

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh tipe keterlibatan konsumen yang terdiri dari keterlibatan normatif, resiko subjektif, jangka panjang dan situasional secara simultan maupun secara parsial terhadap kepercayaan merek, serta untuk mengetahui pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian. Berdasarkan analisis data diperoleh kesimpulan dan saran sebagai berikut:

#### **5.1. KESIMPULAN**

Berdasarkan analisis data diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis data diketahui bahwa  $t\text{-hitung} > t\text{-tabel}$  sehingga dapat disimpulkan hipotesis 1a diterima yang berarti terdapat pengaruh tipe keterlibatan konsumen yaitu keterlibatan normatif, Resiko Subjektif, Jangka Panjang dan Situasional secara parsial dan signifikan terhadap kepercayaan merek. Konsumen sebelum melakukan upaya pembelian terlebih dahulu melakukan pencarian informasi, proses tersebut melibatkan konsumen baik secara normatif resiko subyektif, jangka panjang dan situasioanl. Dalam keterlibatan tersebut konsumen merasa produk deterjen penting buat mereka, adanya resiko salah memilih deterjen, adanya minat terhadap deterjen serta rasa familiar dengan produk deterjen, dan rasa komitmen terhadap deterjen yang akan dibeli. Variabel keterlibatan situasional dominan mempengaruhi kepercayaan merek karena memiliki koefisien positif yang tertinggi.

Berdasarkan analisis masalah dapat disimpulkan bahwa tipe keterlibatan konsumen yaitu keterlibatan normatif, Resiko Subjektif, Jangka Panjang dan Situasional berpengaruh secara simultan dan signifikan terhadap kepercayaan merek sehingga hipotesis 1b yang menyatakan ada pengaruh keterlibatan normatif, Resiko Subjektif, Jangka Panjang dan Situasional secara simultan adalah benar, hal ini dibuktikan dengan nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$ .

2. Berdasarkan analisis rumusan masalah kedua maka dapat disimpulkan bahwa kepercayaan merek berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian produk deterjen sehingga hipotesis yang menyatakan ada pengaruh kepercayaan merek terhadap keputusan pembelian deterjen adalah benar. Hal ini dibuktikan dengan nilai  $t_{hitung}$  yang dihasilkan lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Kepercayaan yang terbentuk dalam diri konsumen akan membentuk kepuasan konsumen terhadap layanan jasa yang diberikan oleh perusahaan. Selain itu, kepuasan konsumen akan membentuk suatu sikap, perilaku, dan kognisi loyal dalam diri konsumen untuk mengulangi pengalaman yang diterima dahulu. Hal ini akan mendorong konsumen untuk melakukan pembelian, sehingga kepercayaan merek berdampak pada keputusan pembelian konsumen.

## 5.2. SARAN

Berdasarkan kesimpulan yang diperoleh dari analisis data, penulis memberikan saran sebagai berikut:

Bagi produsen atau pemasar deterjen agar memperhatikan tipe keterlibatan situasional karena memiliki koefisien tertinggi yaitu sehingga variabel ini merupakan faktor yang paling dominan berpengaruh terhadap kepercayaan merek. Perusahaan dapat meningkatkan keterlibatan konsumen melalui keterlibatan situasional dengan mempromosikan produk lewat iklan, meningkatkan distribusi produk sehingga tersedia di toko-toko, serta memperkuat merek produk.

