

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti mengambil kesimpulan dari hasil penelitian sebagai berikut :

5.1.1 Kesimpulan berkaitan dengan penilaian konsumen terhadap variabel-variabel dimensi yang berkaitan dengan perluasan merek .

1. Penilaian konsumen terhadap variabel dimensi kualitas merek induk adalah baik . Hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis dimana diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,882 dan nilai tersebut termasuk dalam kategori baik. Penilaian konsumen terhadap variabel dimensi kualitas merek perluasan adalah baik. Hal ini dapat dibuktikan dari hasil analisis dimana diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,924 dan nilai tersebut termasuk dalam kategori baik. Secara keseluruhan kualitas baik dari merek induk 3,882 dan merek perluasan 3,924 memiliki rata-rata aritmatika sebesar 3,903 . Hal ini menunjukkan bahwa secara keseluruhan kualitas dari merek induk dan merek perluasan adalah baik dan dapat diterima.
2. Penilaian konsumen terhadap variabel dimensi transfer, dimana variabel ini merupakan variabel yang menilai sejauh mana merek perluasan (*extension brand*) dipengaruhi merek induk (*parent brand*). Dari hasil perhitungan diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,955 maka penilaian konsumen terhadap variabel dimensi transfer adalah baik dan dapat diterima. Dari hasil tersebut terbukti bahwa terdapat pengaruh antara merek induk (*parent brand*) dan merek perluasan (*extension brand*) .
3. Penilaian konsumen terhadap variabel dimensi komplemen adalah baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis dimana diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,925 dan nilai tersebut termasuk dalam kategori baik. Hal ini dapat disimpulkan bahwa konsumen dalam membeli suatu produk juga mempertimbangkan akan kelengkapannya .

4. Penilaian konsumen terhadap variabel dimensi substitusi adalah baik. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis dimana diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,915 dan nilai tersebut termasuk dalam kategori baik.

5.2.1 Kesimpulan berkaitan Penilaian Konsumen Terhadap Dimensi Variabel Perluasan Merek LG Electronics Berdasarkan Demografi.

5.2.1.1. Jenis Kelamin.

1. Konsumen ditinjau dari segi perbedaan jenis kelamin dalam menanggapi variabel dimensi kualitas pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen baik untuk yang berjenis kelamin pria ataupun wanita terhadap variabel ini, hal ini dapat dibuktikan dengan : $X^2_{hitung} (1,338) < X^2_{tabel}(7,815)$.
2. Konsumen ditinjau dari segi perbedaan jenis kelamin dalam menanggapi variabel dimensi transfer pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen baik untuk yang berjenis kelamin pria ataupun wanita terhadap variabel ini, hal ini dapat dibuktikan dengan : $X^2_{hitung} (1,598) < X^2_{tabel}(7,815)$.
3. Konsumen ditinjau dari segi perbedaan jenis kelamin dalam menanggapi variabel dimensi komplemen pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen baik untuk yang berjenis kelamin pria ataupun wanita terhadap variabel ini, hal ini dapat dibuktikan dengan : $X^2_{hitung} (1,199) < X^2_{tabel}(7,815)$.
4. Konsumen ditinjau dari segi perbedaan jenis kelamin dalam menanggapi variabel dimensi substitusi pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen baik untuk yang berjenis kelamin pria ataupun wanita terhadap variabel ini, hal ini dapat dibuktikan dengan : $X^2_{hitung} (1,317) < X^2_{tabel}(7,815)$.

Secara keseluruhan maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap variabel dimensi perluasan merek berdasarkan jenis kelamin, terbukti dari tabel diatas bahwa X^2_{hitung} keseluruhan variabel dimensi $< X^2_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa baik pria maupun wanita memiliki penilaian

yang baik terhadap variabel dimensi perluasan merek baik untuk kualitas, transfer, komplemen, maupun substitusi dari LG Electronics.

5.2.1.2. Tingkat Usia.

1. Konsumen ditinjau dari perbedaan tingkat kelompok usia dalam menanggapi variabel dimensi kualitas pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen, hal ini dapat dibuktikan dengan $X^2_{hitung} (8,576) < X^2_{tabel}(16,919)$.
2. Konsumen ditinjau dari perbedaan tingkat kelompok usia dalam menanggapi variabel dimensi transfer pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen, hal ini dapat dibuktikan dengan $X^2_{hitung} (10,286) < X^2_{tabel}(16,919)$.
3. Konsumen ditinjau dari perbedaan tingkat kelompok usia dalam menanggapi variabel dimensi komplemen pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen, hal ini dapat dibuktikan dengan $X^2_{hitung} (8,634) < X^2_{tabel}(16,919)$.
4. Konsumen ditinjau dari perbedaan tingkat kelompok usia dalam menanggapi variabel dimensi substitusi pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen, hal ini dapat dibuktikan dengan $X^2_{hitung} (7,240) < X^2_{tabel}(16,919)$.

Secara keseluruhan dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap variabel dimensi perluasan merek baik untuk kualitas komplemen, transfer, dan substitusi berdasarkan kelompok usia. Hal ini menunjukkan bahwa baik masing-masing kelompok usia memiliki penilaian yang baik terhadap variabel dimensi dari perluasan merek LG Electronics.

5.2.1.3 Jenis Pekerjaan.

1. Konsumen ditinjau dari segi perbedaan pekerjaan dalam menanggapi variabel dimensi kualitas pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak adanya perbedaan penilaian, hal ini dapat dibuktikan dengan $X^2_{hitung} (9,459) < X^2_{tabel}(16,919)$.
2. Konsumen ditinjau dari segi perbedaan pekerjaan dalam menanggapi variabel dimensi transfer pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak adanya

perbedaan penilaian, hal ini dapat dibuktikan dengan $X^2_{hitung} (7,486) < X^2_{tabel}(16,919)$.

3. Konsumen ditinjau dari segi perbedaan pekerjaan dalam menanggapi variabel dimensi komplemen pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak adanya perbedaan penilaian, hal ini dapat dibuktikan dengan $X^2_{hitung} (6,399) < X^2_{tabel}(16,919)$.
4. Konsumen ditinjau dari segi perbedaan pekerjaan dalam menanggapi variabel dimensi substitusi pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak adanya perbedaan penilaian, hal ini dapat dibuktikan dengan $X^2_{hitung} (7,283) < X^2_{tabel}(16,919)$.

Secara keseluruhan maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen terhadap variabel dimensi perluasan merek berdasarkan jenis pekerjaan, terbukti dari tabel diatas bahwa X^2_{hitung} keseluruhan variabel dimensi $< X^2_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa masing-masing jenis pekerjaan dalam penelitian ini memiliki penilaian yang baik terhadap variabel dimensi perluasan merek baik untuk kualitas, transfer, komplemen, maupun substitusi dari LG Electronics.

5.2.1.4 Tingkat Pendapatan.

1. Konsumen ditinjau dari segi tingkat pendapatan dalam menanggapi variabel dimensi kualitas pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak adanya perbedaan penilaian, hal ini dapat dibuktikan dengan $X^2_{hitung} (4,702) < X^2_{tabel}(16,919)$.
2. Konsumen ditinjau dari segi tingkat pendapatan dalam menanggapi variabel dimensi transfer pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak adanya perbedaan penilaian, hal ini dapat dibuktikan dengan $X^2_{hitung} (4,628) < X^2_{tabel}(16,919)$.
3. Konsumen ditinjau dari segi tingkat pendapatan dalam menanggapi variabel dimensi komplemen pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak adanya perbedaan penilaian, hal ini dapat dibuktikan dengan $X^2_{hitung} (2,352) < X^2_{tabel}(16,919)$.

4. Konsumen ditinjau dari segi tingkat pendapatan dalam menanggapi variabel dimensi substitusi pada perluasan merek LG Electronics menunjukkan tidak adanya perbedaan penilaian, hal ini dapat dibuktikan dengan $X^2_{hitung} (7,777) < X^2_{tabel}(16,919)$.

Maka secara keseluruhan maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen berdasarkan tingkat pendapatan terhadap variabel dimensi perluasan merek, terbukti dari tabel diatas bahwa X^2_{hitung} keseluruhan variabel dimensi $< X^2_{tabel}$. Hal ini menunjukkan bahwa tiap level tingkatan dari segi pendapatan dalam penelitian ini memiliki penilaian yang sama baik terhadap variabel dimensi perluasan merek baik untuk kualitas, transfer, komplemen, maupun substitusi dari LG Electronics.

