

## Bab V

### SIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

#### 5.1. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan menganalisis data yang diperoleh, maka dapat diambil simpulan sebagai berikut:

- 5.1.1. Dari ke 150 kuisisioner yang disebar, yang dapat digunakan hanya 143 buah kuisisioner saja. Dari ke 143 kuisisioner tersebut berdasarkan usai, responden banyak yang berusia 20 tahun yaitu berjumlah 26 orang. Kemudian diikuti oleh kelompok usia 21 tahun sebanyak 25 responden. Kelompok usia 19 tahun sebanyak 13 responden, usia 24 tahun sebanyak 13 responden, kelompok usia 17 tahun, 18 tahun dan 22 tahun masing-masing sebanyak 12 responden, kelompok usia 16 tahun sebanyak 11 responden, kelompok usia 15 tahun sebanyak 10 responden dan kelompok usia 23 tahun sebanyak 9 responden.
- 5.1.2. Berdasarkan keputusan dari hasil analisis korelasi *Product-Moment Pearson*, adalah sebagai berikut:
  - 5.1.2.1. Dari tiga faktor Kredibilitas Sumber (Daya Tarik, Kejujuran, dan Keahlian) ketiganya memiliki hubungan yang signifikan untuk mempengaruhi Minat Beli pada remaja puteri. Ketiga faktor ini tampaknya mampu membangkitkan Minat Beli pada remaja puteri khususnya di Yogyakarta.

5.1.2.2. Faktor Daya Tarik, Kejujuran dan Keahlian dalam penelitian ini tampaknya dapat menyita perhatian remaja putri. Minat Beli pada remaja putri dipengaruhi secara signifikan dalam kapasitasnya sebagai konsumen oleh Faktor Daya Tarik, Kejujuran dan Keahlian. Hal ini dapat dimengerti mana kala seorang selebriti yang digunakan sebagai sumber pesan dalam sebuah iklan memiliki daya tarik, kejujuran dan keahlian, maka hal tersebut akan menyita perhatian audiens (khususnya remaja putri) lebih lama karena adanya ketertarikan terhadap iklan yang dilihat atau ditontonnya, yang akhirnya hal tersebut akan mempengaruhi minat belinya.

5.1.2.3. Dari ketiga faktor kredibilitas sumber, faktor keahlian memiliki pengaruh paling kuat terhadap Minat Beli pada remaja putri dibandingkan dengan kedua faktor kredibilitas lainnya yaitu faktor Daya Tarik dan Kejujuran. Hal tersebut dapat dipahami, karena disaat seseorang (selebriti) yang digunakan sebagai sumber pesan dalam sebuah iklan memiliki Keahlian, maka iklan tersebut akan lebih mudah untuk dapat diterima oleh audiens.

Berdasarkan keputusan hasil analisis Korelasi *Product Moment Pearson* seperti yang telah diuraikan diatas, dapat disimpulkan bahwa Minat Beli pada remaja putri dipengaruhi oleh ketiga faktor dari kredibilitas sumber, yaitu Daya Tarik (*Attractiveness*), Kejujuran (*Truswortiness*), dan

Keahlian (*Expertise*). Hal ini mengindikasikan bahwa pengaruh dari media televisi sangat berpengaruh terhadap Minat Beli pada remaja putri, karena kredibilitas sumber (daya tarik, kejujuran, dan keahlian) hanya dapat dinilai oleh audiens melalui media televisi. Hal tersebut menjadi sangat dipahami jika mencermati iklan-iklan dalam televisi sering menggunakan selebriti yang sedang naik daun, karena mereka memiliki daya tarik, kejujuran atau kepercayaan dari masyarakat, dan memiliki keahlian.

5.1.3. Hasil analisis Regresi Linier Berganda seperti telah diuraikan dalam Bab IV di atas, dapat disimpulkan bahwa apabila ketiga variabel bebas yang terdiri dari *Attractiveness* (Daya tarik), *Trusworthiness* (Kejujuran), dan *Expertise* (Keahlian), diuji secara bersama-sama terhadap variabel tidak bebas Minat Beli, maka ketiga faktor tersebut berpengaruh terhadap Minat Beli pada Remaja Putri. Jika dilihat lebih lanjut dapat disimpulkan sebagai berikut:

5.1.3.1. Faktor yang memiliki pengaruh paling besar terhadap Minat Beli pada remaja putri adalah faktor Keahlian (*Expertise*). Sedangkan faktor Kejujuran dan Daya Tarik memiliki pengaruh yang lebih kecil. Namun dari ketiga faktor yang memiliki pengaruh terhadap Minat Beli tersebut hanya dua faktor saja yang dapat dinyatakan mempengaruhi secara signifikan, yaitu faktor Kejujuran (*Trusworthiness*) dan faktor Keahlian (*Expertise*). Model regresi

linier dengan ketiga variabel bebas tersebut hanya mampu menjelaskan 21,5% penyebab dari Minat Beli pada remaja putri.

Hal yang menarik dari hasil analisis yang telah diperoleh adalah ternyata faktor dari kredibilitas yang kasat mata (Daya Tarik) tidak mampu mempengaruhi Minat Beli pada remaja putri sebagai konsumen. Sedangkan faktor-faktor dari kredibilitas yang tidak dapat dinilai dengan kasat mata oleh remaja putri (Kejujuran dan Keahlian) mampu mempengaruhi Minat Beli pada remaja putri sebagai konsumen dengan signifikan.

