

## **BAB IV**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Bab IV dalam penelitian ini terdiri dari dua bagian yaitu bagian pertama yang berupa kesimpulan dan bagian kedua yang berupa saran. Penelitian ini dilaksanakan dengan tujuan untuk mendeskripsikan analisis persepsi *Brand Association* menurut anggota *Yogyakarta United Indonesia* pada *Grin Café* sebagai *homebase fans MU*.

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan dari penelitian ini adalah:

Nilai tertinggi dalam persepsi *brand association* Grin Cafe adalah lokasi karena dengan lokasi yang strategis dan mudah dijangkau konsumen maka akan memudahkan konsumen untuk kembali lagi ke Grin Café, sedangkan persepsi asosiasi merek yang cukup rendah pada penelitian ini adalah desain Grin café yang mana menurut para anggota Yogyakarta United Indonesia kurang cukup menggambarkan diri Grin Café sebagai *homebase fans Manchester United*.

#### **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka peneliti akan mengajukan beberapa saran sebagai berikut:

## 1. Bagi Grin Café

- Bagi pihak management Grin café sebaiknya meningkatkan atribut desain café yang mampu memberikan symbol-simbol MU agar para fans MU lebih merasa homy.
- Grin café diharapkan selalu menjaga agar kenyamanan konsumen untuk selalu diutamakan. Hal tersebut tidak hanya untuk menjaga agar konsumen lama tetap loyal dengan merek Grin café, namun juga agar konsumen baru pun terpicat dengan nyaman di café ini, sehingga menjadi loyal dengan merek Grin café.
- Sebagai homebase fans MU Grin Café harus mampu memperlakukan para member YUI dengan istimewa seperti potongan harga atau diskon bagi para pemegang kartu member.
- Pihak manajemen Grin café juga harus bekerja sama untuk bisa untuk terus menjaga image baik dari merek ini, serta meningkatkan segala sarana dan prasarana serta kualitas menu yang ada.
- Grin cafe hendaknya menjaga aspek *brand association* semakin baik agar perusahaan mendapatkan kondisi persepsi konsumen yang aktual yang terjadi di pasar, maka sebaiknya perusahaan secara kontiyu mengadakan riset pasar hal tersebut dimaksudkan agar lebih mendorong konsumen yang sudah loyal untuk tetap setia, dan mampu membuat konsumen baru menjadi loyal terhadap merek Grin café itu sendiri.

## **2. Bagi Peneliti lainnya**

Perlu penelitian lebih lanjut mengenai analisis persepsi brand association yang dikembangkan menjadi brand image atau elemen brand equity lainnya. Faktor-faktor dan indikator perlu dikaji lebih dalam sehingga pertanyaan terkait variabelnya lebih tepat sasaran. Penelitian tentang perusahaan atau produk yang memiliki segmentasi konsumen komunitas hobi perlu dikembangkan mengingat situasi saat ini yang mana sebuah produk cenderung memilih sebuah segmentasi komunitas agar konstan mendapat konsumen dalam jumlah besar. Hal ini menjadi masuk akal karena merek yang prestis dan terkenal, serta dorongan dari lingkungan sosial dan emosional lewat pengaruh teman atau komunitas sosial dapat mempengaruhi minat serta pemikiran dalam diri seseorang terhadap merek, dimana hal tersebut menghasilkan perilaku yang loyal terhadap merek.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, A David. (1991), *“Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value Of a Brand Name”*. New York, The Free Press.
- Boyd, Harper W. Jr, Orville C. Walker. Jr dan Carl McDaniel. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Pertama. Edisi Kedua. Alih Bahasa: Imam Nurnawan, S.E. Jakarta: Erlangga
- De Lozier, M Wayne. (1976). *Marketing Communication Process*. New York: McGraw-Hill.
- Fill, Chris, *Marketing Communications*, Prentice Hall Europe, London, 1995
- Husein, Umar. 2002. *Metode Riset Bisnis*. Jakarta: PT gramedia Pustaka Utama
- Keller, Kevin Lane. (2003), *“Strategic Brand Managemen: Bulding, Measuring and Managing Brand Equity”*. Second Edition, Upper Saddle River, New Jersey.
- Kotler, Philip. (1997), *“Marketing Managemen: Analysis, Planning, Implementation and Control”*. Edisi kesembilan, Prentice Hall International, Int., New Jersey.
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Pertama. Edisi Milenium. Alih Bahasa: Hendra Teguh, S.E., AK dan Ronny A. Rusli, S.E., AK. Jakarta: PT Prenhallindo
- Kotler, Philip. ( 2001), *“Manajemen Pemasaran”* Edisi Kesebelas, PT. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip. (2002), *“Manajemen Pemasaran”* Edisi Kesepuluh. Diterjemahkan oleh Benyamin Molan. Jilid 1,2. Jakarta : Indeks.
- Kotler, Philip (2004). *“Rethinking Marketing”*. PT.Indek, Jakarta
- Kuncoro, Mudrajad. (2003), *“Metode Riset Untuk Bisnis dan Eknomi”*. PT. Erlangga, Jakarta.
- Lamb, Charles W. Jr, Joseph F. Hair, Jr dan Carl McDaniel. 2001. *Manajemen Pemasaran*. Jilid Pertama. Edisi Pertama. Penerjemah: David Octarevia. Edisi Pertama. Jakarta: Salemba Empat
- Oesman, Y Marty. (2002), *“Intisari Pemasaran dan Unsur-unsur Pemasaran”*, Cetakan kedua, Bandung: C V Linda Karya.

- Rangkuty Freddy. (2002), *“The Power Of Brands”*, Edisi Kesatu. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- Robbins, Stephen P. 2003. *Perilaku Organisasi*. Jilid Pertama. Edisi Kesembilan. Alih Bahasa: Drs. Benyamin Molan. Jakarta: PT Indeks Kelompok Gramedia
- Simamora, Bilson. 2004. *Panahan Riset dan Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama
- Sugiyono. 2003. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: CV Alfabeta
- Sutisna. 2002. *Perilaku Konsimen dan Komunukasi Pemasaran*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Tjiptono, F. (2005), *“Pemasaran Jasa”*. Banyumedia. Malang.
- Wibisono, Dermawan. 2000. *Riset Bisnis*. Edisi Pertama. Yogyakarta: BPFE



**LAMPIRAN**

## Lampiran 1

### Kuesioner Penelitian

**“Analisis Persepsi *Brand Association* Grin Café sebagai *homebase* fans MU Menurut anggota Yogyakarta United Indonesia ”**

Kepada Yth.  
Anggota Yogyakarta United Indonesia  
Di tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka menyusun tugas akhir guna memenuhi syarat mendapat gelar Sarjana, saya mahasiswa Komunikasi Pemasaran dan Advertising Universitas Atma Jaya Yogyakarta ingin mengajukan beberapa pertanyaan atau kuesioner mengenai **“Analisis Persepsi *Brand Association* Grin Café sebagai *homebase* fans MU Menurut anggota Yogyakarta United Indonesia”**

Kesediaan Teman-teman, Saudara/i untuk memberikan jawaban atas kuesioner ini sangatlah membantu saya dalam penyusunan skripsi ini.

