

## BAB 4

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 4.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan hasil analisis yang telah dilakukan maka penulis mencoba mengambil kesimpulan secara umum sebagai berikut:

1. Berdasarkan analisis persentase data karakteristik konsumen yang menggunakan kosmetik Oriflame diketahui karakteristik yang dihitung dengan analisis persentase adalah sebagai berikut: Berdasarkan usia responden terbanyak memiliki golongan usia antara 21-25 tahun yaitu sebanyak 64.3%. Berdasarkan pengeluaran rata-rata perbulan, responden terbanyak memiliki pengeluaran antara Rp.501.000 - Rp.600.000 yaitu sebanyak 35.7%.
2. Dari ketiga variabel yang diteliti, hanya variabel harga dan merek saja yang berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli konsumen. Nilai signifikansi untuk variabel harga dan merek lebih kecil dari nilai taraf nyata 0.05, sehingga berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli konsumen. Sedangkan untuk variabel *country of origin* lebih besar dari taraf nyata 0.05 sehingga tidak berpengaruh secara signifikan terhadap niat beli konsumen.
3. Secara keseluruhan, variabel harga, *country of origin* dan merek memiliki pengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen. Hal ini didukung oleh hasil analisis regresi

linier berganda dimana menunjukkan bahwa F hitung lebih besar dari F tabel. Besarnya pengaruh variabel harga, *country of origin* dan merek terhadap niat beli konsumen diketahui sebesar 62%.

4. Perhitungan dengan menggunakan *One Way Anova* dapat diambil kesimpulan bahwa terdapat perbedaan penilaian dari segi usia pada variabel harga. Untuk variabel yang lain yaitu *country of origin* dan merek tidak terdapat perbedaan penilaian. Sedangkan dari segi pengeluaran tidak terdapat perbedaan penilaian baik untuk variabel harga, *country of origin* dan merek.

#### 4.2 Saran

Berdasarkan hasil analisis data dan kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan maka penulis memberikan saran kepada perusahaan kosmetik Oriflame, bahwa niat beli konsumen terhadap kosmetik Oriflame dipengaruhi oleh variabel harga dan merek. Maka untuk dapat bersaing di pasar, perusahaan perlu untuk meningkatkan kualitas image produk Oriflame. Konsumen kosmetik Oriflame mengakui bahwa harga sudah sesuai dengan kualitas dan mereka juga mengakui bahwa merek kosmetik Oriflame sangat terkenal. Sehingga untuk lebih memperkuat posisi Oriflame di pasar, perusahaan perlu terus meningkatkan kualitas produknya, misalnya dengan memberikan produk yang lebih bervariasi lagi maupun lewat kemasan atau bentuknya yang unik yang berbeda dengan kosmetik lainnya. Sehingga pada akhirnya dengan meningkatkan kualitas dari produk

Oriflame menyebabkan peningkatan niat beli konsumen, yang pada akhirnya akan meningkatkan pendapatan perusahaan.

#### **Kelemahan Penelitian**

Penelitian ini tidak lepas dari beberapa keterbatasan dan kelemahan. Keterbatasan dalam penelitian ini berupa kuesioner sebagai alat ukur variabel penelitian. Maka disarankan untuk peneliti selanjutnya melengkapi dengan metode lain seperti wawancara kepada responden agar hasil yang diperoleh lebih baik lagi.

## DAFTAR PUSTAKA

Budi Santosa, Purbayu dan Ashari.2005, *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel & SPSS*, Penerbit ANDI, Yogyakarta.

Evi Widayaningtyas, Tri Ratna.2004, *Skripsi Persepsi Konsumen Terhadap Country of Origin*.

Koo Kim, Chung.1995, *Brand Popularity and Country Image in Global Competition: Managerial implications*, Journal of Product and Brand Management, Vol.4 No.5

K.Michael, Hui and Zhou, Lianxi.2000, *Country-of-manufacture effects for known brands*, Journal of Marketing.

Kotler dan Armstrong.2001, *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Kedelapan, Penerbit Erlangga, Jakarta.

Kotler, Philip.2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, PT Prenhallindo, Jakarta.

O'Cass, Aron and Lim, Kenny.2002, *Understanding the Younger Singaporean Consumers' Views of Western and Eastern Brands*, Journal of Marketing and logistics, Vol.16 No.4.