## **5.2. Implikasi Manajerial dan Saran**

Beberapa implikasi manajerial dan saran-saran yang relevan dengan kesimpulan-kesimpulan dari penelitian ini, adalah sebagai berikut:

- 5.2.1. Bagi para pengiklan yang mencoba untuk merambah pasar remaja khususnya remaja putri yang cenderung berkembang dan dinamis namun menawarkan kesempatan yang cukup luas, untuk memilih secara tepat sosok selebriti yang digunakan sebagai sumber pesan dari produk yang diiklankan. Tampaknya dari kesimpulan di atas dapat dicermati bahwa di Indonesia khususnya di Yogyakarta remaja lebih mudah dipengaruhi oleh sumber (selebriti) yang memiliki kepercayaan atau kejujuran dan keahlian, sehingga para pengiklan dapat mengupayakan usaha-usaha pemasarannya melalui sosok-sosok idola dari selebriti. Pengaruh dari sumber (selebriti) yang memiliki kepercayaan

atau kejujuran dan keahlian lebih efektif dalam membentuk minat beli pada remaja putri. Di antara kedua faktor di atas yang berpengaruh terhadap keefektifan usaha pemasaran, tampaknya faktor Keahlian (*Expertise*) lebih berpengaruh dari pada Kejujuran atau Kepercayaan (*Trustworthiness*).

5.2.2. Bagi penelitian selanjutnya adalah sebagai berikut:

5.2.2.1. Meneliti lebih lanjut faktor-faktor lainnya dari kredibilitas sumber (selebri) yang dapat mempengaruhi Minat Beli pada remaja putri seperti *Competence* (kompetensi) dan *Personality* (kepribadian) sang *endorser* misalnya prestasi yang telah diraih dan popularitas.

5.2.2.1. Mencoba merambah faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi perilaku yang dimiliki oleh remaja dalam perkembangannya sebagai seorang konsumen. Misalnya sosok yang dapat menjadi idola remaja seperti orang tua, dan atlet olah raga, atau pengaruh budaya dari remaja yang mampu mempengaruhi perilaku remaja sebagai seorang konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alhusin, Syahri (2003), *Aplikasi Statistik Praktis dengan SPSS 10.0 for Windows*, Edisi Kedua, Yogyakarta, Penerbit Graha Ilmu.
- Belch, E.George dan A.Michael Belch., *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective 5<sup>th</sup> Edition*, McGraw Hill, USA, 2001.
- Churcill, Jr, Gilbert. A. (1992), *Basic Marketing Resaerch*, Orlando, Florida, The Dryen Press.
- Engel, James F.,Roger D. Blackwell, Paul W. Minard, *Perilaku Konsumen Jilid 1* Edisi ke-6, Binarupa Aksara, Jakarta, 1994.
- Fowles, Jib. *Advertising and Popular Culture*, SAGE Publications, California USA, 1996.
- Kasali, Rhenald. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi, Targeting, Positioning*, Catakan kelima, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama, 2001.
- Kotler, Philip dan AB. Susanto, *Manajemen Pemasaran di Indonesia* Edisi ke-2, Salemba Empat, Jakarta, 2001.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong, *Dasar-dasar Pemasaran*, Prenhallindo, Jakarta, 1997.
- Kussudyarsana, Fenomena Selebritas Sebagai Model Iklan Dari Sudut Pandang Sumber Pesan, *Benefit* Vol 8 No.2, Surakarta, 2004.
- Mc. Cracken, Grant. *Who Is the Celebrity Endorser? Cultural Foundations of the Endorsement Process. Journal of Consumer Research* 16 no 3, Canada, 1989. ↓
- Mowen, John C. dan Michael Minor., *Perilaku Konsumen*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 2001. ↓
- Ohanian, R. (1990), "Construction and Validation of a Scale to Measure Celebrity Endorser' Perceived Expertise, Trusrworthiness, and Attractiveness", *Journal of Advertising*, Vol. 19, No. 3, pp 39-52. ↓
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson., *Consumer Behavior : Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran Edisi 4*, Penerbit Erlangga, Jakarta, 1996.

