LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Instrumen Penelitian

Kuesioner Penelitian: Pengaruh Marketing Public Relations PT Saphire Indah Permai Terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi Di Darussalam Regency

Saya Salim merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi yang sedang melakukan penelitian sebagai bagian dari penyusunan tugas akhir (skripsi). Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini.
Kuesioner ini bertujuan untuk mengetahui persepsi responden terkait strategi pemasaran serta pengaruhnya terhadap keputusan pembelian rumah. Adapun responden yang diharapkan mengisi kuesioner ini adalah pihak yang telah membeli rumah dan telah melalui seluruh proses pembelian.
Atas perhatian dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

TATA CARA PENGISIAN KUESIONER

Setiap pernyataan dalam kuesioner ini menggunakan **skala penilaian (Skala Likert)**. Anda diminta untuk memberikan penilaian terhadap setiap pernyataan sesuai dengan pendapat dan pengalaman Anda.
Pilih salah satu angka pada **skala 1 sampai 5** yang paling menggambarkan tingkat persetujuan Anda terhadap pernyataan yang diberikan, dengan keterangan sebagai berikut:

- **1 = Sangat Tidak Setuju**
- **2 = Tidak Setuju**
- **3 = Netral**
- **4 = Setuju**
- **5 = Sangat Setuju**

Berikan jawaban yang paling sesuai dengan kondisi dan pengalaman Anda. Tidak ada jawaban benar atau salah dalam kuesioner ini.

SKALA LIKERT	
SKOR	**KETERANGAN**
5	Sangat Setuju
4	Setuju

3	Netral
2	Tidak Setuju
1	Sangat Tidak Setuju

Identitas Responden

1. Nama
2. Jenis Kelamin
3. Status (Pembeli/Tidak)

Variabel X – Marketing Public Relations (Berdasarkan pengalaman sebelum & saat membeli)

PULL STRATEGY	
No	**Pernyataan**
X1	Informasi mengenai rumah subsidi yang diberikan mudah saya pahami
X2	Konten promosi yang disampaikan menarik perhatian saya sebelum membeli
X3	Informasi tentang perumahan mudah saya temukan
X4	Media promosi (media sosial/brosur) membantu saya memahami produk
X5	Informasi yang diberikan membuat saya tertarik untuk mengetahui lebih lanjut
PUSH STRATEGY	
X6	Marketing menjelaskan produk dengan jelas dan meyakinkan
X7	Marketing merespon pertanyaan saya dengan cepat dan tepat
X8	Prosedur pembelian dijelaskan dengan jelas kepada saya
X9	Saya mendapatkan pelayanan yang baik selama proses pembelian
X10	Komunikasi langsung dengan marketing membantu saya dalam mengambil keputusan
PASS STRATEGY	

X11	Perusahaan memiliki citra yang baik di masyarakat
X12	Saya percaya terhadap pengembang sebelum membeli rumah
X13	Rekomendasi atau testimoni orang lain mempengaruhi keputusan saya
X14	Reputasi perusahaan membuat saya yakin untuk membeli
X15	Informasi dari pihak lain memperkuat kepercayaan saya

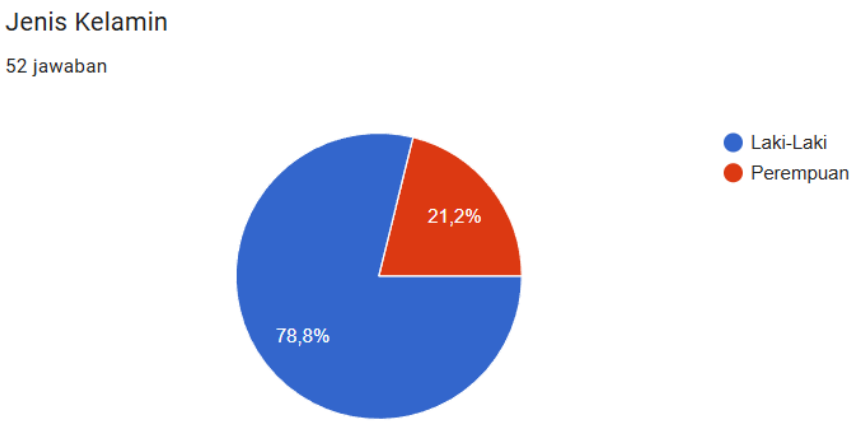
Variabel Y – Keputusan Pembelian (SEMUA SUDAH TERJADI – pengalaman nyata)