5.3 Implikasi Manajerial

Berdasarkan dari hasil penelitian mengenai penilaian konsumen terhadap perluasan merek LG Electronics, dengan melihat analisis dan kesimpulan diatas maka penulis memberikan saran dan masukan kepada pihak manajemen PT LG Electronics Indonesia Co. Ltd sebagai berikut:

- Manajemen PT LG Electronics Indonesia.Co.Ltd hendaknya memperhatikan variabel dimensi kualitas, baik untuk merek induk dan merek perluasan. Terdapat beberapa sikap ketidak setujuan oleh konsumen akan atribut desain (8% konsumen) dan keawetan umur produk (6% konsumen). Hal ini menunjukkan bahwa masih diperlukannya perbaikan dan penyempurnaan pada variabel dimensi kualitas. Untuk atribut desain, diharapkan agar manajemen meningkatkan/memperbanyak desain pada produk-produk LG sehingga konsumen dapat memilih produk-produk LG sesuai dengan selera atau keinginan konsumen. Sedangkan untuk atribut keawetan umur produk diharapkan agar manajemen PT. LG Electronic Indonesia meningkatkan akan kualitas bahan baku yang akan digunakan pada produk-produknya.
- Untuk dimensi variabel transfer, 6% konsumen menyatakan tidak setuju bahwa mereka dalam membeli produk merek perluasan karena terpengaruh oleh produk merek induk, Hal ini perlu dicermati oleh pihak manajemen, agar

LG lebih berusaha untuk mendapatkan positioning yang lebih baik lagi di pasar. Untuk Dimensi variabel komplemen, 5 % konsumen tidak setuju kalau produk merek induk dilengkapi produk merek perluasannya dan untuk substitusi 5 % konsumen tidak setuju kalau mereka dalam membeli produk merek perluasan karena produk merek perluasan dapat menggantikan produk induk, maka dari itu manajemen PT LG Electronic Indonesia diharapkan lebih kreatif dan inovatif lagi dalam membuat suatu produk baru, dimana nantinya produk baru itu dapat melengkapi atau menggantikan produk lainnya demi memuaskan kebutuhan akan konsumen.

DAFTAR PUSTAKA

Aaker, A. David, (1990), *Consumer Evaluation Of Brand Extension*, *Journal Of Marketing*, Vol 54, NewYork ; The Free Press. ~

Han, Jin. K (1998), *Brand Extension In Competitive Context : Effect Of Competitive Targets and Product Attribute Typicality On Perceived Quality* , *Academy Of Marketing Science Review*.
(online) www.amsreview.org/articles/han01-1998.pdf

Sood, Sanjay dan Zhan Shi (2002), "Deep" and "Surface" Cues : *Brand Extension Evaluations by Children and Adults*, *Journal of Consumers Research*, Vol 29

Hadi , Sutrisno (1991) *Validitas dan Reliabilitas Analisa Item Dan Teknik Korelasi* , Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta,.

Sugiyono (2004), *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Ketujuh, Penerbit CV Alfabeta, Bandung.

D. Darmadi, Sugiarto, dan Sitinjak Toni (2001), *Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset dan Perilaku Merek*, Cetakan Pertama, Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (1997), *Dasar-Dasar Pemasaran*, Jilid 2, Penerbit PT Prenhallindo, Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (1999), *Marketing An Introduction*, Fifth Edition, Prentice -Hall .USA

Kotler, Philip dan Gary Armstrong (2000), *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Ketujuh, Penerbit PT Prenhallindo, Jakarta.

www.brandextensionresearch.com

www.lge.com

Kepada Yth
Bapak/Ibu/ Saudara/I
Ditempat

Dengan Hormat,

Untuk memenuhi persyaratan kurikulum Fakultas Ekonomi Universitas Atma jaya yogyakarta dalam meraih gelar kesarjanaan, setiap mahasiswa diwajibkan untuk menyusun skripsi sesuai dengan bidang yang diminati.

Tujuan dari skripsi ini adalah meneliti bagaimana penialaian konsumen dalam hal ini Bapak/Ibu/ Saudara/I terhadap perluasan merek LG Electronics. Sehubungan dengan hal tersebut diatas, saya selaku peneliti riset ini :

Nama : Auxentius B Suryo Herdiono
No. Mahasiswa : 980310862
Program Studi : Manajemen

Dengan demikian peneliti memohon kesediaan Bapak/Ibu/ Saudara/I untuk mengisi kuisisioner ini. Atas Perhatian, kesediaan dan bantuannya dalam riset ini saya ucapkan terimakasih

Yogyakarta, Januari 2005

Auxentius B Suryo Herdiono



LEMBAR KUISIONER

Bagian I

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih.

1. Apakah anda pernah menggunakan *parent brand* LG Electronics, yaitu TV, Audio (radio,tape), Video dengan merek LG ?
 - a. Ya
 - b. Tidak
2. Apakah anda Pernah menggunakan produk *extension* LG Electronics, yaitu monitor,telepon, hp, dan alat-alat perlengkapan rumah tangga seperti mesin cuci, lemari es, dan *air conditioner* dengan merek LG ?
 - a. Ya
 - b. Tidak

Identitas

3. Jenis Kelamin Saudara :
 - a. Pria
 - b. Wanita
4. Usia Saudara :
 - a. 20 - 34 tahun
 - b. 35 - 44 tahun
 - c. 45 - 54 tahun
 - d. 55 keatas
5. Pekerjaan Saudara :
 - a. Wiraswasta
 - b. Pegawai / Karyawan
 - c. Ibu Rumah Tangga
 - d. Pelajar / Mahasiswa
6. Pendapatan Saudara perbulan :
 - a. Rp 200.000 - Rp 500.000
 - b. Rp 500.001 - Rp 1.000.000
 - c. Rp 1.000.001 - Rp 2.000.000
 - d. Rp 2.000.001 keatas

Bagian II

Pernyataan khusus mengenai variable-variabel dimensi yang berkaitan dengan perluasan merek.

- Produk LG Electronics Inc. yang berperan sebagai *parent brand* antara lain; Televisi, Video, dan Audio (radio, tape).
- Produk-produk LG Electronics Inc. yang berperan sebagai *extension brand* antara lain; monitor, telepon, dan alat-alat perlengkapan rumah tangga seperti mesin cuci, lemari es, dan *air conditioner*.

Petunjuk : Pilihlah jawaban yang menurut anda jawaban yang tepat dengan memberi tanda ($\checkmark$), Jawaban yang tersedia adalah :

SS = Sangat Setuju
S = Setuju
N = Netral
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

A. KUALITAS

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Merek Induk (Parent Brand)						
1	Saya membeli <i>parent brand</i> LG karena Teknologinya yang baik					
2	Dalam membeli <i>parent brand</i> LG saya juga mempertimbangkan kemudahan dalam memperoleh suku cadang					
3	Pelayanan purna jual kembali <i>parent brand</i> LG yang memuaskan bagi saya					
4	Saya membeli <i>parent brand</i> LG karena Desain-Desainnya yang sangat menarik					
5	Saya membeli <i>parent brand</i> karena keawetan umur produknya yang lama dan tidak mudah rusak					
Merek Perluasan (Extension Brand)						
1	Saya membeli produk <i>extension brand</i> LG karena Teknologinya yang baik					
2	Dalam membeli produk <i>extension</i> LG saya juga mempertimbangkan kemudahan dalam memperoleh suku cadang					
3	Pelayanan purna jual kembali produk <i>extension brand</i> LG yang memuaskan bagi saya					
4	Saya membeli produk <i>extension brand</i> LG karena Desain-Desainnya yang sangat menarik					
5	Saya membeli produk <i>extension brand</i> LG karena keawetan umur produknya yang lama dan tidak mudah rusak					