Atas perhatian dan waktu yang diberikan oleh Teman-teman, Saudara/i, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Paus Peterson

## A. Profil Responden

Berilah tanda silang (X) pada salah satu jawaban yang anda pilih pada pertanyaan berikut ini:

- |                         |                                  |                          |
|-------------------------|----------------------------------|--------------------------|
| 1. Usia Anda            | : a. < 25 tahun                  | <input type="checkbox"/> |
|                         | : b. 25 – 30 tahun               | <input type="checkbox"/> |
|                         | : c. 31 – 35 tahun               | <input type="checkbox"/> |
|                         | : d. < 45 tahun                  | <input type="checkbox"/> |
| 2. Pekerjaan Anda       | : a. Karyawan Swasta             | <input type="checkbox"/> |
|                         | : b. Pegawai Negeri Sipil        | <input type="checkbox"/> |
|                         | : c. Pelajar/Mahasiswa           | <input type="checkbox"/> |
|                         | : d. Wiraswasta                  | <input type="checkbox"/> |
| 3. Pendidikan Terakhir  | : a. SMP                         | <input type="checkbox"/> |
|                         | : b. SMU/ sederajat              | <input type="checkbox"/> |
|                         | : b. Perguruan Tinggi            | <input type="checkbox"/> |
| 4. Pendapatan per Bulan | : a. < Rp. 1.000.000             | <input type="checkbox"/> |
|                         | : b. Rp.1.000.000 – Rp.2.000.000 | <input type="checkbox"/> |
|                         | : c. Rp.2.000.000 – Rp.3.000.000 | <input type="checkbox"/> |
|                         | : d. > Rp.3.000.000              | <input type="checkbox"/> |



## B. Kuesioner Persepsi Konsumen

### Petunjuk

Berilah tanda silang (X) sesuai dengan pendapat Anda. Dimana STS = Sangat Tidak Setuju, TS = Tidak Setuju, N = Netral, S = Setuju, SS = Sangat Setuju. Setelah membaca petunjuk ini, silahkan memberi tanggapan anda pada setiap pertanyaan berikut:

NO	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
	<b>ATRIBUT</b>					
1	Grin Cafe adalah sebuah <i>cafe</i> sebagai <i>homebase</i> United Indonesia di Yogyakarta.					
2	Desain Grin Cafe menarik menggambarkan karakter MU					
3	Lokasi Grin Cafe mudah dijangkau oleh anggota Yogyakarta United Indonesia					
4	Grin Cafe Sering mengadakan kegiatan terkait MU					
5	Grin cafe sebagai " <i>brand leader</i> " (pemimpin merek) cafe pecinta MU di Yogyakarta					
6	Grin Cafe selalu berusaha memperbaiki kualitas terkait sebagai <i>homebase</i> United Indonesia					
7	Para member United Indonesia memiliki harga khusus ketika berkunjung ke Grin Café (produk, cuci mobil/motor dll)					
	<b>MANFAAT</b>					
8	Grin Cafe menjawab kebutuhan anda untuk berkumpul dan bertemu dengan para pecinta MU lainnya.					
9	Nongkrong di Grin cafe memberi perasaan tersendiri bagi anda sebagai seorang pecinta MU.					
	<b>ATTITUDE</b>					

10	Grin cafe menawarkan suasana kekeluargaan kepada anda sebagai sesama pecinta MU.					
11	Konsumen Grin cafe adalah orang yang menghargai dan menyukai sepakbola, khususnya MU.					
12	Berkunjung ke Grin Café memiliki prestige tersendiri bagi seorang pecinta MU dan seorang anggota United Indonesia					
13	Berkunjung ke Grin Café membuktikan status loyalitas anda sebagai pecinta MU dan anggota United Indonesia.					



## LAMPIRAN 4. Frequencies

### Statistics

		merek	desain	lokasi	legiatar	leader	kualitas	harga	sesker	ersaant	uasana	karakter	prestige	statloya	total	usia	ekerjaa	endidika	andapata
N	Valid	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60	60
	Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean		3.8167	2.9833	4.0500	3.7500	3.4167	3.3667	3.5333	3.9833	3.4500	3.8167	3.5000	3.5833	3.9833	7.2333	1.3500	2.5500	2.5333	1.8667
Std. Error of Mean		12001	10760	11256	11053	10440	13647	12903	10221	.10476	10221	10762	09594	12234	92436	07061	12673	.06916	.09645
Median		4.0000	3.0000	4.0000	4.0000	3.5000	3.0000	4.0000	4.0000	3.0000	4.0000	3.0000	4.0000	4.0000	3.0000	1.0000	3.0000	3.0000	2.0000
Mode		4.00	3.00	4.00	3.00 <sup>a</sup>	4.00	3.00 <sup>a</sup>	4.00	4.00	3.00	4.00	3.00	4.00	4.00	51.00	1.00	3.00	3.00	2.00
Std. Deviation		92958	83345	87188	85618	80867	05713	99943	79173	.81146	79173	83362	74314	94764	16007	54695	98161	.53573	.74712
Variance		.864	.695	.760	.733	.654	1.118	.999	.627	.658	.627	.695	.552	.898	51.267	.299	.964	.287	.558
Range		4.00	4.00	3.00	3.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	41.00	2.00	3.00	2.00	3.00
Minimum		1.00	1.00	2.00	2.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	1.00	23.00	1.00	1.00	1.00	1.00
Maximum		5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	5.00	64.00	3.00	4.00	3.00	4.00
Sum		229.00	179.00	243.00	225.00	205.00	202.00	212.00	239.00	207.00	229.00	210.00	215.00	239.00	334.00	81.00	153.00	152.00	112.00