PENGENALAN KEBUTUHAN	
No	**Pernyataan**
Y1	Saya membeli rumah karena kebutuhan akan tempat tinggal
Y2	Saya merasa memiliki rumah merupakan kebutuhan penting
PENCARIAN INFORMASI	
Y3	Saya mencari informasi sebelum memutuskan membeli rumah
Y4	Saya membandingkan informasi dari berbagai sumber sebelum membeli
EVALUASI ALTERNATIF	
Y5	Saya mempertimbangkan beberapa pilihan perumahan sebelum membeli
Y6	Saya membandingkan kelebihan dan kekurangan sebelum memilih
KEPUTUSAN PEMBELIAN	
Y7	Saya memutuskan membeli rumah di Darussalam Regency
Y8	Saya yakin dengan keputusan yang saya

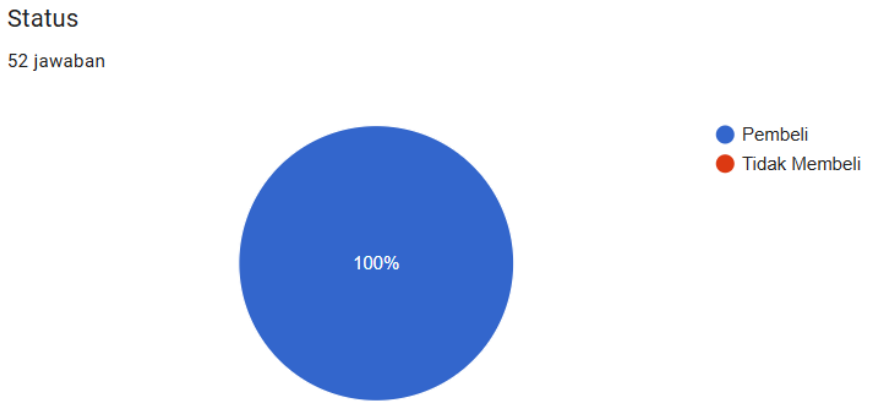
	ambil saat membeli
PASCA PEMBELIAN	
Y9	Saya merasa puas setelah membeli rumah
Y10	Saya tidak menyesal dengan keputusan pembelian saya

Lampiran 2 Karakteristik Responden

a. Daftar Jenis Kelamin Responden



b. Karakteristik Berdasarkan Pembelian Rumah Subsidi



Lampiran 3 Tabulasi Data Jawaban Responden

Variabel X

NO	MARKETING PUBLIC RELATIONS (X)															TOTAL
	PULL STRATEGY					PUSH STRATEGY					PASS STRATEGY					
	P 1	P 2	P 3	P 4	P 5	P 6	P 7	P 8	P 9	P 10	P 11	P 12	P 13	P 14	P 15	
1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	73
2	3	3	5	4	3	3	4	5	3	5	5	5	3	4	4	59
3	3	2	2	3	1	1	2	2	2	2	3	3	1	1	3	31
4	2	3	3	4	3	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	40
5	3	3	2	4	3	2	4	3	3	3	4	3	2	2	4	45
6	2	1	2	3	2	3	1	2	1	1	3	2	1	3	3	30
7	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	73
8	5	4	4	4	3	4	4	3	4	5	4	3	5	4	5	61
9	2	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2	2	3	26
10	5	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	71
11	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	73
12	4	4	4	3	3	5	3	4	3	4	5	4	5	4	3	58
13	2	2	1	2	2	2	3	2	2	1	1	1	2	1	3	27
14	3	4	5	5	5	5	4	3	3	3	4	4	5	4	4	61
15	4	2	3	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	2	40
16	4	2	2	2	3	3	3	4	4	2	3	3	2	2	4	43
17	4	3	4	3	4	3	4	3	3	4	2	2	3	4	3	49

