

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, penulis menyimpulkan hasil penelitian yang telah dilakukan sebagai berikut:

1. Hasil analisis persentase dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. Mayoritas responden pada penelitian ini (61%) adalah wanita.
 - b. Mayoritas responden pada penelitian ini (72%) menyatakan pernah melakukan pembelian melalui media *online shop* sebanyak 3 sampai 6 kali.
2. Hasil analisis pengaruh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku terhadap minat beli konsumen dalam bisnis *online shop* dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - a. Sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku secara simultan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap minat beli konsumen dalam bisnis *online shop*. Sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku mampu mempengaruhi minat beli konsumen dalam bisnis *online shop* sebesar 65,5%.
 - b. Secara parsial, sikap memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dalam bisnis *online shop*.
 - c. Secara parsial, norma subyektif memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dalam bisnis *online shop*.

- d. Secara parsial, kontrol perilaku memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat beli konsumen dalam bisnis *online shop*.
3. Hasil analisis perbedaan sikap, norma subyektif, kontrol perilaku dan minat beli konsumen dalam bisnis *online shop* ditinjau dari perbedaan jenis kelamin dapat diismpulkan sebagai berikut:
 - a. Tidak terdapat perbedaan sikap konsumen pada bisnis *online shop* ditinjau dari perbedaan jenis kelamin. Pria dan wanita memiliki sikap yang sama baik pada bisnis *online shop*.
 - b. Tidak terdapat perbedaan norma subyektif konsumen pada bisnis *online shop* ditinjau dari perbedaan jenis kelamin. Pria dan wanita memiliki norma subyektif yang sama baik pada bisnis *online shop*.
 - c. Tidak terdapat perbedaan kontrol perilaku pada bisnis *online shop* ditinjau dari perbedaan jenis kelamin. Pria dan wanita memiliki kontrol perilaku yang sama baik pada bisnis *online shop*.
 - d. Tidak terdapat perbedaan minat beli konsumen pada bisnis *online shop* ditinjau dari perbedaan jenis kelamin. Pria dan wanita memiliki minat beli yang sama tingginya pada bisnis *online shop*.

5.2. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan penulis membuat saran bagi beberapa pihak yang berkepentingan antara lain adalah sebagai berikut:

1. Bagi pemasar

Minat beli konsumen secara signifikan dipengaruhi oleh sikap, norma subyektif dan kontrol perilaku. Hal ini mengindikasikan bahwa harga, pelayanan yang ramah dan handal, kelompok referensi, kemudahan mengakses situs bisnis *online shop* memberikan kontribusi pada peningkatan minat belanja konsumen pada bisnis *online shop*. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pemasar untuk menentukan harga yang kompetitif (lebih murah) dibandingkan harga dari produk atau jasa pesaing. Cara yang dapat dilakukan antara lain memberikan program promosi penjualan (potongan harga atau discount), harga yang lebih murah untuk pembelian dalam jumlah tertentu. Pihak pemasar juga harus memberikan pelayanan yang ramah dan baik kepada semua pelanggan. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan memberikan pelayanan sesuai dengan kebutuhan atau yang diminta konsumen.

Pembelian melalui media *online shop* juga dipengaruhi oleh kemudahan untuk mengakses situs dari suatu bisnis *online shop*. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak pemasar untuk mampu mendesain situs bisnis *online shop* yang mudah untuk diakses dan memberikan banyak informasi bagi pelanggan. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah menggunakan jasa konsultan *web desing* untuk mendesain web perusahaan.

Kelompok referensi memberikan kontribusi pada minat beli konsumen melalui bisnis *online shop*. Berdasarkan hal tersebut maka

pihak perusahaan bisnis *online shop* dapat menggunakan kelompok referen sebagai stimulan peningkat minat beli konsumen. Cara yang dapat dilakukan adalah memberikan provisi kepada siapa saja yang merekomendasikan pembelian produk atau jasa perusahaan.