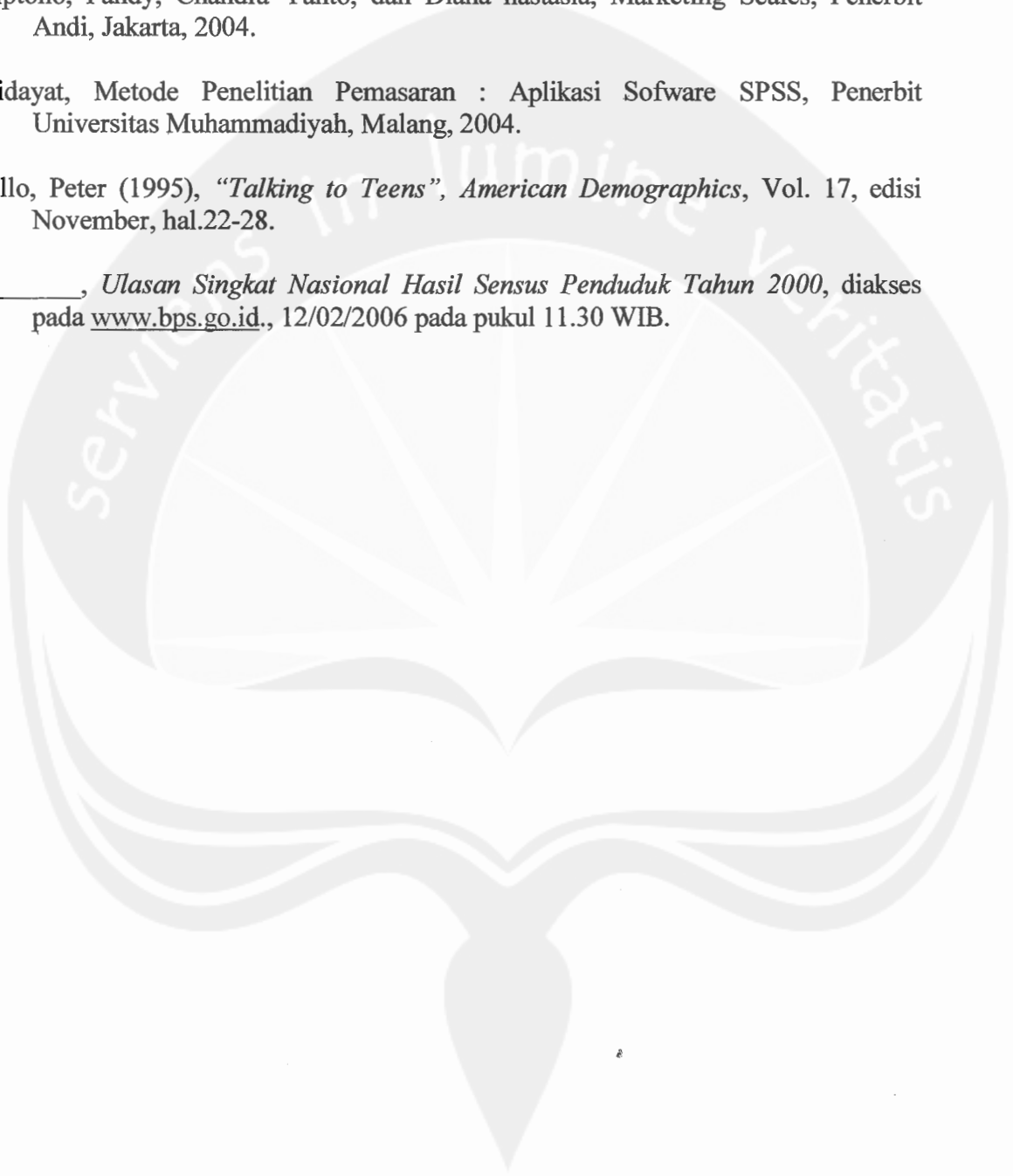
Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk., *Consumer Behaviour 7<sup>th</sup> Edition*, Prentice Hall, Ney Jersey USA, 2000.

Tjiptono, Fandy, Chandra Yanto, dan Diana nastasia, *Marketing Scales*, Penerbit Andi, Jakarta, 2004.

Widayat, *Metode Penelitian Pemasaran : Aplikasi Software SPSS*, Penerbit Universitas Muhammadiyah, Malang, 2004.

Zollo, Peter (1995), "*Talking to Teens*", *American Demographics*, Vol. 17, edisi November, hal.22-28.

\_\_\_\_\_, *Ulasan Singkat Nasional Hasil Sensus Penduduk Tahun 2000*, diakses pada [www.bps.go.id](http://www.bps.go.id)., 12/02/2006 pada pukul 11.30 WIB.





**LAMPIRAN**



## KUISIONER

No. Responden:.....

Umur Responden:.....tahun

Apakah anda pernah menyaksikan atau melihat iklan

Pantene Pelembab dengan model iklan Donna Agnesia.....(Ya/Tidak)

### Bagian I : Kredibilitas Sumber Pesan

Petunjuk: Lingkarilah angka yang paling sesuai dengan penilaian anda terhadap masing-masing pertanyaan berikut, dengan pedoman: 1 = "Sangat Tidak Setuju (STS)", 2 = "Tidak Setuju (TS)", 3 = "Netral (N)", 4 = "Setuju (S)", dan 5 = "Sangat Setuju (SS)".

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
	<b>ATTRACTIVENESS</b>					
1	Penampilan Donna Agnesia dalam iklan Pantene Pelembab menarik	1	2	3	4	5
2	Penampilan Donna Agnesia dalam iklan Pantene Pelembab terlihat berkelas	1	2	3	4	5
3	Penampilan Donna Agnesia dalam iklan Pantene Pelembab terlihat cantik	1	2	3	4	5
4	Penampilan Donna Agnesia dalam iklan Pantene Pelembab terkesan elegan	1	2	3	4	5
5	Penampilan Donna Agnesia dalam iklan Pantene Pelembab seksi	1	2	3	4	5
	<b>TRUSTWORTHINESS</b>					
6	Donna Agnesia layak dipertahankan sebagai model iklan Pantene Pelembab	1	2	3	4	5