18	3	3	2	2	3	2	3	4	2	3	3	4	4	4	3	45
19	1	2	3	2	2	1	1	2	2	2	3	3	1	2	1	28
20	2	4	2	3	4	2	4	2	4	4	3	3	3	3	3	46
21	3	2	3	2	4	3	4	2	3	3	4	4	3	4	3	47
22	4	4	4	3	3	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	62
23	2	2	4	4	4	3	2	3	3	4	3	2	3	2	2	43
24	2	3	3	2	2	1	2	2	2	3	3	3	2	1	1	32
25	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	70
26	3	2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	1	1	31
27	2	2	2	2	2	3	2	2	2	1	1	2	2	2	2	29
28	2	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	3	2	3	3	47
29	2	2	2	2	3	2	1	1	2	2	2	1	2	3	2	29
30	2	3	3	1	2	3	1	2	2	3	1	2	2	1	2	30
31	4	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	67
32	3	3	3	4	3	2	2	3	3	4	3	4	2	3	3	45
33	2	2	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	3	26
34	5	4	4	3	4	4	4	5	3	4	5	4	4	5	3	61
35	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5	4	4	4	63
36	3	1	1	2	1	2	2	2	1	3	1	1	3	2	2	27
37	4	4	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4	4	5	4	60
38	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4	72
39	1	2	3	2	2	3	1	2	2	3	3	2	2	2	2	32
40	3	5	5	4	4	5	4	4	3	5	3	4	4	4	5	62
41	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	72
42	3	2	2	2	3	2	3	1	3	3	2	1	2	2	2	33
43	2	1	3	1	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	1	33
44	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	64
45	3	4	2	4	2	4	4	2	2	4	4	3	3	2	3	46
46	5	4	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	71
47	4	3	3	2	2	3	3	3	3	2	4	2	2	3	4	43
48	3	4	2	4	4	3	3	4	3	3	2	3	3	2	2	45
49	2	2	1	2	2	2	2	1	3	1	2	1	3	1	1	26
50	4	4	3	4	3	5	4	4	4	4	3	3	4	3	5	57
51	4	2	4	2	4	3	2	3	2	3	2	3	4	3	3	44
52	2	2	3	2	2	3	3	4	2	4	3	2	4	2	2	40

Variabel Y

NO	KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y)										TOTAL
	PENGENALAN KEBUTUHAN		PENCARIAN INFORMASI		EVALUASI ALTERNATIF		KEPUTUSAN PEMBELIAN		PASCA PEMBELIAN		
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	
1	4	4	3	3	2	4	2	4	3	3	32
2	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	49
3	3	2	3	4	4	2	3	2	2	3	28
4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	3	40
5	3	4	5	3	3	4	3	4	5	4	38
6	5	4	3	4	5	5	4	4	5	4	43
7	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	49
8	3	2	3	3	3	3	4	3	3	2	29
9	5	5	3	4	5	4	4	4	5	5	44
10	5	4	3	4	5	4	3	5	3	3	39
11	3	2	2	2	3	2	1	3	2	1	21
12	3	2	3	2	1	1	3	3	1	2	21
13	3	2	3	2	4	3	3	2	2	3	27
14	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	48
15	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	48
16	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	48
17	3	5	5	4	5	5	4	3	5	5	44
18	2	1	3	1	2	1	2	1	2	3	18
19	4	4	4	4	3	4	5	4	3	3	38
20	4	3	3	3	2	2	2	3	3	2	27
21	2	1	1	2	2	2	2	2	3	2	19
22	3	3	3	3	2	3	4	3	3	4	31
23	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	46
24	2	3	4	3	3	3	3	2	3	3	29
25	3	3	3	3	2	4	3	2	2	4	29
26	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	46
27	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
28	4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	38
29	3	3	3	2	3	2	2	3	4	3	28

