

BAB V

KESIMPULAN, IMPLIKASI MANAJERIAL, DAN SARAN

Pada bab lima ini, penulis akan menyimpulkan hasil analisis yang telah dilakukan pada bab sebelumnya dan memberikan beberapa saran yang diharapkan bermanfaat untuk penelitian selanjutnya.

5.1 Kesimpulan

Menurut hasil dari uji beda, dapat disimpulkan bahwa variabel jenis kelamin, laki laki dan perempuan mempunyai perbedaan keputusan dimana mendominasi di variabel keputusan pembelian ; Kualitas dari anjing, Tempat kennel yang bersih, promosi diskon, tempat parkir, ukuran tubuh anjing.

Variabel usia, terdapat perbedaan juga dalam membuat keputusan pembelian, variable paling kuat adalah harga, dimana usia 21-30 tahun lebih memilih harga dalam membeli anjing di kennel D.I Yogyakarta, usia 41-50 cenderung memilih keputusan pembelian dengan faktor ketebalan /warna bulu, usia 20 tahun cenderung membeli anjing berdasarkan kepopuleran kennel.

Variabel pendapatan pribadi per bulan juga memiliki perbedaan keputusan pembelian, untuk pendapatan Rp. 6.001.000 - 7.000.000 lebih mengutamakan kualitas dari anjing, pendapatan Rp. 7.001.000 - 8.000.000 cenderung memutuskan untuk membeli anjing di kennel D.I Yogyakarta dengan faktor pelayanan dari breeder, penawaran diskon, jarak kennel, serta kennel juara di ajang dog show.

Variabel pendidikan terakhir, jenjang diploma memilih keputusan pembelian berdasarkan faktor; keberagaman jenis anjing, penawaran diskon promosi, prmosi klub, tempat parkir, iklan. Untuk jenjang s2/s3, memilih kualitas dari anjing, dan harga, dan s1 memilih kepopuleran dari kennel.

Berdasarkan pengujian hipotesis tentang analisis untuk faktor Frekuensi pembelian anjing tidak terdapat perbedaan keputusan pembelian konsumen, maka dari itu bisa di simpulkan bahwa baik konsumen yang sering berkunjung ke *kennel* maupun yang jarang, tidak terdapat perbedaan yang signifikan. Lalu Berdasarkan pengujian hipotesis tentang analisis untuk faktor pengeluaran perbulan untuk anjing di *kennel* D.I Yogyakarta dapat disimpulkan bahwa ditinjau dari segi pengeluaran perbulan untuk anjing terdapat perbedaan keputusan pembelian konsumen dengan faktor Pengeluaran perbulan untuk anjing. Dengan banyaknya pengeluaran uang perbulan untuk anjing maka semakin jarang juga konsumen

memutuskan untuk membeli anjing, dengan itu keputusan pembelian anjing juga terdapat di dalam faktor pengeluaran atau biaya untuk merawat anjing.

Ditinjau dari hasil analisis tentang variabel anteseden, menunjukkan hasil bahwa ada beberapa variabel anteseden faktor dari bauran pemasaran, yang ditinjau dari garis besar menunjukkan adanya signifikan, yaitu ditinjau dari faktor keberagaman jenis anjing ras, mempunyai pengaruh yang besar dalam keputusan pembelian, karena dengan beraneka ragam anjing, konsumen dapat bebas memilih anjing dengan lebih leluasa, lalu faktor selanjutnya adalah tempat *kennel* yang nyaman, konsumen memutuskan pembelian dengan faktor *kennel* yang nyaman, seperti ruang tunggu yang enak, kandang yang tertata rapih, ruangan bebas dari kotoran. Lalu ada faktor harga, tidak dipungkiri lagi harga adalah faktor penentu pembelian, harga yang mahal membuat konsumen enggan untuk membeli anjing, tetapi jika harga sesuai kualitas rata-rata penggemar anjing tidak masalah jika mengeluarkan kocek yang lumayan besar untuk membeli satu ekor anjing ras dengan kualitas super. Jarak *kennel* anjing dari rumah pun menjadi penentu konsumen, karena jika konsumen memiliki rumah yang jauh dari *kennel*, untuk membawa pulang anak anjing menjadi risiko yang tinggi, anak anjing yang baru dibeli bisa mengalami stres dalam perjalanan panjang dan pindah ketempat baru, maka dari itu jarak *kennel* menjadi penentu dalam membuat keputusan pembelian anjing di *kennel*. Dan ada penawaran promosi premium untuk anggota klub, salah satu yang orang inginkan jika masuk atau bergabung di sebuah klub adalah memiliki relasi serta keuntungannya, salah satunya adalah diskon dengan membeli anjing yang rasnya sama dengan klub yang di ikuti.

