	2	4	4	5	27
182	2	4	2	2	4	4	4	2	30
183	5	2	5	4	2	4	4	2	27
184	4	2	5	4	2	2	2	4	28
185	4	5	2	4	2	4	2	5	30
186	4	4	4	2	2	4	5	2	34
187	2	2	4	2	4	5	4	4	28
188	4	3	2	4	2	2	5	4	28
189	2	4	2	2	4	5	5	4	26
190	4	4	4	4	5	2	2	4	25
191	4	2	4	5	4	4	4	2	31
192	5	4	5	4	2	4	4	5	29
193	4	4	4	2	4	2	2	5	29
194	2	4	2	4	4	2	4	2	29
195	4	2	2	5	2	4	2	4	27
196	2	4	4	4	2	2	4	5	30
197	5	2	4	4	2	4	4	4	34
198	4	5	4	2	4	4	2	4	27
199	5	3	5	4	5	4	4	5	28
200	4	5	4	2	4	2	2	4	26
201	4	4	5	4	5	4	2	4	27
202	2	5	4	2	5	4	4	2	29
203	4	4	4	2	5	3	4	2	31
204	2	5	2	4	3	2	5	4	28
205	4	5	2	4	3	5	5	2	26
206	2	5	2	2	4	2	2	4	27
207	4	4	4	4	5	4	4	2	31
208	4	2	2	4	2	4	5	2	28
209	5	4	2	4	4	2	4	5	25
210	4	4	4	2	4	4	2	2	29
211	2	2	4	2	4	2	4	4	32
212	2	2	4	4	2	5	5	2	30
213	4	4	2	5	2	2	5	4	28
214	4	2	4	4	2	4	4	5	26
215	2	5	4	4	2	4	4	5	31
216	4	4	2	4	5	2	2	5	29
217	4	5	4	2	4	4	4	4	26
218	2	4	5	4	5	2	2	4	27
219	2	4	4	5	2	4	2	4	30
220	2	4	5	2	4	5	4	5	24
221	4	5	4	2	4	4	2	4	28
222	2	4	2	5	2	4	4	2	30

223	2	5	2	4	2	4	5	4	25
224	2	3	4	2	4	2	4	2	30
225	4	4	2	4	2	4	5	2	29
226	5	2	2	2	5	2	4	4	28
227	2	4	4	2	4	4	4	4	30
228	4	2	5	4	4	5	4	2	24
229	2	4	4	5	5	4	4	2	30
230	4	2	4	5	4	2	5	2	25
231	2	5	5	4	2	4	4	4	28
232	2	4	2	5	4	4	2	2	27
233	5	4	4	2	4	2	4	2	29
234	4	4	2	4	2	4	2	2	31
235	2	5	2	4	5	2	4	4	33
236	2	2	4	2	4	5	4	2	30
237	4	4	2	4	4	4	2	5	28
238	2	5	5	4	5	2	4	4	27
239	4	4	4	5	4	4	4	5	29
240	5	2	5	4	5	5	2	5	28
241	4	2	4	2	4	4	4	4	27
242	2	5	4	2	2	4	4	2	28
243	2	4	4	5	4	4	2	4	38
244	4	4	2	4	2	5	4	5	34
245	4	2	4	2	4	2	2	2	24
246	2	4	2	5	2	4	4	2	27
247	4	5	5	5	5	5	4	5	28
248	4	4	4	4	4	5	5	4	29
249	2	2	4	4	2	4	2	4	28
250	4	5	3	2	4	5	4	2	31
251	4	4	2	4	4	2	5	4	27
252	4	2	4	5	2	4	2	4	26
253	2	4	2	5	4	4	4	5	32
254	4	2	5	4	5	5	2	4	26
255	5	4	2	2	2	4	4	4	27
256	2	3	4	2	4	2	4	2	31
257	4	2	5	4	2	4	5	2	28
258	4	4	4	2	4	5	2	4	30
259	2	4	2	4	5	4	2	2	29
260	4	4	5	2	5	4	4	4	28
261	4	5	4	2	2	2	4	4	32
262	4	4	4	4	4	2	4	4	31
263	5	5	4	4	2	4	4	4	27
264	4	4	5	2	4	2	2	5	28
265	4	2	4	4	5	4	2	5	28
266	2	4	5	2	4	4	4	3	26
267	2	5	2	4	2	4	5	4	25