7	Dalam menyampaikan iklan Pantene Pelembab, Donna Agnesia mengatakannya dengan jujur	1	2	3	4	5
8	Dalam menyampaikan iklan Pantene Pelembab, Donna Agnesia dapat diandalkan	1	2	3	4	5
9	Donna Agnesia menyampaikan pesan iklan Pantene Pelembab dengan tulus	1	2	3	4	5
10	Dalam menyampaikan iklan Pantene Pelembab, Donna Agnesia dapat dipercaya	1	2	3	4	5
<b>EXPERTISE</b>						
11	Donna Agnesia memiliki keahlian yang memadai tentang pelembab rambut sehingga layak menjadi model iklan Pantene Pelembab	1	2	3	4	5
12	Donna Agnesia mempunyai pengalaman yang memadai berkaitan dengan pelembab rambut sehingga layak menjadi model iklan Pantene Pelembab	1	2	3	4	5
13	Donna Agnesia mempunyai pengetahuan yang memadai tentang pelembab rambut sehingga layak menjadi model iklan Pantene Pelembab	1	2	3	4	5
14	Donna Agnesia memenuhi syarat untuk mengiklankan Pantene Pelembab	1	2	3	4	5
15	Donna Agnesia cukup terlatih sebagai					

	model iklan sehingga layak menjadi model iklan Pantene Pelembab	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---	---

**Bagian II: Minat Beli**

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Setelah melihat iklan Pantene Pelembab dengan model iklan Donna Agnesia, saya tertarik untuk mencari informasi tentang produk tersebut	1	2	3	4	5
2	Setelah melihat iklan Pantene Pelembab dengan model iklan Donna Agnesia, saya mempertimbangkan untuk membeli produk tersebut jika saya memerlukannya	1	2	3	4	5
3	Setelah melihat iklan Pantene Pelembab dengan model iklan Donna Agnesia, saya tertarik untuk membeli produk tersebut jika saya memerlukannya	1	2	3	4	5

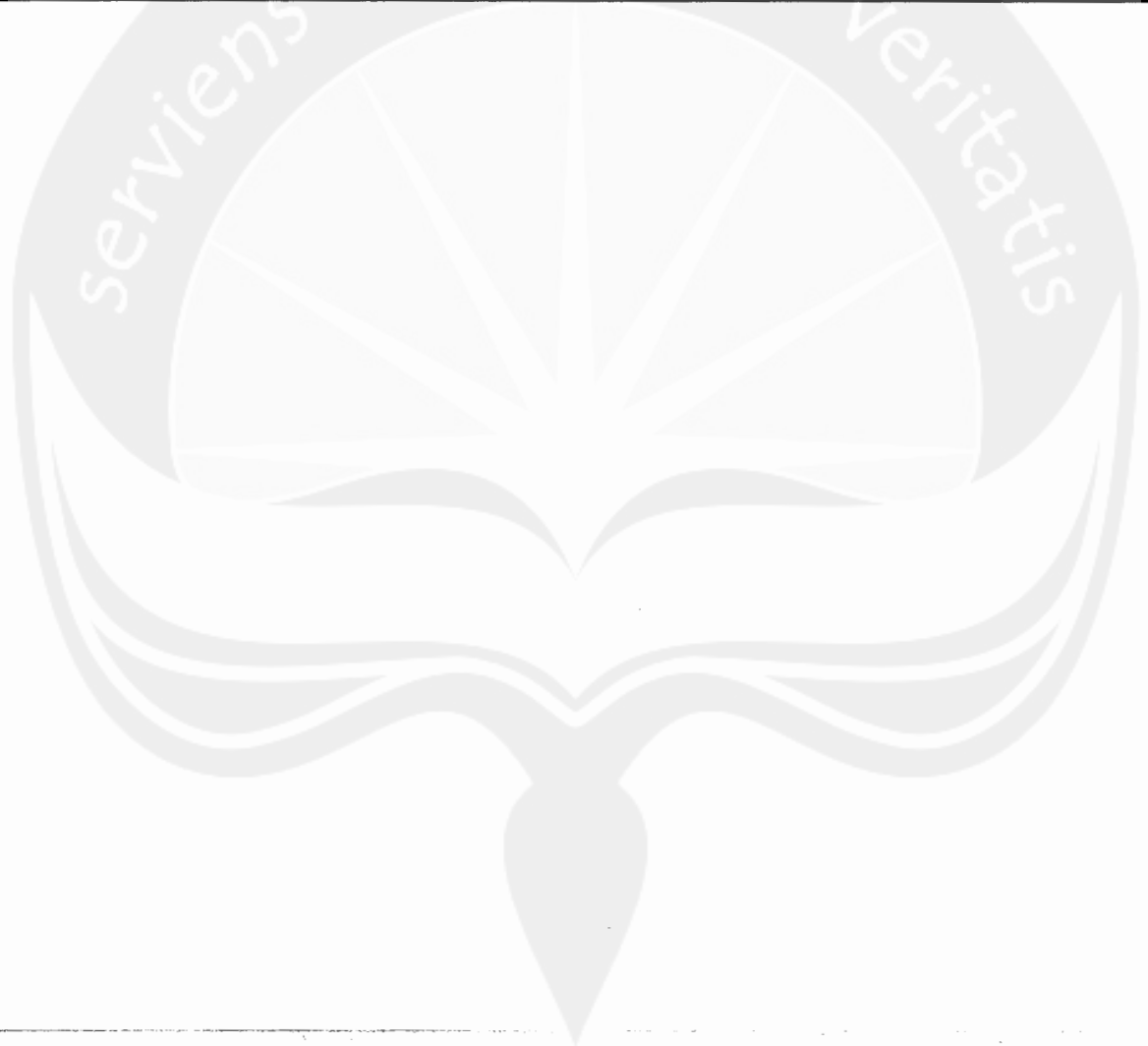
Resp.	Usia	A1	A2	A3	A4	A5	T1	T2	T3	T4	T5	E1	E2	E3	E4	E5	MN1	MN2	MN3
1	6	3	2	4	2	4	2	1	3	3	3	4	4	4	3	3	1	1	1
2	7	4	3	4	3	5	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
3	6	3	4	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
4	6	4	3	4	2	2	3	2	4	2	4	4	3	3	4	4	2	2	2
5	7	5	3	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	2	4	2	3	3
6	6	4	2	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	2	2	2
7	7	2	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	3	4	4	4	2	2	2
8	6	4	3	4	3	4	4	2	4	2	2	3	3	3	4	4	3	2	4
9	7	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4
10	8	2	2	3	2	2	3	2	4	2	2	3	4	4	3	2	3	4	4
11	4	3	3	3	3	2	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	2	2	2
12	1	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5
13	4	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
14	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	1	1
15	5	3	3	4	4	3	4	3	4	3	2	3	4	4	3	4	4	4	3
16	2	4	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
17	5	3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	2	3	2	3
18	7	2	4	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2	3	4	3
19	4	4	2	3	2	3	2	3	4	3	4	3	4	3	3	4	4	3	3
20	7	4	4	4	4	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	3	3
21	6	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
22	10	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4
23	7	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	1	1
24	7	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	1	1
25	7	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2	3	3	3
26	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	5	4	4	4
27	7	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
28	1	4	4	4	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	4	2	2	2	2
29	7	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4	3	3	3	4
30	10	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4
31	6	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3
32	7	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3
33	7	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3