Penelitian ini tidak lepas dari keterbatasan. Keterbatasan dalam penelitian ini berupa persepsi responden tergantung pada pemahaman butir pertanyaan yang tercantum dalam kuesioner sehingga kemungkinan terjadi perbedaan persepsi responden dengan pengukuran yang bersifat *self reported* sehingga kemungkinan terjadi *leniency bias* yaitu responden menjawab yang tidak sesuai dengan kenyataan diri. Peneliti memberikan saran agar penelitian selanjutnya dapat juga mengembangkan perspektif yang diteliti lebih luas lagi misalnya jenis produk yang membutuhkan keterlibatan tinggi sehingga dapat diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai perilaku konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Eka (2000), "Measuring Consumer Involvement Profiles", *Jurnal Manajemen Prasetya Mulya*, Volume V, Nomor 10-Agustus, pp.57-61.
- Chiou, Jyh Shen, Cornelia Droge dan Sangphet Hanvanich., 2002. *Does Customer Knowledge Affect How Loyalty Form ?*. *Journal of Service Research*, vol. 5 No 2,
- Costabile, Michele, 2002. *A Dynamic Model of Customer Loyalty*, Paper.
- Cooper, D.R. & Emory, C.W, 2000, *Business Research Methods*, Fifth Edition, Chicago: Rhichard D. Irwin, Inc.
- Engel, James F, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard, 2001, *Perilaku Konsumen*, edisi 6, jilid 1, Binarupa Aksara.
- Ferrinadewi, Erna. 2005, Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya pada Keputusan Pembelian. *Modus*. Vol 12 Maret.
- Kasali, Rhenald (2001), "Membangun Hubungan Emosional (3)", *Kontan*, Edisi 29/V 16 April.
- Kotler, Philip (2000), *Marketing Management*, Millennium Edition, New Jersey: Prentice Hall International, Inc.
- Liljander, Veronica dan Inger Roos., 2002. *Customer-relationship-Level From Spurious to True Relationships*, *Journal of Services Marketing*, vol. 16 (7)
- Matilla, Anna S., 2002. *The Impact of Customer Relationship Type on Customer Loyalty in The Context of Service Failure*, *Journal of Service Research*, vol. 4 no 2, p. 91-101.
- McInnis, Deborah J. Dan Gustavo de Mello, 2001, *The Concept of Hope and its relevance to Consumer Behavior*, Doctoral Paper.
- Mowen, John C dan Minor, Michael, 2002 Mowen, John C., Michael Minor (2002), *Perilaku Konsumen*, Jakarta: Erlangga, *Perilaku Konsumen*, edisi 5, jilid 2, Gelora Aksara Pratama, Bandung.
- Patterson, Paul G., 2003. *The Impact of Key Personality Constructs on Satisfaction, Trust, Loyalty Relationship in a Service Context*, *Journal of Services Marketing*, vol. 18 (5).

Probosari, Ninik., 2003. “*Empowerment sebagai Upaya untuk Mencapai dan Memperkuat Kesuksesan Organisasi Bisnis dalam Persaingan Global*”, *Telaah Bisnis*, vol. 4 (1), p. 79-88.

Sekaran, Uma ,2003, *Research Methods for Business : Skill-Building Approach*, Fourth Edition, New York : John Wiley &nSons Inc.

Sugiyono, E. Wibowo, 2001, *Statistika Penelitian*, Edisi I, Bandung : Alfabeta



## KUESIONER

### Keterangan Pengisian

Kami meminta kesediaan Saudara/i untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini. Masing-masing daftar pertanyaan disediakan 5 alternatif jawaban. Saudara/i diminta memilih alternatif jawaban atas pernyataan dibawah ini dengan memberi tanda silang (X) pada kotak yang tersedia.

Keterangan:

SS	S	R	TS	STS
Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak setuju

Sebelum mengisi daftar pertanyaan utama, Saudara/i dimohon mengisi data responden yang penting untuk penelitian ini, setiap data dan jawaban yang saudara/i berikan akan dirahasiakan.

### Data Responden

1. Jenis kelamin :  Pria  Wanita
2. Umur : .....
3. Pekerjaan : .....
4. Pendapatan (perbulan) : .....
5. Pendidikan : .....