<sup>a</sup>Multiple modes exist. The smallest value is shown

## Frequency Table

merek

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.7	1.7	1.7
	2.00	4	6.7	6.7	8.3
	3.00	14	23.3	23.3	31.7
	4.00	27	45.0	45.0	76.7
	5.00	14	23.3	23.3	100.0
	Total	60	100.0	100.0	

**desain**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.7	1.7	1.7
2.00	16	26.7	26.7	28.3
3.00	28	46.7	46.7	75.0
4.00	13	21.7	21.7	96.7
5.00	2	3.3	3.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**lokasi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	4	6.7	6.7	6.7
3.00	9	15.0	15.0	21.7
4.00	27	45.0	45.0	66.7
5.00	20	33.3	33.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**kegiatan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2.00	3	5.0	5.0	5.0
3.00	22	36.7	36.7	41.7
4.00	22	36.7	36.7	78.3
5.00	13	21.7	21.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**leader**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.7	1.7	1.7
2.00	6	10.0	10.0	11.7
3.00	23	38.3	38.3	50.0
4.00	27	45.0	45.0	95.0
5.00	3	5.0	5.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**kualitas**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	3.3	3.3	3.3
2.00	11	18.3	18.3	21.7
3.00	19	31.7	31.7	53.3
4.00	19	31.7	31.7	85.0
5.00	9	15.0	15.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**harga**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.7	1.7	1.7
2.00	10	16.7	16.7	18.3
3.00	14	23.3	23.3	41.7
4.00	26	43.3	43.3	85.0
5.00	9	15.0	15.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**sesker**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.7	1.7	1.7
3.00	13	21.7	21.7	23.3
4.00	31	51.7	51.7	75.0
5.00	15	25.0	25.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**persaannttu**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.7	1.7	1.7
2.00	4	6.7	6.7	8.3
3.00	27	45.0	45.0	53.3
4.00	23	38.3	38.3	91.7
5.00	5	8.3	8.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**suasana**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.7	1.7	1.7
2.00	2	3.3	3.3	5.0
3.00	13	21.7	21.7	26.7
4.00	35	58.3	58.3	85.0
5.00	9	15.0	15.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**karakter**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.7	1.7	1.7
2.00	3	5.0	5.0	6.7
3.00	28	46.7	46.7	53.3
4.00	21	35.0	35.0	88.3
5.00	7	11.7	11.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**prestige**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.7	1.7	1.7
2.00	2	3.3	3.3	5.0
3.00	22	36.7	36.7	41.7
4.00	31	51.7	51.7	93.3
5.00	4	6.7	6.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**statloyal**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	3.3	3.3	3.3
2.00	1	1.7	1.7	5.0
3.00	12	20.0	20.0	25.0
4.00	26	43.3	43.3	68.3
5.00	19	31.7	31.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	

total

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 23.00	1	1.7	1.7	1.7
31.00	1	1.7	1.7	3.3
35.00	1	1.7	1.7	5.0
37.00	1	1.7	1.7	6.7
38.00	2	3.3	3.3	10.0
39.00	3	5.0	5.0	15.0
40.00	3	5.0	5.0	20.0
41.00	1	1.7	1.7	21.7
42.00	1	1.7	1.7	23.3
43.00	3	5.0	5.0	28.3
45.00	3	5.0	5.0	33.3
46.00	4	6.7	6.7	40.0
47.00	4	6.7	6.7	46.7
48.00	5	8.3	8.3	55.0
49.00	3	5.0	5.0	60.0
50.00	1	1.7	1.7	61.7
51.00	7	11.7	11.7	73.3
52.00	3	5.0	5.0	78.3
53.00	2	3.3	3.3	81.7
54.00	2	3.3	3.3	85.0
55.00	2	3.3	3.3	88.3
56.00	5	8.3	8.3	96.7
58.00	1	1.7	1.7	98.3
64.00	1	1.7	1.7	100.0
Total	60	100.0	100.0	



**usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	41	68.3	68.3	68.3
2.00	17	28.3	28.3	96.7
3.00	2	3.3	3.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**pekerjaan**

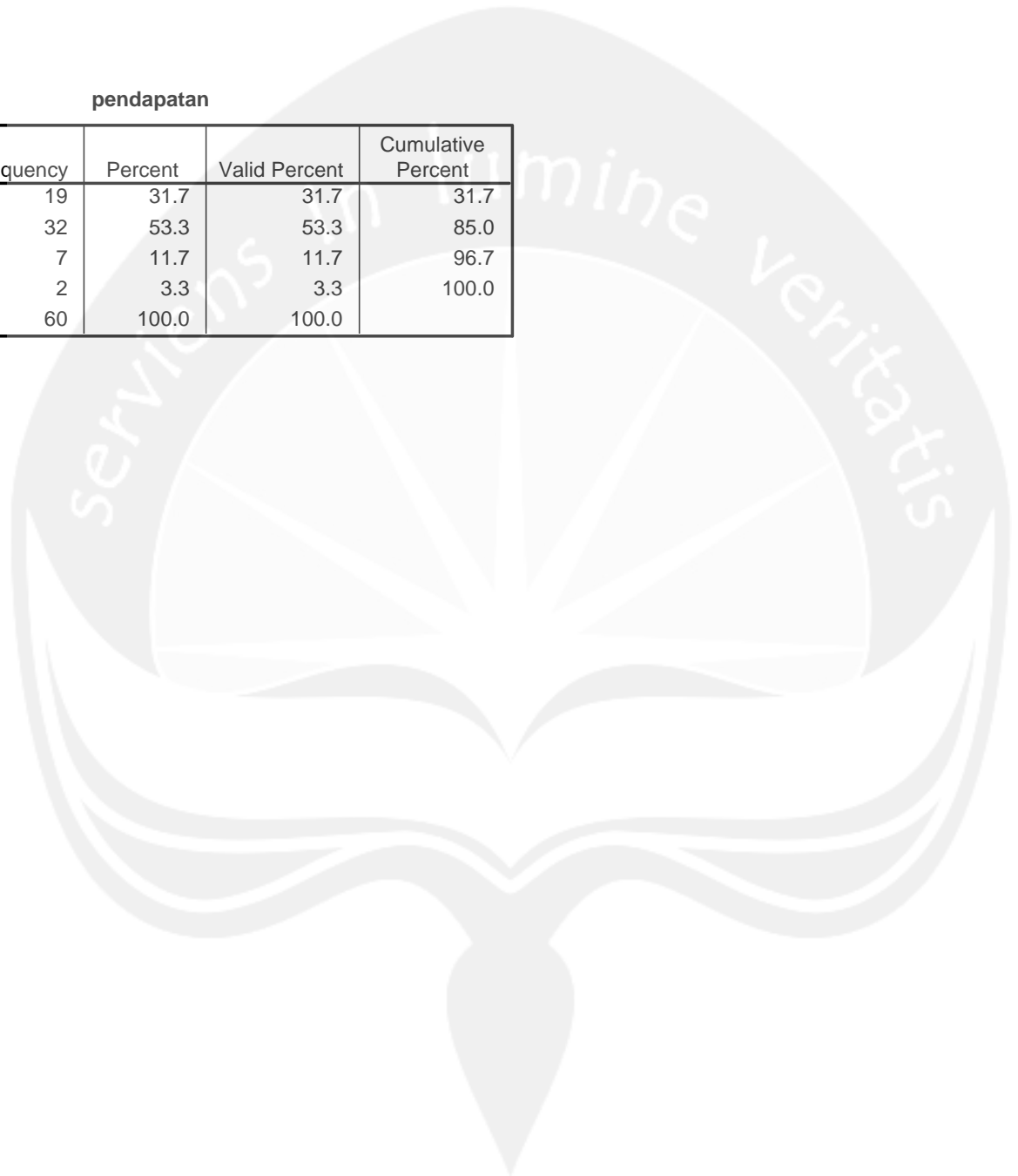
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	16	26.7	26.7	26.7
3.00	39	65.0	65.0	91.7
4.00	5	8.3	8.3	100.0
Total	60	100.0	100.0	

**pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	1	1.7	1.7	1.7
2.00	26	43.3	43.3	45.0
3.00	33	55.0	55.0	100.0
Total	60	100.0	100.0	

pendapatan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	19	31.7	31.7	31.7
	2.00	32	53.3	53.3	85.0
	3.00	7	11.7	11.7	96.7
	4.00	2	3.3	3.3	100.0
Total		60	100.0	100.0	



## LAMPIRAN 5

Tabel r Product Moment  
Pada Sig.0,05 (Two Tail)

df	r	N	r	N	r	N	r	N	r	N	r
1	0.997	41	0.301	81	0.216	121	0.177	161	0.154	201	0.138
2	0.95	42	0.297	82	0.215	122	0.176	162	0.153	202	0.137
3	0.878	43	0.294	83	0.213	123	0.176	163	0.153	203	0.137
4	0.811	44	0.291	84	0.212	124	0.175	164	0.152	204	0.137
5	0.754	45	0.288	85	0.211	125	0.174	165	0.152	205	0.136
6	0.707	46	0.285	86	0.21	126	0.174	166	0.151	206	0.136
7	0.666	47	0.282	87	0.208	127	0.173	167	0.151	207	0.136
8	0.632	48	0.279	88	0.207	128	0.172	168	0.151	208	0.135
9	0.602	49	0.276	89	0.206	129	0.172	169	0.15	209	0.135
10	0.576	50	0.273	90	0.205	130	0.171	170	0.15	210	0.135
11	0.553	51	0.271	91	0.204	131	0.17	171	0.149	211	0.134
12	0.532	52	0.268	92	0.203	132	0.17	172	0.149	212	0.134
13	0.514	53	0.266	93	0.202	133	0.169	173	0.148	213	0.134
14	0.497	54	0.263	94	0.201	134	0.168	174	0.148	214	0.134
15	0.482	55	0.261	95	0.2	135	0.168	175	0.148	215	0.133
16	0.468	56	0.259	96	0.199	136	0.167	176	0.147	216	0.133
17	0.456	57	0.256	97	0.198	137	0.167	177	0.147	217	0.133
18	0.444	58	0.254	98	0.197	138	0.166	178	0.146	218	0.132
19	0.433	59	0.252	99	0.196	139	0.165	179	0.146	219	0.132
20	0.423	60	0.25	100	0.195	140	0.165	180	0.146	220	0.132
21	0.413	61	0.248	101	0.194	141	0.164	181	0.145	221	0.131
22	0.404	62	0.246	102	0.193	142	0.164	182	0.145	222	0.131
23	0.396	63	0.244	103	0.192	143	0.163	183	0.144	223	0.131
24	0.388	64	0.242	104	0.191	144	0.163	184	0.144	224	0.131
25	0.381	65	0.24	105	0.19	145	0.162	185	0.144	225	0.13
26	0.374	66	0.239	106	0.189	146	0.161	186	0.143	226	0.13
27	0.367	67	0.237	107	0.188	147	0.161	187	0.143	227	0.13
28	0.361	68	0.235	108	0.187	148	0.16	188	0.142	228	0.129
29	0.355	69	0.234	109	0.187	149	0.16	189	0.142	229	0.129
30	0.349	70	0.232	110	0.186	150	0.159	190	0.142	230	0.129
31	0.344	71	0.23	111	0.185	151	0.159	191	0.141	231	0.129
32	0.339	72	0.229	112	0.184	152	0.158	192	0.141	232	0.128
33	0.334	73	0.227	113	0.183	153	0.158	193	0.141	233	0.128
34	0.329	74	0.226	114	0.182	154	0.157	194	0.14	234	0.128
35	0.325	75	0.224	115	0.182	155	0.157	195	0.14	235	0.127
36	0.32	76	0.223	116	0.181	156	0.156	196	0.139	236	0.127
37	0.316	77	0.221	117	0.18	157	0.156	197	0.139	237	0.127
38	0.312	78	0.22	118	0.179	158	0.155	198	0.139	238	0.127
39	0.308	79	0.219	119	0.179	159	0.155	199	0.138	239	0.126
40	0.304	80	0.217	120	0.178	160	0.154	200	0.138	240	0.126

## LAMPIRAN 3 : Validitas & Reliabilitas Penelitian

### Reliability

#### Case Processing Summary

	N	%
Cases Valid	60	100.0
Excluded <sup>a</sup>	0	.0
Total	60	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.875	13

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
merek	43.4167	43.400	.572	.864
desain	44.2500	44.869	.511	.868
lokasi	43.1833	44.661	.502	.868
kegiatan	43.4833	44.661	.513	.867
leader	43.8167	43.915	.625	.862
kualitas	43.8667	43.236	.497	.870
harga	43.7000	44.214	.456	.872
sesker	43.2500	44.496	.582	.864
persaanttu	43.7833	44.105	.603	.863
suasana	43.4167	44.315	.600	.863
karakter	43.7333	44.538	.542	.866
prestige	43.6500	44.774	.597	.864
statloyal	43.2500	42.631	.625	.861

DATASET ACTIVATE DataSet1.  
DATASET CLOSE DataSet2.