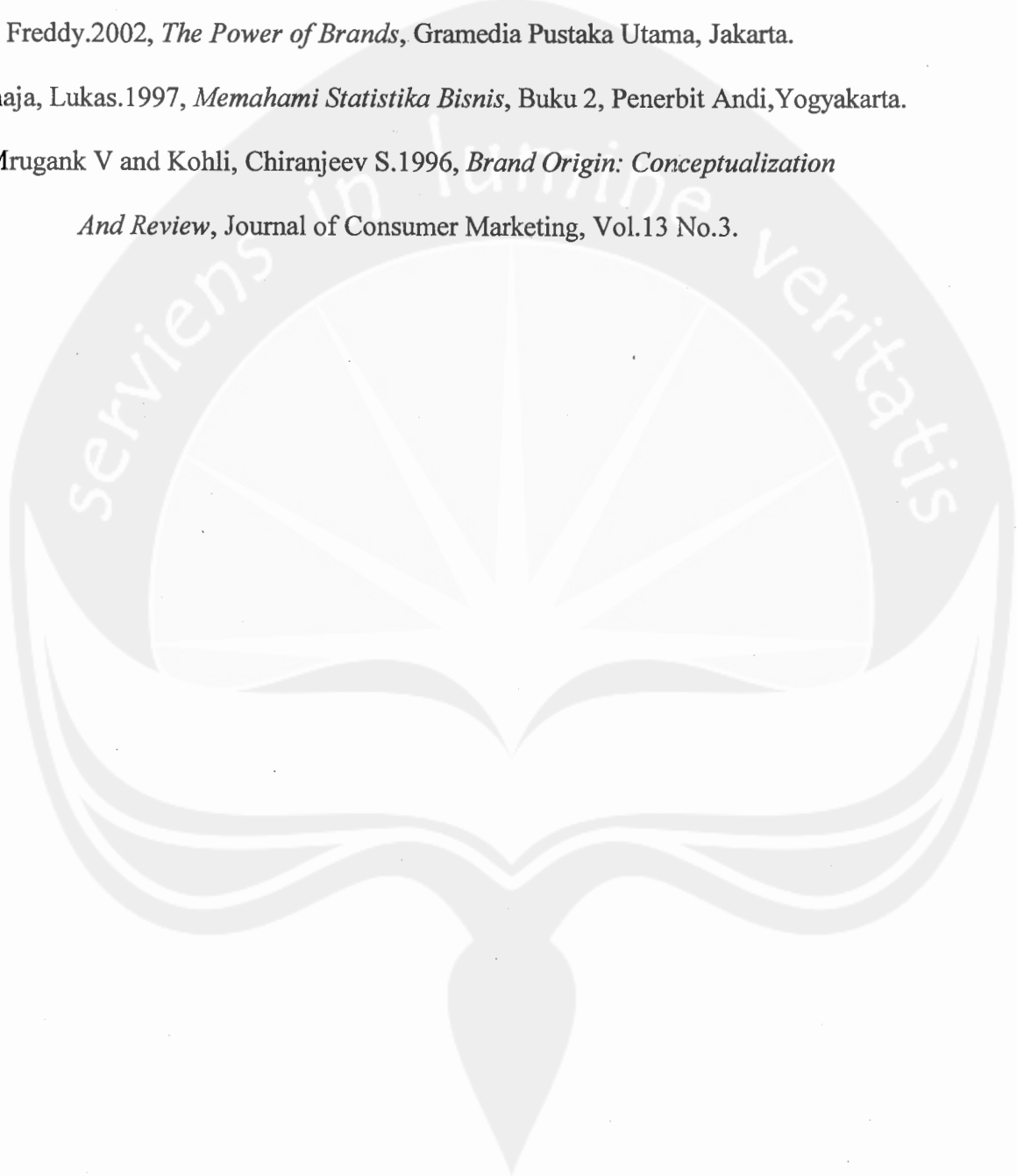
Purnama, Lingga.2002, *Strategic Marketing Plan*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Petterson, P dan Kwan Tai, Siu.1991, *Consumer Perception of Country of Origin in the Australia Apparel Industry*, Marketing Bulletin.2 :31-40.

Rangkuti, Freddy.2002, *The Power of Brands*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Setia Atmaja, Lukas.1997, *Memahami Statistika Bisnis*, Buku 2, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Thakor, Mrugank V and Kohli, Chiranjeev S.1996, *Brand Origin: Conceptualization And Review*, Journal of Consumer Marketing, Vol.13 No.3.





**LAMPIRAN 1**

**KUESIONER**

## KUESIONER

### BAGIAN I

Berilah tanda silang (X) pada huruf didepan jawaban yang sesuai dengan keadaan saudara.

1. Usia Anda saat ini
  - a. 15-20 tahun
  - b. 21-25 tahun
  - c. 26-30 tahun
2. Berapa kurang lebih pengeluaran Anda rata-rata perbulan ?
  - a. kurang dari Rp.400.000
  - b. Rp.401.000 – Rp.500.000
  - c. Rp.501.000 – Rp.600.000
  - d. Rp 601.000,00 – Rp 700.000
  - e. lebih dari Rp 700.000
3. Sudah berapa lama Anda menggunakan produk Oriflame ?
  - a. < 2 bulan
  - b. 2-3 bulan
  - c. 3-4 bulan
  - d. > 4 bulan

