



1. KUESIONER PENELITIAN

DAFTAR PERTANYAAN KUISIONER

No. Angket :
Lampiran : 1 (satu) rangkap kuisioner
Perihal : **Permohonan Pengisian Kuisioner**

Kepada Yth.
Bapak/ibu/sdr. **Pelanggan
Apotek Afdal**

Assalamualaikum
Wr. Wb

Dengan hormat,

Kami memahami sepenuhnya bahwa waktu Anda sangat terbatas dan berharga. Namun demikian kami sangat mengharapkan kesediaan Anda untuk meluangkan waktu untuk mengisi kuisioner ini.

Kuisioner ini disusun dalam rangka penyusunan Tugas Akhir (Skripsi) yang merupakan syarat kelulusan Program S1 Ekonomi Syariah Institut Agama Islam Negeri Kendari. Kuisioner ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana “pengaruh experiental marketing dan edukasi konsumen terhadap keputusan pembelian pada apotek Afdal”. Kuisioner ini digunakan untuk kepentingan ilmiah, kerahasiaan identitas Bapak/Ibu/Sdr/i akan tetap terjaga.

Bantuan Bapak/Ibu/Sdr/i merupakan hal yang sangat berharga bagi peneliti, oleh karena itu atas bantuannya saya sampaikan banyak

terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Hormat saya,

Khaerunnisa



2. IDENTITAS RESPONDEN

a. Nama :

b. Jenis Kelamin

a. Laki-laki

b. Perempuan

2. Umur :

a. < 15 tahun d. 30-40 tahun

b. 16-19 tahun e. 41-50 tahun

c. 20-29 tahun f. > 50 tahun

3. Pendidikan Terakhir :

a. SD d. Diploma (D1, D2, D3)

b. SMP e. Sarjana (S1, S2, S3)

c. SMA f. Lainnya (Sebutkan)...



3. VARIABEL PENELITIAN

Berilah tanda centang (\checkmark) di bawah pada salah satu alternative jawaban yang paling tepat dengan kriteria jawaban:

- SS : Sangat Setuju
 S : Setuju
 N : Netral
 TS : Tidak Setuju
 STS : Sangat Tidak Setuju

1.1. Experiential marketing (X₁)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	<i>Sense (panca indra)</i>					
1.	Apotek Afdal memiliki lokasi yang sangat strategis dalam melakukan aktivitas penjualan produk- produk apotek dan mudah untuk di akses.	5	4	3	2	1
2.	Keadaan diapotek Afdal yang steril dan rapi membuat saya nyaman untuk berbelanja	5	4	3	2	1
3.	Pelayanan di apotek Afdal yang nyaman membuat saya betah	5	4	3	2	1
4.	<i>Feel (merasa)</i> petugas Apotek Afdal selalu berkomunikasi dengan baik terhadap konsumen	5	4	3	2	1
5.	Durasi waktu penyiapan atau pemberian obat yang diberi oleh konsumen tepat waktu sehingga konsumen merasa senang	5	4	3	2	1
6.	Karyawan diapotek Afdal ramah dan membuat konsumen merasa bahagia	5	4	3	2	1
7.	<i>Think (berfikir)</i>	5	4	3	2	1

	Harga obat-obatan serta produk lain di apotek Afdal relative jauh lebih terjangkau di banding apotek lain.	5	4	3	2	1
8.	Apotek Afdal menjelaskan dengan baik produk yang dijual	5	4	3	2	1
<i>Act (tindakan)</i>						
9.	petugas apotek Afdal pelayanannya cepat dan tepat waktu, serta membuat konsumen lebih nyaman untuk berinteraksi kepada petugas yang ada di apotek Afdal	5	4	3	2	1
10.	Petugas di apotek Afdal cepat dalam merespon keluhan konsumen	5	4	3	2	1
<i>Relate (hubungan)</i>						
11.	petugas apotek Afdal selalu membantu konsumen dengan tulus.	5	4	3	2	1
12.	Petugas di apotek Afdal memberikan perhatian khusus kepada pelanggan dengan kesigapan dalam menangani keluhan konsumen (jika pelanggan menghadapi masalah dengan obat yang digunakan)	5	4	3	2	1
13.	Dengan adanya komunikasi langsung dengan pemilik dan petugas apotek Afdal saya merasa dihargai atau dilayani dengan baik sebagai bagian dari apotek Afdal	5	4	3	2	1

1.2. Edukasi Konsumen (X₂)

No	Pernyataan					
		SS	S	N	TS	STS
1.	Petugas memberi informasi tentang nama obat	5	4	3	2	1
2.	Petugas memberi informasi tentang cara pemakaian obat dan efek samping obat	5	4	3	2	1
3.	Petugas menjawab dengan cepat dan tanggap saat melayani pasien	5	4	3	2	1
4.	Pelayanan informasi menggunakan bahasa yang bisa dimengerti pasien	5	4	3	2	1
5.	Petugas apotek Afdal memberikan informasi kapan waktu yang tepat mengkonsumsi obat	5	4	3	2	1
6.	Petugas apotek Afdal memberikan informasi dosis obat yang diberikan	5	4	3	2	1
7.	Perugas apotek Afdal memberikan informasi cara penyimpanan obat yang benar	5	4	3	2	1
8.	Petugas memberi informasi aktivitas apa saja yang perlu dihindari berkaitan dengan penggunaan obat	5	4	3	2	1

1.3.Keputusan Pembelian (Y)

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
	Pilihan produk					
1.	Pilihan obat – obatan di Apotek Afdal sangat bervariasi	5	4	3	2	1
2.	Pilihan obat – obatan di Apotek Afdal sangat beragam jenisnya.	5	4	3	2	1
3.	Pilihan obat – obatan di Apotek Afdal sangat beragam harga	5	4	3	2	1
4.	Pilihan obat – obatan di Apotek Afdal sangat beragam dosisnya	5	4	3	2	1
	Pilihan merek					
5.	Saya memutuskan untuk membeli obat – obatan di apotek Afdal karena kepopulerannya	5	4	3	2	1
6.	Saya memutuskan untuk membeli obat – obatan di apotek Afdal karena sebagian merek obat – obatan tersedia	5	4	3	2	1
	Jumlah pembelian					
7.	Saya memutuskan jumlah pembelian obat atas saran dari apotek afdal	5	4	3	2	1
8.	Dalam membeli obat berdasarkan kualitas dan jenis obat tertentu harus menggunakan resep dokter	5	4	3	2	1
9.	Dalam membeli obat – obat umum (tidak tergolong obat keras) tidak harus berdasarkan resep dokter	5	4	3	2	1
10.	Saya memutuskan jumlah pembelian obat umum (tidak tergolong obat keras) berdasarkan jumlah / dosis / atas saran dari petugas apotek Afdal	5	4	3	2	1
	Waktu pembelian	5	4	3	2	1
	Apotek afdal memberikan waktu kepada saya (konsumen) saat	5	4	3	2	1