5.2 Implikasi Manajerial

Implikasi Manajerial dari pembahasan dan hasil analisis dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan terutama bagi para *breeder* yang berjualan anjing ras di *kennel* D.I Yogyakarta. Implikasi manajerial dalam penelitian ini adalah:

Bagi pihak pemasar atau *breeder* anjing ras di *kennel* D.I Yogyakarta, dari hasil penelitian dapat dilihat bahwa pada dasarnya konsumen memiliki niat beli pada kualitas anjing dan tidak terpatok dengan harga anjing, serta *breeder* dapat mencoba menjual berbagai jenis anjing dalam 1 *kennel*, karena konsumen menyukai *kennel* yang mempunyai beragam jenis anjing.

5.3 Keterbatasan Penelitian & Saran Bagi penelitian Selanjutnya

Saran bagi penelitian selanjutnya adalah:

1. Pertanyaan pada kuisisioner masih berupa pertanyaan yang umum tidak spesifik, sehingga dapat menyebabkan kemungkinan bias. Maka perlu dilakukan pengembangan instrument variabel-variabel yang ada dan lebih spesifik sehingga dapat mengurangi kemungkinan bias. Maka perlu dilakukan pengembangan instrument dan variable lainnya selain orientasi wawasan lingkungan, pengetahuan wawasan lingkungan, paradigma baru wawasan lingkungan.
2. Pemilihan responden dalam penelitian ini tidak membandingkan konsumen yang pernah membeli anjing sebelumnya dan yang belum pernah membeli anjing sebelumnya, sehingga mungkin akan terdapat perbedaan hasil penelitian apabila dilakukan dengan memilih responden yang benar-benar mengerti dan tau dalam membeli anjing di kennel D.I Yogyakarta
3. Penelitian ini tidak membagi bauran pemasaran menjadi 4P (*Price, Place, Promotion, Product*) , tetapi secara keseluruhan , maka riset yang akan datang sebaiknya dilakukan pembedaan berdasarkan variable.

DAFTAR PUSTAKA

- American Pet Product Manufacturers Association. (2005). *Pet industry leaders release*
- Armstrong, G., & Kotler, P. (2003). *Marketing* (6th ed.). Upper Saddle River, NJ: Pearson Prentice Hall. "Aesthetics from a design perspective", *Journal of Organizational Change Management*, pp. 346-358.
- Basu Swastha. 2008. *Menejemen Pemasaran Modern*. (edisi 2), Yogyakarta : Penerbit Liberty-Yogyakarta
- Bhatnagar, A. and Ghose, S. (2004), "Online information search termination patterns across product categories and consumer demographics", *Journal of Retailing*, Vol. 80 No. 3, pp. 221-8.
- Bettman, J.R. (1979), *An Information Processing Theory of Consumer Choice*, Addison Wesley, Reading, MA "The four levels loyalty and the pivotal role of trust: a study of online loyalty, trust, satisfaction, value, and service quality", *Journal of Retailing*, Vol. 80, No. 2, pp. 139-158.
- Chen et al., (2012). *Are Family Firms More Tax Aggressive Than Non-Family Firms* *Journal of Financial Economics*, 41-61.
- Cleaver M. (2004), "Interactive home shopping: consumer, retailer, and manufacturer incentives to participate in electronic marketplaces.", *Journal of Marketing*, pp. 38-53.
- Daneshavary, N., & Schwer, R. K. (2003). *The nature of demand for companion pet Health care*. *Journal of Applied Business Research*, 9(4), 24-33.
- Dharma, Agus, 1991, *Manajemen Prestasi*. Jakarta : Rajawali Press
- Djaali. 2008. *Psikologi Pendidikan*. CV Pandoman Ilmu Jaya: Jakarta.
- Euromonitor. (2007). *Pet food and pet care products in Thailand*. Retrieved June 15, 2007, from http://www.euromonitor.com/Pet_Food_And_Pet_Care_Products_in_Thailand.
- Engel, J., Kollatt, D. and Blackwell, P. (1993), *Consumer Behavior*, 8th ed., Dryden Press, New York, NY.