<b>A</b>	<b>Normatif</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Detergen sangat penting untuk kebersihan pakaian saya					
2.	Pakaian saya terlihat baru dan menarik jika menggunakan detergen.					
3.	Detergen merupakan kebutuhan sehari-hari					
4.	Ketika membeli Detergen, saya yakin bahwa saya benar-benar membutuhkannya.					
<b>B</b>	<b>Resiko Subyektif</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Saya sangat berhati-hati dalam memilih Detergen karena beresiko menjadikan warna pakaian saya memudar (terlihat kusam)					
2.	Apabila salah memilih Detergen akan menyebabkan pakaian saya rusak					
3.	Saya memerlukan banyak pertimbangan dalam memilih Detergen					
4.	Apabila salah memilih detergen akan menyebabkan pakaian saya kurang bersih					
<b>C</b>	<b>Jangka lama</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Detergen yang akan saya pilih adalah detergen yang digunakan oleh banyak orang.					
2.	Merek Detergen yang saya pilih adalah yang sangat familiar bagi saya.					
3.	Detergen yang saya pilih adalah detergen yang sering saya dengar informasinya					
4.	Detergen yang saya pilih adalah detergen yang dikenal banyak orang					
<b>D</b>	<b>Situasional</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Detergen yang saya pilih adalah produk yang direkomendasikan toko/produsen					
2.	Detergen yang saya pilih adalah produk yang bermerek terkenal.					
3.	Detergen yang saya pilih adalah produk yang dipromosikan lewat iklan					
4.	Detergen yang saya pilih adalah produk yang banyak dijual oleh toko-toko					
<b>E</b>	<b>Keputusan pembelian</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Saya sering melakukan pembelian Detergen					
2.	Saya menyediakan anggaran untuk membeli Detergen setiap bulan					
3.	Saya membeli Detergen dalam komposisi yang besar					
4.	Saya melakukan pembelian Detergen secara rutin					

<b>F</b>	<b>Kepercayaan</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>R</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1.	Detergen yang saya pilih adalah produk yang aman bagi pakaian dan kulit tangan saya					
2.	Detergen yang saya pilih adalah produk yang memiliki butiran yang mengangkat noda dan menjadikan baju bersih.					
3.	Saya yakin bahwa Detergen yang akan saya pilih memiliki formulasi anti kuman dan menghilangkan bau apek.					
4.	Detergen yang saya pilih adalah Detergen yang menjelaskan kelebihan dan kekurangannya					
5.	Saya memilih Detergen yang produsennya sangat perhatian pada konsumen					

*Terima Kasih*





## Reliability

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
NOR1	10.9806	1.8820	.4481	.6687
NOR2	10.9903	1.7548	.4343	.6789
NOR3	10.9903	1.6764	.5531	.6054
NOR4	11.1068	1.5669	.5391	.6121

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 103.0

N of Items = 4

Alpha = .7060

## Reliability

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
RS1	11.6311	2.4312	.4268	.6669
RS2	11.4660	2.3689	.4454	.6561
RS3	11.6311	2.4312	.5356	.6064
RS4	11.4951	2.1152	.5313	.6005

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 103.0

N of Items = 4

Alpha = .6973

## Reliability

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
JL1	11.5146	2.4679	.3412	.7249
JL2	11.3786	2.4140	.3772	.7048
JL3	11.5631	2.1112	.6064	.5717
JL4	11.5049	1.7426	.6624	.5152

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 103.0

N of Items = 4

Alpha = .7037

## Reliability

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
SIT1	11.3495	2.0139	.4090	.6632
SIT2	11.2233	1.9398	.4214	.6571
SIT3	11.3883	1.9850	.4299	.6508
SIT4	11.3883	1.5732	.6411	.5033

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 103.0

N of Items = 4

Alpha = .6895

## Reliability

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KP1	11.6214	2.1591	.4864	.6318
KP2	11.6117	2.5340	.3904	.6864
KP3	11.5437	2.0937	.4893	.6307
KP4	11.6505	1.9943	.5706	.5750

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 103.0

N of Items = 4

Alpha = .6982

## Reliability

\*\*\*\*\* Method 1 (space saver) will be used for this analysis \*\*\*\*\*

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
KPC1	14.8058	3.4521	.3868	.6770
KPC2	14.8738	3.1310	.3959	.6795
KPC3	14.9515	3.4388	.3326	.6998
KPC4	14.7476	2.9749	.6152	.5845
KPC5	14.7573	2.9111	.5732	.5976