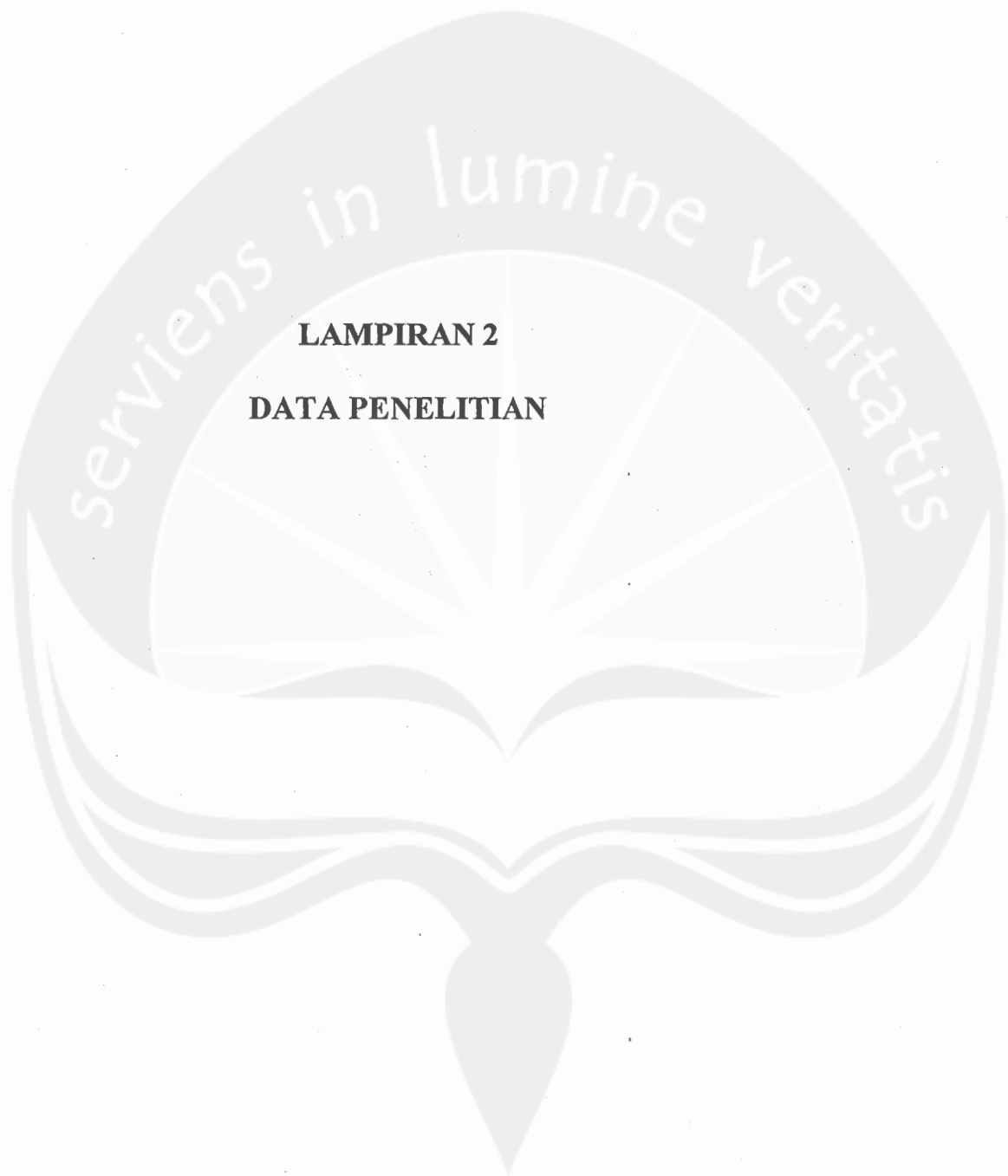
### BAGIAN II

Berilah tanda silang untuk jawaban yang anda anggap sesuai untuk atribut yang ada dibawah ini, keterangan :

- a. SS = Sangat Setuju
- b. S = Setuju
- c. RR = Ragu-ragu
- d. TS = Tidak Setuju
- e. STS = Sangat Tidak Setuju

	<b>Niat beli</b>					
1	Saya menyukai kosmetik Oriflame					
2	Saya akan terus membeli kosmetik Oriflame					
3	Saya tetap tidak akan membeli produk kosmetik dalam negeri meskipun kosmetik Oriflame sulit untuk ditemukan					
4	Lebih baik tidak menggunakan kosmetik, jika kosmetik Oriflame tidak ada di pasaran					
	<b>Variabel Harga</b>					
1	Harga kosmetik Oriflame sepadan dengan kualitasnya					
2	Harga kosmetik Oriflame tidak terlalu mahal bagi saya					
3	Saya membeli kosmetik Oriflame walaupun harganya naik					
4	Walaupun <i>semakin tinggi</i> harga kosmetik Oriflame, saya akan tetap membelinya					
	<b>Variabel <i>Country-of-Origin</i></b>					
1	Negara produsen kosmetik Oriflame yang saya beli adalah negara maju					
2	Negara produsen kosmetik Oriflame yang saya beli termasuk negara yang mempunyai industri kosmetik terbaik di dunia					
3	Negara produsen kosmetik Oriflame yang saya beli sangat terkenal sebagai produsen kosmetik					
4	Negara produsen kosmetik Oriflame yang saya beli terkenal karena menggunakan teknologi maju dalam semua industrinya					
5	Negara produsen kosmetik Oriflame yang saya beli mengutamakan penelitian dan pengembangan produk terutama untuk produk kosmetik					
	<b>Popularitas Merek</b>					
1	Merek kosmetik Oriflame yang saya beli sangat terkenal					
2	Merek kosmetik Oriflame yang saya beli bisa ditemui di banyak negara maju					
3	Merek kosmetik Oriflame yang saya beli menunjukkan kelas sosial tertentu bagi pembelinya					
4	Merek kosmetik Oriflame yang saya beli mempunyai segmen pasar yang eksklusif					
5	Saya bangga dengan merek kosmetik Oriflame yang saya beli					





**LAMPIRAN 2**  
**DATA PENELITIAN**

Case Summaries

	Usia	Pengel	Oriflame	Niat_1	Niat_2	Niat_3	Niat_4	Harga_1	Harga_2
1	2	2	4	4	4	3	3	4	5
2	3	4	3	5	5	5	5	5	5
3	2	3	3	5	5	4	4	5	4
4	1	2	2	5	5	5	5	5	5
5	3	5	4	5	5	5	5	5	5
6	2	3	2	4	3	2	2	4	4
7	2	2	3	4	3	2	2	4	4
8	2	3	4	4	4	2	2	4	4
9	2	4	4	5	5	4	3	5	4
10	2	2	2	4	4	3	2	4	2
11	2	3	3	5	4	4	2	4	2
12	2	1	4	4	4	3	3	4	4
13	2	5	4	4	4	4	3	5	4
14	3	4	2	4	4	3	3	5	4
15	2	1	4	5	5	5	1	4	3
16	2	2	4	4	4	4	3	4	4
17	3	4	4	5	5	4	4	4	3
18	1	2	3	4	3	2	2	4	4
19	2	3	2	4	4	2	2	4	3
20	1	3	2	4	2	2	2	4	3
21	2	3	4	4	4	2	2	4	2
22	2	5	4	4	4	2	2	4	4
23	2	3	2	4	3	2	1	4	2
24	2	4	2	4	3	2	2	4	4
25	1	2	4	4	3	2	2	4	4
26	2	4	4	4	4	4	2	4	2
27	3	2	4	4	3	2	1	4	2
28	2	3	3	4	4	2	2	4	2
29	2	2	4	4	4	2	2	5	4
30	3	4	4	5	5	4	3	5	4
31	2	3	2	4	4	3	2	4	4
32	3	4	3	4	5	3	3	4	4
33	2	3	2	4	3	3	2	4	3
34	2	2	4	4	4	3	3	4	4
35	2	4	4	5	4	4	3	5	4
36	2	3	3	4	4	3	3	4	4
37	3	4	3	4	4	4	3	4	4
38	2	1	4	5	4	2	2	4	4
39	3	4	4	5	5	5	5	5	4
40	3	4	4	5	5	5	5	5	5
41	3	5	2	4	3	4	2	5	1
42	2	5	2	5	5	3	3	5	2
43	2	3	2	5	5	5	5	5	5
44	1	1	2	5	5	4	4	5	4
45	2	3	2	5	4	4	4	5	2
46	3	5	4	5	5	4	4	5	2
47	3	5	3	5	5	5	5	5	5
48	2	3	2	5	5	4	4	5	4
49	1	2	2	4	4	4	2	4	3
50	2	2	2	5	5	5	5	5	4