268	4	5	4	4	2	2	2	4	31
269	4	4	2	2	5	4	4	2	29
270	5	2	4	4	4	4	2	5	29
271	4	4	5	2	4	2	4	4	29
272	4	5	2	4	4	2	4	2	27
273	5	4	4	5	5	4	4	4	30
274	4	5	2	2	4	4	2	4	34
275	4	4	5	4	2	2	4	4	27
276	4	5	4	4	4	5	2	4	28
277	4	2	4	5	4	2	2	4	26
278	2	5	4	5	2	4	4	5	27
279	2	4	2	2	4	4	4	2	29
280	5	2	5	4	2	4	4	2	31
281	4	2	5	4	4	2	2	4	28
282	4	5	2	4	2	4	2	5	26
283	4	4	4	2	4	4	5	2	27
284	2	2	4	2	4	5	4	4	31
285	4	3	2	4	2	2	5	4	28
286	2	4	2	2	4	5	5	4	25
287	4	4	4	4	5	2	2	4	29
288	4	2	4	5	4	4	4	2	32
289	5	4	5	4	2	4	4	5	30
290	4	4	4	2	4	2	2	5	28
291	2	4	2	4	4	2	4	2	26
292	4	2	2	5	2	4	2	4	31
293	2	4	4	4	2	2	4	5	29
294	5	2	4	4	2	4	4	4	26
295	4	5	4	2	5	4	2	4	27
296	5	3	5	4	5	4	4	5	30
297	4	5	4	2	4	2	2	4	24
298	4	4	5	4	5	4	2	4	28
299	2	5	4	2	5	4	4	2	30
300	4	4	4	2	5	3	4	2	25
301	2	5	2	4	3	2	5	4	30
302	4	5	2	4	3	5	5	2	29
303	2	5	2	2	4	2	2	4	28
304	4	4	4	4	5	4	4	2	30
305	4	2	2	4	2	4	5	2	24
306	5	4	2	4	4	2	4	5	30
307	4	4	4	2	4	4	2	2	25
308	2	2	4	2	4	2	4	4	28
309	2	2	4	4	2	5	5	2	27
310	4	4	2	5	4	2	5	4	29
311	4	2	4	4	2	4	4	5	31
312	2	5	4	4	2	4	4	5	33

313	4	5	4	2	4	4	4	4	30
314	2	4	5	4	5	2	2	4	28
315	2	4	4	5	2	4	2	4	27
316	2	4	5	2	4	5	4	5	29
317	4	5	4	2	4	4	2	4	28
318	2	4	2	5	2	4	4	2	27
319	4	2	4	5	4	5	2	4	28
320	2	5	2	4	2	4	5	4	38
321	2	3	4	2	4	2	4	2	34
322	4	4	2	4	2	4	5	2	24
323	5	2	4	2	5	2	4	4	27
324	2	4	4	2	4	4	3	4	28
325	4	4	4	2	2	4	5	2	29
326	2	2	4	2	4	5	4	4	28
327	4	3	2	4	2	2	5	4	31
328	2	4	2	2	4	5	5	4	34
329	4	4	4	4	5	2	2	4	28
330	4	2	4	5	4	4	4	2	28
331	5	4	5	4	2	4	4	5	26
332	4	4	4	2	4	2	2	5	25
333	2	4	2	4	4	2	4	2	31



Lampiran 3 Tabulasi Jawaban Responden
Variabel Produk dan Layanan Di Sistem Digital (X₁)

Q1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	137	41.3	41.3	41.3
	4.00	154	46.1	46.1	87.4
	5.00	42	12.6	12.6	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	95	28.4	28.4	28.4
	4.00	147	44.3	44.3	72.8
	5.00	91	27.2	27.2	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	91	27.2	27.2	27.2
	3.00	12	3.6	3.6	30.8
	4.00	159	47.6	47.6	78.4
	5.00	71	21.6	21.6	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	91	27.2	27.2	27.2
	3.00	12	3.6	3.6	30.8
	4.00	136	40.7	40.7	71.6
	5.00	94	28.4	28.4	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	80	24.0	24.0	24.0
	3.00	40	12.3	12.3	36.2
	4.00	143	42.8	42.8	79.0
	5.00	70	21.0	21.0	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	84	25.4	25.4	25.4
	3.00	13	4.2	4.2	29.6
	4.00	162	48.5	48.5	78.1
	5.00	73	21.9	21.9	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	103	30.8	30.8	30.8
	3.00	15	4.5	4.5	35.3
	4.00	165	49.4	49.4	84.7
	5.00	50	15.3	15.3	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	93	27.8	27.8	27.8
	3.00	20	6.0	6.0	33.8
	4.00	158	47.6	47.6	81.4
	5.00	62	18.6	18.6	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Variabel Penetapan Harga Pada Pemasaran Digital (X₂)