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 103.0

N of Items = 5

Alpha = .6995

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Situasional, Norma, Resiko Subyektif, Jangka Lama		Enter

- a. All requested variables entered.  
 b. Dependent Variable: Kepercayaan

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.858 <sup>a</sup>	.736	.725	.2255

- a. Predictors: (Constant), Situasional, Norma, Resiko Subyektif, Jangka Lama

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	13.880	4	3.470	68.214	.000 <sup>a</sup>
	Residual	4.985	98	5.087E-02		
	Total	18.865	102			

- a. Predictors: (Constant), Situasional, Norma, Resiko Subyektif, Jangka Lama  
 b. Dependent Variable: Kepercayaan

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.748E-04	.242		.002	.998
	Norma	.176	.060	.171	2.944	.004
	Resiko Subyektif	.203	.070	.230	2.895	.005
	Jangka Lama	.195	.081	.213	2.405	.018
	Situasional	.405	.088	.409	4.603	.000

- a. Dependent Variable: Kepercayaan

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kepercayaan		Enter

- a. All requested variables entered.  
 b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.605 <sup>a</sup>	.366	.360	.3767

- a. Predictors: (Constant), Kepercayaan

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8.271	1	8.271	58.282	.000 <sup>a</sup>
	Residual	14.334	101	.142		
	Total	22.606	102			

- a. Predictors: (Constant), Kepercayaan  
 b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.414	.324		4.370	.000
	Kepercayaan	.662	.087	.605	7.634	.000

- a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



### Data Tabulasi Responden

Resp	Normatif				R. Subyektif				Jangka Lama				Situasional			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	3	5	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4
3	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	5
4	3	4	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5
5	3	4	3	4	5	4	3	3	5	4	3	3	4	4	3	3
6	4	3	4	3	4	4	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3
7	4	3	4	3	3	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5
8	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4
10	4	5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5
11	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4
12	2	2	2	2	4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	3	4
13	3	3	3	3	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5
14	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
15	4	4	4	4	3	5	3	5	4	5	4	5	5	5	3	5
16	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3
17	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
19	4	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	5	5	4	5
20	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4
21	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
22	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4
23	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
24	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
25	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
26	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	3
27	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	4	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
31	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	3
32	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
33	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4
34	3	4	4	3	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	3	3	3
36	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3
37	3	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	4	4	4
38	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4
39	3	3	3	3	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4
40	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4

### Data Tabulasi Responden

Resp	Normatif				R. Subyektif				Jangka Lama				Situasional			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
41	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5
42	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
43	4	4	4	5	5	5	5	5	3	4	3	3	4	4	4	5
44	3	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	5	3	4	4	4
45	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
46	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	4
47	4	3	3	3	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	3	3
48	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
49	4	3	3	4	5	5	5	5	4	4	4	5	4	3	3	4
50	3	4	4	4	3	4	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4
51	4	3	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4
52	4	4	3	4	3	3	4	5	3	3	4	4	4	4	3	4
53	4	3	3	3	4	4	3	5	4	4	3	3	4	3	3	3
54	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4
55	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	3
56	4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3
57	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3
58	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
59	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
60	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4
61	4	4	4	3	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3
62	4	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
63	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
65	4	3	4	3	3	5	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
66	4	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4
67	3	3	3	4	4	5	3	3	4	5	3	3	4	5	4	4
68	4	4	4	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3
69	4	3	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
70	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
73	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
74	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4
75	4	4	4	4	4	5	4	3	3	5	4	4	3	5	4	4
76	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5
77	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4
78	4	4	3	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
79	3	3	4	4	4	5	3	3	3	5	3	3	3	5	3	3
80	4	4	4	3	4	4	4	3	5	4	3	3	5	4	3	3