Case Summaries

	Usia	Pengel	Oriflame	Niat_1	Niat_2	Niat_3	Niat_4	Harga_1	Harga_2
51	1	3	2	5	5	5	5	5	4
52	2	1	2	5	5	5	4	4	3
53	1	2	2	4	4	3	3	5	3
54	3	4	3	5	4	4	3	5	4
55	2	3	3	5	5	3	3	5	4
56	2	2	4	4	4	2	2	4	4
57	2	3	3	4	4	2	2	4	4
58	2	3	4	4	4	2	2	4	3
59	2	3	3	4	3	2	2	4	3
60	2	4	4	4	4	2	2	4	4
61	3	4	4	4	4	4	2	4	4
62	2	3	4	4	4	2	2	4	4
63	2	3	3	4	3	2	2	4	3
64	2	3	3	4	4	2	2	4	4
65	2	3	4	4	4	4	3	4	4
66	2	4	3	4	4	3	2	4	4
67	3	5	4	5	5	4	4	5	5
68	3	4	3	5	5	4	3	5	4
69	2	3	3	4	4	3	2	4	4
70	2	5	4	2	2	2	1	2	1

Case Summaries

	Harga_3	Harga_4	COC_1	COC_2	COC_3	COC_4	COC_5	Merek_1
1	3	3	5	4	4	4	5	4
2	5	3	5	5	5	5	5	5
3	4	2	4	4	4	4	4	5
4	4	3	3	3	4	4	4	5
5	5	4	5	5	5	5	5	5
6	3	2	4	4	4	4	4	4
7	3	2	4	4	4	4	4	4
8	2	2	4	4	4	4	4	4
9	4	3	4	2	3	4	4	4
10	3	2	4	3	2	4	4	4
11	4	2	4	2	2	4	4	4
12	4	3	4	3	3	4	4	4
13	4	4	4	4	4	5	5	4
14	4	4	5	5	4	4	4	4
15	3	3	4	4	3	4	4	4
16	3	3	4	4	4	4	5	4
17	4	3	5	4	3	4	5	3
18	3	2	4	4	4	4	4	4
19	2	2	4	4	4	4	4	4
20	2	1	4	3	3	3	3	4
21	1	2	4	4	2	4	4	4
22	4	2	4	4	4	4	4	3
23	3	2	3	3	3	3	3	2
24	3	3	4	4	3	3	3	4
25	4	3	4	4	4	4	4	4
26	4	2	4	4	4	4	4	4
27	3	2	4	3	3	3	4	4
28	3	2	4	3	3	4	4	4
29	3	2	4	4	4	4	4	5
30	4	2	4	3	3	4	4	4
31	3	3	4	3	4	4	4	4
32	5	4	3	4	4	3	5	4
33	2	2	3	4	3	4	4	4
34	3	3	4	4	4	4	4	4
35	4	3	4	4	3	4	4	4
36	3	3	4	3	3	4	4	4
37	4	3	4	3	4	4	4	4
38	2	2	4	2	4	4	4	4
39	4	4	4	3	3	3	3	5
40	5	5	5	5	5	5	5	5
41	2	2	4	4	4	4	4	5
42	3	3	4	4	4	4	4	5
43	5	5	5	5	5	5	5	5
44	4	4	4	4	4	4	3	5
45	4	4	5	5	3	3	3	5
46	3	3	5	4	4	4	4	5
47	5	5	5	5	5	5	5	5
48	4	3	5	5	5	5	5	5
49	3	2	4	3	3	4	4	4
50	4	4	5	5	5	4	4	5

Case Summaries

	Harga_3	Harga_4	COC_1	COC_2	COC_3	COC_4	COC_5	Merek_1
51	4	4	5	4	4	4	3	5
52	3	3	5	5	4	3	3	5
53	2	1	4	3	3	4	4	4
54	4	3	3	3	3	3	3	4
55	3	2	3	3	3	4	4	4
56	4	2	4	2	2	4	4	4
57	4	2	4	2	2	4	4	4
58	3	2	4	2	2	4	4	4
59	3	2	4	3	3	4	4	4
60	4	2	4	2	3	4	4	4
61	4	3	4	2	4	4	4	4
62	4	2	4	2	3	4	4	4
63	3	3	4	3	3	4	4	4
64	4	2	3	3	3	3	3	2
65	4	3	4	2	4	4	4	4
66	4	2	4	2	2	4	4	4
67	5	3	4	3	4	3	4	4
68	4	3	4	3	3	4	4	4
69	3	2	4	3	4	4	4	4
70	1	1	3	3	3	3	4	4

Case Summaries

	Merek_2	Merek_3	Merek_4	Merek_5
1	4	3	2	4
2	5	5	5	5
3	4	5	5	5
4	3	5	5	5
5	5	5	5	5
6	4	5	4	5
7	4	5	4	5
8	4	4	4	5
9	3	2	4	4
10	2	3	4	4
11	3	4	4	4
12	3	3	4	4
13	3	4	4	4
14	3	4	3	4
15	5	2	4	5
16	4	4	3	5
17	4	2	4	3
18	4	4	4	5
19	4	4	4	5
20	4	5	4	5
21	5	4	5	4
22	3	4	3	4
23	3	2	3	3
24	4	4	4	4
25	4	4	4	4
26	3	2	4	4
27	3	4	4	3
28	3	4	4	4
29	5	5	5	5
30	3	2	4	4
31	3	4	4	4
32	3	5	5	4
33	4	3	4	4
34	3	4	3	4
35	3	4	4	4
36	3	3	4	4
37	3	4	4	4
38	2	4	4	4
39	3	4	4	5
40	5	5	5	5
41	3	4	4	4
42	3	5	5	5
43	5	5	5	5
44	3	5	5	5
45	3	5	5	5
46	3	5	5	5
47	3	5	5	5
48	4	5	5	5
49	3	2	4	4
50	5	5	5	5