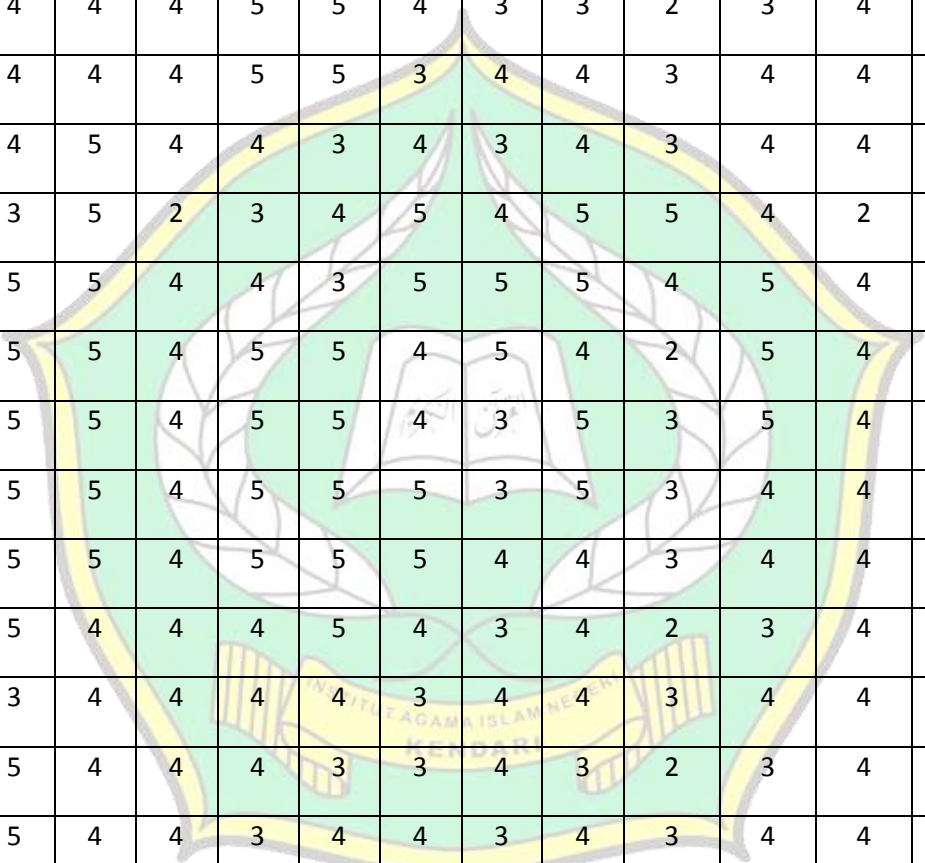
11.	menentukan obat-obatan apa saja sebelum pembelian terjadi					
12.	Waktu pelayanan apotek Afdal sangat membatu pembeli karena durasi pagi hingga malam	5	4	3	2	1
13.	Apotek Afdal memberikan waktu yang tidak mendesak kepada saya (konsumen) dalam menentukan pilihan obat - obatan	5	4	3	2	1
Metode pembayaran						
14.	Apotek Afdal memberikan kemudahan pembayaran secara tunai	5	4	3	2	1



	experiential marketing													
No	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	TOTAL
1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	50
2	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	63
3	5	5	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	54
4	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	45
5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	4	3	4	3	55
6	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
7	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	56
8	4	4	2	3	4	2	4	4	4	3	4	3	4	45
9	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5	4	59
10	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	48
11	5	3	4	2	3	5	5	5	5	4	5	4	3	53

12	4	5	4	3	4	4	3	3	4	3	3	3	4	47
13	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	46
14	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	51
15	5	3	4	3	4	5	5	3	4	5	4	3	4	52
16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	50
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
18	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	64
19	5	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	3	5	53
20	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	54
21	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	49
22	4	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	3	47
23	4	4	4	5	4	4	5	4	2	3	3	5	4	51
24	4	3	4	4	3	5	4	3	5	4	5	4	3	51

38	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	52
41	4	4	5	3	3	3	5	4	4	3	3	3	3	47
42	5	2	3	3	3	4	5	4	5	5	3	3	3	48
43	5	4	4	4	5	5	4	3	4	2	3	4	5	52
44	4	5	5	3	5	4	5	4	4	3	4	3	5	54
45	5	5	4	4	5	4	4	3	3	2	4	4	5	52
46	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	56
47	4	5	5	3	4	5	4	4	4	3	4	3	4	52
48	5	4	5	3	3	4	5	4	4	4	4	3	3	51
49	5	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4	4	5	56
50	4	5	4	4	5	5	4	3	4	2	4	4	5	53



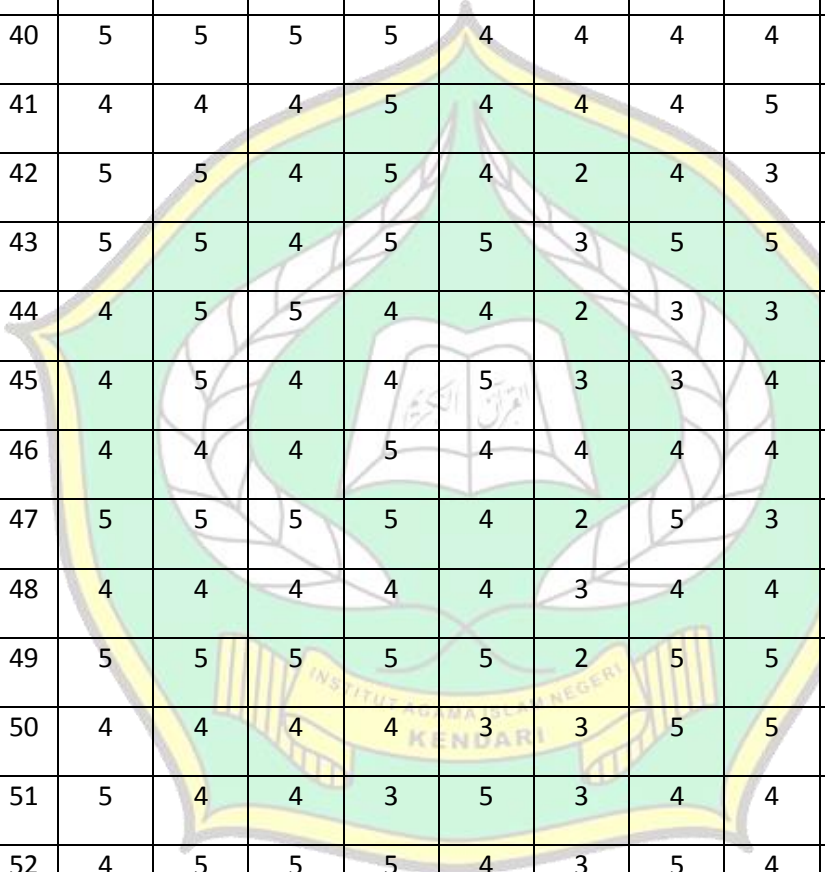
51	4	4	4	4	5	5	4	3	3	2	3	4	5	50
52	5	4	4	4	5	5	3	4	4	3	4	4	5	54
53	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4	50
54	4	3	5	2	3	4	5	4	5	5	4	2	3	49
55	5	5	5	4	4	3	5	5	5	4	5	4	4	58
56	5	5	5	4	5	5	4	5	4	2	5	4	5	58
57	4	5	5	4	5	5	4	3	5	3	5	4	5	57
58	4	5	5	4	5	5	5	3	5	3	4	4	5	57
59	4	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	4	5	57
60	5	5	4	4	4	5	4	3	4	2	3	4	4	51
61	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	49
62	4	5	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4	47
63	5	5	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3	50