B. TRANSFER

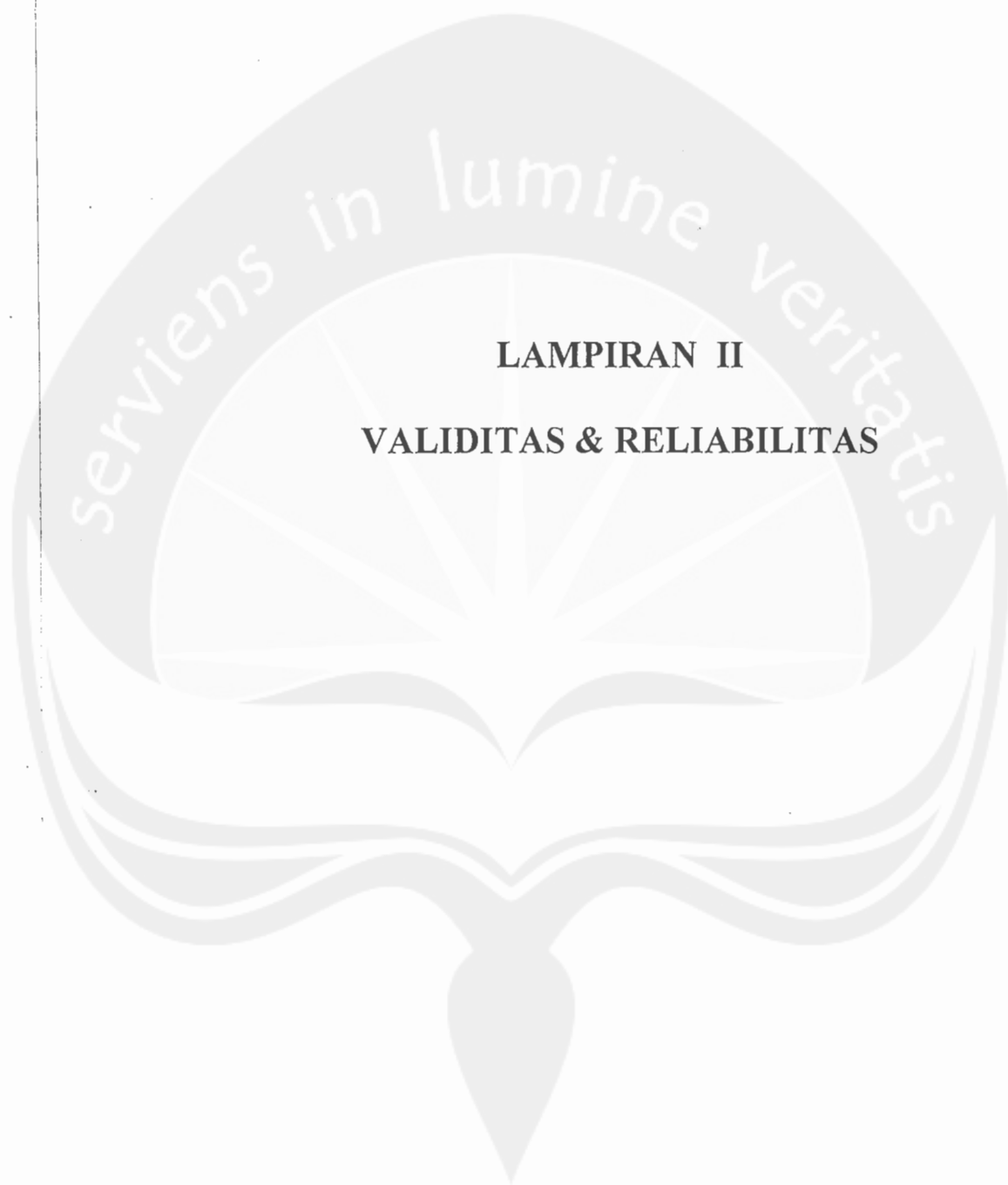
No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya membeli produk perluasan merek LG Electronics , karena terpengaruh oleh kualitas dari merek produk induk (<i>parent brand</i>) LG Electronics?					
2.	Kualitas produk perluasan merek LG Electronics sama baiknya dengan produk merek induk (<i>parent brand</i>) LG Electronics?					

C. KOMPLEMEN

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1.	Saya membeli produk merek induk (<i>parent brand</i>) LG, karena produk merek induk (<i>parentbrand</i>) LG dilengkapi oleh produk komplemennya (pelengkapannya) <u>Contoh:</u> TV dan produk komplemennya yaitu, VCD, DVD player					
2.	Saya membeli produk perluasan merek (<i>extension brand</i>) LG, karena produk perluasan merek (<i>extension brand</i>) LG mampu melengkapi atau mendukung produk merek induk (<i>parent brand</i>) LG ?					

D. SUBSTITUSI

No	Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
1	Saya membeli produk induk (<i>parent brand</i>) LG, karena produk induk (<i>parentbrand</i>) LG dapat diganti oleh produk substitusinya dengan kepuasan yang sama bagi saya? <u>Contoh:</u> tape portable diganti dengan walkman/discman					
2	Saya membeli produk perluasan merek (<i>extension brand</i>) LG, karena produk perluasan merek (<i>extension brand</i>) LG mampu mengganti produk induk (parent) LG demi memuaskan kebutuhan yang sama bagi saya?					



LAMPIRAN II

VALIDITAS & RELIABILITAS

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

KUA1 Merek Induk

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KUA1.1	15.3667	9.0678	.6909	.7781
KUA1.2	15.4333	9.6333	.5772	.8088
KUA1.3	15.3667	9.4816	.5339	.8218
KUA1.4	15.7000	9.5966	.5541	.8151
KUA1.5	15.3333	7.8161	.7905	.7427

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 5

Alpha = .8293

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

KUA2 Merek Perluasan

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KUA2.1	15.6000	8.0414	.5854	.7825
KUA2.2	15.4667	7.9816	.5681	.7876
KUA2.3	15.5000	8.0517	.5768	.7850
KUA2.4	15.3333	7.8161	.5966	.7792
KUA2.5	15.4333	7.2195	.6861	.7506

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 5

Alpha = .8137

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

TRAN Transfer

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
TRAN1	4.0000	.9655	.5673	.
TRAN2	3.6333	.8609	.5673	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 2

Alpha = .7232

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

KOMP Komplemen

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KOMP1	3.9000	.9207	.6166	.
KOMP2	4.1667	1.0402	.6166	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 2

Alpha = .7620

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

SUBS Substitusi

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SUBS1	3.9000	.9207	.5835	.
SUBS2	3.8667	.6023	.5835	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 2

Alpha = .7266

Frequency Table

KAR1 Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Pria	57	57.0	57.0	57.0
	2 Wanita	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KAR2 Usia

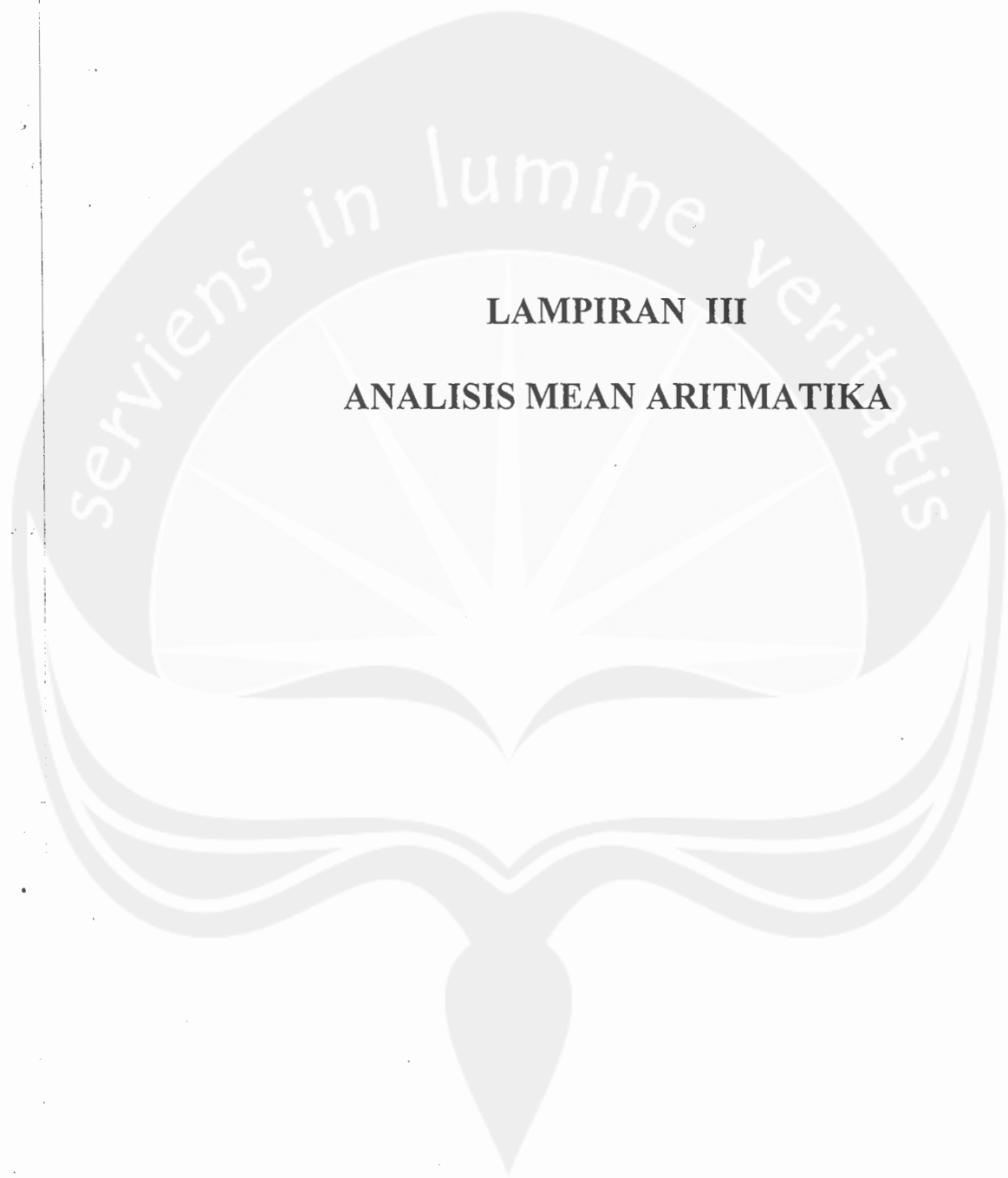
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 20 - 34 Thn	41	41.0	41.0	41.0
	2 35 - 44 Thn	31	31.0	31.0	72.0
	3 45 - 54 Thn	19	19.0	19.0	91.0
	4 > 55 Thn	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KAR3 Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Wiraswasta	26	26.0	26.0	26.0
	2 Pegawai/ Karyawan	39	39.0	39.0	65.0
	3 Ibu Rumah Tangga	14	14.0	14.0	79.0
	4 Pelajar./ Mahasiswa	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KAR4 Pendapatan/ Bln