2. Bagi konsumen

Banyak media yang dapat digunakan konsumen untuk membeli produk atau jasa. Bisnis *online shop* merupakan salah satu media yang dapat digunakan konsumen untuk melakukan pembelian produk atau jasa sesuai kebutuhan konsumen. Konsumen sebaiknya memperhatikan aspek kredibilitas pemasar (perusahaan penjual produk atau jasa) yang akan digunakannya. Hal ini penting untuk dilakukan dengan tujuan untuk mengantisipasi kemungkinan produk atau jasa yang tidak sesuai harapan konsumen (tertipu). Cara yang dapat dilakukan antara lain mencari informasi mengenai profil perusahaan pemasar dalam bisnis *online* dari berbagai sumber yang dapat dipercaya.

Perkembangan teknologi informasi memberikan kemudahan bagi konsumen untuk mengakses seluruh perusahaan bisnis *online shop* yang menyediakan produk atau jasa serupa. Konsumen disarankan untuk membandingkan kualitas dan harga produk dari masing-masing bisnis *online shop*. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar konsumen dapat memperoleh produk atau jasa dengan kualitas maupun harga yang terbaik (murah).

5.3. Kelemahan Penelitian

Penulis menyadari bahwa dalam proses penelitian memiliki keterbatasan secara teoritis maupun teknis. Keterbatasan tersebut menyebabkan adanya kelemahan pada penelitian ini. Kelemahan penelitian ini secara teoritis adalah variabel yang digunakan untuk mengukur minat beli terbatas pada aspek sikap, norma subyektif, dan kontrol perilaku. Masih banyak variabel lain yang sekiranya mampu mempengaruhi minat beli konsumen pada bisnis *online* seperti desain web, kemudahan untuk mengakses web, harga produk dan lain sebagainya.

Keterbatasan secara teknis adalah jumlah sampel yang relatif kecil (100 orang responden) yang sekiranya tidak dapat mewakili dari populasi yang sebenarnya. Selain itu penelitian ini juga tidak membatasi kriteria produk atau jasa yang diukur. Berdasarkan hal tersebut maka hasil penelitian ini tidak dapat digunakan untuk menggambarkan perilaku konsumen secara umum pada bisnis *online*.

DAFTAR PUSATAKA

- Atmaja, L.S., (2000), *Statistik Bisnis*, Buku 2, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Boedijoewono., (2001), *Pengantar Statistik Ekonomi dan Bisnis*, Penerbit UPP AMP YKPN, Yogyakarta.
- Cooper, D.R., dan Emory, C.W., (1997), *Metode Penelitian Bisnis*, Jilid I, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Dhammesta, B.S., dan Handoko, T.H., (2000)., *Manajemen Pemasaran : Analisa Perilaku Konsumen*, Penerbit BPFE, UGM, Yogyakarta.
- Dharmmesta, B.S., (1992), *Manajemen Pemasaran*, Penerbit BPFE, Yogyakarta.
- Hair Jr., J.F. R.E. Anderson, R.L, Tatham, and W.C. Black., (1998), *Multivariate Data Analysis: With Readings*, 5th ed, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Jogiyanto, H.M., (2004), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Penerbit : BPFE, Yogyakarta.
- Kotler, P., dan Keller, K., (2008), *Manajemen Pemasaran*, Penerbit Indeks, Jakarta.
- Kuncoro, M., (2003), *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Kussujaniatun, S., (2001), Analisis Minat Konsumen Briket Batubara: Suatu Studi Empiris, *Jurnal Kajian Bisnis*, No. 24. Penerbit Sekolah Tinggi ilmu ekonomi Widya Wiwaha, Yogyakarta.
- Lahopesang, O., (2009), Factor Influencing Internet Shopping Behavior: a Survey of Consumer in Thailand, *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 13. No. 4.
- Loudon, D.L., dan Bitta, D., (2005), *Consumer Behavior: Concepts and Applications*, 4th ed, New York : MCGraw-Hill, Inc.
- Oliver, K, (2000), *The Fundamental of Marketing*, McGraw-Hill. Inc.
- Santoso S. dan Tjiptono, T., (2001), *Riset Pemasaran*, Penerbit Elexmedia Komputindo, Jakarta.