64	5	4	4	3	4	4	4	3	3	3	4	3	4	48
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----



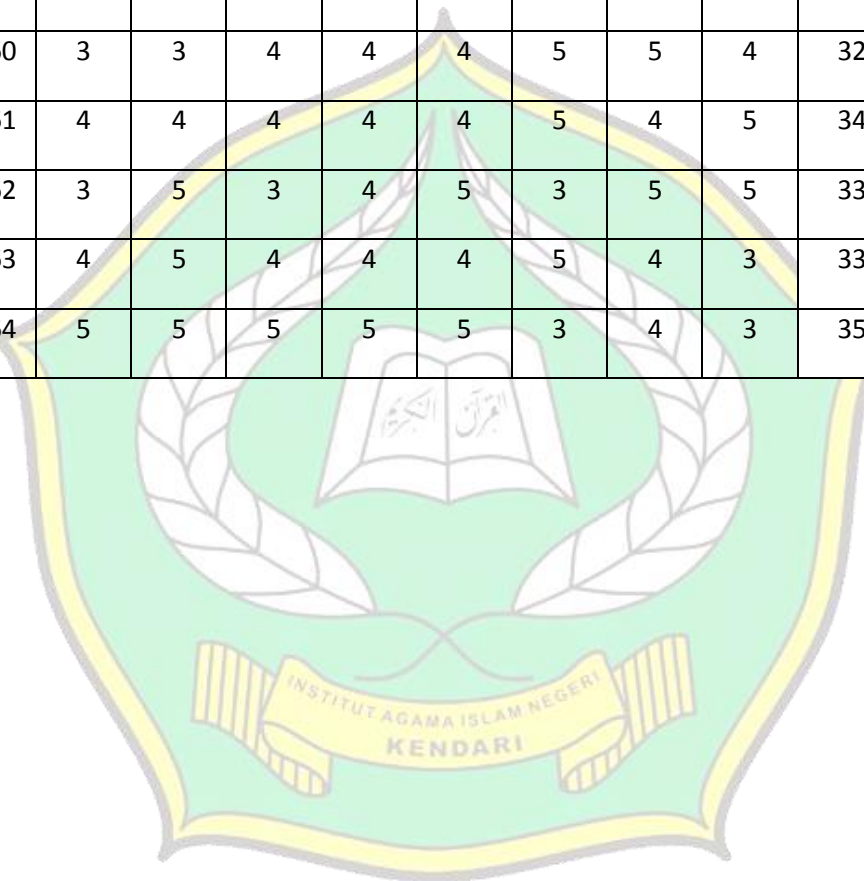
	edukasi konsumen								
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TOTAL
1	5	4	4	5	3	3	4	4	32
2	5	5	5	5	4	5	5	5	39
3	4	4	3	4	4	4	5	5	33
4	4	5	4	5	4	4	4	3	33
5	5	5	4	4	5	4	5	5	37
6	4	4	4	4	4	5	5	5	35
7	4	5	5	4	5	4	5	5	37
8	5	5	4	5	4	4	4	3	34
9	4	4	4	4	5	4	4	5	34
10	4	4	3	3	4	4	4	4	30
11	4	5	5	4	5	4	5	5	37
12	5	5	4	4	4	4	4	4	34
13	4	4	5	4	4	3	4	3	31
14	5	4	5	5	4	4	4	4	35
15	4	4	4	4	4	5	5	4	34
16	4	4	3	5	4	4	4	5	33

17	5	5	5	5	3	5	5	5	38
18	4	3	4	3	4	5	5	5	33
19	5	5	5	5	5	4	5	4	38
20	3	4	4	4	4	4	5	5	33
21	4	5	5	4	5	3	4	5	35
22	5	4	5	5	4	4	4	4	35
23	4	5	5	4	4	4	4	4	34
24	5	4	5	4	4	4	4	5	35
25	5	4	4	5	4	4	4	5	35
26	5	5	4	5	5	4	4	4	36
27	5	5	5	4	5	4	5	4	37
28	5	5	4	4	4	5	4	4	35
29	5	4	5	5	4	4	4	4	35
30	4	4	4	4	4	4	5	5	34
31	4	4	4	5	4	3	4	4	32
32	5	5	5	4	5	3	5	5	37
33	5	5	4	4	5	1	4	4	32
34	5	4	4	5	4	3	5	5	35
35	4	4	4	4	5	4	4	4	33



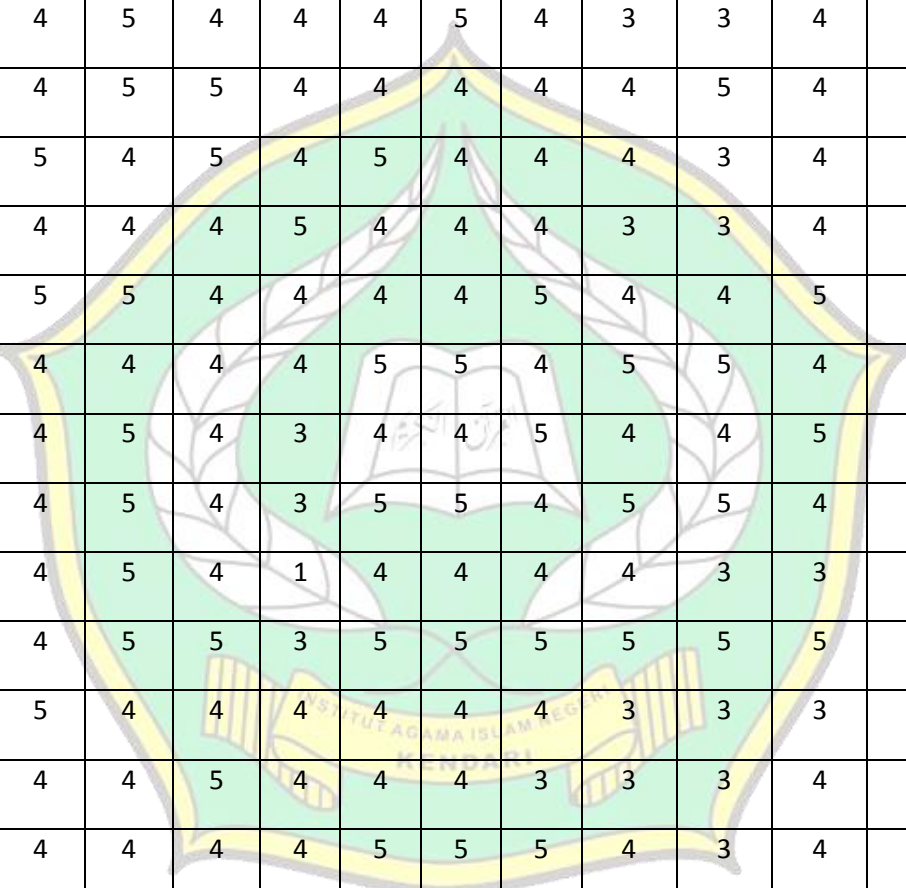
36	5	4	5	5	4	4	4	4	35
37	4	4	4	4	4	4	5	5	34
38	5	5	4	4	5	4	5	5	37
39	5	4	5	4	4	4	5	4	35
40	5	5	5	5	4	4	4	4	36
41	4	4	4	5	4	4	4	5	34
42	5	5	4	5	4	2	4	3	32
43	5	5	4	5	5	3	5	5	37
44	4	5	5	4	4	2	3	3	30
45	4	5	4	4	5	3	3	4	32
46	4	4	4	5	4	4	4	4	33
47	5	5	5	5	4	2	5	3	34
48	4	4	4	4	4	3	4	4	31
49	5	5	5	5	5	2	5	5	37
50	4	4	4	4	3	3	5	5	32
51	5	4	4	3	5	3	4	4	32
52	4	5	5	5	4	3	5	4	35
53	5	5	5	5	5	3	4	4	36
54	4	5	4	4	4	2	4	3	30
55	3	5	4	4	3	3	5	4	31