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Rp. 200.000 - Rp. 500.000	15	15.0	15.0	15.0
	2 Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	37	37.0	37.0	52.0
	3 Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000	29	29.0	29.0	81.0
	4 > Rp. 2.000.000	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



LAMPIRAN III

ANALISIS MEAN ARITMATIKA

KUA1.1 Merek Induk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	4	4.0	4.0	4.0
	3 N	29	29.0	29.0	33.0
	4 S	41	41.0	41.0	74.0
	5 SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KUA1.2 Merek Induk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	4	4.0	4.0	4.0
	3 N	26	26.0	26.0	30.0
	4 S	40	40.0	40.0	70.0
	5 SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KUA1.3 Merek Induk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	6	6.0	6.0	6.0
	3 N	32	32.0	32.0	38.0
	4 S	32	32.0	32.0	70.0
	5 SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KUA1.4 Merek Induk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	6	6.0	6.0	6.0
	3 N	35	35.0	35.0	41.0
	4 S	35	35.0	35.0	76.0
	5 SS	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KUA1.5 Merek Induk

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	8	8.0	8.0	8.0
	3 N	29	29.0	29.0	37.0
	4 S	25	25.0	25.0	62.0
	5 SS	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KUA2.1 Merek Perluasan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	5	5.0	5.0	5.0
	3 N	35	35.0	35.0	40.0
	4 S	30	30.0	30.0	70.0
	5 SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KUA2.2 Merek Perluasan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	4	4.0	4.0	4.0
	3 N	35	35.0	35.0	39.0
	4 S	31	31.0	31.0	70.0
	5 SS	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KUA2.3 Merek Perluasan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	5	5.0	5.0	5.0
	3 N	29	29.0	29.0	34.0
	4 S	34	34.0	34.0	68.0
	5 SS	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KUA2.4 Merek Perluasan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	6	6.0	6.0	6.0
	3 N	23	23.0	23.0	29.0
	4 S	31	31.0	31.0	60.0
	5 SS	40	40.0	40.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KUA2.5 Merek Perluasan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	5	5.0	5.0	5.0
	3 N	32	32.0	32.0	37.0
	4 S	29	29.0	29.0	66.0
	5 SS	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

TRAN1 Transfer

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	6	6.0	6.0	6.0
	3 N	28	28.0	28.0	34.0
	4 S	41	41.0	41.0	75.0
	5 SS	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

TRAN2 Transfer

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	5	5.0	5.0	5.0
	3 N	26	26.0	26.0	31.0
	4 S	27	27.0	27.0	58.0
	5 SS	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KOMP1 Komplemen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	5	5.0	5.0	5.0
	3 N	32	32.0	32.0	37.0
	4 S	25	25.0	25.0	62.0
	5 SS	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KOMP2 Komplemen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	4	4.0	4.0	4.0
	3 N	36	36.0	36.0	40.0
	4 S	27	27.0	27.0	67.0
	5 SS	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

SUBS1 Substitusi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	4	4.0	4.0	4.0
	3 N	30	30.0	30.0	34.0
	4 S	40	40.0	40.0	74.0
	5 SS	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

SUBS2 Substitusi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 TS	5	5.0	5.0	5.0
	3 N	30	30.0	30.0	35.0
	4 S	30	30.0	30.0	65.0
	5 SS	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Arithmetic Mean

	N	Sum	Mean
KUA1.1 Merek Induk	100	389	3.89
KUA1.2 Merek Induk	100	396	3.96
KUA1.3 Merek Induk	100	386	3.86
KUA1.4 Merek Induk	100	377	3.77
KUA1.5 Merek Induk	100	393	3.93
KUA1 Merek Induk	100	388.20	3.8820
KUA2.1 Merek Perluasan	100	385	3.85
KUA2.2 Merek Perluasan	100	387	3.87
KUA2.3 Merek Perluasan	100	393	3.93
KUA2.4 Merek Perluasan	100	405	4.05
KUA2.5 Merek Perluasan	100	392	3.92
KUA.2 Merek Perluasan	100	392.40	3.9240
DIM1 Kualitas	100	390.30	3.9030
TRAN1 Transfer	100	385	3.85
TRAN2 Transfer	100	406	4.06
DIM2 Transfer	100	395.50	3.9550
KOMP1 Komplemen	100	396	3.96
KOMP2 Komplemen	100	389	3.89
DIM3 Komplemen	100	392.50	3.9250
SUBS1 Substitusi	100	388	3.88
SUBS2 Substitusi	100	395	3.95
DIM4 Substitusi	100	391.50	3.9150
Valid N (listwise)	100		

Case Summaries

	KAR1	KAR2	KAR3	KAR4	KUA1.1	KUA1.2	KUA1.3
1	2	1	4	1	5	4	5
2	1	1	2	3	3	2	2
3	2	2	3	2	4	5	4
4	1	1	4	2	5	4	3
5	1	2	2	3	3	3	5
6	2	1	1	3	3	3	4
7	2	2	2	4	3	3	3
8	1	1	4	2	3	4	5
9	2	2	1	3	5	5	4
10	1	1	2	4	5	4	5
11	1	2	1	2	4	4	5
12	2	3	1	4	2	2	2
13	2	1	4	1	5	5	5
14	1	1	4	2	4	4	5
15	2	1	4	3	5	4	5
16	1	1	4	2	4	5	3
17	1	2	1	3	4	3	5
18	1	3	2	1	3	5	3
19	2	1	4	2	4	5	4
20	1	1	2	3	4	4	4
21	1	1	4	3	4	3	4
22	2	2	3	2	5	4	4
23	2	1	2	4	2	3	3
24	1	1	4	2	5	4	4
25	1	1	2	2	4	4	4
26	2	2	3	1	4	5	4
27	1	3	2	4	5	5	3
28	1	1	2	3	4	3	5
29	1	1	4	1	3	3	2
30	1	1	2	3	4	4	4
31	1	1	4	1	4	5	5
32	1	3	1	1	5	4	5
33	2	1	4	1	5	4	4
34	1	1	2	4	5	5	3
35	2	3	3	2	4	5	4
36	1	3	1	4	3	5	4
37	1	1	4	1	4	3	4
38	2	1	2	2	3	4	5
39	1	2	2	3	4	5	5
40	2	1	4	2	4	3	5
41	1	1	2	3	4	4	5
42	1	1	4	2	3	5	4

Case Summaries

	KAR1	KAR2	KAR3	KAR4	KUA1.1	KUA1.2	KUA1.3
43	1	2	1	2	4	4	4
44	2	2	3	2	4	5	3
45	2	1	2	2	5	4	5
46	1	1	4	1	4	4	5
47	2	2	3	1	3	4	5
48	2	3	2	3	5	3	5
49	1	2	2	3	4	5	5
50	2	1	4	2	4	5	3
51	1	1	2	3	3	4	4
52	2	4	3	2	5	5	4
53	1	2	2	2	4	4	5
54	1	1	2	4	5	3	3
55	1	2	1	4	3	4	3
56	2	3	2	4	3	5	3
57	1	2	1	2	3	3	3
58	2	1	2	4	4	4	5
59	2	2	3	2	3	5	3
60	1	3	1	3	5	4	4
61	1	2	1	4	4	4	4
62	2	2	2	2	3	3	3
63	1	1	2	3	5	4	3
64	2	3	2	3	5	5	3
65	1	2	2	3	3	3	2
66	1	2	2	2	4	5	4
67	2	3	2	1	4	3	4
68	1	3	1	2	5	5	3
69	2	3	3	2	5	4	5
70	2	2	2	3	3	5	4
71	1	2	2	3	3	5	5
72	1	3	2	3	4	5	5
73	1	3	1	3	3	3	2
74	2	2	3	2	5	3	3
75	1	3	1	4	4	5	3
76	1	1	4	2	4	3	4
77	1	4	2	4	4	3	3
78	2	2	1	3	3	4	5
79	2	3	3	2	4	5	4
80	1	3	2	1	4	5	4
81	2	2	3	2	5	4	3
82	1	1	1	2	2	2	2
83	2	4	1	3	4	3	4
84	2	4	1	3	3	3	4