- Schiffman L., dan Kanuk L.L., (2008), *Perilaku Konsumen*, Edike Ketujuh, Penerbit Indeks, Jakarta.
- Setiadi., (2003), Analisis Sikap Konsumen Terhadap jasa Layanan Bank Mandiri, *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, Vol. 3. No. 2. Penerbit Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Sugiyono (2000), *Metode Penelitian Bisnis*, Cetakan Kedua, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.
- Tjiptono, F., (1997), *Manajemen Jasa*, Edisi ke-2, Penerbit Andy Offset, Yogyakarta.
- Tjiptono, F., (2002), *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Cetakan 6, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Umar, H., (2003), *Metode Riset Perilaku Konsumen Jasa*, Ghalia Indonesia, Jakarta



KUESIONER

I. BAGIAN I. KARAKTERISTIK DEMOGRAFI

Bagian pertama ini merupakan kuesioner mengenai karakteristik demografi. Bapak/Ibu/Sdr/l dipersilahkan untuk memilih salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (X) atau cek list (√) pada salah satu jawaban yang saudara anggap sesuai karakteristik demografi saudara:

1. Jenis kelamin:
 - a. Pria
 - b. Wanita

2. Berapa kali anda telah melakukan pembelian melalui media *online shop* dalam enam bulan terakhir:
 - a. 3 – 6 kali
 - b. Lebih dari 6 kali

II. BAGIAN II. FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI BERBELANJA MELALUI MEDIA ONLINE SHOP

Bagian ke dua ini merupakan kuesioner mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi berbelanja melalui media *online shop*. Bapak/Ibu/Sdr/l dipersilahkan untuk memberi tanda silang (X) atau cek list (√) pada salah satu jawaban yang telah disediakan sebagai berikut: Sangat setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak setuju (TS) dan Sangat Tidak setuju (STS)

A. SIKAP

No	KEPENTINGAN	SS	S	N	TS	STS
1	Harga penting saat Anda melakukan belanja <i>online</i> .					
2	Pelayanan yang handal merupakan suatu hal yang penting saat berbelanja secara <i>online</i> .					
3	Pelayanan yang ramah merupakan suatu hal yang penting saat berbelanja secara <i>online</i> .					

No	EVALUASI	SS	S	N	TS	STS
1	Saya mempertimbangkan harga saat berbelanja secara <i>online</i> .					
2	Saya memperoleh pelayan yang handal saat berbelanja secara <i>online</i> .					
3	Saya mendapatkan pelayanan yang ramah saat berbelanja secara <i>online</i> .					

B. NORMA SUBYEKTIF

No	KEYAKINAN NORMATIF	SS	S	N	TS	STS
1	Saya yakin bahwa keluarga saya memiliki kemampuan yang baik dalam berbelanja melalui media <i>online shop</i> .					
2	Saya yakin bahwa teman saya memiliki kemampuan yang baik dalam berbelanja melalui media <i>online shop</i> .					
3	Saya yakin bahwa atasan (orang yang dianggap memiliki derajat / kedudukan yang lebih tinggi, misalnya guru, dosen, <i>boss</i>) saya memiliki kemampuan yang baik dalam berbelanja melalui media <i>online shop</i> .					

No	MOTIVASI	SS	S	N	TS	STS
1	Saya akan berbelanja melalui media <i>online shop</i> sesuai saran keluarga.					
2	Saya akan berbelanja melalui media <i>online shop</i> sesuai saran teman					
3	Saya akan berbelanja melalui media <i>online shop</i> sesuai saran atasan (orang yang dianggap memiliki derajat / kedudukan yang lebih tinggi, misalnya guru, dosen, <i>boss</i>)					

C. KONTROL PERILAKU

No	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Bagi saya, belanja secara <i>online</i> merupakan suatu hal yang mudah untuk dilakukan					
2	Saya sering berbelanja secara <i>online</i>					

III. BAGIAN III. MINAT BELI

Bagian ke dua ini merupakan kuesioner mengenai minat beli. Bapak/Ibu/Sdr/I dipersilahkan untuk memberi tanda silang (X) atau cek list (√) pada salah satu jawaban yang telah disediakan sebagai berikut: Sangat setuju (SS), Setuju (S), Netral (N), Tidak setuju (TS) dan Sangat Tidak setuju (STS)