Q1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	133	39.9	39.9	39.9
	4.00	159	47.7	47.7	87.7
	5.00	41	12.3	12.3	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	103	30.9	30.9	30.9
	4.00	149	44.7	44.7	75.7
	5.00	81	24.3	24.3	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	93	27.9	27.9	27.9
	3.00	9	2.7	2.7	30.6
	4.00	154	46.2	46.2	76.9
	5.00	77	23.1	23.1	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	94	28.2	28.2	28.2
	3.00	12	3.6	3.6	31.8
	4.00	141	42.3	42.3	74.2
	5.00	86	25.8	25.8	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	84	25.2	25.2	25.2
	3.00	32	9.6	9.6	34.8
	4.00	143	42.9	42.9	77.8
	5.00	74	22.2	22.2	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	86	25.8	25.8	25.8
	3.00	24	7.2	7.2	33.0
	4.00	152	45.6	45.6	78.7
	5.00	71	21.3	21.3	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	97	29.1	29.1	29.1
	3.00	21	6.3	6.3	35.4
	4.00	163	48.9	48.9	84.4
	5.00	52	15.6	15.6	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	87	26.1	26.1	26.1
	3.00	29	8.7	8.7	34.8
	4.00	154	46.2	46.2	81.1
	5.00	63	18.9	18.9	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Variabel Promosi Produk dan Layanan Pada Pemasaran Digital (X₃)

Q1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	147	44.1	44.1	44.1
	4.00	146	43.8	43.8	88.0
	5.00	40	12.0	12.0	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	100	30.0	30.0	30.0
	4.00	143	42.9	42.9	73.0
	5.00	90	27.0	27.0	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	88	26.4	26.4	26.4
	3.00	16	4.8	4.8	31.2
	4.00	161	48.3	48.3	79.6
	5.00	68	20.4	20.4	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	90	27.0	27.0	27.0
	3.00	10	3.0	3.0	30.0
	4.00	133	39.9	39.9	70.0
	5.00	100	30.0	30.0	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	85	25.5	25.5	25.5
	3.00	47	14.1	14.1	39.6
	4.00	136	40.8	40.8	80.5
	5.00	65	19.5	19.5	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	80	24.0	24.0	24.0
	3.00	13	3.9	3.9	27.9
	4.00	160	48.0	48.0	76.0
	5.00	80	24.0	24.0	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	105	31.5	31.5	31.5
	3.00	25	7.5	7.5	39.0
	4.00	154	46.2	46.2	85.3
	5.00	49	14.7	14.7	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	103	30.9	30.9	30.9
	3.00	13	3.9	3.9	34.8
	4.00	157	47.1	47.1	82.0
	5.00	60	18.0	18.0	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Variabel Distribusi Produk Melalui Sistem Digital (X₄)

Q1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	139	41.7	41.7	41.7
	3.00	4	1.2	1.2	42.9
	4.00	154	46.2	46.2	89.2
	5.00	36	10.8	10.8	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	99	29.7	29.7	29.7
	3.00	3	0.9	.9	30.6
	4.00	141	42.3	42.3	73.0
	5.00	90	27.0	27.0	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	92	27.6	27.6	27.6
	3.00	13	3.9	3.9	31.5
	4.00	160	48.0	48.0	79.6
	5.00	68	20.4	20.4	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	89	26.7	26.7	26.7
	3.00	13	3.9	3.9	30.6
	4.00	134	40.2	40.2	70.9
	5.00	97	29.1	29.1	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	83	24.9	24.9	24.9
	3.00	44	13.2	13.2	38.1
	4.00	139	41.7	41.7	79.9
	5.00	67	20.1	20.1	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	83	24.9	24.9	24.9
	3.00	14	4.2	4.2	29.1
	4.00	158	47.4	47.4	76.6
	5.00	78	23.4	23.4	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	102	30.6	30.6	30.6
	3.00	24	7.2	7.2	37.8
	4.00	158	47.4	47.4	85.3
	5.00	49	14.7	14.7	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	89	26.7	26.7	26.7
	3.00	27	8.1	8.1	34.8
	4.00	153	45.9	45.9	80.8
	5.00	64	19.2	19.2	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Variabel Minat Nasabah Untuk Bertransaksi (Y)