34	8	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	4	2	4	2
35	6	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
36	9	4	3	4	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	3	3
37	8	4	2	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	2	4	5	2	2	2
38	10	1	1	4	2	2	1	3	2	3	3	1	2	3	2	4	2	4	2
39	6	4	3	5	3	2	4	3	4	3	3	2	3	3	4	4	5	4	5
40	6	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
41	7	4	3	4	3	5	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
42	6	4	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4
43	6	2	1	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	1	1	1
44	7	3	2	3	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
45	5	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4
46	9	3	3	3	4	3	1	1	3	1	1	3	3	3	3	3	1	1	1
47	2	2	3	2	1	1	5	4	2	3	3	2	2	1	2	3	4	4	5
48	3	5	4	4	5	3	3	4	4	3	4	3	3	4	4	5	3	3	3
49	2	2	3	4	3	2	2	5	1	1	2	3	2	2	3	2	2	3	2
50	3	2	2	4	4	3	2	3	5	5	3	4	3	3	2	1	1	2	3
51	3	3	3	4	4	3	2	5	5	3	3	4	3	2	2	3	2	1	2
52	2	3	3	4	3	2	3	2	4	4	5	3	4	3	1	2	2	4	3
53	6	4	4	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	4	4
54	5	4	4	4	4	2	2	2	3	2	2	2	3	3	4	4	3	4	2
55	5	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	3	4	4	2	3	2
56	6	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2
57	5	3	3	2	3	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3
58	7	2	1	3	2	1	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4
59	6	2	2	3	2	2	3	1	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
60	9	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3
61	2	3	2	3	3	2	5	2	2	3	4	1	2	1	1	3	3	2	3
62	3	4	5	5	2	4	3	4	2	4	3	5	3	4	3	5	1	2	1
63	6	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	4	3	4	3	3	3
64	3	1	1	2	3	1	2	4	4	3	4	3	2	2	1	2	2	1	2
65	10	2	4	2	2	4	4	2	3	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4
66	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2
67	9	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4

68	3	2	3	3	3	3	4	3	2	5	4	3	3	4	5	3	1	2	2
69	10	2	2	4	2	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	2
70	8	2	2	2	2	2	3	1	2	2	1	2	1	2	3	3	1	2	2
71	10	4	2	3	2	4	3	2	4	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3
72	7	2	2	4	2	1	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
73	8	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2
74	4	1	1	2	1	1	4	3	3	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2
75	1	4	4	5	4	3	4	4	5	3	4	4	4	4	5	5	4	4	5
76	5	3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	2	3	2	3
77	8	4	3	2	3	3	2	2	2	2	1	2	2	3	4	4	2	4	2
78	6	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
79	4	2	3	3	2	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	2	3	1	1
80	10	4	4	4	3	3	4	3	4	2	3	2	3	3	4	4	4	4	4
81	6	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
82	7	4	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3
83	1	4	3	4	3	3	2	2	3	2	2	3	3	2	4	2	2	2	2
84	2	4	3	4	4	2	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	4
85	2	3	3	3	4	2	3	4	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4
86	2	3	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	3	3	4	4	2	4	4
87	1	4	3	4	4	3	4	3	5	3	4	4	3	4	5	5	4	3	3
88	9	3	3	3	4	3	1	1	3	1	1	3	3	3	3	3	1	1	1
89	9	4	3	4	4	3	2	1	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3
90	10	1	1	4	2	2	1	3	2	3	3	1	2	3	2	4	2	4	2
91	3	4	3	3	4	2	2	4	3	3	4	4	3	3	4	4	2	3	3
92	8	3	2	4	2	3	4	2	3	3	2	4	3	2	4	4	3	2	2
93	7	4	3	4	3	5	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
94	5	4	3	4	3	4	3	4	4	3	5	4	3	4	5	5	4	4	4
95	3	2	2	4	4	3	2	3	5	5	3	4	3	3	2	1	1	2	3
96	1	4	4	4	3	3	3	2	3	2	2	3	3	2	4	2	2	2	2
97	4	4	3	4	3	3	4	2	4	3	2	3	3	3	4	3	3	2	2
98	5	4	3	4	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	4	3	4
99	1	4	4	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4	3	4	3
100	6	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3
101	5	4	3	4	3	4	4	4	4	3	5	4	3	4	5	5	4	4	4