No	PERTANYAAN	SS	S	N	TS	STS
1	Saya tertarik untuk berbelanja secara <i>online</i> karena lebih murah					
2	Pelayanan yang handal membuat saya tertarik untuk berbelanja secara <i>online</i>					
3	Pelayanan yang ramah membuat saya tertarik untuk berbelanja secara <i>online</i>					
4	Saya tertarik untuk berbelanja secara <i>online</i> sesuai saran orang-orang yang ada disekitar saya (keluarga, teman, atasan)					
5	Saya tertarik untuk berbelanja secara <i>online</i> karena mudah untuk dilakukan					
6	Saya memiliki pengalaman yang banyak dalam berbelanja secara <i>online</i>					



Sikap: Kepentingan

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
.796	3	

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
S.KP.1	7.60	1.980	.596	.768
S.KP.2	7.77	1.755	.766	.585
S.KP.3	7.93	2.005	.568	.798

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.65	3.907	1.977	3

Sikap: Evaluasi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
.706	3	

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
S.EV.1	7.85	1.987	.554	.607
S.EV.2	7.89	1.432	.626	.477
S.EV.3	7.76	1.720	.431	.742

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.75	3.361	1.833	3

Norma Subyektif: Keyakinan Normatif

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
.821	3	

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
NS.KY.1	7.69	1.489	.796	.621
NS.KY.2	7.86	1.657	.757	.670
NS.KY.3	7.97	2.110	.500	.913

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.76	3.619	1.902	3

Norma Subyektif: Motivasi

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
.776	3	

Item-Total Statistics					
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted	
NS.MT.1	8.15	2.028	.541	.797	
NS.MT.2	7.83	1.981	.789	.506	
NS.MT.3	7.68	2.462	.541	.771	

Scale Statistics				
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items	
11.83	4.365	2.089	3	

Kontrol perilaku

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.826	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP.1	3.94	.643	.704	. ^a
KP.2	4.06	.602	.704	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
8.00	2.121	1.456	2

Minat beli

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
.879	6	

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MB.1	19.80	7.414	.741	.848
MB.2	19.86	7.637	.654	.863
MB.3	19.80	7.596	.771	.844
MB.4	19.98	7.272	.708	.854
MB.5	19.75	7.321	.693	.857
MB.6	20.01	8.778	.572	.876

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23.84	10.782	3.284	6



LAMPIRAN III

Frequencies

Frequency Table

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	39	39.0	39.0	39.0
	Wanita	61	61.0	61.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frekuensi beli

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3 - 6 kali	72	72.0	72.0	72.0
	> 6 kali	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



LAMPIRAN IV

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kontrol perilaku, Sikap, Norma subyektif	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Minat beli

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.816 ^a	.665	.655	.32155

a. Predictors: (Constant), Kontrol perilaku, Sikap, Norma subyektif

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	19.725	3	6.575	63.591	.000 ^a
	Residual	9.926	96	.103		
	Total	29.651	99			

a. Predictors: (Constant), Kontrol perilaku, Sikap, Norma subyektif

b. Dependent Variable: Minat beli

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.995	.186			10.729	.000
	Sikap	.054	.010	.490		5.449	.000
	Norma subyektif	.035	.013	.267		2.757	.007
	Kontrol perilaku	.150	.051	.199		2.946	.004

a. Dependent Variable: Minat beli



T-Test

Group Statistics

	Jenis kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Sikap	Pria	39	2.9373	1.02556	.16422
	Wanita	61	3.1709	.96833	.12398
Norma subyektif	Pria	39	2.9350	.74232	.11887
	Wanita	61	3.2397	.86970	.11135
Kontrol perilaku	Pria	39	3.9487	.75039	.12016
	Wanita	61	4.0328	.71803	.09193
Minat beli	Pria	39	3.9017	.57318	.09178
	Wanita	61	4.0191	.52976	.06783

Independent Samples Test

		t-test for Equality of Means		
		t	df	Sig. (2-tailed)
Sikap	Equal variances assumed	-1.150	98	.253
	Equal variances not assumed	-1.135	77.680	.260
Norma subyektif	Equal variances assumed	-1.806	98	.074
	Equal variances not assumed	-1.871	90.043	.065
Kontrol perilaku	Equal variances assumed	-.561	98	.576
	Equal variances not assumed	-.556	78.479	.580
Minat beli	Equal variances assumed	-1.047	98	.298
	Equal variances not assumed	-1.029	76.408	.307