## Lampiran 2 : Validitas & Reliabilitas Pra Penelitian

### Reliability

#### Scale: ALL VARIABLES

##### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

##### Reliability Statistics

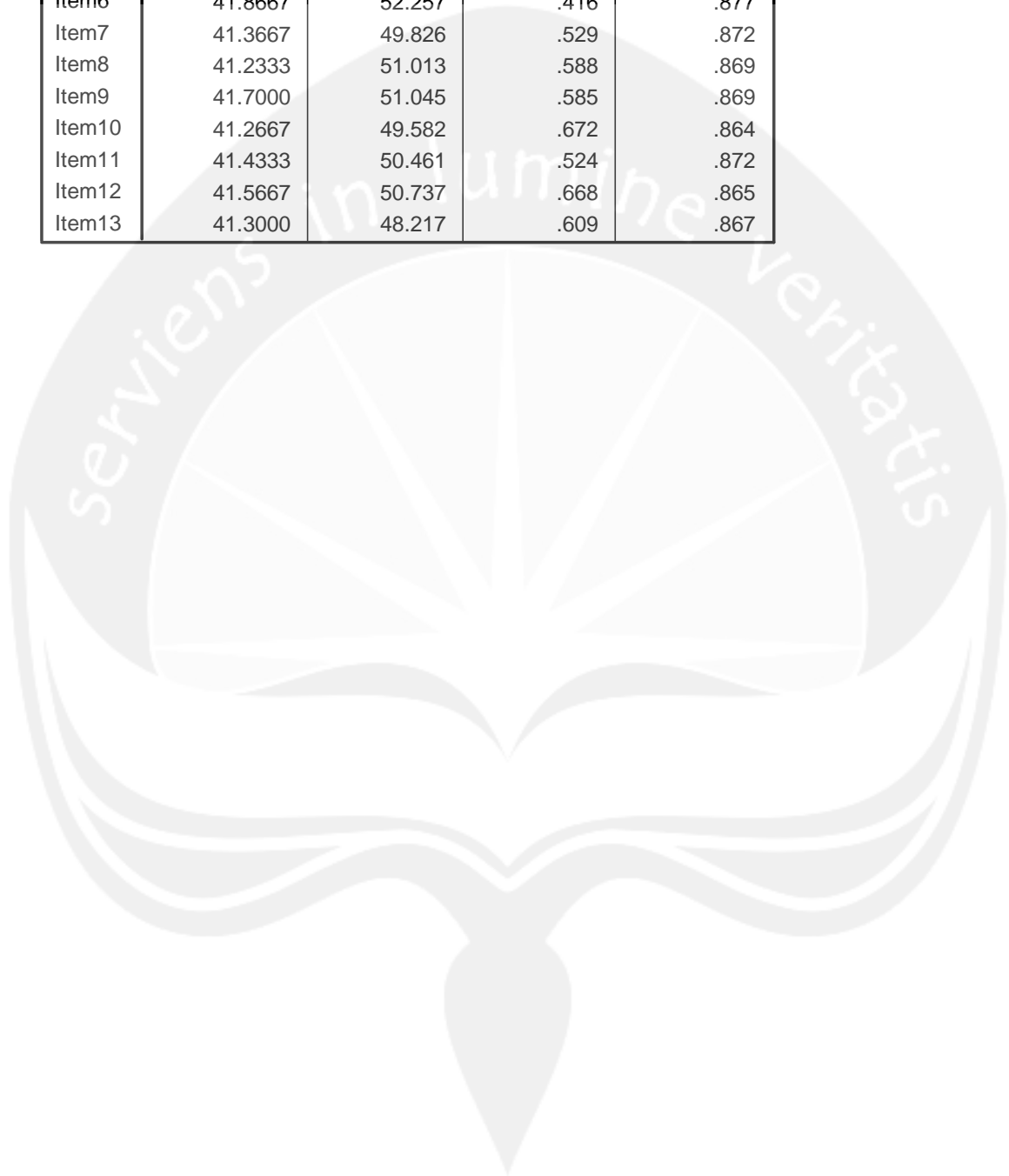
Cronbach's Alpha	N of Items
.879	13

##### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Item1	3.6000	1.03724	30
Item2	2.8000	.84690	30
Item3	3.9333	1.01483	30
Item4	3.4333	.85836	30
Item5	3.2000	.84690	30
Item6	3.1000	.92289	30
Item7	3.6000	1.03724	30
Item8	3.7333	.82768	30
Item9	3.2667	.82768	30
Item10	3.7000	.87691	30
Item11	3.5333	.97320	30
Item12	3.4000	.77013	30
Item13	3.6667	1.09334	30

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Item1	41.3667	48.447	.632	.866
Item2	42.1667	53.385	.368	.879
Item3	41.0333	48.171	.671	.863
Item4	41.5333	51.982	.480	.874
Item5	41.7667	51.151	.560	.870
Item6	41.8667	52.257	.416	.877
Item7	41.3667	49.826	.529	.872
Item8	41.2333	51.013	.588	.869
Item9	41.7000	51.045	.585	.869
Item10	41.2667	49.582	.672	.864
Item11	41.4333	50.461	.524	.872
Item12	41.5667	50.737	.668	.865
Item13	41.3000	48.217	.609	.867