Case Summaries

	Merek_2	Merek_3	Merek_4	Merek_5
51	3	5	5	5
52	3	5	5	5
53	3	4	4	4
54	3	4	4	4
55	3	4	4	4
56	4	2	4	4
57	4	2	4	4
58	4	3	4	4
59	3	2	4	4
60	3	2	4	4
61	4	4	4	4
62	3	2	4	4
63	3	2	4	4
64	3	2	4	4
65	3	3	4	4
66	3	2	4	4
67	3	4	4	4
68	3	2	4	4
69	3	2	2	4
70	3	4	3	4



**LAMPIRAN 3**

**UJI VALIDITAS dan RELIABILITAS**



## Variabel Harga

### Reliability

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded( a)	0	.0
	Total	70	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.800	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga_1	9.74	5.498	.529	.799
Harga_2	10.53	4.079	.577	.774
Harga_3	10.63	3.773	.738	.682
Harga_4	11.40	3.983	.668	.721

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.10	7.222	2.687	4

## Variabel Country of Origin

### Reliability

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded( a)	0	.0
	Total	70	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.788	5

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
COC_1	14.97	4.782	.584	.749
COC_2	15.56	3.555	.600	.754
COC_3	15.53	3.731	.679	.709
COC_4	15.13	4.925	.573	.755
COC_5	15.04	4.969	.506	.769

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19.06	6.518	2.553	5

## Variabel Merek

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded( a)	0	.0
	Total	70	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.790	5

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Merek_1	15.59	5.608	.708	.719
Merek_2	16.30	6.242	.342	.817
Merek_3	16.06	3.881	.644	.758
Merek_4	15.64	5.624	.618	.739
Merek_5	15.44	5.729	.759	.716

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
19.76	8.042	2.836	5

# NIAT BELI

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	70	100.0
	Excluded( a)	0	.0
	Total	70	100.0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.887	4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Niat_1	10.20	7.467	.778	.878
Niat_2	10.44	6.482	.793	.848
Niat_3	11.29	5.019	.802	.843
Niat_4	11.74	4.831	.818	.839

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.56	10.192	3.193	4



**LAMPIRAN 4**  
**TABEL FREKUENSI**

## Frequencies

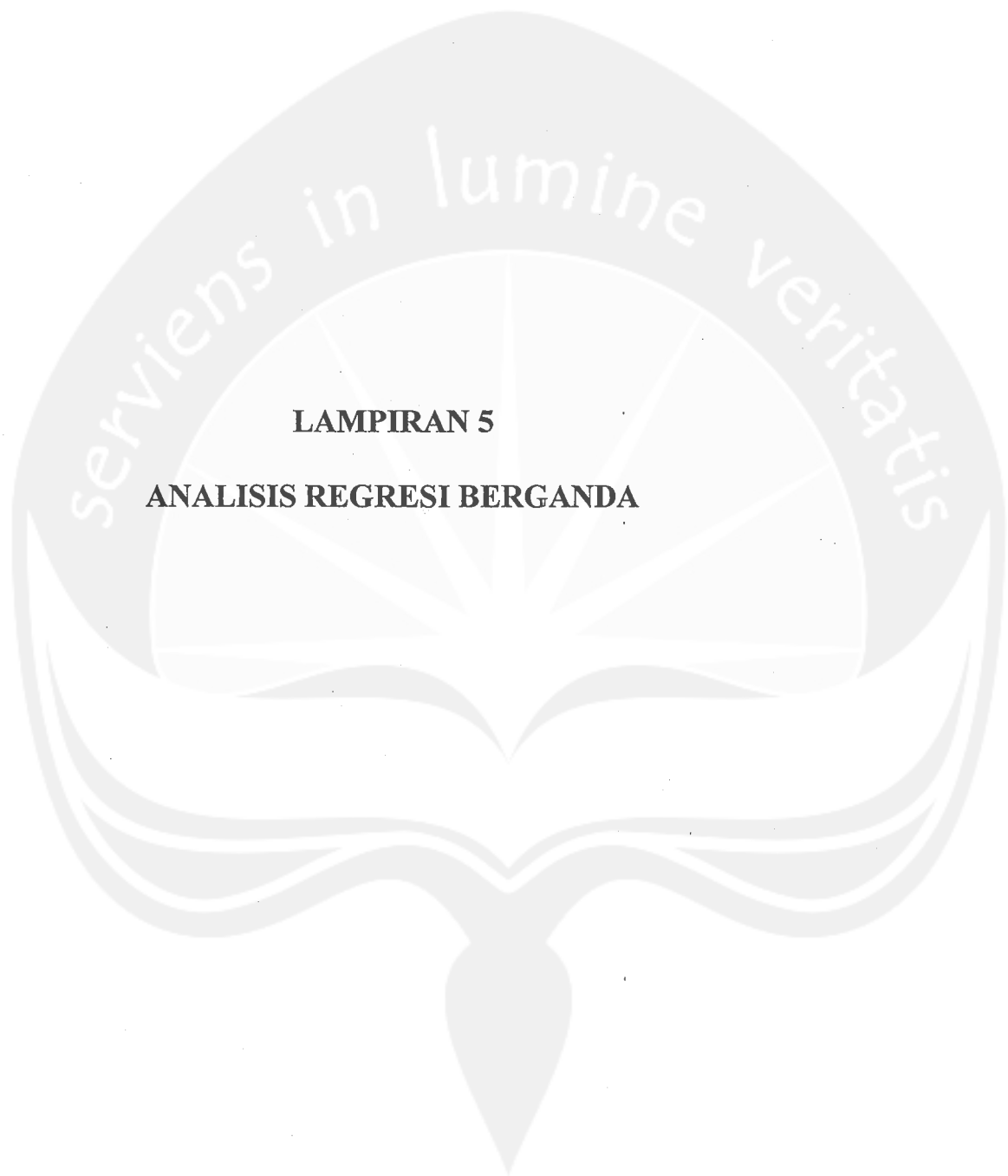
### Frequency Table

#### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	15-20 tahun	8	11.4	11.4	11.4
	21-25 tahun	45	64.3	64.3	75.7
	26-30 tahun	17	24.3	24.3	100.0
	Total	70	100.0	100.0	