Case Summaries

	Jenis kelamin	Frekuensi beli	S.KP.1	S.KP.2	S.KP.3	S.EV.1	S.EV.2	S.EV.3
1	Pria	3 - 6 kali	5	5	5	5	5	5
2	Wanita	3 - 6 kali	4	4	5	5	5	5
3	Pria	3 - 6 kali	3	3	4	3	3	3
4	Wanita	3 - 6 kali	5	5	5	4	4	5
5	Pria	3 - 6 kali	4	4	4	4	3	3
6	Wanita	3 - 6 kali	4	3	3	4	4	5
7	Pria	3 - 6 kali	3	3	3	3	3	3
8	Wanita	3 - 6 kali	4	4	4	4	4	4
9	Wanita	> 6 kali	3	3	3	3	3	3
10	Pria	3 - 6 kali	5	4	4	4	5	5
11	Pria	3 - 6 kali	4	3	3	4	4	3
12	Wanita	> 6 kali	5	4	4	4	4	4
13	Pria	3 - 6 kali	4	3	4	4	5	5
14	Pria	> 6 kali	4	3	3	4	3	4
15	Wanita	3 - 6 kali	3	4	4	4	5	5
16	Wanita	3 - 6 kali	4	5	5	5	5	4
17	Pria	3 - 6 kali	2	3	2	3	3	2
18	Wanita	> 6 kali	5	5	4	4	5	5
19	Pria	> 6 kali	5	4	2	4	3	4
20	Pria	3 - 6 kali	3	3	3	3	3	3
21	Pria	3 - 6 kali	4	5	4	4	3	3
22	Pria	3 - 6 kali	4	4	4	4	3	4
23	Wanita	> 6 kali	4	4	3	3	3	3
24	Wanita	3 - 6 kali	4	4	4	4	4	4
25	Wanita	3 - 6 kali	5	5	4	5	4	5
26	Pria	> 6 kali	5	5	5	4	5	5
27	Wanita	3 - 6 kali	5	4	4	5	5	5
28	Pria	3 - 6 kali	5	5	4	4	4	3
29	Wanita	3 - 6 kali	4	4	3	4	4	4
30	Pria	3 - 6 kali	4	4	4	4	4	4
31	Pria	3 - 6 kali	5	5	5	5	5	4
32	Wanita	3 - 6 kali	4	4	5	5	5	3
33	Pria	3 - 6 kali	3	3	4	3	2	3
34	Wanita	3 - 6 kali	3	2	3	3	3	4
35	Pria	3 - 6 kali	4	3	3	4	4	4
36	Wanita	3 - 6 kali	4	4	4	4	4	5
37	Pria	3 - 6 kali	3	3	3	3	3	2
38	Wanita	3 - 6 kali	4	3	3	4	4	2
39	Wanita	> 6 kali	5	4	4	4	4	3
40	Pria	3 - 6 kali	4	3	3	4	3	3
41	Pria	3 - 6 kali	3	4	4	4	5	4
42	Wanita	> 6 kali	2	3	2	3	3	3
43	Pria	3 - 6 kali	3	2	2	2	3	4
44	Pria	> 6 kali	3	3	3	3	3	5
45	Wanita	3 - 6 kali	4	5	4	4	3	5
46	Pria	3 - 6 kali	4	4	4	4	3	4
47	Wanita	3 - 6 kali	4	4	3	3	3	4
48	Wanita	> 6 kali	4	4	4	4	4	5
49	Wanita	> 6 kali	5	5	4	5	4	4
50	Wanita	3 - 6 kali	5	4	4	5	5	5