<25	25-30	31-35	<45	Kar Swasta	PNS	Pelajar/Mah
23	6	1		6		23



Wiraswasta	SMP	SMA	PT	<1jt	1-2jt	2-3jt	>3jt
1		16	14	15	12	1	2





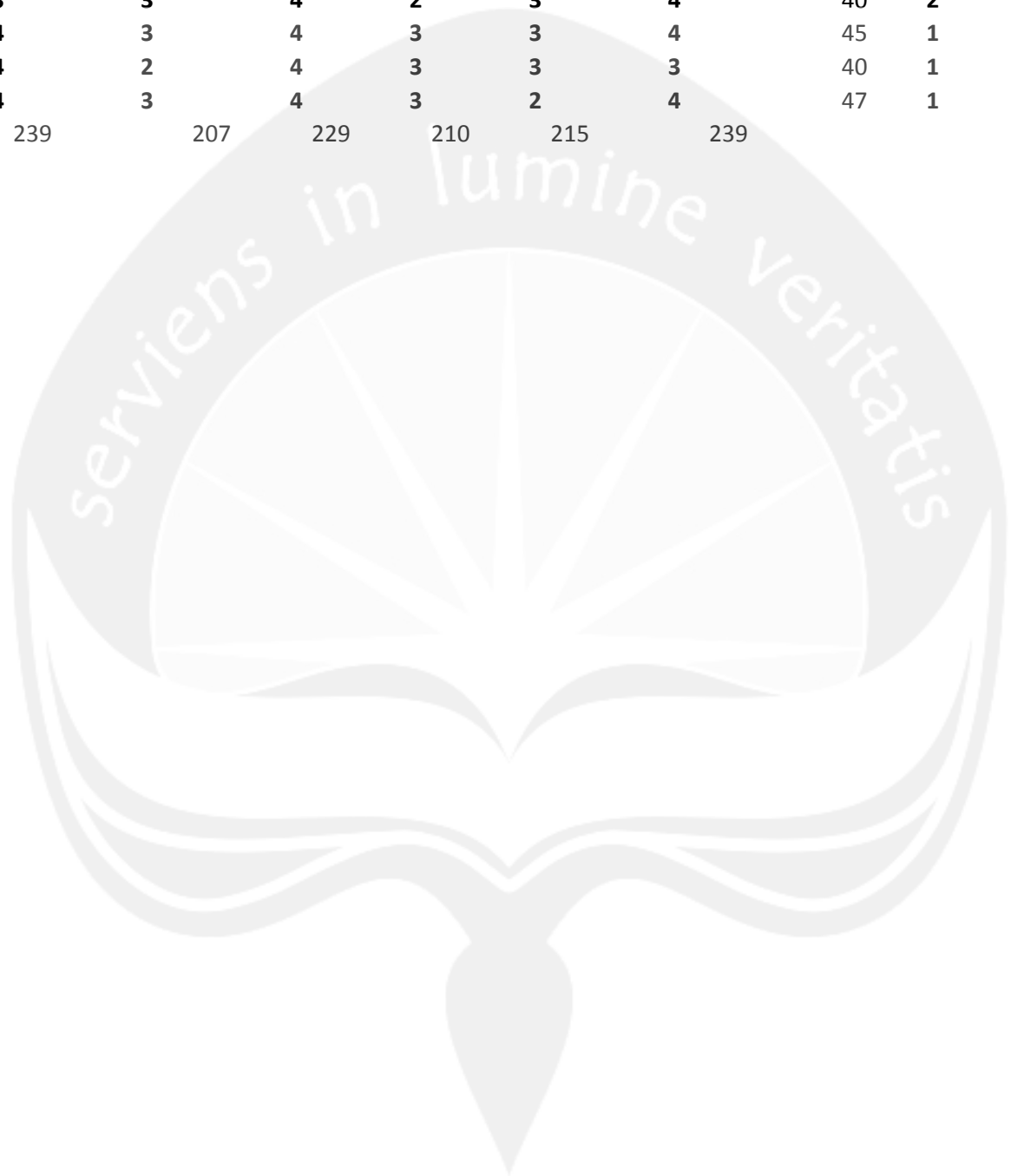
NO.	MERЕК	DESAIN	LOKASI	KEGIATAN	B LEADER	KUALITAS	HARGA
1	5	4	5	3	4	4	4
2	2	3	2	3	3	3	1
3	2	4	4	4	4	4	5
4	5	3	5	3	3	3	5
5	3	3	3	3	3	3	3
6	3	2	4	3	2	2	4
7	4	3	5	3	4	4	4
8	4	5	5	5	4	5	5
9	3	3	4	3	3	3	3
10	4	2	2	3	3	3	4
11	4	2	5	4	4	1	4
12	5	3	4	5	4	4	3
13	4	4	4	4	4	4	3
14	3	3	5	3	4	4	3
15	4	3	4	4	4	4	4
16	4	2	4	3	2	3	4
17	4	1	5	3	4	2	2
18	4	3	4	4	4	4	4
19	3	4	4	2	2	3	2
20	5	3	5	5	4	3	4
21	5	3	4	3	3	4	4
22	4	3	5	4	4	4	5
23	2	2	2	2	2	3	2
24	3	2	3	4	3	2	2
25	1	2	3	3	1	2	4
26	5	3	4	4	3	3	5
27	4	2	4	3	3	3	4
28	3	2	3	2	3	2	4
29	3	2	2	3	2	2	3
30	3	3	5	5	3	2	4
31	2	2	3	4	4	3	3
32	5	4	5	4	3	4	4
33	4	4	5	5	4	5	3
34	4	2	4	3	2	1	3
35	5	5	4	5	5	5	5
36	3	3	4	3	5	4	2
37	5	2	4	4	3	4	4
38	5	3	5	5	4	3	5
39	4	2	4	3	4	4	4
40	3	3	4	4	4	2	4
41	3	3	5	3	3	5	2
42	4	3	5	3	3	4	3
43	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	3	3	4
45	5	4	4	4	4	4	4
46	4	4	5	5	5	5	4
47	4	3	4	5	4	5	4
48	4	3	4	3	4	4	4
49	4	4	3	4	4	5	5

50	4	4	3	4	4	5	5
51	4	3	3	4	4	5	4
52	3	3	3	3	3	3	3
53	5	4	5	5	4	3	3
54	5	3	4	4	3	2	2
55	4	3	4	5	3	3	2
56	4	3	5	5	4	4	4
57	3	2	4	4	3	2	3
58	4	3	5	4	3	3	2
59	4	2	4	4	3	2	2
60	5	3	5	5	3	3	3
	229	179	243	225	205	202	212

no item	indikator	nilai	skor	keterangan
1	MEREK	229	5	sangat baik
2	DESAIN	179	4	baik
3	LOKASI	243	5	sangat baik
4	KEGIATAN	225	5	sangat baik
5	B LEADER	205	4	baik
6	KUALITAS	202	4	baik
7	HARGA	212	5	sangat baik
8	SES KEB	239	5	sangat baik
9	PRSAAN TTU	207	4	baik
10	SUASANA	229	5	sangat baik
11	KARAKTER	210	5	sangat baik
12	PRESTIGE	215	5	sangat baik
13	STAT LOYAL	239	5	sangat baik