#### Pengeluaran

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari Rp. 400.000	5	7.1	7.1	7.1
	Rp. 401.000 - Rp. 500.000	14	20.0	20.0	27.1
	Rp. 501.000 - Rp. 600.000	25	35.7	35.7	62.9
	Rp. 601.000 - Rp. 700.000	17	24.3	24.3	87.1
	Lebih dari Rp. 700.000	9	12.9	12.9	100.0
	Total	70	100.0	100.0	



**LAMPIRAN 5**

**ANALISIS REGRESI BERGANDA**

# Analisis Regresi Berganda

## Regression

### Variables Entered/Removed(b)

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Merek, Harga, Country of Origin(a)		Enter

a All requested variables entered.

b Dependent Variable: Niat Beli

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.798(a)	.637	.620	.49182

a Predictors: (Constant), Merek, Harga, Country of Origin

### ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	27.990	3	9.330	38.572	.000(a)
	Residual	15.965	66	.242		
	Total	43.954	69			

a Predictors: (Constant), Merek, Harga, Country of Origin

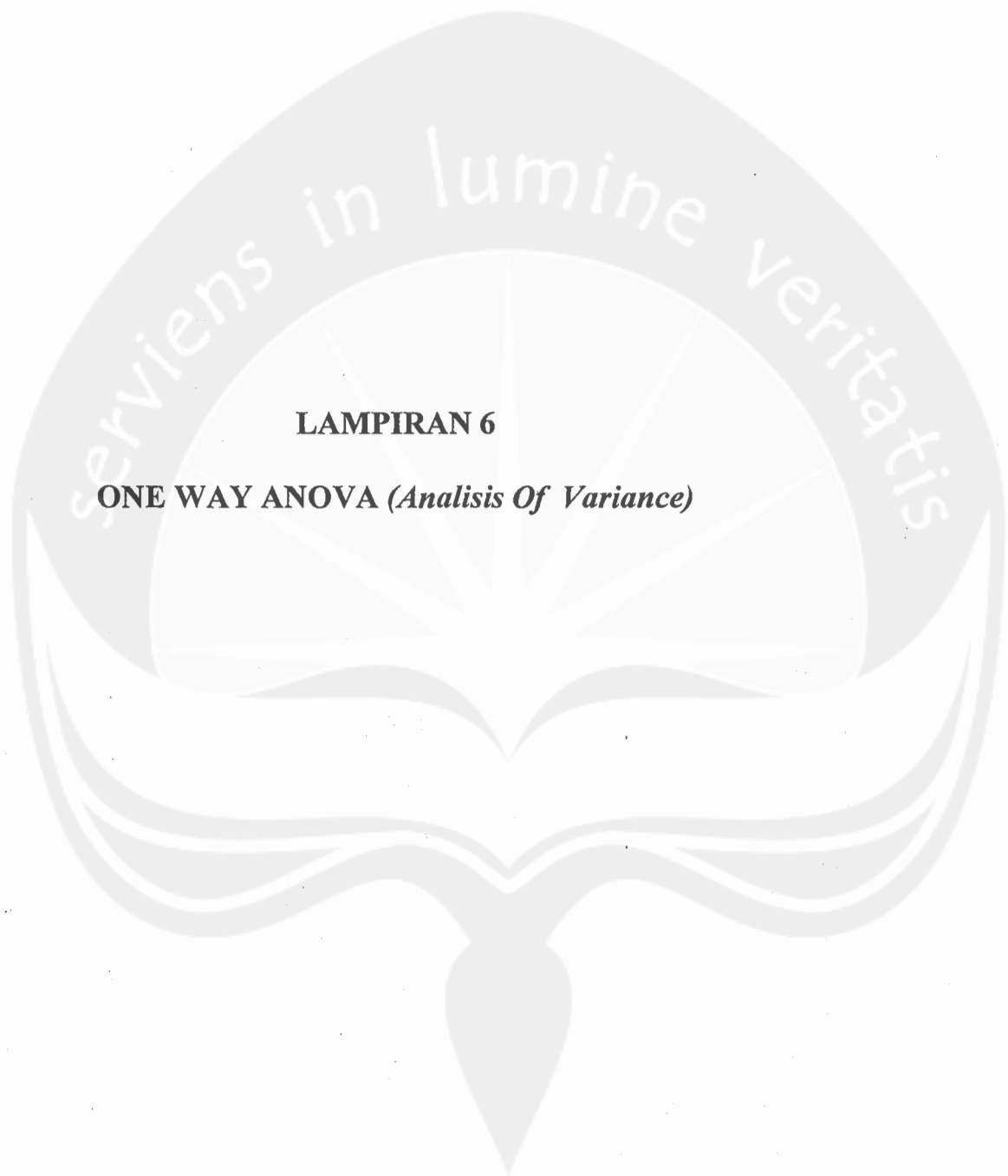
b Dependent Variable: Niat Beli

### Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-.669	.485		-1.380	.172
	Harga	.757	.105	.637	7.190	.000
	Country of Origin	.043	.162	.028	.266	.791
	Merek	.374	.133	.266	2.810	.007

a Dependent Variable: Niat Beli





**LAMPIRAN 6**

**ONE WAY ANOVA (*Analisis Of Variance*)**

# ONE WAY

## Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
Harga	15-20 tahun	8	3.4688	.68709	.24292	2.8943	4.0432	2.50	4.25
	21-25 tahun	45	3.3611	.58279	.08688	3.1860	3.5362	1.25	5.00
	26-30 tahun	17	3.9853	.70970	.17213	3.6204	4.3502	2.50	5.00
	Total	70	3.5250	.67183	.08030	3.3648	3.6852	1.25	5.00
Country of Origin	15-20 tahun	8	3.7250	.28158	.09955	3.4896	3.9604	3.20	4.00
	21-25 tahun	45	3.7467	.46397	.06917	3.6073	3.8861	3.00	5.00
	26-30 tahun	17	4.0235	.65910	.15986	3.6847	4.3624	3.00	5.00
	Total	70	3.8114	.51062	.06103	3.6897	3.9332	3.00	5.00
Merek	15-20 tahun	8	4.2000	.44078	.15584	3.8315	4.5685	3.40	4.60
	21-25 tahun	45	3.8622	.56861	.08476	3.6914	4.0331	2.60	5.00
	26-30 tahun	17	4.0706	.58712	.14240	3.7687	4.3725	3.20	5.00
	Total	70	3.9514	.56715	.06779	3.8162	4.0867	2.60	5.00

## ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Harga	Between Groups	4.836	2	2.418	6.158	.004
	Within Groups	26.308	67	.393		
	Total	31.144	69			
Country of Origin	Between Groups	1.013	2	.507	1.999	.143
	Within Groups	16.978	67	.253		
	Total	17.991	69			
Merek	Between Groups	1.094	2	.547	1.736	.184
	Within Groups	21.101	67	.315		
	Total	22.195	69			

# ONE WAY

## Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
<b>Harga</b>	Kurang dari Rp. 400.000	5	3.5000	.50000	.22361	2.8792	4.1208	3.00	4.25
	Rp. 401.000 - Rp. 500.000	14	3.3929	.46734	.12490	3.1230	3.6627	2.75	4.25
	Rp. 501.000 - Rp. 600.000	25	3.3200	.59301	.11860	3.0752	3.5648	2.25	5.00
	Rp. 601.000 - Rp. 700.000	17	3.9118	.46722	.11332	3.6715	4.1520	3.00	5.00
	Lebih dari Rp. 700.000	9	3.5833	1.19896	.39965	2.6617	4.5049	1.25	5.00
	Total	70	3.5250	.67183	.08030	3.3648	3.6852	1.25	5.00
<b>Country of Origin</b>	Kurang dari Rp. 400.000	5	3.7600	.16733	.07483	3.5522	3.9678	3.60	4.00
	Rp. 401.000 - Rp. 500.000	14	3.8571	.40328	.10778	3.6243	4.0900	3.20	4.60
	Rp. 501.000 - Rp. 600.000	25	3.6880	.50359	.10072	3.4801	3.8959	3.00	5.00
	Rp. 601.000 - Rp. 700.000	17	3.7882	.58082	.14087	3.4896	4.0869	3.00	5.00
	Lebih dari Rp. 700.000	9	4.1556	.58973	.19658	3.7023	4.6089	3.20	5.00
	Total	70	3.8114	.51062	.06103	3.6897	3.9332	3.00	5.00
<b>Merek</b>	Kurang dari Rp. 400.000	5	4.0800	.50200	.22450	3.4567	4.7033	3.60	4.60
	Rp. 401.000 - Rp. 500.000	14	4.0000	.56569	.15119	3.6734	4.3266	3.40	5.00
	Rp. 501.000 - Rp. 600.000	25	3.9120	.61666	.12333	3.6575	4.1665	2.60	5.00
	Rp. 601.000 - Rp. 700.000	17	3.8235	.53797	.13048	3.5469	4.1001	3.20	5.00
	Lebih dari Rp. 700.000	9	4.1556	.55478	.18493	3.7291	4.5820	3.40	5.00
	Total	70	3.9514	.56715	.06779	3.8162	4.0867	2.60	5.00

## ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<b>Harga</b>	Between Groups	3.872	4	.968	2.307	.067
	Within Groups	27.272	65	.420		
	Total	31.144	69			
<b>Country of Origin</b>	Between Groups	1.498	4	.375	1.476	.220
	Within Groups	16.493	65	.254		
	Total	17.991	69			
<b>Merek</b>	Between Groups	.808	4	.202	.614	.654
	Within Groups	21.387	65	.329		
	Total	22.195	69			



**LAMPIRAN 7**

**TABEL DISTRIBUSI F 5%**

TABEL DISTRIBUSI F

DF	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
51	4.03	3.18	2.79	2.55	2.40	2.28	2.20	2.13	2.07	2.02
52	4.03	3.18	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.07	2.02
53	4.02	3.17	2.78	2.55	2.39	2.28	2.19	2.12	2.06	2.01
54	4.02	3.17	2.78	2.54	2.39	2.27	2.18	2.12	2.06	2.01
55	4.02	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.06	2.01
56	4.01	3.16	2.77	2.54	2.38	2.27	2.18	2.11	2.05	2.00
57	4.01	3.16	2.77	2.53	2.38	2.26	2.18	2.11	2.05	2.00
58	4.01	3.16	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.05	2.00
59	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.26	2.17	2.10	2.04	2.00
60	4.00	3.15	2.76	2.53	2.37	2.25	2.17	2.10	2.04	1.99
61	4.00	3.15	2.76	2.52	2.37	2.25	2.16	2.09	2.04	1.99
62	4.00	3.15	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.99
63	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.25	2.16	2.09	2.03	1.98
64	3.99	3.14	2.75	2.52	2.36	2.24	2.16	2.09	2.03	1.98
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
66	3.99	3.14	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.03	1.98
67	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98
68	3.98	3.13	2.74	2.51	2.35	2.24	2.15	2.08	2.02	1.97
69	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.15	2.08	2.02	1.97
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.02	1.97
71	3.98	3.13	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97
72	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
73	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.23	2.14	2.07	2.01	1.96
74	3.97	3.12	2.73	2.50	2.34	2.22	2.14	2.07	2.01	1.96
75	3.97	3.12	2.73	2.49	2.34	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
76	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.01	1.96
77	3.97	3.12	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.96
78	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
79	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.22	2.13	2.06	2.00	1.95
80	3.96	3.11	2.72	2.49	2.33	2.21	2.13	2.06	2.00	1.95
81	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
82	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	2.00	1.95
83	3.96	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
84	3.95	3.11	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95
85	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
86	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.21	2.12	2.05	1.99	1.94
87	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
88	3.95	3.10	2.71	2.48	2.32	2.20	2.12	2.05	1.99	1.94
89	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
90	3.95	3.10	2.71	2.47	2.32	2.20	2.11	2.04	1.99	1.94
91	3.95	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
92	3.94	3.10	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.94
93	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
94	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
95	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.20	2.11	2.04	1.98	1.93
96	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
97	3.94	3.09	2.70	2.47	2.31	2.19	2.11	2.04	1.98	1.93
98	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
99	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.98	1.93
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.31	2.19	2.10	2.03	1.97	1.93