30	5	5	3	5	4	5	4	3	5	5	44
31	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	47
32	5	3	4	3	3	4	4	4	4	4	38
33	5	4	4	5	5	4	5	5	5	5	47
34	1	1	2	3	1	3	3	1	2	2	19
35	3	3	4	3	4	3	3	4	2	3	32
36	2	4	3	3	2	3	2	4	2	3	28
37	5	4	5	5	3	4	4	5	4	5	44
38	4	4	3	3	3	4	3	5	4	4	37
39	3	3	4	3	3	2	4	3	4	3	32
40	2	3	2	2	2	2	2	3	3	2	23
41	1	3	1	3	2	2	2	2	1	2	19
42	4	2	4	3	3	3	3	3	2	3	30
43	3	3	2	3	2	1	1	1	2	2	20
44	3	4	2	3	2	2	4	3	3	4	30
45	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	48
46	5	5	3	4	3	4	5	5	4	5	43
47	3	5	5	5	3	5	3	5	5	5	44
48	3	4	3	4	2	3	3	4	3	3	32
49	4	4	4	4	4	4	3	5	4	5	41
50	3	3	1	2	3	3	2	2	2	2	23
51	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	47
52	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50

Lampiran 4 Deskriptif Variabel

Deskriptif Variabel Marketing Public Relations (X)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X01	52	1.00	5.00	3.2308	1.16510
X02	52	1.00	5.00	3.0769	1.18564
X03	52	1.00	5.00	3.1923	1.22135
X04	52	1.00	5.00	3.1346	1.17204
X05	52	1.00	5.00	3.1923	1.23730
X06	52	1.00	5.00	3.2308	1.26205
X07	52	1.00	5.00	3.2115	1.22613
X08	52	1.00	5.00	3.2500	1.29668
X09	52	1.00	5.00	3.0962	1.14206
X10	52	1.00	5.00	3.3077	1.24520
X11	52	1.00	5.00	3.3462	1.23486
X12	52	1.00	5.00	3.1346	1.31401
X13	52	1.00	5.00	3.2308	1.29275
X14	52	1.00	5.00	3.0192	1.32088
X15	52	1.00	5.00	3.1923	1.25305
Valid N (listwise)	52				

Deskriptif Keputusan Pembelian (Y)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1	52	1.00	5.00	3.7115	1.16040
Y2	52	1.00	5.00	3.6346	1.17204
Y3	52	1.00	5.00	3.4808	1.11127
Y4	52	1.00	5.00	3.6538	1.11820
Y5	52	1.00	5.00	3.4231	1.24217
Y6	52	1.00	5.00	3.5385	1.22813
Y7	52	1.00	5.00	3.5000	1.16316
Y8	52	1.00	5.00	3.5962	1.19245
Y9	52	1.00	5.00	3.6154	1.28573
Y10	52	1.00	5.00	3.6923	1.19703
Valid N (listwise)	52				

Lampiran 5 Uji Validitas

Variabel Marketing Public Relations (X)

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	X09	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X_TOTAL
X01	Pearson Correlation	1	.654***	.588***	.594***	.676***	.670***	.748***	.688***	.749***	.626***	.652***	.658***	.745***	.736***	.735***	.823***
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X02	Pearson Correlation	.654***	1	.694***	.754***	.752***	.709***	.771***	.714***	.733***	.754***	.678***	.748***	.756***	.688***	.689***	.868***
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X03	Pearson Correlation	.588***	.694***	1	.653***	.754***	.721***	.588***	.687***	.647***	.747***	.722***	.753***	.692***	.776***	.629***	.836***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X04	Pearson Correlation	.594***	.754***	.653***	1	.725***	.628***	.717***	.635***	.664***	.670***	.685***	.714***	.626***	.657***	.730***	.818***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X05	Pearson Correlation	.676***	.752***	.754***	.725***	1	.687***	.735***	.666***	.791***	.686***	.649***	.731***	.756***	.802***	.621***	.864***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X06	Pearson Correlation	.670***	.709***	.721***	.628***	.687***	1	.690***	.695***	.665***	.690***	.640***	.643***	.784***	.738***	.715***	.838***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X07	Pearson Correlation	.748***	.771***	.588***	.717***	.735***	.690***	1	.743***	.797***	.701***	.715***	.712***	.760***	.724***	.751***	.873***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X08	Pearson Correlation	.688***	.714***	.687***	.635***	.666***	.695***	.743***	1	.685***	.692***	.729***	.808***	.714***	.730***	.658***	.852***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X09	Pearson Correlation	.749***	.733***	.647***	.664***	.791***	.665***	.797***	.685***	1	.682***	.727***	.710***	.689***	.688***	.713***	.855***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X10	Pearson Correlation	.626***	.754***	.747***	.670***	.686***	.690***	.701***	.692***	.682***	1	.682***	.717***	.710***	.688***	.640***	.838***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X11	Pearson Correlation	.652***	.678***	.722***	.685***	.649***	.640***	.715***	.729***	.727***	.682***	1	.829***	.625***	.765***	.653***	.843***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X12	Pearson Correlation	.658***	.748***	.753***	.714***	.731***	.643***	.712***	.808***	.710***	.717***	.829***	1	.685***	.789***	.675***	.878***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X13	Pearson Correlation	.745***	.756***	.692***	.626***	.756***	.784***	.760***	.714***	.689***	.710***	.625***	.685***	1	.755***	.614***	.856***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X14	Pearson Correlation	.736***	.688***	.776***	.657***	.802***	.738***	.724***	.730***	.688***	.688***	.765***	.789***	.755***	1	.744***	.886***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X15	Pearson Correlation	.735***	.689***	.629***	.730***	.621***	.715***	.751***	.658***	.713***	.640***	.653***	.675***	.614***	.744***	1	.828***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X_TOTAL	Pearson Correlation	.823***	.868***	.836***	.818***	.864***	.838***	.873***	.852***	.855***	.838***	.843***	.878***	.856***	.886***	.828***	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52