102	2	2	3	4	3	2	2	5	1	1	2	3	2	2	3	2	2	3	2
103	1	4	5	5	2	4	3	4	2	4	3	5	3	4	3	5	1	2	1
104	10	4	5	4	3	3	4	3	3	3	2	4	4	3	4	2	4	4	4
105	9	4	4	5	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	2	3	3
106	8	2	2	3	3	2	3	1	2	2	3	2	3	2	3	3	2	2	2
107	6	2	2	3	2	2	3	1	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3
108	7	2	1	3	2	1	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4
109	7	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
110	6	3	2	2	3	3	2	2	3	3	4	3	3	2	2	3	3	4	3
111	5	4	3	4	3	5	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
112	8	3	3	2	2	2	3	1	2	2	1	2	1	2	3	3	1	1	2
113	10	4	2	3	2	4	3	2	4	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3
114	3	1	1	2	3	1	2	4	4	3	4	3	2	2	1	2	2	1	2
115	9	4	3	3	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4	2	3	3
116	8	4	3	2	3	3	2	2	2	2	2	1	2	2	3	4	2	4	2
117	4	4	4	4	4	3	4	2	4	3	2	3	3	3	4	3	4	4	3
118	3	2	3	3	3	3	4	3	2	5	4	3	3	4	5	3	1	2	2
119	10	1	2	3	3	2	1	3	2	3	2	2	2	3	2	4	2	4	2
120	6	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3	3	3	3	2	2	2
121	3	3	3	4	3	4	3	2	3	4	3	4	3	3	4	4	2	2	3
122	6	3	3	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2
123	4	2	1	3	2	1	1	2	2	2	1	2	2	2	3	2	1	1	1
124	5	4	3	4	4	2	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	2	3	2
125	10	4	2	3	2	4	3	2	4	2	2	2	3	3	3	3	4	4	3
126	8	4	2	4	3	3	4	2	3	3	3	4	3	2	4	5	2	2	2
127	7	1	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	3	3	2	2	1	1	1
128	8	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	2	2	2
129	6	3	4	1	1	1	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
130	4	1	1	2	1	1	4	3	3	2	2	1	2	2	3	3	2	2	2
131	7	2	2	4	2	1	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3
132	10	2	2	4	2	4	3	3	4	3	3	2	4	4	4	4	4	4	2
133	9	3	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4
134	1	2	3	3	2	2	4	4	2	3	3	2	2	1	2	3	4	4	5
135	3	2	2	3	4	2	3	4	3	3	4	4	3	2	2	2	3	2	2

136	2	2	3	4	3	2	2	4	1	1	2	3	2	2	3	2	2	3	2
137	6	3	4	2	2	3	3	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3
138	7	4	3	4	3	5	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
139	7	2	1	3	2	1	3	3	3	3	3	4	3	3	4	3	2	3	4
140	4	3	3	4	4	3	3	2	4	3	3	3	4	3	4	2	3	2	3
141	1	3	3	3	3	3	2	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
142	2	4	3	4	3	5	3	3	3	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
143	6	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3





## Frequencies

### Statistics

USIA

N	Valid	143
	Missing	0
Mean		5.73
Std. Deviation		2.582
Range		9
Sum		819

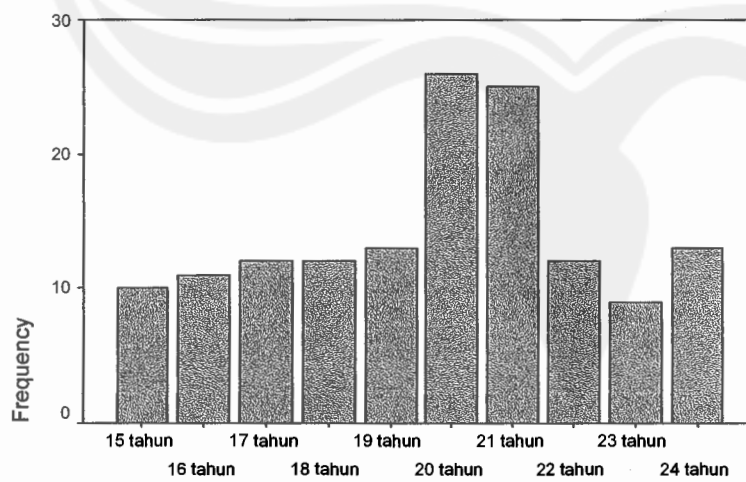
## Frequencies Table

USIA

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15 tahun	10	7.0	7.0	7.0
	16 tahun	11	7.7	7.7	14.7
	17 tahun	12	8.4	8.4	23.1
	18 tahun	12	8.4	8.4	31.5
	19 tahun	13	9.1	9.1	40.6
	20 tahun	26	18.2	18.2	58.7
	21 tahun	25	17.5	17.5	76.2
	22 tahun	12	8.4	8.4	84.6
	23 tahun	9	6.3	6.3	90.9
	24 tahun	13	9.1	9.1	100.0
	Total	143	100.0	100.0	