**LAMPIRAN 8**  
**TABEL DISTRIBUSI T**

TABEL DISTRIBUSI T 5%

DF	10%	5%	DF	10%	5%	DF	10%	5%	DF	10%	5%
1	6.314	12.706	51	1.675	2.008	101	1.660	1.984	151	1.655	1.976
2	2.920	4.303	52	1.675	2.007	102	1.660	1.983	152	1.655	1.976
3	2.353	3.182	53	1.674	2.006	103	1.660	1.983	153	1.655	1.976
4	2.132	2.776	54	1.674	2.005	104	1.660	1.983	154	1.655	1.975
5	2.015	2.571	55	1.673	2.004	105	1.659	1.983	155	1.655	1.975
6	1.943	2.447	56	1.673	2.003	106	1.659	1.983	156	1.655	1.975
7	1.895	2.365	57	1.672	2.002	107	1.659	1.982	157	1.655	1.975
8	1.860	2.306	58	1.672	2.002	108	1.659	1.982	158	1.655	1.975
9	1.833	2.262	59	1.671	2.001	109	1.659	1.982	159	1.654	1.975
10	1.812	2.228	60	1.671	2.000	110	1.659	1.982	160	1.654	1.975
11	1.796	2.201	61	1.670	2.000	111	1.659	1.982	161	1.654	1.975
12	1.782	2.179	62	1.670	1.999	112	1.659	1.981	162	1.654	1.975
13	1.771	2.160	63	1.669	1.998	113	1.658	1.981	163	1.654	1.975
14	1.761	2.145	64	1.669	1.998	114	1.658	1.981	164	1.654	1.975
15	1.753	2.131	65	1.669	1.997	115	1.658	1.981	165	1.654	1.974
16	1.746	2.120	66	1.668	1.997	116	1.658	1.981	166	1.654	1.974
17	1.740	2.110	67	1.668	1.996	117	1.658	1.980	167	1.654	1.974
18	1.734	2.101	68	1.668	1.995	118	1.658	1.980	168	1.654	1.974
19	1.729	2.093	69	1.667	1.995	119	1.658	1.980	169	1.654	1.974
20	1.725	2.086	70	1.667	1.994	120	1.658	1.980	170	1.654	1.974
21	1.721	2.080	71	1.667	1.994	121	1.658	1.980	171	1.654	1.974
22	1.717	2.074	72	1.666	1.993	122	1.657	1.980	172	1.654	1.974
23	1.714	2.069	73	1.666	1.993	123	1.657	1.979	173	1.654	1.974
24	1.711	2.064	74	1.666	1.993	124	1.657	1.979	174	1.654	1.974
25	1.708	2.060	75	1.665	1.992	125	1.657	1.979	175	1.654	1.974
26	1.706	2.056	76	1.665	1.992	126	1.657	1.979	176	1.654	1.974
27	1.703	2.052	77	1.665	1.991	127	1.657	1.979	177	1.654	1.973
28	1.701	2.048	78	1.665	1.991	128	1.657	1.979	178	1.653	1.973
29	1.699	2.045	79	1.664	1.990	129	1.657	1.979	179	1.653	1.973
30	1.697	2.042	80	1.664	1.990	130	1.657	1.978	180	1.653	1.973
31	1.696	2.040	81	1.664	1.990	131	1.657	1.978	181	1.653	1.973
32	1.694	2.037	82	1.664	1.989	132	1.656	1.978	182	1.653	1.973
33	1.692	2.035	83	1.663	1.989	133	1.656	1.978	183	1.653	1.973
34	1.691	2.032	84	1.663	1.989	134	1.656	1.978	184	1.653	1.973
35	1.690	2.030	85	1.663	1.988	135	1.656	1.978	185	1.653	1.973
36	1.688	2.028	86	1.663	1.988	136	1.656	1.978	186	1.653	1.973
37	1.687	2.026	87	1.663	1.988	137	1.656	1.977	187	1.653	1.973
38	1.686	2.024	88	1.662	1.987	138	1.656	1.977	188	1.653	1.973
39	1.685	2.023	89	1.662	1.987	139	1.656	1.977	189	1.653	1.973
40	1.684	2.021	90	1.662	1.987	140	1.656	1.977	190	1.653	1.973
41	1.683	2.020	91	1.662	1.986	141	1.656	1.977	191	1.653	1.972
42	1.682	2.018	92	1.662	1.986	142	1.656	1.977	192	1.653	1.972
43	1.681	2.017	93	1.661	1.986	143	1.656	1.977	193	1.653	1.972
44	1.680	2.015	94	1.661	1.986	144	1.656	1.977	194	1.653	1.972
45	1.679	2.014	95	1.661	1.985	145	1.655	1.976	195	1.653	1.972
46	1.679	2.013	96	1.661	1.985	146	1.655	1.976	196	1.653	1.972
47	1.678	2.012	97	1.661	1.985	147	1.655	1.976	197	1.653	1.972
48	1.677	2.011	98	1.661	1.984	148	1.655	1.976	198	1.653	1.972
49	1.677	2.010	99	1.660	1.984	149	1.655	1.976	199	1.653	1.972
50	1.676	2.009	100	1.660	1.984	150	1.655	1.976	200	1.653	1.972



**LAMPIRAN 9**

**TABEL DISTRIBUSI R**



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