***. Correlation is significant at the 0.001 level (2-tailed).

Variabel Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		X01	X02	X03	X04	X05	X06	X07	X08	X09	X10	X11	X12	X13	X14	X15	X_TOTAL
X01	Pearson Correlation	1	.654***	.588***	.594***	.676***	.670***	.748***	.688***	.749***	.626***	.652***	.658***	.745***	.736***	.735***	.823***
	Sig. (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X02	Pearson Correlation	.654***	1	.694***	.754***	.752***	.709***	.771***	.714***	.733***	.754***	.678***	.748***	.756***	.688***	.689***	.868***
	Sig. (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X03	Pearson Correlation	.588***	.694***	1	.653***	.754***	.721***	.588***	.687***	.647***	.747***	.722***	.753***	.692***	.776***	.629***	.836***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X04	Pearson Correlation	.594***	.754***	.653***	1	.725***	.628***	.717***	.635***	.664***	.670***	.685***	.714***	.626***	.657***	.730***	.818***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X05	Pearson Correlation	.676***	.752***	.754***	.725***	1	.687***	.735***	.666***	.791***	.686***	.649***	.731***	.756***	.802***	.621***	.864***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X06	Pearson Correlation	.670***	.709***	.721***	.628***	.687***	1	.690***	.695***	.665***	.690***	.640***	.643***	.784***	.738***	.715***	.838***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X07	Pearson Correlation	.748***	.771***	.588***	.717***	.735***	.690***	1	.743***	.797***	.701***	.715***	.712***	.760***	.724***	.751***	.873***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X08	Pearson Correlation	.688***	.714***	.687***	.635***	.666***	.695***	.743***	1	.685***	.692***	.729***	.808***	.714***	.730***	.658***	.852***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X09	Pearson Correlation	.749***	.733***	.647***	.664***	.791***	.665***	.797***	.685***	1	.682***	.727***	.710***	.689***	.688***	.713***	.855***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X10	Pearson Correlation	.626***	.754***	.747***	.670***	.686***	.690***	.701***	.692***	.682***	1	.682***	.717***	.710***	.688***	.640***	.838***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X11	Pearson Correlation	.652***	.678***	.722***	.685***	.649***	.640***	.715***	.729***	.727***	.682***	1	.829***	.625***	.765***	.653***	.843***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X12	Pearson Correlation	.658***	.748***	.753***	.714***	.731***	.643***	.712***	.808***	.710***	.717***	.829***	1	.685***	.789***	.675***	.878***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X13	Pearson Correlation	.745***	.756***	.692***	.626***	.756***	.784***	.760***	.714***	.689***	.710***	.625***	.685***	1	.755***	.614***	.856***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X14	Pearson Correlation	.736***	.688***	.776***	.657***	.802***	.738***	.724***	.730***	.688***	.688***	.765***	.789***	.755***	1	.744***	.886***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X15	Pearson Correlation	.735***	.689***	.629***	.730***	.621***	.715***	.751***	.658***	.713***	.640***	.653***	.675***	.614***	.744***	1	.828***
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001		<.001
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52
X_TOTAL	Pearson Correlation	.823***	.868***	.836***	.818***	.864***	.838***	.873***	.852***	.855***	.838***	.843***	.878***	.856***	.886***	.828***	1
	Sig. (2-tailed)	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	
	N	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52	52