**Data Tabulasi Responden**

Resp	Normatif				R. Subyektif				Jangka Lama				Situasional			
	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
81	4	4	5	5	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3
82	4	4	4	4	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	3	3
83	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3
84	4	4	3	3	4	5	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4
85	3	3	4	4	2	4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
88	3	3	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	4	3	3
89	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
90	4	3	3	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
91	3	4	3	2	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3
92	4	3	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
93	3	3	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4
94	3	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3
95	4	4	4	3	3	5	3	3	3	5	3	3	3	5	3	3
96	4	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
97	3	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3
98	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
99	4	4	3	3	4	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3
100	3	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3
101	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	3	4	5	3
102	4	4	4	3	2	4	4	4	2	4	4	4	3	4	4	3
103	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	5	3



### Data Tabulasi Responden

Resp	Keputusan Pembelian				Kepercayaan				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
41	5	4	5	5	4	4	4	5	5
42	5	4	3	4	5	4	4	4	4
43	4	4	5	5	4	5	3	5	5
44	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	3	1	3	3	4	2	3	3
46	5	4	4	4	4	4	4	5	4
47	4	4	3	3	4	3	4	3	3
48	4	4	4	4	4	5	3	4	4
49	4	4	4	4	4	3	4	4	4
50	3	3	4	3	4	4	2	4	4
51	4	4	3	4	3	4	3	4	4
52	5	5	5	5	3	3	4	4	4
53	3	4	4	3	3	3	3	4	4
54	4	5	5	4	4	5	5	4	4
55	4	4	4	3	4	4	3	3	3
56	3	4	3	3	2	4	4	3	3
57	4	4	4	4	4	4	3	4	4
58	4	5	4	4	4	4	4	4	4
59	4	3	4	4	4	4	4	4	4
60	4	3	5	5	4	5	4	4	4
61	3	3	4	4	2	3	3	4	4
62	4	3	3	3	4	3	3	3	3
63	5	5	4	4	4	4	4	4	4
64	4	4	4	4	3	3	3	5	5
65	4	3	3	4	4	2	3	4	4
66	4	3	4	4	4	2	3	4	4
67	4	4	4	4	5	3	4	4	5
68	4	4	4	5	3	4	3	3	3
69	5	5	5	4	3	3	3	3	3
70	3	4	4	5	3	4	4	3	3
71	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	3	4	4	3	4	4	2	4	4
73	5	4	5	5	4	3	4	4	4
74	4	4	5	4	4	4	4	5	4
75	4	4	4	4	4	4	4	4	4
76	4	3	4	5	5	4	4	4	5
77	3	4	3	3	4	4	3	4	4
78	5	4	5	5	4	3	4	4	4
79	4	4	4	4	4	3	3	4	4
80	3	3	4	3	3	4	4	3	3

**Data Tabulasi Responden**

Resp	Keputusan Pembelian				Kepercayaan				
	1	2	3	4	1	2	3	4	5
81	3	3	4	3	3	3	3	3	3
82	4	4	3	3	3	3	3	3	3
83	4	3	4	4	4	4	3	3	3
84	4	4	4	4	4	3	3	4	4
85	3	4	4	4	3	4	4	4	4
86	4	4	4	4	4	4	4	4	3
87	4	4	4	4	4	4	3	4	4
88	3	3	4	3	3	3	4	3	3
89	3	4	4	4	3	3	3	4	4
90	4	4	3	3	4	4	4	2	2
91	3	3	3	3	4	3	3	3	3
92	3	4	3	3	4	2	3	4	4
93	4	4	4	4	3	4	4	4	4
94	4	3	3	4	3	4	2	4	4
95	4	4	4	3	4	4	4	3	3
96	4	4	3	3	4	3	3	3	3
97	4	4	3	3	4	3	3	3	3
98	3	3	4	4	4	4	3	4	4
99	4	4	3	4	3	3	4	4	4
100	4	4	4	3	4	3	3	3	3
101	3	4	4	4	4	4	4	4	4
102	4	4	4	3	4	4	4	3	3
103	3	3	4	4	3	3	3	4	4