Case Summaries

	Jenis kelamin	Frekuensi beli	S.KP.1	S.KP.2	S.KP.3	S.EV.1	S.EV.2	S.EV.3
51	Wanita	3 - 6 kali	4	4	3	4	4	3
52	Pria	3 - 6 kali	4	4	4	4	4	5
53	Pria	> 6 kali	4	4	5	5	4	4
54	Wanita	3 - 6 kali	3	3	4	3	2	3
55	Wanita	3 - 6 kali	5	5	5	3	5	5
56	Wanita	> 6 kali	4	4	4	4	3	3
57	Wanita	3 - 6 kali	4	3	3	4	4	4
58	Wanita	3 - 6 kali	3	3	3	3	3	4
59	Wanita	3 - 6 kali	3	3	3	3	4	4
60	Pria	3 - 6 kali	5	4	4	4	4	3
61	Wanita	3 - 6 kali	4	3	3	4	4	5
62	Wanita	3 - 6 kali	5	4	4	4	4	4
63	Wanita	3 - 6 kali	4	3	3	4	3	3
64	Wanita	3 - 6 kali	3	4	4	4	5	4
65	Wanita	3 - 6 kali	2	3	2	3	3	3
66	Wanita	3 - 6 kali	5	5	4	4	5	5
67	Pria	3 - 6 kali	5	4	2	4	3	5
68	Wanita	3 - 6 kali	4	5	4	4	3	3
69	Wanita	> 6 kali	4	4	4	4	3	4
70	Pria	3 - 6 kali	4	4	3	3	3	4
71	Wanita	3 - 6 kali	5	5	4	5	4	5
72	Wanita	> 6 kali	5	4	4	5	5	4
73	Wanita	3 - 6 kali	5	5	4	4	4	5
74	Wanita	> 6 kali	4	4	3	4	4	5
75	Wanita	3 - 6 kali	4	4	4	4	4	3
76	Wanita	> 6 kali	4	4	5	5	5	4
77	Wanita	> 6 kali	3	3	4	3	3	4
78	Pria	> 6 kali	5	5	5	4	4	3
79	Pria	> 6 kali	4	3	3	4	4	4
80	Wanita	> 6 kali	3	3	3	3	4	4
81	Wanita	> 6 kali	4	4	4	4	4	5
82	Pria	> 6 kali	5	4	4	4	5	4
83	Wanita	> 6 kali	4	3	3	4	4	5
84	Wanita	3 - 6 kali	5	4	4	4	4	4
85	Wanita	3 - 6 kali	4	3	4	4	4	4
86	Pria	> 6 kali	3	4	4	4	5	3
87	Wanita	3 - 6 kali	4	5	5	5	5	4
88	Pria	3 - 6 kali	5	5	4	4	5	5
89	Wanita	3 - 6 kali	5	4	2	4	3	5
90	Pria	3 - 6 kali	4	5	4	4	3	3
91	Pria	3 - 6 kali	4	4	3	3	3	4
92	Pria	3 - 6 kali	4	4	4	4	4	5
93	Wanita	3 - 6 kali	5	5	5	4	5	4
94	Wanita	3 - 6 kali	5	4	4	4	5	4
95	Wanita	3 - 6 kali	5	5	4	4	4	5
96	Wanita	3 - 6 kali	4	4	4	4	4	4
97	Wanita	3 - 6 kali	4	4	5	4	5	4
98	Wanita	> 6 kali	3	3	4	3	2	3
99	Pria	> 6 kali	4	4	4	4	3	4
100	Wanita	3 - 6 kali	4	3	3	4	4	5