***. Correlation is significant at the 0.001 level (2-tailed).

Lampiran 6 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Marketing Public Relations (X)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.973	15

Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.958	10

Lampiran 7 Uji Asumsi

Uji Normalitas

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	.107	52	.200*	.942	52	.013

*. This is a lower bound of the true significance.

a. Lilliefors Significance Correction

Uji Heteroskedastisitas (Glejser)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.050E-15	4.501		.000	1.000
	X_TOTAL	.000	.089	.000	.000	1.000

a. Dependent Variable: ABS_RES

Lampiran 8 Uji Asumsi Regresi Linear Sederhana

Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	40.767	4.501		9.057	<.001
	X_TOTAL	-.103	.089	-.161	-1.150	.255

a. Dependent Variable: Y_TOTAL

Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.161[a]	.026	.006	10.08772

a. Predictors: (Constant), X_TOTAL

Uji T

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	40.767	4.501		9.057	<.001
	X_TOTAL	-.103	.089	-.161	-1.150	.255

a. Dependent Variable: Y_TOTAL

Uji F

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	134.662	1	134.662	1.323	.255[b]
	Residual	5088.107	50	101.762		
	Total	5222.769	51			

a. Dependent Variable: Y_TOTAL

b. Predictors: (Constant), X_TOTAL

Lampiran 9 Kartu Bimbingan

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : ♦ Ilmu Administrasi Negara ♦ Ilmu Administrasi Niaga ♦ Ilmu Komunikasi
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama : Salim

NBI : 1152200283

Program Studi : **Ilmu Komunikasi**

Dosen Pembimbing I : Doan Whidiandono, S. Sos., M. I. Kom

Dosen Pembimbing II : Bagus Cahyo Shah Adhi Pradana, S. Sos., M. Med. Kom

Judul Skripsi : PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS PT SAPHIRE INDAH PERMAI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI DI DARUSSALAM REGENCY

A. Proses Bimbingan Skripsi

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1	24/2 2026	- Lanjutkan bab II - Rapikan penulisan referensi & daftar pustaka.		
2	4/3/26	- Latar belakang - Teori		
3	12/3/26	Lanjut bab 3		
4	31/3/26	① Teliti mmg bab II ② Perbaiki kerangka berpikir.		
5	7/4/26	~~Revisi kerangka berpikir~~. ACC sem. proposal		
6	15/4/26	ACC bab 1-3 & Interview Guide		
7	5/5/26	Pembahasan bab 4		
8	11/5/26	Penguatan rekomendasi-V		
9	20/5/26	ACC bab 4-5		
10	20/5/26	ACC bab 4 & 5		

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
Program Studi : ♦ Ilmu Administrasi Negara ♦ Ilmu Administrasi Niaga ♦ Ilmu Komunikasi
♦ Magister Administrasi Publik ♦ Magister Ilmu Komunikasi ♦ Doktor Ilmu Administrasi
Gedung F 101 Jl. Semolowaru 45 Surabaya (60118)
Telp. 031-5931800 psw. 159 email : fisip@untag-sby.ac.id

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2

B. Bimbingan Artikel Ilmiah dan Poster Hasil Luaran Skripsi

No	Tanggal	Saran/Perbaikan	Pembimbing	
			Paraf Dospem 1	Paraf Dospem 2
1.	20/5/26	Acc ke artikel & poster		
2.	20/5/26	Acc		

1. Kartu Bimbingan dibawa saat bimbingan
2. Kartu bimbingan diisi oleh Dosen Pembimbing

Bimbingan dinyatakan telah selesai
Tanggal : 20/5/26

Dosen Pembimbing I,

(Dona W)

Dosen Pembimbing II,

(Bagus Cahyo Shah A.P)