56	5	4	5	5	5	4	4	3	35
57	5	4	3	4	4	5	4	3	32
58	2	5	5	5	4	3	4	4	32
59	5	3	3	4	3	4	4	5	31
60	3	3	4	4	4	5	5	4	32
61	4	4	4	4	4	5	4	5	34
62	3	5	3	4	5	3	5	5	33
63	4	5	4	4	4	5	4	3	33
64	5	5	5	5	5	3	4	3	35

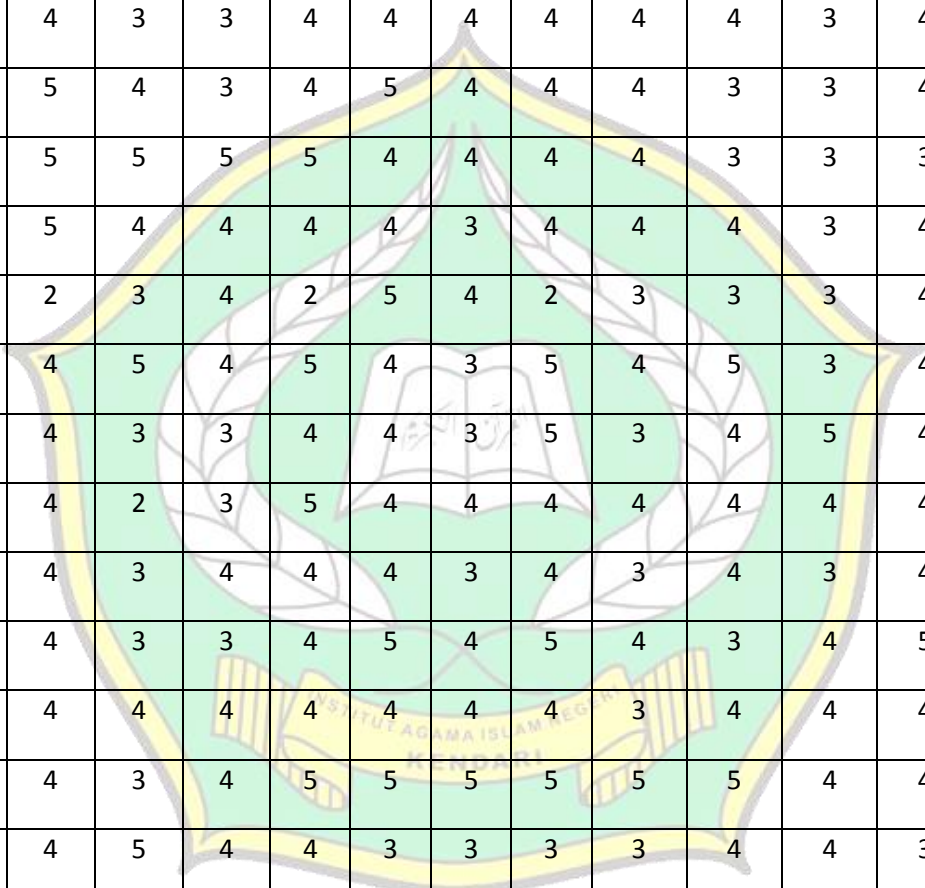


	keputusan pembelian														
No	Y.1.1	Y.1.2	Y.1.3	Y.1.4	Y.1.5	Y.1.6	Y.1.7	Y.1.8	Y.1.9	Y.1.10	Y.1.11	Y.1.12	Y.1.13	Y.1.14	TOTAL
1	4	5	3	2	4	3	4	5	3	4	4	5	4	5	55
2	5	5	3	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	65
3	5	2	3	3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	57
4	4	4	2	2	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	48
5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	66
6	5	5	2	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	64
7	5	4	5	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	5	64
8	4	5	4	4	5	4	4	3	4	4	3	2	3	4	53
9	5	3	3	3	3	4	4	5	4	5	4	4	5	4	56
10	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	54
11	4	3	4	3	4	4	5	5	4	3	4	4	2	5	54

12	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	3	4	3	3	58
13	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4	3	4	3	3	52
14	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	58
15	4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	3	5	59
16	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	60
17	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	66
18	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	67
19	5	5	5	4	5	4	5	4	3	4	3	4	3	4	58
20	4	4	5	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	5	62
21	4	5	5	5	4	3	4	5	4	4	3	4	3	4	57
22	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	5	4	4	4	57
23	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	4	5	5	60
24	5	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	4	4	4	57



25	5	4	4	5	4	4	4	5	4	3	3	4	5	4	58
26	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	61
27	5	5	5	4	5	4	5	4	4	4	3	4	4	4	60
28	5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	3	4	3	5	57
29	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	62
30	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	62
31	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	4	5	5	3	58
32	4	4	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	4	61
33	5	5	4	5	4	1	4	4	4	4	3	3	3	4	53
34	5	5	4	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	4	66
35	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	55
36	4	5	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	4	4	55
37	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	3	4	4	4	58



51	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	53
52	5	5	5	4	3	4	5	4	4	4	3	3	4	5	58
53	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	4	59
54	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	57
55	4	4	2	3	4	2	5	4	2	3	3	3	4	5	48
56	4	5	4	5	4	5	4	3	5	4	5	3	4	5	60
57	4	4	4	3	3	4	4	3	5	3	4	5	4	4	54
58	5	3	4	2	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	54
59	4	5	4	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	53
60	4	4	4	3	3	4	5	4	5	4	3	4	5	5	57
61	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	54
62	5	3	4	3	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	61
63	5	4	4	5	4	4	3	3	3	3	4	4	3	5	54

64	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	5	5	3	4	62
----	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	---	----



5. Output SPSS versi 25

a. Validasi data

Experiental Marketing (X1)