Case Summaries

	NS.KY.1	NS.KY.2	NS.KY.3	NS.MT.1	NS.MT.2	NS.MT.3	KP.1	KP.2
51	4	3	4	4	4	5	5	5
52	4	4	4	4	4	5	4	5
53	3	3	4	5	5	5	4	4
54	3	3	2	2	3	4	4	3
55	5	5	5	3	5	5	4	4
56	4	3	4	4	4	3	4	4
57	5	5	5	3	3	4	5	5
58	3	3	3	3	3	3	3	3
59	3	3	3	3	3	3	3	3
60	3	3	3	4	5	5	3	4
61	4	4	4	4	4	4	4	4
62	5	4	4	5	5	4	5	5
63	4	4	3	3	3	5	3	3
64	4	4	3	3	5	5	4	4
65	3	3	3	2	3	3	2	3
66	5	5	4	4	4	3	5	4
67	5	5	4	3	4	4	5	4
68	5	4	4	2	4	4	4	3
69	4	4	4	4	4	4	5	5
70	4	4	4	5	4	4	5	5
71	5	5	5	5	5	5	4	3
72	4	3	5	5	5	5	4	3
73	5	5	4	4	4	4	4	4
74	4	3	4	4	4	5	5	5
75	3	3	5	4	4	5	4	5
76	3	4	4	5	5	5	4	4
77	5	5	2	2	3	4	4	3
78	4	3	5	3	5	5	4	4
79	5	5	5	3	3	4	5	5
80	4	4	3	3	3	3	3	3
81	3	3	4	4	4	4	4	3
82	4	4	3	4	5	5	3	4
83	4	4	4	4	4	4	4	4
84	4	4	5	5	5	4	5	5
85	4	4	5	4	5	5	5	5
86	3	3	3	3	5	5	4	4
87	5	4	4	4	4	5	4	5
88	5	5	4	4	4	3	5	4
89	5	5	4	3	4	4	5	4
90	5	4	4	2	4	4	4	3
91	4	4	4	5	4	4	5	5
92	5	5	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	5	5
94	4	4	4	5	5	5	4	3
95	4	4	3	4	4	4	4	4
96	4	4	4	4	4	5	4	5
97	3	3	3	5	5	5	4	4
98	3	3	3	2	3	4	4	3
99	5	5	4	4	4	3	4	4
100	5	4	4	3	3	4	5	5

Case Summaries

	MB.1	MB.2	MB.3	MB.4	MB.5	MB.6
1	5	5	5	5	5	3
2	4	4	4	5	5	4
3	4	3	4	4	4	4
4	5	5	5	5	5	4
5	4	4	4	4	3	4
6	5	5	5	4	5	4
7	3	3	3	3	3	3
8	4	4	4	4	4	4
9	3	3	3	3	3	3
10	5	4	4	5	5	4
11	3	4	4	3	4	3
12	5	4	4	4	5	4
13	4	4	4	5	4	5
14	4	4	4	3	5	4
15	4	4	3	4	4	4
16	5	4	4	4	5	4
17	3	3	3	2	3	3
18	3	5	5	4	4	4
19	3	4	4	3	4	3
20	3	3	3	3	3	3
21	4	3	4	4	4	4
22	4	4	4	3	4	4
23	4	5	4	4	3	4
24	4	4	4	3	4	4
25	4	5	5	4	4	5
26	4	4	5	4	5	4
27	5	5	5	5	5	4
28	4	3	4	4	4	4
29	4	4	4	4	3	4
30	5	4	4	4	4	4
31	5	5	5	5	5	3
32	4	4	4	5	5	4
33	4	3	4	4	4	4
34	3	3	3	2	3	4
35	5	5	5	4	5	4
36	4	4	4	4	4	4
37	3	3	3	3	3	3
38	3	4	4	3	4	3
39	5	4	4	4	5	4
40	4	4	4	3	5	4
41	4	4	3	4	4	4
42	3	3	3	2	3	3
43	3	2	2	3	2	2
44	3	3	3	3	3	3
45	4	3	4	4	4	4
46	4	4	4	3	4	4
47	4	5	4	4	3	4
48	4	4	4	3	4	4
49	4	5	5	4	4	5
50	5	5	5	5	5	4