Lampiran 10 Surat Keterangan Lolos Uji Turnitin

UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 (UNTAG) SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
LABORATORIUM OTONOMI DAERAH
Gedung F Lantai 2 Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jl. Semolowaru No. 45 Surabaya, Telp. (031) 5931800

SURAT KETERANGAN
Nomor:546/K/LOD/V/2026

Yang bertanda tangan di bawah ini penanggung jawab Uji Turnitin dari Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas 17 Agustus 1945 (UNTAG) Surabaya

Nama : Moh. Dey Prayogo, S.I.Kom., M.I.Kom
NPP : 20150220869

Dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : Salim
NBI : 1152200283

Berdasarkan hasil uji turnitin untuk skripsi mahasiswa tersebut telah di bawah 20%.
Surat Keterangan ini diberikan atas permintaan yang bersangkutan untuk "Pendaftaran Ujian Skripsi"
Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 29 Mei 2026

Mengetahui
Kepala Lab. Otoda,

Dida Rahmadanik, S.AP, M.AP

PIC Uji Plagiasi

Moh. Dey Prayogo, S.I.kom., M.I.Kom

Lampiran 11 *Letter of Acceptance (LoA)*

COMMUNITY OF RESEARCH LABORATORY SURABAYA
DEPARTEMEN PENERBITAN
RELASI: JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI
e-ISSN: 2807-6818, Jl. Nginden Intan Timur XV. No. 11 Surabaya, Indonesia
https://www.aksiologi.org/index.php/relasi; e-mail: jurnalrelasi@gmail.com

RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi
06/02/2026#2775
L.o.A
22/05/2026

Kepada
SALIM,
salimmugebel123@gmail.com;
DOAN WIDHIANDONO,
doanwidhi@untag-sby.ac.id;
BAGUS CAHYO SHAH ADHI PRADANA,
baguspradana@untag-sby.ac.id;

Di
Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya,
INDONESIA

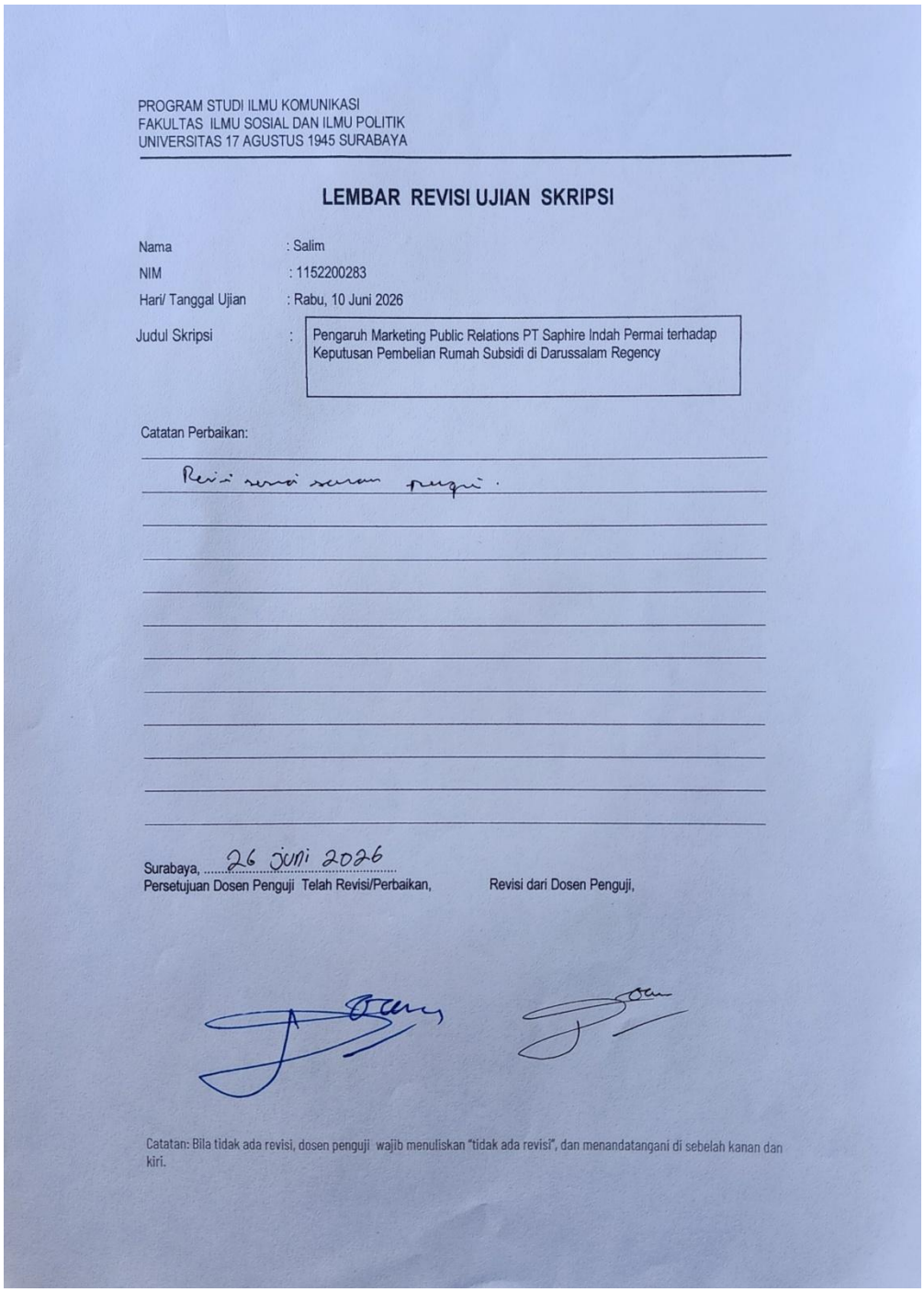
Sehubungan dengan naskah artikel ilmiah yang saudara kirimkan ke redaksi jurnal RELASI, maka dengan ini redaksi informasikan bahwa naskah anda telah diproses untuk publikasi di Jurnal RELASI. Redaksi sangat mengapresiasi kontribusi naskah anda ke jurnal RELASI. Dan redaksi telah mengambil keputusan mengenai pengajuan naskah berjudul: **PENGARUH MARKETING PUBLIC RELATIONS TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN RUMAH SUBSIDI DI DARUSSALAM REGENCY,** yang diterbitkan pada bulan Mei Tahun 2026: Volume 06, No. 02 (2026).