SES KEB	PRSAAN TTU	SUASANA	KARAKTER	PRESTIGE	STAT LOYAL	USIA	
4	4	5	4	5	5	56	1
1	1	1	1	1	1	23	2
4	3	3	5	4	5	51	1
4	3	5	5	4	5	53	1
3	3	3	3	3	3	39	1
3	3	3	3	3	4	39	2
4	3	3	3	3	3	46	1
5	3	5	3	3	4	56	1
4	4	2	3	3	5	43	1
3	3	3	3	3	5	41	1
5	3	4	4	4	3	47	2
3	4	4	3	3	4	49	1
3	4	4	3	3	4	48	1
4	4	4	3	4	3	47	2
4	4	4	4	4	4	51	1
4	4	4	4	4	4	46	1
3	3	3	5	4	4	43	1
4	4	4	4	4	4	51	1
4	2	4	4	2	2	38	1
3	3	4	4	4	5	52	1
5	5	5	5	4	5	55	1
4	3	4	4	3	3	50	1
4	3	4	2	3	4	35	1
4	4	4	4	4	4	43	1
3	2	3	3	3	1	31	1
4	2	4	2	3	3	45	1
4	4	4	3	4	3	45	2
3	3	3	3	3	3	37	1
4	3	4	4	3	3	38	3
5	4	4	5	4	4	51	1
4	3	3	3	4	4	42	2
4	3	4	4	5	5	54	1
3	4	4	4	3	3	51	1
4	3	3	3	4	4	40	3
5	5	5	5	5	5	64	1
5	5	5	4	4	4	51	1
4	3	4	3	4	5	49	1
5	4	4	4	3	5	55	2
5	4	5	3	4	5	51	1
5	4	4	4	3	4	48	2
5	5	3	3	4	4	48	2
4	4	3	3	4	4	47	1
4	4	4	4	4	4	52	1
5	4	4	3	3	4	49	2
4	4	4	4	4	4	53	1
4	4	4	5	4	5	58	1
5	4	4	4	5	5	56	1
4	3	4	3	4	4	48	2
5	5	4	3	4	4	54	2

4	3	4	3	4	5	52	2
3	3	2	4	4	5	48	2
3	3	3	3	3	3	39	1
5	4	5	4	4	5	56	1
4	3	4	3	4	5	46	2
4	3	4	3	4	4	46	2
5	4	5	4	4	5	56	1
3	3	4	2	3	4	40	2
4	3	4	3	3	4	45	1
4	2	4	3	3	3	40	1
4	3	4	3	2	4	47	1
239	207	229	210	215	239		



PEKERJAAN PENDIDIKAN ENDAPATAN

3	3	1	a	c	c	a
1	3	2	b	a	c	b
3	2	4	a	c	b	4
3	3	1	a	c	c	a
3	3	1	a	c	c	a
4	3	2	b	4	c	b
3	2	3	a	c	b	c
3	3	1	a	c	c	a
3	3	1	a	c	c	a
3	2	2	a	c	b	b
1	3	3	b	a	c	c
3	2	1	a	c	b	a
3	2	2	a	c	b	b
1	2	1	b	a	b	a
3	2	1	a	c	b	a
3	3	2	a	c	c	b
3	2	2	a	c	b	b
3	3	1	a	c	c	a
3	3	2	a	c	c	b
3	2	2	a	c	b	b
3	2	1	a	c	b	a
3	2	1	a	c	c	a
3	3	1	a	c	c	a
3	2	1	a	c	b	a
3	2	1	a	c	b	a
3	2	2	a	c	b	b
1	3	2	b	a	c	b
1	2	2	a	a	b	b
1	3	4	c	a	c	4
3	2	1	a	c	b	a
3	3	3	b	c	c	c
3	1	1	a	c	a	a
3	2	1	a	c	b	a
4	3	3	c	4	c	c
3	2	3	a	c	b	c
3	2	2	a	c	b	b
3	2	2	a	c	b	b
1	3	2	b	a	c	b
1	3	2	a	a	c	b
3	3	2	b	c	c	b
4	3	2	b	4	c	b
3	2	2	a	c	b	b
1	3	2	a	a	c	b
1	3	2	b	a	c	b
3	3	1	a	c	c	a
3	2	2	a	c	b	b
3	2	2	a	c	b	b
4	3	3	b	4	c	c
4	3	2	b	4	c	b

1  
1  
3  
3  
1  
1  
3  
3  
1  
1  
3  
3  
3

3  
3  
2  
2  
3  
3  
3  
3  
3  
3  
3  
3  
2

2  
2  
1  
2  
2  
2  
2  
2  
2  
2  
2  
2  
3

b  
b  
a  
a  
b  
b  
a  
b  
a  
a  
a  
a  
a

a  
a  
c  
c  
a  
a  
c  
a  
a  
a  
c  
c  
c

c  
c  
b  
b  
c  
c  
c  
c  
c  
c  
c  
c  
b

b  
b  
a  
b  
b  
b  
b  
b  
b  
b  
b  
b  
c



mrk

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	tidak baik	1-1,23	5	8,3
2	cukup baik	2,31-3,6	14	23,3
3	sangat baik	3,61-5	41	68,3
total				100

desain

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	tidak baik	1-1,23	17	28,3
2	cukup baik	2,31-3,6	28	46,7
3	sangat baik	3,61-5	15	25
total				100

lokasi

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	tidak baik	2-3	13	21,7
2	cukup baik	3,1-4	27	45
3	sangat baik	4,1-5	20	33,3
total				100

kgiatan

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	tidak baik	2-3	13	21,7
2	cukup baik	3,1-4	22	36,7
3	sangat baik	4,1-5	24	40
total				100

leaer

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	tidak baik	1-1,23	7	11,7
2	cukup baik	2,31-3,6	23	38,3
3	sangat baik	3,61-5	30	50
total				100

kualitas

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	tidak baik	1-1,23	22	36,7
2	cukup baik	2,31-3,6	19	31,7
3	sangat baik	3,61-5	28	46,7
	total			100