Case Summaries

	KAR1	KAR2	KAR3	KAR4	KUA1.1	KUA1.2	KUA1.3
85	2	3	3	2	4	4	3
86	1	4	1	4	3	3	3
87	2	1	4	2	3	4	5
88	1	2	1	4	4	5	3
89	2	2	1	2	5	3	4
90	1	1	2	4	5	4	4
91	2	1	3	1	2	3	3
92	2	4	1	3	4	4	3
93	1	4	2	3	4	4	3
94	2	1	4	1	4	4	3
95	1	4	2	2	3	4	5
96	1	1	2	2	3	2	3
97	1	2	1	2	3	3	4
98	1	2	1	3	4	4	3
99	1	4	1	4	5	4	5
100	2	2	2	4	3	4	3

Case Summaries

	KUA1.4	KUA1.5	KUA2.1	KUA2.2	KUA2.3	KUA2.4	KUA2.5
1	3	4	4	4	5	4	5
2	2	2	3	3	2	3	2
3	5	5	5	4	5	5	5
4	4	4	5	4	4	4	4
5	4	5	4	5	3	4	4
6	3	3	3	5	4	4	3
7	3	2	3	3	3	4	3
8	3	4	4	4	5	4	4
9	3	5	3	3	4	5	4
10	4	5	4	5	4	5	4
11	5	4	4	3	4	3	3
12	3	2	3	3	3	3	3
13	4	5	5	5	4	4	5
14	3	3	3	4	3	5	5
15	5	4	4	5	4	4	4
16	4	4	4	3	4	3	4
17	5	5	5	3	3	4	5
18	4	3	3	4	5	5	4
19	5	5	5	4	5	4	5
20	4	5	4	4	3	3	4
21	5	4	3	4	3	5	5
22	4	4	4	3	4	5	4
23	2	2	2	2	2	2	2
24	4	5	3	4	4	4	4
25	3	4	3	5	5	5	3
26	3	5	4	5	4	5	4
27	3	5	5	4	4	5	5
28	3	3	4	4	5	3	5
29	2	3	2	2	3	2	2
30	3	5	4	5	4	4	3
31	4	5	3	4	4	3	4
32	4	3	5	5	3	4	3
33	5	5	5	5	4	5	5
34	3	3	5	4	3	5	3
35	4	5	5	3	3	3	3
36	5	5	5	4	4	3	5
37	5	5	4	3	4	5	4
38	5	3	3	5	5	4	5
39	5	4	5	4	4	5	5
40	5	4	3	5	4	4	3
41	4	5	3	5	5	5	5
42	4	5	4	5	5	5	4

Case Summaries

	KUA1.4	KUA1.5	KUA2.1	KUA2.2	KUA2.3	KUA2.4	KUA2.5
43	3	4	5	4	5	5	3
44	4	3	4	3	4	4	3
45	5	5	4	4	5	5	4
46	4	3	4	5	5	4	5
47	5	4	3	3	3	4	5
48	4	4	3	5	4	4	4
49	3	3	5	3	5	4	3
50	4	4	5	4	4	5	3
51	4	4	5	3	3	4	5
52	4	5	5	4	5	5	5
53	3	5	3	3	4	4	4
54	3	4	3	5	5	3	4
55	3	5	3	3	3	5	5
56	5	3	3	4	4	5	3
57	3	2	2	3	3	3	3
58	4	4	3	4	4	5	4
59	3	3	5	5	5	5	5
60	5	3	5	5	4	5	3
61	4	5	4	4	5	3	4
62	3	5	3	4	4	5	4
63	3	5	5	5	5	5	3
64	5	5	5	5	5	3	3
65	2	2	3	2	2	2	3
66	4	5	3	3	4	5	3
67	3	4	5	4	5	3	5
68	3	3	3	3	3	3	3
69	4	5	4	4	3	4	3
70	4	4	3	5	3	3	3
71	3	3	4	4	3	4	5
72	4	5	4	5	4	4	5
73	2	2	2	2	2	2	3
74	3	4	4	3	3	4	3
75	5	3	3	5	4	3	5
76	3	5	3	3	5	3	5
77	5	3	3	3	5	4	3
78	4	5	4	5	3	3	5
79	5	3	4	3	3	5	4
80	4	5	4	3	3	4	3
81	3	5	5	5	5	5	5
82	2	3	3	3	2	3	2
83	4	3	5	3	4	5	5
84	3	4	5	3	4	5	5

Case Summaries

	KUA1.4	KUA1.5	KUA2.1	KUA2.2	KUA2.3	KUA2.4	KUA2.5
85	5	4	5	3	3	3	4
86	3	3	4	3	3	5	4
87	4	3	5	4	5	5	5
88	3	3	3	3	3	5	3
89	3	3	4	3	5	3	5
90	4	4	4	5	4	5	4
91	3	3	2	3	3	2	3
92	3	3	3	4	4	5	4
93	5	3	4	4	5	5	4
94	4	4	4	5	5	4	3
95	5	5	3	5	5	4	5
96	3	2	3	3	3	2	2
97	5	5	3	3	5	5	3
98	4	5	5	3	3	5	4
99	4	5	5	4	5	4	5
100	4	3	5	5	5	3	5

Case Summaries

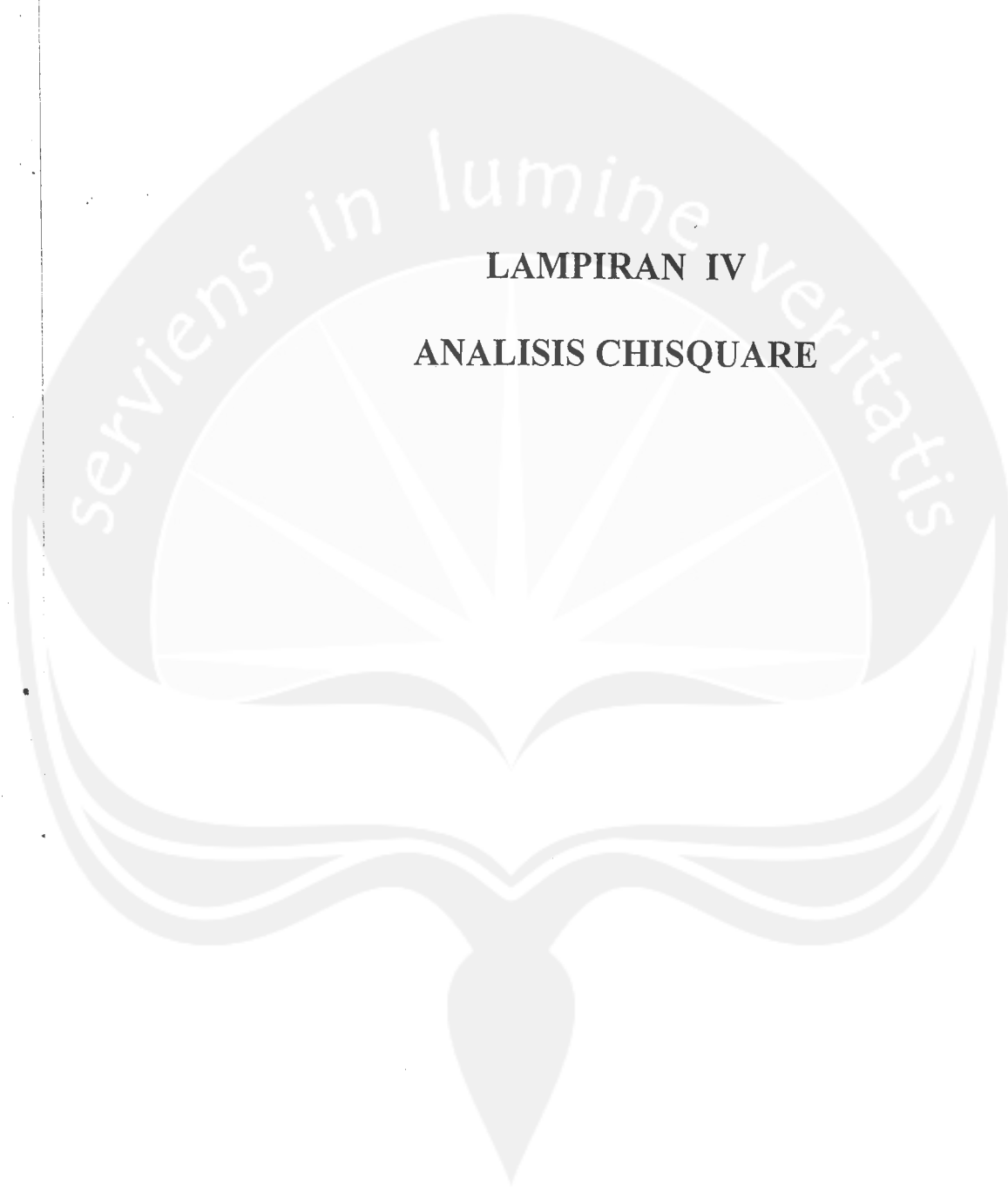
	TRAN1	TRAN2	KOMP1	KOMP2	SUBS1	SUBS2
1	4	5	5	3	4	4
2	3	3	2	3	3	2
3	5	5	4	4	4	4
4	4	5	5	5	4	5
5	4	4	5	5	5	3
6	3	5	5	4	4	4
7	2	2	3	3	2	2
8	5	5	5	5	3	3
9	3	3	5	5	4	5
10	5	5	4	5	4	5
11	3	3	3	3	4	4
12	2	2	3	3	3	3
13	4	4	5	5	4	5
14	4	4	3	3	5	4
15	3	4	5	4	4	5
16	3	4	5	3	4	4
17	5	4	5	5	5	5
18	3	5	3	3	4	4
19	5	5	4	5	5	5
20	4	4	4	4	4	3
21	3	5	5	3	3	5
22	4	5	5	4	4	4
23	3	3	2	2	3	3
24	4	3	5	5	5	5
25	4	5	4	5	3	3
26	4	3	3	3	4	4
27	3	5	5	3	4	4
28	3	3	5	5	3	4
29	2	3	3	3	3	2
30	5	4	5	4	5	4
31	4	3	3	5	3	3
32	3	4	5	3	5	3
33	4	5	5	4	4	4
34	3	5	5	3	4	3
35	4	3	4	5	4	3
36	4	5	5	3	3	4
37	4	3	5	5	5	5
38	3	5	5	4	5	3
39	4	5	5	5	4	5
40	3	5	3	3	5	4
41	3	4	4	4	5	5
42	3	4	3	3	5	4