		Correlations													
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	TotalX1
X1.1	Pearson Correlation	1	.230	.068	.076	.307*	.300*	.263*	.308*	.227	.191	.334**	.109	.307*	.515**
	Sig. (2-tailed)		.067	.591	.549	.013	.016	.036	.013	.071	.130	.007	.392	.013	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.2	Pearson Correlation	.230	1	.396**	.360**	.505**	.237	.041	.229	.006	-.207	.171	.286*	.505**	.534**
	Sig. (2-tailed)	.067		.001	.003	.000	.060	.747	.069	.963	.100	.176	.022	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.3	Pearson Correlation	.068	.396**	1	.142	.176	.203	.336**	.202	.200	.090	.319*	.100	.176	.462**
	Sig. (2-tailed)	.591	.001		.264	.165	.107	.007	.110	.113	.482	.010	.430	.165	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.4	Pearson Correlation	.076	.360**	.142	1	.227	.147	.007	.172	.052	-.031	.139	.887**	.200	.478*
	Sig. (2-tailed)	.549	.003	.264		.071	.248	.967	.174	.681	.809	.274	.000	.113	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.5	Pearson Correlation	.307*	.505**	.176	.227	1	.365**	-.021	.100	-.005	-.070	.432**	.157	.977**	.625**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.165	.071		.003	.870	.434	.967	.585	.000	.215	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.6	Pearson Correlation	.300*	.237	.203	.147	.365**	1	.213	.099	.279*	.131	.252*	.152	.365**	.544**
	Sig. (2-tailed)	.016	.060	.107	.248	.003		.091	.434	.025	.302	.044	.230	.003	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.7	Pearson Correlation	.263*	.041	.336**	.007	-.021	.213	1	.403**	.426**	.456**	.215	.038	-.021	.457**
	Sig. (2-tailed)	.036	.747	.007	.957	.870	.091		.001	.000	.000	.089	.763	.870	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.8	Pearson Correlation	.308*	.229	.202	.172	.100	.099	.483**	1	.431**	.524**	.334**	.227	.071	.561**
	Sig. (2-tailed)	.013	.069	.110	.174	.434	.434	.001		.000	.000	.007	.071	.576	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.9	Pearson Correlation	.227	.006	.200	.052	-.005	.279*	.426**	.431**	1	.616**	.460**	.089	-.005	.540**
	Sig. (2-tailed)	.071	.963	.113	.681	.967	.025	.000	.000		.000	.000	.493	.967	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.10	Pearson Correlation	.191	-.207	.090	-.031	-.070	.131	.459**	.524**	.616**	1	.419**	-.045	-.070	.448**
	Sig. (2-tailed)	.130	.100	.482	.809	.585	.302	.000	.000	.000		.001	.723	.585	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.11	Pearson Correlation	.334**	.171	.319*	.139	.432**	.252*	.215	.334**	.460**	.419**	1	.155	.432**	.680**
	Sig. (2-tailed)	.007	.176	.010	.274	.000	.044	.069	.007	.000	.001		.222	.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.12	Pearson Correlation	.109	.286*	.100	.887**	.157	.152	.038	.227	.089	-.045	.155	1	.157	.463**
	Sig. (2-tailed)	.392	.022	.430	.000	.215	.230	.763	.071	.483	.723	.222		.215	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X1.13	Pearson Correlation	.307*	.505**	.176	.200	.977**	.365**	-.021	.071	-.005	-.070	.432**	.157	1	.617**
	Sig. (2-tailed)	.013	.000	.165	.113	.000	.003	.870	.576	.967	.585	.000	.215		.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
TotalX1	Pearson Correlation	.515**	.534**	.462**	.478**	.625**	.544**	.457**	.561**	.540**	.449**	.680**	.463**	.617**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64

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

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

1. Edukasi Konsumen (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	TotalX2
X2.1	Pearson Correlation	1	.127	.230	.292*	.155	-.023	-.074	-.099	.482**
	Sig. (2-tailed)		.318	.068	.019	.220	.858	.561	.439	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.2	Pearson Correlation	.127	1	.356**	.239	.379**	-.362**	.006	-.214	.368**
	Sig. (2-tailed)	.318		.004	.057	.002	.003	.962	.089	.003
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.3	Pearson Correlation	.230	.356**	1	.341**	.195	-.143	.040	-.153	.513**
	Sig. (2-tailed)	.068	.004		.006	.123	.261	.754	.228	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.4	Pearson Correlation	.292*	.239	.341**	1	-.077	-.139	-.100	-.174	.367**
	Sig. (2-tailed)	.019	.057	.006		.548	.273	.431	.168	.003
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.5	Pearson Correlation	.155	.379**	.195	-.077	1	-.193	.019	.055	.408**
	Sig. (2-tailed)	.220	.002	.123	.548		.126	.884	.664	.001
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.6	Pearson Correlation	-.023	-.362**	-.143	-.139	-.193	1	.179	.237	.303*
	Sig. (2-tailed)	.858	.003	.261	.273	.126		.157	.059	.015
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.7	Pearson Correlation	-.074	.006	.040	-.100	.019	.179	1	.491**	.467**
	Sig. (2-tailed)	.561	.962	.754	.431	.884	.157		.000	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
X2.8	Pearson Correlation	-.099	-.214	-.153	-.174	.055	.237	.491**	1	.398**
	Sig. (2-tailed)	.439	.089	.228	.168	.664	.059	.000		.001
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64
TotalX2	Pearson Correlation	.482**	.368**	.513**	.367**	.408**	.303*	.467**	.398**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.003	.001	.015	.000	.001	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64