- Engel, James.F.Roger. D.Black Well And Paul.W.Miniard, 1995. “*Measuring The Effect Of Marketing Information On Buying Intentions*, *Journal Of Consumer Marketing*, Vol. 5, No. 3, pp. 5-14.
- Eriyanto (2007).*Teknik sampling*. Yogyakarta: LKiS Pelangi Aksara Yogyakarta.
- Etzel, M. J., Walker, W. J., & Stanton, W. J. (2006). *Marketing* (12th ed.). Boston: McGraw Hill. “*Service scape, trust, and purchase intentions*”,*Journal of Service Marketing*,Vol. 24, No. 3, pp. 230- 243.
- Fandy Tjiptono. (2006). Pemasaran Jasa, Bayumedia Pubhlishing, Malang edisi satu 41-54
- Hansen and Jansen , 2009 “*A descriptive model of online shopping process: some empirical results*”, *International Journal of Service Management*, Vol. 14, No. 5.
- Hantula Donald A. & Miligan Jacquelin (2006). *A Prompting Procedure for Increasing Salesin a Small Pet Store* Rules of thumb,Burlington: Focal Press.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. (2012), *Marketing Management*, 14thedition, New Jersey Prentice Hall.
- Hawkins, D. I., Best, R. J., & Coney, K. A. (2001). *Consumer behavior: Building Marketing strategy* (8th ed.). Boston: McGraw-Hill.
- Hawkins, Best, Coney. 2007. *Consumer Behavior : Building Marketing Strategy*, “*Determinants of online channel use and overall satisfaction with a relational, multichannel service provider*”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 31, No. 4, pp. 448-458.
- John M. Echols dan Hassan Shadily. 1983. *Kamus Inggris Indonesia An EnglishIndonesia Dictionary*. Jakarta : PT. Gramedia
- Kotler, P., & Keller, K. (2006). *Marketing management* (12th ed.). Upper Saddle
- Kotler, Bowen & James Makens. 2003. “*Effects of e-servicescape on consumers' flow experiences*”,*Journal of Hospitality and Tourism Technology*, Vol. 3, No. 1, pp. 205-206.
- River, NJ:Pearson Prentice Hall. “*Servicescapes: the impact of physical surroundings on customers and employees*”,*Journal of Marketing*, Vol. 56, No. 2, pp. 57- 71.

- Laroche, M., Yang, Z., McDougall, G.H.G. and Bergeron, J. (2005), "*Internet versus Bricks and mortar retailers: an investigation into intangibility and its consequences*", *Journal of Retailing*, Vol. 81 No. 4, pp. 251-67.
- Lee, K.S. and Tan, S.J.T. (2003), "E-retailing versus physical retailing: a theoretical model and empirical test of consumer choice", *Journal of Business Research*, Vol. 56 No. 11, pp. 877-85.
- Lee, M.K.O. and Turban, E. (2001), "*A trust model for consumer internet shopping*", *International Journal of Electronic Commerce*, Vol. 6 No. 1, pp. 75-91.
- Lin Zhangxi., & Xu Bo (2010) *Factors affecting consumer behaviors in online buy-it- now auctions* "The impact of initial consumer trust on intentions to transact with a web site: a trust building model", *Journal of Strategic Information System*, Vol. 11, pp. 297-323.
- Limbu, Y.B., Wolf, M., dan Lunsford, D. (2012), "*Perceived ethics of online retailers and consumer behavioral intentions: The mediating roles of trust and attitude*", *Journal of Research in interactive Marketing*.
- Loudon, D.L, dan Della Bitta, A.J, 1993, *Consumer Behavior: Concepts and Application*, Singapore: Mc.Grow-Hill, Inc.
- Marsh, F. (1998). Accessories for pets: A growing market. *International trade forum*. "Aesthetics from a design perspective", *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 20, No. 3 pp. 346-358.1, 18-24.
- McMellon, J. W., Charles, A., & Gladys, T. B. (2004). Dogs and cats rule: A new insight into segmentation. *Journal of targeting: Measurement and analysis for marketing*, 13(1), 70-77
- Monster, R. W., & Pettit, R. C. (2002). *Marketing research in the internet age*. *International Journal of Service Industry Management Information System: Organization and technology in Networked Enterprise, Sixth Edition*, New Jersey: PrenticeHall International, Inc. Vol. 14, No. 5, pp. 483-500.