Case Summaries

	TRAN1	TRAN2	KOMP1	KOMP2	SUBS1	SUBS2
43	3	5	3	3	4	4
44	4	4	4	3	4	3
45	5	5	4	4	4	4
46	5	4	3	5	5	3
47	5	4	5	3	4	5
48	4	4	5	4	5	4
49	4	5	4	4	3	5
50	5	5	5	5	4	5
51	5	4	3	3	3	5
52	4	5	5	4	4	4
53	4	4	5	4	3	4
54	5	3	4	5	3	4
55	5	5	5	5	5	5
56	3	4	3	5	4	3
57	2	2	3	3	3	2
58	4	4	3	3	4	5
59	4	3	4	4	3	3
60	4	5	5	3	3	5
61	3	5	4	3	3	4
62	4	3	5	5	4	4
63	4	5	3	4	4	3
64	5	3	5	3	5	5
65	2	3	2	3	2	3
66	5	4	3	4	5	3
67	4	5	3	5	3	3
68	5	5	5	3	3	3
69	4	3	3	3	4	3
70	5	5	4	4	4	3
71	4	3	4	3	3	5
72	5	5	5	4	5	5
73	2	2	3	3	2	3
74	4	3	5	4	3	3
75	4	5	4	5	4	5
76	4	3	3	4	4	4
77	4	5	5	5	3	5
78	5	3	4	5	4	4
79	4	4	3	5	4	3
80	3	4	4	4	4	4
81	4	3	4	3	4	5
82	3	3	2	2	3	2
83	5	5	3	3	4	5
84	5	5	3	3	5	3

Case Summaries

	TRAN1	TRAN2	KOMP1	KOMP2	SUBS1	SUBS2
85	4	5	4	4	5	5
86	3	5	3	5	5	5
87	3	5	3	5	5	5
88	5	5	4	3	5	5
89	5	4	3	4	3	5
90	5	4	4	4	5	4
91	3	2	3	2	2	3
92	3	4	5	5	3	5
93	4	5	3	5	4	3
94	4	3	4	3	3	4
95	5	5	3	5	4	4
96	3	3	2	2	3	3
97	4	3	3	4	5	3
98	3	4	4	4	3	5
99	4	5	4	5	5	5
100	4	4	5	5	3	5



LAMPIRAN IV

ANALISIS CHISQUARE

Jenis Kelamin * Penilaian - Kualitas

Crosstab

		Penilaian - Kualitas					
			TS	N	S	SS	Total
Jenis Kelamin	Pria	Count	6	3	35	13	57
		Expected Count	4.6	2.8	35.3	14.2	57.0
	Wanita	Count	2	2	27	12	43
		Expected Count	3.4	2.2	26.7	10.8	43.0
	Total	Count	8	5	62	25	100
		Expected Count	8.0	5.0	62.0	25.0	100.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.338 ^a	3	.720
Likelihood Ratio	1.403	3	.705
Linear-by-Linear Association	1.196	1	.274
N of Valid Cases	100		

a. 4 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.15.

Jenis Kelamin * Penilaian - Transfer

Crosstab

		Penilaian - Transfer				Total
		TS	N	S	SS	
Jenis Kelamin	Pria	Count	4	5	24	57
		Expected Count	4.0	4.0	26.8	57.0
	Wanita	Count	3	2	23	43
		Expected Count	3.0	3.0	20.2	43.0
Total	Count	7	7	47	39	100
	Expected Count	7.0	7.0	47.0	39.0	100.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.598 ^a	3	.660
Likelihood Ratio	1.622	3	.654
Linear-by-Linear Association	.031	1	.860
N of Valid Cases	100		

a. 4 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.01.

Jenis Kelamin * Penilaian - Komplemen

Crosstab

		Penilaian - Komplemen				Total
		TS	N	S	SS	
Jenis Kelamin	Pria	Count	4	9	26	57
		Expected Count	3.4	9.7	23.9	57.0
	Wanita	Count	2	8	16	43
		Expected Count	2.6	7.3	18.1	43.0
Total	Count	6	17	42	35	100
	Expected Count	6.0	17.0	42.0	35.0	100.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.199 ^a	3	.753
Likelihood Ratio	1.205	3	.752
Linear-by-Linear Association	.313	1	.576
N of Valid Cases	100		

a. 2 cells (25.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 2.58.

Jenis Kelamin * Penilaian - Substitusi

Crosstab

			Penilaian - Substitusi				Total
			TS	N	S	SS	
Jenis Kelamin	Pria	Count	6	5	29	17	57
		Expected Count	4.6	5.7	29.1	17.7	57.0
	Wanita	Count	2	5	22	14	43
		Expected Count	3.4	4.3	21.9	13.3	43.0
Total	Count		8	10	51	31	100
	Expected Count		8.0	10.0	51.0	31.0	100.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1.317 ^a	3	.725
Likelihood Ratio	1.381	3	.710
Linear-by-Linear Association	.451	1	.502
N of Valid Cases	100		

a. 3 cells (37.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 3.44.

Usia * Penilaian - Kualitas

Crosstab

			Penilaian - Kualitas				Total
			TS	N	S	SS	
Usia	20 - 34 Thn	Count	5	1	22	13	41
		Expected Count	3.3	2.1	25.4	10.3	41.0
	35 - 44 Thn	Count	1	2	24	4	31
		Expected Count	2.5	1.6	19.2	7.8	31.0
	45 - 54 Thn	Count	2	1	11	5	19
		Expected Count	1.5	1.0	11.8	4.8	19.0
	> 55 Thn	Count	0	1	5	3	9
		Expected Count	.7	.5	5.6	2.3	9.0
	Total	Count	8	5	62	25	100
		Expected Count	8.0	5.0	62.0	25.0	100.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.576 ^a	9	.477
Likelihood Ratio	9.606	9	.383
Linear-by-Linear Association	.078	1	.780
N of Valid Cases	100		

a. 10 cells (62.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .45.