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

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

Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	Y1.10	Y1.11	Y1.12	Y1.13	Y1.14	TotalY
Y1.1	Pearson Correlation	1	.126	.200	.161	.124	.084	.123	.199	.146	.232	.121	.210	.105	-.233	.369**
	Sig. (2-tailed)		.322	.113	.203	.330	.509	.333	.115	.251	.066	.339	.085	.411	.064	.003
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y1.2	Pearson Correlation	.126	1	.229	.280	.416**	.050	-.025	-.127	-.057	-.011	-.065	-.014	-.011	.089	.285*
	Sig. (2-tailed)	.322		.070	.021	.001	.692	.847	.318	.657	.932	.609	.915	.922	.484	.023
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y1.3	Pearson Correlation	.200	.228	1	.591**	.060	.083	.009	-.035	.159	-.091	-.046	.011	-.149	-.115	.303*
	Sig. (2-tailed)	.113	.070		.000	.640	.517	.942	.782	.210	.475	.721	.931	.241	.366	.015
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y1.4	Pearson Correlation	.161	.289*	.581**	1	.291*	-.210	-.131	.009	.148	.024	.002	.020	.048	-.262*	.329**
	Sig. (2-tailed)	.203	.021	.000		.020	.096	.300	.945	.244	.854	.886	.873	.705	.037	.008
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y1.5	Pearson Correlation	.124	.416**	.080	.291*	1	.022	.074	.065	-.031	.091	.135	.104	.025	.037	.362**
	Sig. (2-tailed)	.330	.001	.640	.020		.866	.563	.610	.811	.476	.286	.415	.842	.772	.003
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y1.6	Pearson Correlation	.084	.050	.083	-.210	.022	1	.228	.227	.269*	.079	.301*	.269*	.054	.114	.408**
	Sig. (2-tailed)	.509	.692	.517	.096	.866		.070	.071	.031	.536	.016	.031	.874	.368	.001
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y1.7	Pearson Correlation	.123	-.025	.009	-.131	.074	.228	1	.523**	.333**	.466**	.440**	.357**	.316**	.192	.573**
	Sig. (2-tailed)	.333	.847	.942	.300	.563	.070		.000	.007	.000	.000	.004	.010	.128	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y1.8	Pearson Correlation	.199	-.127	-.035	.009	.065	.227	.523**	1	.332**	.465**	.368**	.544**	.347**	.152	.621**
	Sig. (2-tailed)	.115	.318	.782	.945	.610	.071	.000		.007	.000	.001	.000	.005	.230	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y1.9	Pearson Correlation	.146	-.057	.159	.148	-.031	.269*	.333**	.332**	1	.533**	.428**	.459**	.406**	-.037	.635**
	Sig. (2-tailed)	.251	.657	.210	.244	.811	.031	.007	.007		.000	.000	.000	.001	.774	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y1.10	Pearson Correlation	.232	-.011	-.091	.024	.091	.079	.466**	.465**	.533**	1	.456**	.347**	.457**	.027	.618**
	Sig. (2-tailed)	.066	.932	.475	.854	.476	.536	.000	.000	.000		.000	.005	.000	.832	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y1.11	Pearson Correlation	.121	-.065	-.046	.002	.135	.301*	.440**	.396**	.428**	.456**	1	.521**	.429**	.201	.669**
	Sig. (2-tailed)	.339	.609	.721	.986	.286	.016	.000	.001	.000	.000		.000	.000	.111	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y1.12	Pearson Correlation	.210	-.014	.011	.020	.104	.269*	.397**	.544**	.459**	.347**	.521**	1	.377**	-.007	.646**
	Sig. (2-tailed)	.065	.915	.931	.873	.415	.031	.004	.000	.000	.005	.000		.002	.954	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y1.13	Pearson Correlation	.105	-.011	-.149	.048	.025	.054	.316*	.347**	.406**	.457**	.429**	.377**	1	.104	.540**
	Sig. (2-tailed)	.411	.932	.241	.705	.842	.674	.010	.005	.001	.000	.000	.002		.414	.000
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
Y1.14	Pearson Correlation	-.233	.089	-.115	-.262*	.037	.114	.182	.152	-.037	.027	.201	-.007	.104	1	.163
	Sig. (2-tailed)	.064	.484	.366	.037	.772	.368	.128	.230	.774	.832	.111	.954	.414		.187
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64
TotalY	Pearson Correlation	.369**	.285*	.303*	.329**	.362**	.408**	.573**	.621**	.635**	.618**	.669**	.648**	.540**	.163	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.023	.015	.008	.003	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.197	
	N	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64	64

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

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

b. Uji realibilitas

Tabel 4.11 Experiential Marketing (X ₁) Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.788	13

Tabel 4.12 Edukasi Konsumen (X ₂) Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.264	8

Tabel 4.13 Keputusan Pembelian (Y) Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.723	14

c. Uji normalitas

Tabel 4.15 Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		64
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.58347204
Most Extreme Differences	Absolute	.092
	Positive	.092
	Negative	-.059
Test Statistic		.092
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.		

2. Uji heteroskedastisitas

Tabel 4.16 Uji heteroskedastisitas Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	5.099	5.210	.064	.979	.332		
	experiential marketing	.030	.062		.486	.629	.935	1.070
	edukasi konsumen	-.118	.146	-.106	.808	.422	.935	1.070

a. Dependent Variable: Abs_RES1

3. Uji multikolinieritas

Tabel 4.17 Uji multikolinieritas Hasil Coefficients ^a								
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	7.472	7.931		.942	.350		
	experiential marketing	.230	.095	.248	2.421	.018	.935	1.070
	edukasi konsumen	1.140	.222	.525	5.135	.000	.935	1.070

a. Dependent Variable: keputusan pembelian

4. Uji autokorelasi

Tabel 4.18 Uji autokorelasi Model Summary ^b					
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.635 ^a	.404	.384	3.642	2.293
a. Predictors: (Constant), edukasi konsumen, experiential marketing					
b. Dependent Variable: keputusan pembelian					

5. Uji regresi linear berganda

Tabel 4.19 Uji regresi linear berganda Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.472	7.931		.942	.350
	experiential marketing	.230	.095	.248	2.421	.018
	edukasi konsumen	1.140	.222	.525	5.135	.000
a. Dependent Variable: keputusan pembelian						

6. Uji determinasi

Tabel 4.20 determinasi Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.635 ^a	.404	.384	3.642
a. Predictors: (Constant), edukasi konsumen, experiential marketing				
b. Dependent Variable: keputusan pembelian				

7. Uji parsial

Tabel 4.21 Uji parsial Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	7.472	7.931		.942	.350
	experiential marketing	.230	.095	.248	2.421	.018
	edukasi konsumen	1.140	.222	.525	5.135	.000
a. Dependent Variable: keputusan pembelian						

8. Uji simultan

Tabel 4.22						
Uji simultan						
ANOVA^a						
Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	547.437	2	273.719	20.639	.000 ^b
	Residual	809.000	61	13.262		
	Total	1356.438	63			
a. Dependent Variable: keputusan pembelian						
b. Predictors: (Constant), edukasi konsumen, experiential marketing						



4. Gambaran penyebaran kuesioner







PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI TENGGARA
BADAN PENELITIAN DAN PENGEMBANGAN

Jl. Mayjend S. Parman No. 03 Kendari 93121

Website : balitbang.sulawesitenggara.prov.go.id Email: badanlitbang.sultra01@gmail.com

Kendari, 21 Maret 2022

Kepada

Nomor : 070/ 099 / III /2022
Sifat : -
Lampiran : -
Perihal : IZIN PENELITIAN.

Yth. Walikota Kendari
Cq. Kepala Badan Kesbang Kota Kendari
Di -
KENDARI

Berdasarkan Surat Dekan FEBI IAIN Kendari Nomor: 158.1/FE/FE/TL.00/03/2022 tanggal, 21 Maret 2022 perihal tersebut diatas, Mahasiswa dibawah ini:

Nama : KHAERUNNISA
NIM : 18050101079
Program Studi : Ekonomi Syariah
Pekerjaan : Mahasiswa
Lokasi Penelitian : Apotik Afdal Anduonohu Kota Kendari

Bermaksud untuk Melakukan Penelitian/Pengambilan Data di Daerah/Sesuai Lokasi diatas, dalam rangka penyusunan KTI/Skripsi/Tesis/Disertasi, dengan judul :

**"PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING DAN EDUKASI KONSUMEN
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA APOTEK AFDAL".**

Yang akan dilaksanakan dari tanggal : 21 Maret 2022 sampai selesai.

Sehubungan dengan hal tersebut diatas, pada prinsipnya kami menyetujui kegiatan dimaksud dengan ketentuan :

1. Senantiasa menjaga keamanan dan keterliban serta mentaati perundang-undangan yang berlaku.
2. Tidak mengadakan kegiatan lain yang bertentangan dengan rencana semula.
3. Dalam setiap kegiatan dilapangan agar pihak Peneliti senantiasa koordinasi dengan Pemerintah setempat.
4. Wajib menghormati adat Istiadat yang berlaku di daerah setempat.
5. Menyerahkan 1 (satu) exemplar copy hasil penelitian kepada Gubernur Sulawesi Tenggara Cq. Kepala Badan Penelitian dan Pengembangan Provinsi Sulawesi Tenggara.
6. Surat izin akan dicabut kembali dan dinyatakan tidak berlaku apabila ternyata pemegang surat izin ini tidak mentaati ketentuan tersebut diatas.