Q1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	120	36.0	36.0	36.0
	4.00	174	52.3	52.3	88.3
	5.00	39	11.7	11.7	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	87	26.1	26.1	26.1
	3.00	16	4.8	4.8	30.9
	4.00	148	44.4	44.4	75.4
	5.00	82	24.6	24.6	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	100	30.0	30.0	30.0
	3.00	3	0.9	0.9	30.9
	4.00	169	50.8	50.8	81.7
	5.00	61	18.3	18.3	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	116	34.8	34.8	34.8
	4.00	157	47.1	47.1	82.0
	5.00	60	18.0	18.0	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	107	32.1	32.1	32.1
	3.00	8	2.4	2.4	34.5
	4.00	149	44.7	44.7	79.3
	5.00	69	20.7	20.7	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	107	32.1	32.1	32.1
	3.00	4	1.2	1.2	33.3
	4.00	167	50.2	50.2	83.5
	5.00	55	16.5	16.5	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	112	33.6	33.6	33.6
	3.00	3	0.9	0.9	34.5
	4.00	163	48.9	48.9	83.5
	5.00	55	16.5	16.5	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Q8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	106	31.8	31.8	31.8
	3.00	3	0.9	0.9	32.7
	4.00	153	45.9	45.9	78.7
	5.00	71	21.3	21.3	100.0
	Total	333	100.0	100.0	

Lampiran 4 Uji Validitas dan Reliabilitas Variabel Produk dan Layanan Di Sistem Digital (X₁)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.721	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	25.0333	22.309	.325	.714
Q2	25.1333	21.637	.517	.673
Q3	25.2333	22.323	.428	.690
Q4	25.4667	20.602	.621	.651
Q5	25.3333	19.540	.717	.628
Q6	25.3667	21.068	.519	.671
Q7	25.2000	23.338	.665	.724
Q8	25.3000	26.079	.528	.769

Variabel Penetapan Harga Pada Pemasaran Digital (X₂)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.801	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	25.3000	27.390	.584	.767
Q2	25.2333	26.392	.678	.751
Q3	25.3000	28.562	.601	.766
Q4	25.1000	28.093	.527	.776
Q5	25.3667	27.964	.656	.758
Q6	25.3333	27.816	.647	.759
Q7	25.3333	32.368	.505	.824
Q8	25.3333	31.816	.659	.815

Variabel Promosi Produk dan Layanan Pada Pemasaran Digital (X₃)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.864	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	26.3000	32.631	.553	.856
Q2	26.3667	30.378	.795	.826
Q3	26.1667	31.592	.698	.838
Q4	26.0667	33.995	.518	.858
Q5	26.1333	32.533	.823	.829
Q6	26.3000	32.838	.633	.846
Q7	26.3333	36.368	.568	.873
Q8	26.3333	33.195	.577	.852

Variabel Distribusi Produk Melalui Sistem Digital (X₄)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.784	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	25.1667	23.730	.609	.740
Q2	25.2333	22.806	.611	.738
Q3	25.1667	24.557	.619	.741
Q4	25.3000	23.734	.665	.732
Q5	25.5667	23.013	.652	.732
Q6	25.3333	22.368	.818	.706
Q7	25.2667	29.237	.616	.816
Q8	25.2667	31.444	.564	.838

Variabel Minat Nasabah Untuk Bertransaksi (Y)

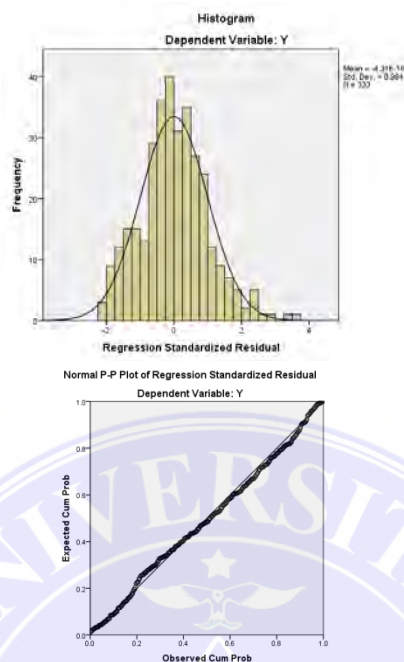
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.666	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Q1	25.6333	15.620	.549	.577
Q2	25.6000	17.697	.519	.599
Q3	25.8667	15.913	.677	.551
Q4	25.9333	17.099	.492	.600
Q5	25.8333	15.247	.746	.529
Q6	25.9000	20.714	.608	.691
Q7	25.8667	20.947	.565	.703
Q8	25.8667	23.154	.544	.744