Usia * Penilaian - Transfer

Crosstab

			Penilaian - Transfer				Total
			TS	N	S	SS	
Usia	20 - 34 Thn	Count	2	5	20	14	41
		Expected Count	2.9	2.9	19.3	16.0	41.0
	35 - 44 Thn	Count	3	2	15	11	31
		Expected Count	2.2	2.2	14.6	12.1	31.0
	45 - 54 Thn	Count	2	0	10	7	19
		Expected Count	1.3	1.3	8.9	7.4	19.0
	> 55 Thn	Count	0	0	2	7	9
		Expected Count	.6	.6	4.2	3.5	9.0
Total		Count	7	7	47	39	100
		Expected Count	7.0	7.0	47.0	39.0	100.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	10.286 ^a	9	.328
Likelihood Ratio	12.050	9	.211
Linear-by-Linear Association	2.362	1	.124
N of Valid Cases	100		

a. 10 cells (62.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .63.

Usia * Penilaian - Komplemen

Crosstab

		Penilaian - Komplemen					
		TS	N	S	SS	Total	
Usia	20 - 34 Thn	Count	5	6	14	16	41
		Expected Count	2.5	7.0	17.2	14.4	41.0
	35 - 44 Thn	Count	1	5	14	11	31
		Expected Count	1.9	5.3	13.0	10.9	31.0
	45 - 54 Thn	Count	0	4	11	4	19
		Expected Count	1.1	3.2	8.0	6.7	19.0
	> 55 Thn	Count	0	2	3	4	9
		Expected Count	.5	1.5	3.8	3.2	9.0
	Total	Count	6	17	42	35	100
		Expected Count	6.0	17.0	42.0	35.0	100.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	8.634 ^a	9	.472
Likelihood Ratio	9.849	9	.363
Linear-by-Linear Association	.246	1	.620
N of Valid Cases	100		

a. 8 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .54.

Usia * Penilaian - Substitusi

Crosstab

			Penilaian - Substitusi				Total
			TS	N	S	SS	
Usia	20 - 34 Thn	Count	4	5	16	16	41
		Expected Count	3.3	4.1	20.9	12.7	41.0
	35 - 44 Thn	Count	3	2	19	7	31
		Expected Count	2.5	3.1	15.8	9.6	31.0
	45 - 54 Thn	Count	1	3	10	5	19
		Expected Count	1.5	1.9	9.7	5.9	19.0
	> 55 Thn	Count	0	0	6	3	9
		Expected Count	.7	.9	4.6	2.8	9.0
Total		Count	8	10	51	31	100
		Expected Count	8.0	10.0	51.0	31.0	100.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.240 ^a	9	.612
Likelihood Ratio	8.856	9	.451
Linear-by-Linear Association	.145	1	.703
N of Valid Cases	100		

a. 10 cells (62.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .72.

Pendapatan/ Bln * Penilaian - Kualitas

Crosstab

			Penilaian - Kualitas		
			TS	N	S
Pendapatan/ Bln	Rp. 200.000 - Rp. 500.000	Count	1	1	8
		Expected Count	1.2	.8	9.3
	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Count	2	2	25
		Expected Count	3.0	1.9	22.9
	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000	Count	3	0	19
		Expected Count	2.3	1.5	18.0
	> Rp. 2.000.000	Count	2	2	10
		Expected Count	1.5	1.0	11.8
	Total	Count	8	5	62
		Expected Count	8.0	5.0	62.0

Crosstab

			Penilaian -	
			SS	Total
Pendapatan/ Bln	Rp. 200.000 - Rp. 500.000	Count	5	15
		Expected Count	3.8	15.0
	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Count	8	37
		Expected Count	9.3	37.0
	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000	Count	7	29
		Expected Count	7.2	29.0
	> Rp. 2.000.000	Count	5	19
		Expected Count	4.8	19.0
Total		Count	25	100
		Expected Count	25.0	100.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.702 ^a	9	.859
Likelihood Ratio	5.859	9	.754
Linear-by-Linear Association	.444	1	.505
N of Valid Cases	100		

a. 10 cells (62.5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .75.

Pendapatan/ Bln * Penilaian - Transfer

Crosstab

			Penilaian - Transfer		
			TS	N	S
Pendapatan/ Bln	Rp. 200.000 - Rp. 500.000	Count	2	0	8
		Expected Count	1.1	1.1	7.1
	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Count	1	3	19
		Expected Count	2.6	2.6	17.4
	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000	Count	2	3	12
		Expected Count	2.0	2.0	13.6
	> Rp. 2.000.000	Count	2	1	8
		Expected Count	1.3	1.3	8.9
Total		Count	7	7	47
		Expected Count	7.0	7.0	47.0

Crosstab

		Penilaian -		
			SS	Total
Pendapatan/ Bln	Rp. 200.000 - Rp. 500.000	Count	5	15
		Expected Count	5.9	15.0
	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Count	14	37
		Expected Count	14.4	37.0
	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000	Count	12	29
		Expected Count	11.3	29.0
	> Rp. 2.000.000	Count	8	19
		Expected Count	7.4	19.0
Total		Count	39	100
		Expected Count	39.0	100.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	4.628 ^a	9	.865
Likelihood Ratio	5.702	9	.769
Linear-by-Linear Association	.006	1	.937
N of Valid Cases	100		

a. 8 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.05.

Pendapatan/ Bln * Penilaian - Komplemen

Crosstab

			Penilaian - Komplemen		
			TS	N	S
Pendapatan/ Bln	Rp. 200.000 - Rp. 500.000	Count	1	3	8
		Expected Count	.9	2.6	6.3
	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Count	2	7	15
		Expected Count	2.2	6.3	15.5
	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000	Count	2	4	11
		Expected Count	1.7	4.9	12.2
	> Rp. 2.000.000	Count	1	3	8
		Expected Count	1.1	3.2	8.0
	Total	Count	6	17	42
		Expected Count	6.0	17.0	42.0

Crosstab

		Penilaian -		
			SS	Total
Pendapatan/ Bln	Rp. 200.000 - Rp. 500.000	Count	3	15
		Expected Count	5.3	15.0
	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Count	13	37
		Expected Count	13.0	37.0
	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000	Count	12	29
		Expected Count	10.1	29.0
	> Rp. 2.000.000	Count	7	19
		Expected Count	6.7	19.0
Total		Count	35	100
		Expected Count	35.0	100.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2.352 ^a	9	.985
Likelihood Ratio	2.484	9	.981
Linear-by-Linear Association	.666	1	.414
N of Valid Cases	100		

a. 7 cells (43.8%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .90.

Pendapatan/ Bln * Penilaian - Substitusi

Crosstab

			Penilaian - Substitusi		
			TS	N	S
Pendapatan/ Bln	Rp. 200.000 - Rp. 500.000	Count	2	2	8
		Expected Count	1.2	1.5	7.7
	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Count	2	6	19
		Expected Count	3.0	3.7	18.9
	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000	Count	3	0	16
		Expected Count	2.3	2.9	14.8
	> Rp. 2.000.000	Count	1	2	8
		Expected Count	1.5	1.9	9.7
	Total	Count	8	10	51
		Expected Count	8.0	10.0	51.0

Crosstab

		Penilaian -		
			SS	Total
Pendapatan/ Bln	Rp. 200.000 - Rp. 500.000	Count	3	15
		Expected Count	4.6	15.0
	Rp. 500.001 - Rp. 1.000.000	Count	10	37
		Expected Count	11.5	37.0
	Rp. 1.000.001 - Rp. 2.000.000	Count	10	29
		Expected Count	9.0	29.0
	> Rp. 2.000.000	Count	8	19
		Expected Count	5.9	19.0
Total	Count		31	100
	Expected Count		31.0	100.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.777 ^a	9	.557
Likelihood Ratio	10.420	9	.318
Linear-by-Linear Association	2.251	1	.134
N of Valid Cases	100		

a. 9 cells (56.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.20.

Pekerjaan * Penilaian - Kualitas

Crosstab

			Penilaian - Kualitas		
			TS	N	S
Pekerjaan	Wiraswasta	Count	3	3	17
		Expected Count	2.1	1.3	16.1
	Pegawai/ Karyawan	Count	4	1	24
		Expected Count	3.1	2.0	24.2
	Ibu Rumah Tangga	Count	0	1	9
		Expected Count	1.1	.7	8.7
	Pelajar./ Mahasiswa	Count	1	0	12
		Expected Count	1.7	1.1	13.0
Total		Count	8	5	62
		Expected Count	8.0	5.0	62.0

Crosstab

		Penilaian -	
		SS	Total
Pekerjaan	Wiraswasta	Count	3
		Expected Count	6.5
	Pegawai/ Karyawan	Count	10
		Expected Count	9.8
	Ibu Rumah Tangga	Count	4
		Expected Count	3.5
	Pelajar/ Mahasiswa	Count	8
		Expected Count	5.3
Total		Count	25
		Expected Count	25.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	9.459 ^a	9	.396
Likelihood Ratio	11.360	9	.252
Linear-by-Linear Association	5.458	1	.019
N of Valid Cases	100		

a. 9 cells (56.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .70.