## Bar Chart

Usia Responden



USIA

## Reliability (Faktor: *Attractiveness*)

\*\*\*\*\*Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis\*\*\*\*\*

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	A1	3.1329	.9731	143.0
2.	A2	2.8531	.8957	143.0
3.	A3	3.4965	.8297	143.0
4.	A4	3.0210	.8596	143.0
5.	A5	2.8182	.9760	143.0

N of Cases = 143.0

Statistics for Scale	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	15.3217	11.4873	3.3893	5

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
A1	12.1888	6.9852	.6911	.4953	.7259
A2	12.4685	7.8705	.5601	.3644	.7697
A3	11.8252	8.1453	.5603	.3440	.7701
A4	12.3007	8.0427	.5549	.3372	.7713
A5	12.5035	7.5475	.5570	.3378	.7722

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = .8007 Standardized item alpha = .8007

## Reliability (Faktor: *Trusworthiness*)

\*\*\*\*\*Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis\*\*\*\*\*

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	T1	2.8671	.8740	143.0
2.	T2	2.7762	.9148	143.0
3.	T3	3.1888	.8717	143.0
4.	T4	2.8462	.8163	143.0
5.	T5	2.9930	.8999	143.0

N of Cases = 143.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of
Scale	14.6713	8.6307	2.9378	Variables 5

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
T1	11.8042	6.2431	.3717	.1453	.6771
T2	11.8951	6.2072	.3480	.1906	.6889
T3	11.4825	6.0824	.4159	.2201	.6588
T4	11.8252	6.0467	.4777	.3376	.6342
T5	11.6783	5.1493	.6541	.4816	.5495

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = .6943 Standardized item alpha = .6951

## Reliability (Faktor: *Expertise*)

\*\*\*\*\*Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis\*\*\*\*\*

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	E1	3.0839	.8999	143.0
2.	E2	3.0210	.7167	143.0
3.	E3	2.9371	.7432	143.0
4.	E4	3.4126	.8986	143.0
5.	E5	3.3217	.9239	143.0

N of Cases = 143.0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of
Scale	15.7762	9.5130	3.0843	Variables 5

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
E1	12.6923	6.5666	.4632	.2967	.7796
E2	12.7552	6.7495	.6041	.4921	.7361
E3	12.8392	6.3331	.7024	.5382	.7050
E4	12.3636	5.8668	.6521	.4461	.7130
E5	12.4545	6.5595	.4437	.3391	.7879

Reliability Coefficients 5 items

Alpha = .7853                      Standardized item alpha = .7955

## Reliability (Faktor: Minat Beli)

\*\*\*\*\*Method 2 (covariance matrix) will be used for this analysis\*\*\*\*\*

### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	MN1	2.7063	1.0058	143.0
2.	MN2	2.9161	1.0243	143.0
3.	MN3	2.8112	1.0067	143.0

N of Cases = 143.0

Statistics for Scale	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	8.4336	7.4022	2.7207	3

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Alpha if Item Deleted
MN1	5.7273	3.4955	.7697	.5925	.8198
MN2	5.5175	3.4627	.7582	.5751	.8303
MN3	5.6224	3.5184	.7601	.5782	.8285

Reliability Coefficients 3 items

Alpha = .8770      Standardized item alpha = .8771

## Correlations

### Correlations

		ATTC	TRSTW	EXPT	MN
ATTC	Pearson Correlation	1	.417**	.557**	.301**
	Sig. (2-tailed)	.	.000	.000	.000
	N	143	143	143	143
TRSTW	Pearson Correlation	.417**	1	.562**	.394**
	Sig. (2-tailed)	.000	.	.000	.000
	N	143	143	143	143
EXPT	Pearson Correlation	.557**	.562**	1	.419**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.	.000
	N	143	143	143	143
MN	Pearson Correlation	.301**	.394**	.419**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.
	N	143	143	143	143

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

## Regression (Minat Beli)

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
MN	1.6867	.54414	143
ATTC	3.0643	.67786	143
TRSTW	2.9343	.58756	143
EXPT	3.1552	.61686	143

### Correlations

		MN	ATTC	TRSTW	EXPT
Pearson Correlation	MN	1.000	.301	.394	.419
	ATTC	.301	1.000	.417	.557
	TRSTW	.394	.417	1.000	.562
	EXPT	.419	.557	.562	1.000
Sig. (1-tailed)	MN	.	.000	.000	.000
	ATTC	.000	.	.000	.000
	TRSTW	.000	.000	.	.000
	EXPT	.000	.000	.000	.
N	MN	143	143	143	143
	ATTC	143	143	143	143
	TRSTW	143	143	143	143
	EXPT	143	143	143	143

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	EXPT, ATTC, <sup>a</sup> TRSTW		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: MN

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.464 <sup>a</sup>	.215	.198	.48730

a. Predictors: (Constant), EXPT, ATTC, TRSTW

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9.037	3	3.012	12.686	.000 <sup>a</sup>
	Residual	33.008	139	.237		
	Total	42.045	142			

a. Predictors: (Constant), EXPT, ATTC, TRSTW

b. Dependent Variable: MN

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.207	.247		.837	.404
	ATTC	.052	.074	.065	.705	.482
	TRSTW	.206	.085	.222	2.418	.017
	EXPT	.227	.089	.258	2.561	.012