Case Summaries

	MB.1	MB.2	MB.3	MB.4	MB.5	MB.6
51	4	4	4	4	3	4
52	5	4	4	4	4	4
53	4	4	4	5	5	4
54	4	3	4	4	4	4
55	5	5	5	5	5	4
56	4	4	4	4	3	4
57	5	5	5	4	5	4
58	3	3	3	3	3	3
59	3	3	3	3	3	3
60	5	4	4	5	5	4
61	3	4	4	3	4	3
62	5	4	4	4	5	4
63	4	4	4	3	5	4
64	4	4	3	4	4	4
65	3	3	3	2	3	3
66	3	5	5	4	4	4
67	3	4	4	3	4	3
68	4	3	4	4	4	4
69	4	4	4	3	4	4
70	4	5	4	4	3	4
71	4	5	5	4	4	5
72	5	5	5	5	5	4
73	4	3	4	4	4	4
74	4	4	4	4	3	4
75	5	4	4	4	4	4
76	4	4	4	5	5	4
77	4	3	4	4	4	4
78	5	5	5	5	5	4
79	5	5	5	4	5	4
80	3	3	3	3	3	3
81	4	4	4	4	4	4
82	5	4	4	5	5	4
83	3	4	4	3	4	3
84	5	4	4	4	5	4
85	4	4	4	5	4	5
86	4	4	3	4	4	4
87	5	4	4	4	5	4
88	3	5	5	4	4	4
89	3	4	4	3	4	3
90	4	3	4	4	4	4
91	4	5	4	4	3	4
92	4	4	4	3	4	4
93	4	4	5	4	5	4
94	5	5	5	5	5	4
95	4	3	4	4	4	4
96	5	4	4	4	4	4
97	4	4	4	5	5	4
98	4	3	4	4	4	4
99	4	4	4	4	3	4
100	5	5	5	4	5	4



TABEL DISTRIBUSI R

Df	5%	DF	5%	DF	5%	DF	5%
1	0.997	51	0.271	101	0.194	151	0.159
2	0.950	52	0.268	102	0.193	152	0.158
3	0.878	53	0.266	103	0.192	153	0.158
4	0.811	54	0.263	104	0.191	154	0.157
5	0.754	55	0.261	105	0.190	155	0.157
6	0.707	56	0.259	106	0.189	156	0.156
7	0.666	57	0.256	107	0.188	157	0.156
8	0.632	58	0.254	108	0.187	158	0.155
9	0.602	59	0.252	109	0.187	159	0.155
10	0.576	60	0.250	110	0.186	160	0.154
11	0.553	61	0.248	111	0.185	161	0.154
12	0.532	62	0.246	112	0.184	162	0.153
13	0.514	63	0.244	113	0.183	163	0.153
14	0.497	64	0.242	114	0.182	164	0.152
15	0.482	65	0.240	115	0.182	165	0.152
16	0.468	66	0.239	116	0.181	166	0.151
17	0.456	67	0.237	117	0.180	167	0.151
18	0.444	68	0.235	118	0.179	168	0.151
19	0.433	69	0.234	119	0.179	169	0.150
20	0.423	70	0.232	120	0.178	170	0.150
21	0.413	71	0.230	121	0.177	171	0.149
22	0.404	72	0.229	122	0.176	172	0.149
23	0.396	73	0.227	123	0.176	173	0.148
24	0.388	74	0.226	124	0.175	174	0.148
25	0.381	75	0.224	125	0.174	175	0.148
26	0.374	76	0.223	126	0.174	176	0.147
27	0.367	77	0.221	127	0.173	177	0.147
28	0.361	78	0.220	128	0.172	178	0.146
29	0.355	79	0.219	129	0.172	179	0.146
30	0.349	80	0.217	130	0.171	180	0.146
31	0.344	81	0.216	131	0.170	181	0.145
32	0.339	82	0.215	132	0.170	182	0.145
33	0.334	83	0.213	133	0.169	183	0.144
34	0.329	84	0.212	134	0.168	184	0.144
35	0.325	85	0.211	135	0.168	185	0.144
36	0.320	86	0.210	136	0.167	186	0.143
37	0.316	87	0.208	137	0.167	187	0.143
38	0.312	88	0.207	138	0.166	188	0.142
39	0.308	89	0.206	139	0.165	189	0.142
40	0.304	90	0.205	140	0.165	190	0.142
41	0.301	91	0.204	141	0.164	191	0.141
42	0.297	92	0.203	142	0.164	192	0.141
43	0.294	93	0.202	143	0.163	193	0.141
44	0.291	94	0.201	144	0.163	194	0.140
45	0.288	95	0.200	145	0.162	195	0.140
46	0.285	96	0.199	146	0.161	196	0.139
47	0.282	97	0.198	147	0.161	197	0.139
48	0.279	98	0.197	148	0.160	198	0.139
49	0.276	99	0.196	149	0.160	199	0.138
50	0.273	100	0.195	150	0.159	200	0.138