Demikian surat Izin Penelitian diberikan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

an. GUBERNUR SULAWESI TENGGARA
KEPALA BADAN PENELITIAN & PENGEMBANGAN
PROV. SULAWESI TENGGARA
SEKRETARIS



T e m b u a n :

1. Gubernur Sulawesi Tenggara (sebagai laporan) di Kendari;
2. Dekan FEBI IAIN Kendari di Kendari;
3. Ketua Prodi. Ekonomi Syariah FEBI IAIN Kendari di Kendari;
4. Kepala Dinas Kesehatan Kota Kendari di Kendari;
5. Pengelola Apotik Afdal Anduonohu di Tempat;
6. Mahasiswa yang bersangkutan.



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Baruga Kota Kendari Telp/Fax. 0401-3193710
 email : iainkendari@yahoo.co.id, website : http://iainkendari.ac.id

SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
 NOMOR : 048/FE/PP.00.9/02/2022

Tentang

PENGUJI SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN MAHASISWA
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM TAHUN 2022

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kendari :

- Membaca : Surat Permohonan Seminar Proposal Penelitian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tanggal, 03 Februari 2022 :
 Nama/ NIM : KHAERUNNISA/ 18050101079
 Judul Skripsi : PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, EDUKASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN, PADA APOTEK AFDAL
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 2. Undang-Undang Nomor. 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
 3. Undang-Undang Nomor. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 4. Undang-Undang Nomor. 17 tahun 2003 tentang Keuangan Negara;
 5. Peraturan Menteri Agama RI. Nomor 02 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran Atas Beban Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Dep. Agama
 6. Peraturan Menteri Agama RI. Nomor 09 Tahun 2015 tentang organisasi dan tata kerja Institut Agama Islam Negeri Kendari.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN KENDARI TENTANG PENGUJI SEMINAR PROPOSAL PENELITIAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM TAHUN 2021
- Pertama : Mengangkat/ menunjuk Dosen Penguji Seminar PROPOSAL Penelitian Mahasiswa Sdr(i).
 KHAERUNNISA/ 18050101079 sebagai berikut :
 Ketua : Dr. Wahyuddin Maguni SE, M.Si,
 Sekretaris : Adzil Arsyi Sabana SE, ME
 Anggota1 : Akmal ME
- Kedua : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan/kesalahan didalam penetapannya, akan diadakan perubahan/perbaikan sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : Kendari,
 Pada tanggal : 25 Februari 2022
 Dekan,

Dr. H. Rusdin Muhalling M.EI
 NIP. 196310292000031001

Tembusan :

1. Rektor IAIN Kendari
2. Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) :

"Menjadi Program Studi Terdepan dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah Yang Transdisipliner"



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Baruga Kota Kendari Telp/Fax. 0401-3193710
email : iaikendari@yahoo.co.id, website : http://iaikendari.ac.id

Nomor : 048.a/FE.1/PP.00.9/02/2022
Lampiran : Satu Rangkap Hasil Penelitian
Perihal : **Undangan Penguji Seminar Proposal Penelitian**

Kendari, 25 Februari 2022

Kepada Yang Terhormat,
Bapak/ Ibu Dosen Penguji Seminar Proposal Penelitian
Di -
T e m p a t

Assalmu' Alaikum Wr. Wb.

Bersama ini kami memohon kesediaan Bapak/Ibu Dosen untuk menjadi Penguji pada Seminar Proposal Penelitian mahasiswa sebagai berikut :

Nama : KHAERUNNISA
Nim : 18050101079
Jurusan/ Prodi : Ekonomi Syariah (ESY)

Yang insya Allah dilaksanakan pada :

Hari/ Tanggal : Rabu, Tanggal 02 Maret 2022
Jam : 13.30 s/d 15.00 WITA
Tempat : Ruang Ujian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Pengaruh Experiential Marketing, edukasi konsumen terhadap Keputusan Pembelian, pada apotek Afdal
Tim Penguji : 1. Dr. Wahyuddin Maguni SE, M.Si,
2. Adzil Arsy Sabana SE, ME
3. Akmal ME

Demikian undangan ini untuk dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab

Wassalam

an Dekan,
Wakil Dekan I


Dr. Hj. Ummi Kalsum M.Ag
NIP. 197401092005012001

Tembusan :

1. Ketua Prodi Ekonomi Syariah
2. Arsip

Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) :

"Menjadi Program Studi Terdepan dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah Yang Transdisipliner"



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Baruga Kota Kendari Telp/Fax. 0401-3193710
 email : iainkendari@yahoo.co.id, website : http://iainkendari.ac.id

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
 NOMOR : 228/FE/PP.00.9/06/2022**

Tentang

**PENGUJI SEMINAR HASIL PENELITIAN MAHASISWA
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM TAHUN 2022**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kendari :

- Membaca : Surat Permohonan Seminar Hasil Penelitian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Tanggal, 13 Juni 2022 :
- Nama/ NIM : **KHAERUNNISA/ 18050101079**
 Judul Skripsi : **PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, EDUKASI KONSUMEN TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN, PADA APOTEK AFDAL**
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 2. Undang-Undang Nomor. 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
 3. Undang-Undang Nomor. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 4. Undang-Undang Nomor. 17 tahun 2003 tentang Keuangan Negara;
 5. Peraturan Menteri Agama RI. Nomor 02 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan Pembayaran Atas Beban Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Dep. Agama
 6. Peraturan Menteri Agama RI. Nomor 09 Tahun 2015 tentang organisasi dan tata kerja Institut Agama Islam Negeri Kendari.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : **SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN KENDARI TENTANG PENGUJI SEMINAR HASIL PENELITIAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM TAHUN 2021**
- Pertama : Mengangkat/ menunjuk Dosen Penguji Seminar HASIL Penelitian Mahasiswa Sdr(i).
KHAERUNNISA/ 18050101079 sebagai berikut :
 Ketua : **Dr. Wahyuddin Maguni SE, M.Si,**
 Sekretaris : **Adzil Arsyi Sabana SE, ME**
 Anggota1 : **Akmal ME**
 Anggota2 : **Dewi Santri S.Si, M.Si**
- Kedua : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat kekeliruan/kesalahan didalam penetapannya, akan diadakan perubahan/perbaikan sebagaimana mestinya.



Ditetapkan di Kendari,
 Pada tanggal 14 Juni 2022

Agudin Muhalling M.EI
 NIK 196310292000031001

Tembusan :

1. Rektor IAIN Kendari
2. Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) :

"Menjadi Program Studi Terdepan dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah Yang Transdisipliner"



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Baruga Kota Kendari Telp/Fax: 0401-3193710
email : iainkendari@yahoo.co.id, website : http://iainkendari.ac.id

Nomor : 228.1/FE/FE.1/PP.00.9/06/2022 Kendari, 14 Juni 2022
Lampiran : Satu Rangkap Hasil Penelitian
Perihal : **Undangan Penguji Seminar Hasil Penelitian**

Kepada Yang Terhormat,
Bapak/ Ibu Dosen Penguji Seminar Hasil Penelitian
Di -
Tempat

Assalmu' Alaikum Wr. Wb.