Pekerjaan * Penilaian - Transfer

Crosstab

		Penilaian - Transfer		
		TS	N	S
Pekerjaan	Wiraswasta	Count	3	3
		Expected Count	1.8	12.2
	Pegawai/ Karyawan	Count	2	4
		Expected Count	2.7	18.3
	Ibu Rumah Tangga	Count	1	0
		Expected Count	1.0	6.6
	Pelajar./ Mahasiswa	Count	1	0
		Expected Count	1.5	9.9
Total		Count	7	7
		Expected Count	7.0	47.0

Crosstab

		Penilaian -	
		SS	Total
Pekerjaan	Wiraswasta	Count	11
		Expected Count	10.1
	Pegawai/ Karyawan	Count	16
		Expected Count	15.2
	Ibu Rumah Tangga	Count	5
		Expected Count	5.5
	Pelajar./ Mahasiswa	Count	7
		Expected Count	8.2
Total		Count	39
		Expected Count	39.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.486 ^a	9	.587
Likelihood Ratio	9.633	9	.381
Linear-by-Linear Association	.382	1	.537
N of Valid Cases	100		

a. 8 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .98.

Pekerjaan * Penilaian - Komplemen

Crosstab

			Penilaian - Komplemen		
			TS	N	S
Pekerjaan	Wiraswasta	Count	1	7	10
		Expected Count	1.6	4.4	10.9
	Pegawai/ Karyawan	Count	4	4	17
		Expected Count	2.3	6.6	16.4
	Ibu Rumah Tangga	Count	1	2	7
		Expected Count	.8	2.4	5.9
	Pelajar/ Mahasiswa	Count	0	4	8
		Expected Count	1.3	3.6	8.8
Total		Count	6	17	42
		Expected Count	6.0	17.0	42.0

Crosstab

		Penilaian -	
		SS	Total
Pekerjaan	Wiraswasta	Count	8
		Expected Count	9.1
Pegawai/ Karyawan		Count	14
		Expected Count	13.7
Ibu Rumah Tangga		Count	4
		Expected Count	4.9
Pelajar/ Mahasiswa		Count	9
		Expected Count	7.4
Total		Count	35
		Expected Count	35.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	6.399 ^a	9	.699
Likelihood Ratio	7.409	9	.595
Linear-by-Linear Association	.963	1	.326
N of Valid Cases	100		

a. 8 cells (50.0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .84.

Pekerjaan * Penilaian - Substitusi

Crosstab

			Penilaian - Substitusi		
			TS	N	S
Pekerjaan	Wiraswasta	Count	3	2	13
		Expected Count	2.1	2.6	13.3
	Pegawai/ Karyawan	Count	3	4	23
		Expected Count	3.1	3.9	19.9
	Ibu Rumah Tangga	Count	1	2	8
		Expected Count	1.1	1.4	7.1
	Pelajar/ Mahasiswa	Count	1	2	7
		Expected Count	1.7	2.1	10.7
Total	Count		8	10	51
	Expected Count		8.0	10.0	51.0

Crosstab

			Penilaian -	
			SS	Total
Pekerjaan	Wiraswasta	Count	8	26
		Expected Count	8.1	26.0
	Pegawai/ Karyawan	Count	9	39
		Expected Count	12.1	39.0
	Ibu Rumah Tangga	Count	3	14
		Expected Count	4.3	14.0
	Pelajar/ Mahasiswa	Count	11	21
		Expected Count	6.5	21.0
Total		Count	31	100
		Expected Count	31.0	100.0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	7.283 ^a	9	.608
Likelihood Ratio	7.009	9	.636
Linear-by-Linear Association	1.565	1	.211
N of Valid Cases	100		

a. 9 cells (56.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.12.

tabel r

1 tail	0.01	0.05	0.15	0.3
1	0.985	0.929	0.814	0.649
2	0.881	0.770	0.640	0.486
3	0.776	0.663	0.542	0.404
4	0.695	0.590	0.479	0.353
5	0.634	0.536	0.433	0.317
6	0.586	0.495	0.399	0.290
7	0.548	0.462	0.371	0.270
8	0.516	0.434	0.349	0.253
9	0.489	0.411	0.330	0.237
10	0.465	0.392	0.314	0.227
11	0.445	0.375	0.300	0.216
12	0.427	0.360	0.288	0.207
13	0.411	0.346	0.277	0.199
14	0.397	0.334	0.267	0.192
15	0.384	0.323	0.258	0.186
16	0.373	0.310	0.250	0.180
17	0.362	0.305	0.243	0.175
18	0.352	0.296	0.237	0.170
19	0.343	0.289	0.230	0.165
20	0.335	0.282	0.225	0.161
21	0.327	0.275	0.219	0.157
22	0.320	0.269	0.214	0.154
23	0.313	0.263	0.210	0.150
24	0.307	0.258	0.206	0.147
25	0.301	0.253	0.201	0.144
26	0.295	0.248	0.198	0.141
27	0.290	0.244	0.194	0.139
28	0.285	0.239	0.191	0.136
29	0.280	0.235	0.187	0.134
30	0.275	0.231	0.184	0.132
31	0.271	0.228	0.177	0.130
32	0.268	0.225	0.170	0.128
33	0.264	0.222	0.163	0.127
34	0.261	0.219	0.156	0.125
35	0.257	0.216	0.149	0.123
36	0.253	0.213	0.142	0.121
37	0.250	0.210	0.135	0.119
38	0.246	0.207	0.128	0.118
39	0.243	0.204	0.121	0.116
40	0.239	0.201	0.114	0.114
41	0.237	0.199	0.113	0.113
42	0.235	0.197	0.112	0.112
43	0.233	0.196	0.111	0.111
44	0.230	0.194	0.110	0.110
45	0.228	0.192	0.109	0.109
46	0.226	0.190	0.108	0.108
47	0.224	0.188	0.107	0.107
48	0.222	0.187	0.106	0.106
49	0.220	0.185	0.105	0.105
50	0.218	0.183	0.104	0.104

sumber : Magic 2000 Solver telp (0274) 523858

tabel X²

df	0.1	0.05	0.025	0.01
1	2.706	3.841	5.024	6.635
2	4.605	5.991	7.378	9.210
3	6.251	7.815	9.348	11.345
4	7.779	9.488	11.143	13.277
5	9.236	11.070	12.832	15.086
6	10.645	12.592	14.449	16.812
7	12.017	14.067	16.013	18.475
8	13.362	15.507	17.535	20.090
9	14.684	16.919	19.023	21.666
10	15.987	18.307	20.483	23.209
11	17.275	19.675	21.920	24.725
12	18.549	21.026	23.337	26.217
13	19.812	22.362	24.736	27.688
14	21.064	23.685	26.119	29.141
15	22.307	24.996	27.488	30.578
16	23.542	26.296	28.845	32.000
17	24.769	27.587	30.191	33.409
18	25.989	28.869	31.526	34.805
19	27.204	30.144	32.852	36.191
20	28.412	31.410	34.170	37.566
21	29.615	32.671	35.479	38.932
22	30.813	33.924	36.781	40.289
23	32.007	35.172	38.076	41.638
24	33.196	36.415	39.364	42.980
25	34.382	37.652	40.646	44.314
26	35.563	38.885	41.923	45.642
27	36.741	40.113	43.195	46.963
28	37.916	41.337	44.461	48.278
29	39.087	42.557	45.722	49.588
30	40.256	43.773	46.979	50.892
31	41.422	44.985	48.232	52.191
32	42.585	46.194	49.480	53.486
33	43.745	47.400	50.725	54.775
34	44.903	48.602	51.966	56.061
35	46.059	49.802	53.203	57.342
36	47.212	50.998	54.437	58.619
37	48.363	52.192	55.668	59.893
38	49.513	53.384	56.895	61.162
39	50.660	54.572	58.120	62.428
40	51.805	55.758	59.342	63.691
41	52.949	56.942	60.561	64.950
42	54.090	58.124	61.777	66.206
43	55.230	59.304	62.990	67.459
44	56.369	60.481	64.201	68.710
45	57.505	61.656	65.410	69.957
46	58.641	62.830	66.616	71.201
47	59.774	64.001	67.821	72.443
48	60.907	65.171	69.023	73.683
49	62.038	66.339	70.222	74.919
50	63.167	67.505	71.420	76.154