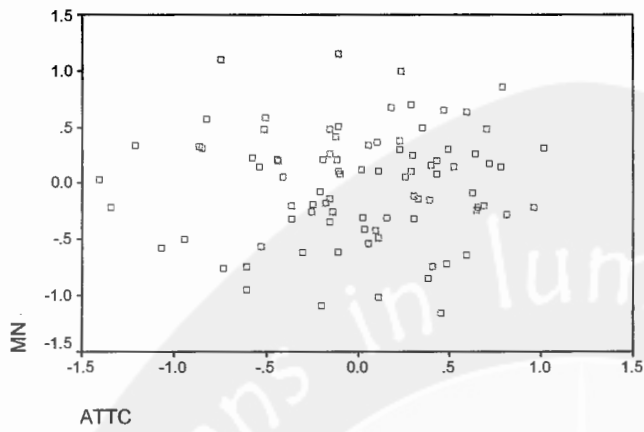
a. Dependent Variable: MN



## Charts

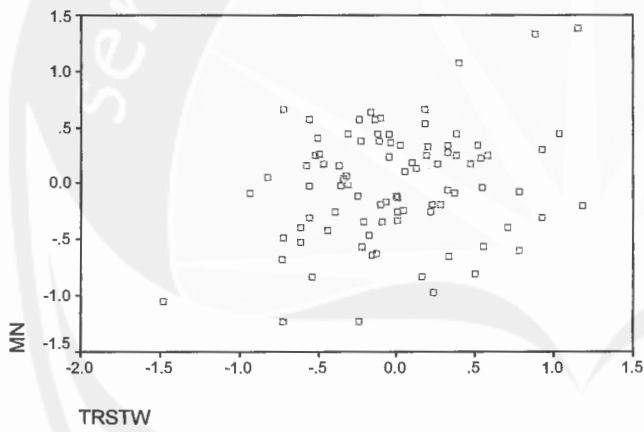
Partial Regression Plot

Dependent Variable: MN



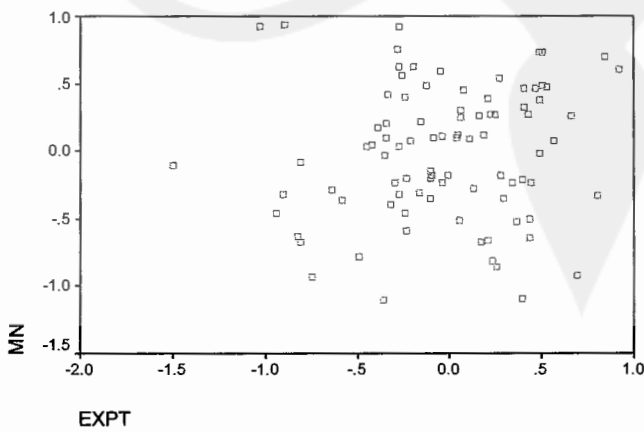
Partial Regression Plot

Dependent Variable: MN



Partial Regression Plot

Dependent Variable: MN





TABEL R 5%

N	R	N	R	N	R	N	R
1	,951	51	,179	101	,127	151	,104
2	,800	52	,177	102	,127	152	,104
3	,687	53	,175	103	,126	153	,103
4	,608	54	,174	104	,125	154	,103
5	,551	55	,172	105	,125	155	,103
6	,507	56	,171	106	,124	156	,102
7	,472	57	,169	107	,124	157	,102
8	,443	58	,168	108	,123	158	,102
9	,419	59	,166	109	,123	159	,102
10	,398	60	,165	110	,122	160	,101
11	,380	61	,164	111	,121	161	,101
12	,365	62	,162	112	,121	162	,101
13	,351	63	,161	113	,120	163	,100
14	,338	64	,160	114	,120	164	,100
15	,327	65	,159	115	,119	165	,100
16	,317	66	,157	116	,119	166	,099
17	,308	67	,156	117	,118	167	,099
18	,299	68	,155	118	,118	168	,099
19	,291	69	,154	119	,117	169	,098
20	,284	70	,153	120	,117	170	,098
21	,277	71	,152	121	,116	171	,098
22	,271	72	,151	122	,116	172	,098
23	,265	73	,150	123	,115	173	,097
24	,260	74	,149	124	,115	174	,097
25	,255	75	,148	125	,114	175	,097
26	,250	76	,147	126	,114	176	,097
27	,245	77	,146	127	,114	177	,096
28	,241	78	,145	128	,113	178	,096
29	,237	79	,144	129	,113	179	,096
30	,233	80	,143	130	,112	180	,095
31	,229	81	,142	131	,112	181	,095
32	,225	82	,141	132	,111	182	,095
33	,222	83	,140	133	,111	183	,095
34	,219	84	,140	134	,111	184	,094
35	,216	85	,139	135	,110	185	,094
36	,213	86	,138	136	,110	186	,094
37	,210	87	,137	137	,109	187	,094
38	,207	88	,136	138	,109	188	,093
39	,204	89	,136	139	,109	189	,093
40	,202	90	,135	140	,108	190	,093
41	,199	91	,134	141	,108	191	,093
42	,197	92	,133	142	,107	192	,092
43	,195	93	,133	143	,107	193	,092
44	,192	94	,132	144	,107	194	,092
45	,190	95	,131	145	,106	195	,092
46	,188	96	,131	146	,106	196	,091
47	,186	97	,130	147	,106	197	,091
48	,184	98	,129	148	,105	198	,091
49	,182	99	,129	149	,105	199	,091
50	,181	100	,128	150	,105	200	,091