Bersama ini kami memohon kesediaan Bapak/Ibu Dosen untuk menjadi Penguji pada Seminar Hasil Penelitian mahasiswa sebagai berikut :

Nama : KHAERUNNISA
Nim : 18050101079
Jurusan/ Prodi : Ekonomi Syariah (ESY)

Yang insya Allah dilaksanakan pada :

Hari/ Tanggal : Jumat, Tanggal 17 Juni 2022
Jam : 15.30 s/d 17.00 WITA
Tempat : Ruang Ujian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Pengaruh Experiential Marketing, edukasi konsumen terhadap Keputusan Pembelian, pada apotek Afdal
Tim Penguji : 1. Dr. Wahyuddin Maguni SE, M.Si,
2. Adzil Arsyi Sabana SE, ME
3. Akmal ME
4. Dewi Santri S.Si, M.Si

Demikian undangan ini untuk dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab



Tembusan :

1. Ketua Prodi Ekonomi Syariah
2. Arsip

Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) :

"Menjadi Program Studi Terdepan dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah Yang Transdisipliner"



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Sultan Daimuddin No. 17 Baruga Kota Kendari Telp/Fax. 0401-3193710
 email : iainkendari@yahoo.co.id, website : http://iainkendari.ac.id

**SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
 INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
 NOMOR : 261/FE/PP.00.9/06/2022**

Tentang

**PENGUJI SEMINAR SKRIPSI PENELITIAN MAHASISWA
 FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM TAHUN 2022**

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Institut Agama Islam Negeri Kendari :


- Membaca : Surat Pemohonan Seminar Skripsi Penelitian Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
 Tanggal, 24 Juni 2022 ;
 Nama/ NIM : KHAERUNNISA/ 18050101079
 Judul Skripsi : PENGARUH EXPERIENTIAL MARKETING, EDUKASI KONSUMEN
 TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN, PADA APOTEK AFDAL
- Mengingat : 1. Undang-Undang Nomor. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional;
 2. Undang-Undang Nomor. 14 tahun 2005 tentang Guru dan Dosen;
 3. Undang-Undang Nomor. 12 Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi;
 4. Undang-Undang Nomor. 17 tahun 2003 tentang Keuangan Negara;
 5. Peraturan Menteri Agama RI. Nomor 02 Tahun 2006 tentang Mekanisme Pelaksanaan
 Pembayaran Atas Beban Anggaran Pendapatan dan Belanja Negara di Lingkungan Dep. Agama
 6. Peraturan Menteri Agama RI. Nomor 09 Tahun 2015 tentang organisasi dan tata kerja Institut
 Agama Islam Negeri Kendari.

MEMUTUSKAN

- Menetapkan : SURAT KEPUTUSAN DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM IAIN KENDARI
 TENTANG PENGUJI SEMINAR SKRIPSI PENELITIAN MAHASISWA FAKULTAS EKONOMI DAN
 BISNIS ISLAM TAHUN 2021
- Pertama : Mengangkat/ menunjuk Dosen Penguji Seminar SKRIPSI Penelitian Mahasiswa Sdr(i).
 KHAERUNNISA/ 18050101079 sebagai berikut :
 Ketua : Dr. Wahyuddin Maguni SE, M.SI,
 Sekretaris : Adzil Arsyil Sabana SE, ME
 Anggota1 : Akmal ME
 Anggota2 : Dewi Santri S.Si, M.SI
- Kedua : Surat Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dengan ketentuan apabila terdapat
 kekeliruan/kesalahan didalam penetapannya, akan diadakan perubahan/perbaikan sebagaimana
 mestinya.

Ditetapkan di : K e n d a r i,
 Pada tanggal : 28 Juni 2022

Dekan,


 Dr. H. Rusdin Muhalling M.EI
 NIP. 196310292000031001

- Tembusan :
1. Rektor IAIN Kendari
 2. Ketua Prodi Ekonomi Syariah

Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) :

**"Menjadi Program Studi Terdepan dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah Yang
 Transdisipliner"**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI KENDARI
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Sultan Qaimuddin No. 17 Baruga Kota Kendari Telp/Fax: 0401-3193710
email : iainkendari@yahoo.co.id, website : http://iainkendari.ac.id

Nomor : 261.1/FE/FE.1/PP.00.9/06/2022 Kendari, 28 Juni 2022
Lampiran : Satu Rangkap Hasil Penelitian
Perihal : **Undangan Penguji Seminar Skripsi Penelitian**

Kepada Yang Terhormat,
Bapak/ Ibu Dosen Penguji Seminar Skripsi Penelitian
Di -
Tempat

Assalmu' Alaikum Wr. Wb.

Bersama ini kami memohon kesediaan Bapak/Ibu Dosen untuk menjadi Penguji pada Seminar Skripsi Penelitian mahasiswa sebagai berikut :

Nama : KHAERUNNISA
Nim : 18050101079
Jurusan/ Prodi : Ekonomi Syariah (ESY)

Yang insya Allah dilaksanakan pada :

Hari/ Tanggal : Senin, Tanggal 04 Juli 2022
Jam : 09.30 s/d 11.00 WITA
Tempat : Ruang Ujian Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Judul : Pengaruh Experiential Marketing, edukasi konsumen terhadap Keputusan Pembelian, pada apotek Afdal
Tim Penguji : 1. Dr. Wahyuddin Maguni SE, M.Si,
2. Adzil Arsyi Sabana SE, ME
3. Akmal ME
4. Dewi Santri S.Si, M.Si

Demikian undangan ini untuk dilaksanakan dengan penuh rasa tanggung jawab

Wassalam

an.Dekan,
Wakil Dekan I

Dr. Hj. Umri Kalsum M.Ag /t
NIP. 197401092005012001

Tembusan :

1. Ketua Prodi Ekonomi Syariah
2. Arsip

Visi Program Studi Ekonomi Syariah (ESY) :

"Menjadi Program Studi Terdepan dalam Pengembangan Ilmu Ekonomi dan Bisnis Syariah Yang Transdisipliner"

CLURRICULUM VITAE**1. Identitas Diri**

Nama : Khaerunnisa
NIM : 18050101079
Tempat Tanggal Lahir : Langgea, 26 Juni 1996
Agama : Islam
Jenis Kelamin : Perempuan
Anak ke : 2
Alamat Asal : BTN Wirabuana Blok M No. 5
Anduonohu
E-mail : icakhaerunnisa26@gmail.com

2. Data Keluarga

a. Nama Orang Tua

1. Ayah : Kaharuddin A.Ma
2. Ibu : Nurhaedah S.Ip
3. Saudara : Rachmat Taqiuddin Amd Stat dan Tini Sri Azhari

3. Riwayat Pendidikan

- a. TK : TK Dian Ekawati
- b. SD/MI : SDN 1 Poasia
- c. SMP/MTS : SMPN 5 Kendari
- d. SMA/MAN : SMAN 2 Kendari
- e. D-III : Akademi Farmasi Bina Husada Kendari