Lampiran 5 Hasil Analisa Data Uji Normalitas



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		333
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.73869589
Most Extreme Differences	Absolute	.038
	Positive	.038
	Negative	-.037
Test Statistic		.038
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

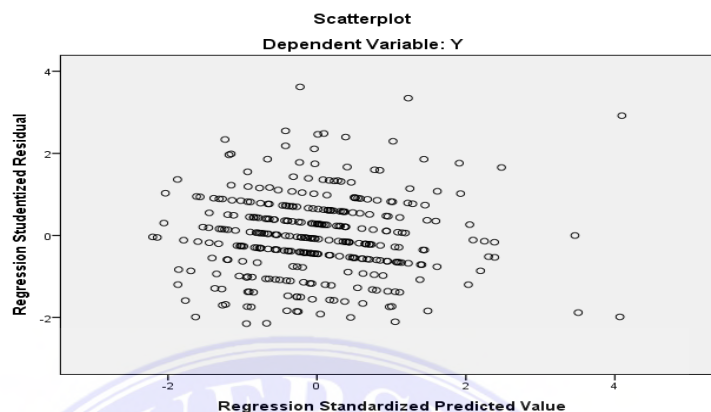
Uji Multikolinieraritas, Uji Regresi Linier Berganda dan Uji t

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	23.313	3.259		7.152	.000		
	X1	.329	.060	.027	5.489	.025	.859	1.043
	X2	-.019	.056	-.019	-.345	.730	.973	1.028
	X3	-.033	.061	-.030	-.550	.583	.899	1.201
	X4	.195	.062	.172	3.126	.002	.867	1.034

a. Dependent Variable: Y

Uji Heteroskedastisitas



Uji F

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	87.044	4	21.761	2.866	.023 ^b
	Residual	2490.151	328	7.592		
	Total	2577.195	332			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.684 ^a	.634	.622	2.75534	.634	2.866	4	328	.023	1.999

a. Predictors: (Constant), X4, X3, X2, X1

b. Dependent Variable: Y



UNIVERSITAS MEDAN AREA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Kampus I : Jl. Kolam No. 1 Medan Estate Telp (061) 7366878, 7360168, 7364348, 7366781, Fax. (061) 7366998
Kampus II : Jl. Sei Serayu No. 70A/Jl. Setia Budi No. 70B Medan Telp (061) 8225602, 8201994, Fax. (061) 8226331
Email : univ_medanarea@uma.ac.id Website.uma.ac.id/ekonomi.uma.ac.id email fakultas:ekonomi@uma.ac.id

Nomor : 1688/FEB/01.1/ XI / 2022
Lamp : -
Perihal : Izin Research / Survey

04 November 2022

Kepada Yth,
PT Pegadaian Cabang Medan Pringgankota Medan

Dengan hormat,

Dekan Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Medan Area di Medan, mengharapkan bantuan saudara/saudari, Bapak/Ibu kepada mahasiswa kami :

Nama : Zaki Muhammad Siregar
N P M : 198320254
Program Studi : Manajemen
Judul : Analisis Bauran Pemasaran Melalui Digital Marketing Terhadap Minat Nasabah Dalam Bertransaksi Di PT Pegadaian Cabang Medan Pringgankota Medan

Untuk diberi izin mengambil data pada perusahaan yang sedang Bapak/Ibu Pimpin selama satu bulan. Hal ini dibutuhkan sehubungan dengan tugasnya menyusun Skripsi sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi pada Perguruan Tinggi dengan memenuhi ketentuan dan peraturan administrasi di Instansi / Perusahaan Bapak/Ibu.

Dapat kami beritabukan bahwa Research ini dipergunakan hanya untuk kepentingan ilmiah semata-mata. Kami mohon kiranya diberikan kemudahan dalam pengambilan data yang diperlukan, serta memberikan surat keterangan yang menyatakan telah selesai melakukan penelitian.

Demikian kami sampaikan atas bantuan dan kerjasama yang baik kami ucapkan terima kasih.

Wakil Dekan Bidang
Inovasi, Kemahasiswaan dan Alumni

Dr. Wan Suryani, SE, M.Si

Tembusan :

1. Wakil Rektor Bidang Akademik
2. Kepala LPPM
3. Mahasiswa ybs
4. Pertiinggal