Dengan keputusan redaksi adalah: "DITERIMA"
Hormat kami,

Editor in Chief,
Andia Jingga Langit Persada Timur
RELASI: Jurnal Penelitian Komunikasi
https://aksiologi.org/index.php/relasi/index

Indexed by:

Lampiran 12 Lembar Revisi Ujian Skripsi Dosen Penguji



PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Salim
NIM : 1152200283
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 10 Juni 2026
Judul Skripsi : Pengaruh Marketing Public Relations PT Saphire Indah Permai terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi di Darussalam Regency

Catatan Perbaikan:

Revisi sesuai saran penguji.

Surabaya, 26 Juni 2026
Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

Revisi dari Dosen Penguji,

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Salim
NIM : 1152200283
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 10 Juni 2026
Judul Skripsi : Pengaruh Marketing Public Relations PT Saphire Indah Permai terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi di Darussalam Regency

Catatan Perbaikan:

Revisi bab 1-5

Surabaya, 26 Juni 2026

Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

DEWI SRI A.R

Revisi dari Dosen Penguji,

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS 17 AGUSTUS 1945 SURABAYA

LEMBAR REVISI UJIAN SKRIPSI

Nama : Salim
NIM : 1152200283
Hari/ Tanggal Ujian : Rabu, 10 Juni 2026
Judul Skripsi : Pengaruh Marketing Public Relations PT Saphire Indah Permai terhadap Keputusan Pembelian Rumah Subsidi di Darussalam Regency

Catatan Perbaikan:

- LBM KURANG DALAM ✓
- TEKNIK PENULISAN SESUAIKAN TEMPLATE ✓
- DAFTAR PUSTAKA. ✓

Surabaya, 17 JUNI 2026.

Persetujuan Dosen Penguji Telah Revisi/Perbaikan,

WIDIYATMO. EP.

Revisi dari Dosen Penguji,

WIDIYATMO. EP.

Catatan: Bila tidak ada revisi, dosen penguji wajib menuliskan "tidak ada revisi", dan menandatangani di sebelah kanan dan kiri.