harg

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	tidak baik	1-1,23	11	18,3
2	cukup baik	2,31-3,6	14	23,3
3	sangat baik	3,61-5	35	58,3
	total			100

sesker

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	tidak baik	1-1,23	1	1,7
2	cukup baik	2,31-3,6	13	21,7
3	sangat baik	3,61-5	46	76,7
	total			100

bersantai

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	tidak baik	1-1,23	5	8,3
2	cukup baik	2,31-3,6	27	45
3	sangat baik	3,61-5	28	46,7
	total			100

suasana

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	tidak baik	1-1,23	3	5
2	cukup baik	2,31-3,6	13	21,7
3	sangat baik	3,61-5	44	73,3
	total			100



karakter

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	tidak baik	1-1,23	4	6,7
2	cukup baik	2,31-3,6	28	46,7
3	sangat baik	3,61-5	28	46,7
total				100

prestige

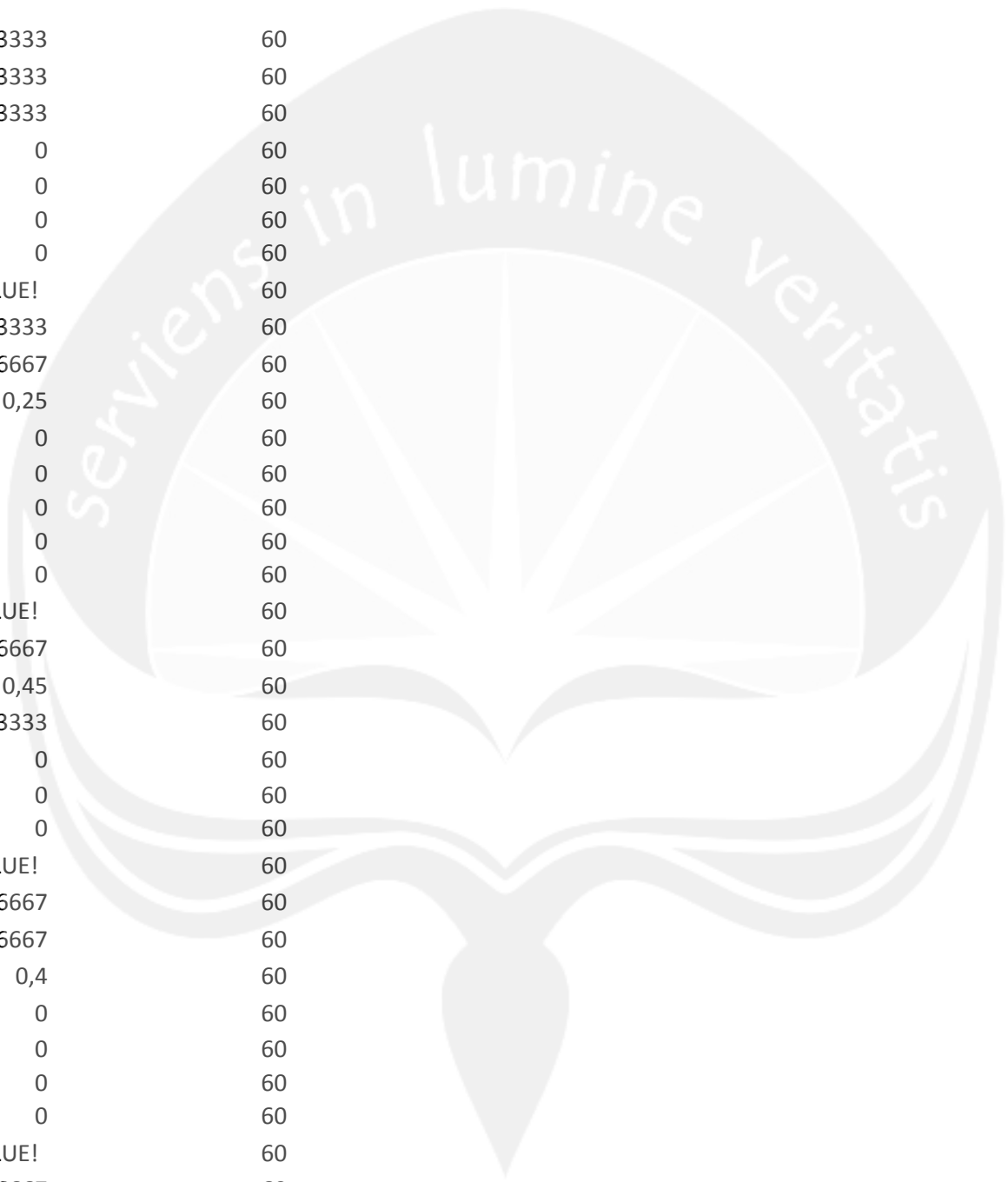
skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	tidak baik	1-1,23	3	5
2	cukup baik	2,31-3,6	22	36,7
3	sangat baik	3,61-5	35	58,3
total				100

statloyal

skor	keterangan	interval	jumlah	persen
1	tidak baik	1-1,23	3	5
2	cukup baik	2,31-3,6	12	20
3	sangat baik	3,61-5	45	75
total				100

0,083333	60
0,233333	60
0,683333	60
0	60
0	60
0	60
0	60
#VALUE!	60
0,283333	60
0,466667	60
0,25	60
0	60
0	60
0	60
0	60
0	60
#VALUE!	60
0,216667	60
0,45	60
0,333333	60
0	60
0	60
0	60
#VALUE!	60
0,216667	60
0,366667	60
0,4	60
0	60
0	60
0	60
0	60
#VALUE!	60
0,116667	60
0,383333	60
0,5	60
0	60
0	60
0	60
0	60

serviens in lumine veritatis



0	60
#VALUE!	60
0,366667	60
0,316667	60
0,466667	60
0	60
0	60
0	60
0	60
0	60
0	60
#VALUE!	60
0,183333	60
0,233333	60
0,583333	60
0	60
0	60
0	60
0	60
0	60
0	60
#VALUE!	60
0,016667	60
0,216667	60
0,766667	60
0	60
0	60
0	60
0	60
0	60
0	60
0	60
#VALUE!	60
0,083333	60
0,45	60
0,466667	60
0	60
0	60
0	60
0	60
0	60
0	60
#VALUE!	60
0,05	60
0,216667	60
0,733333	60
0	60
0	60

serviens in lumine veritatis