Peter, P. J., & Olson, J. C. (1999). *Consumer behavior and marketing mix strategy* (5th ed.). Singapore: McGraw-Hill.

Prasetyo bambang, Metode penelitian kuantitatif ;Teori dan aplikasi

Samuelson, Paul A dan Nordhaus, William D,2004, *Consumer trust, perceived security and privacy policy: Three basic elements of loyalty to a web site*, *Industrial Management & Data Systems*, pp. 601-620.

Schiffman, L.G., Sherman, E. dan Long, M.M. (2003), "*Toward a better understanding of the interplay of personal values and the internet*", *Psychology & Marketing*, Vol. 20, No. 2, pp. 169-186.

Sekaran, Uma. (2011). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Edisi VI. Jakarta: Salemba Empat
Sugiyono., (2007), *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*, Penerbit CV. Alfabeta, Bandung.

Sugiyono. (2008). Analisis Pengaruh Harga Dan Kualitas Produk Terhadap Loyalitas Pelanggan. *Jurnal Pengembangan Humaniora*. (8)2. 74-78


Sugiyono. (2011). Pengaruh Kualitas Produk dan Harga Terhadap Loyalitas melalui Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomi Bisnis*, 16, 76-84

Sumadevi D.r., & Kanimozhi R.S *Customers' Purchase Behaviour Towards Pet Retailing Business in Coimbatore District. Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 22, No. 3, pp. 450-472.

Sumarni, Murti dan John Soeprihanto. 2010. *Pengantar Bisnis (Dasar-dasar Ekonomi Perusahaan)*. Edisi ke 5. Yogyakarta: Liberty Yogyakarta

Vanska. Anamari (2014). New kids on the mall: *babyfied dogs as fashionable co consumers*. *Journal of Organizational Change Management*, Vol. 20, No. 3 pp. 346-358.

Zeithaml, V.A. (1981), "*How consumer evaluation processes differ between goods and services*", in Donnelly, J. and George, W. (Eds), *The Marketing of Services*, American Marketing Association, Chicago, IL, pp. 186-90.



LAMPIRAN 1:
KUISIONER PENELITIAN



Kuisisioner

STUDI EKSPLORASI PERILAKU KONSUMEN DALAM MEMBUAT KEPUTUSAN PEMBELIAN ANJING RAS DI KENNEL DIY”

Terimakasih atas kesediaan anda menjadi salah satu responden untuk mengisi kuisisioner ini. Kuisisioner ini merupakan instrumen penelitian dalam rangka penulisan skripsi program sarjana yang dilakukan oleh:

Nama : Heni Susanti
Fakultas : Ekonomi
Prodi : Manajemen
Universitas : Atma Jaya Yogyakarta

Informasi yang anda berikan hanya untuk kepentingan akademis dan akan dijaga kerahasiaannya. Atas bantuan dan kerjasama anda saya ucapkan terimakasih.

SCREENING

Apakah anda pernah membeli anjing di kennel D.I Yogyakarta?

Pernah

Di kennel mana anda melakukan pembelian, sebutkan

Tidak pernah

Jika pernah, dilanjutkan: jika tidak pernah, anda tidak perlu melanjutkan pengisian kuisisioner, terimakasih.

Informasi Pribadi:

Harap tandai (√) di depan jawaban yang berlaku untuk Anda
(satu jawaban untuk satu pertanyaan)

1. Umur

- 20 tahun
- 21-30 tahun
- 31-40 tahun
- 51-60 tahun
- 41-50 tahun
- > 60 tahun

2. Jenis Kelamin

- Laki-Laki
- Perempuan

3. Status

- Belum Menikah
- Sudah Menikah

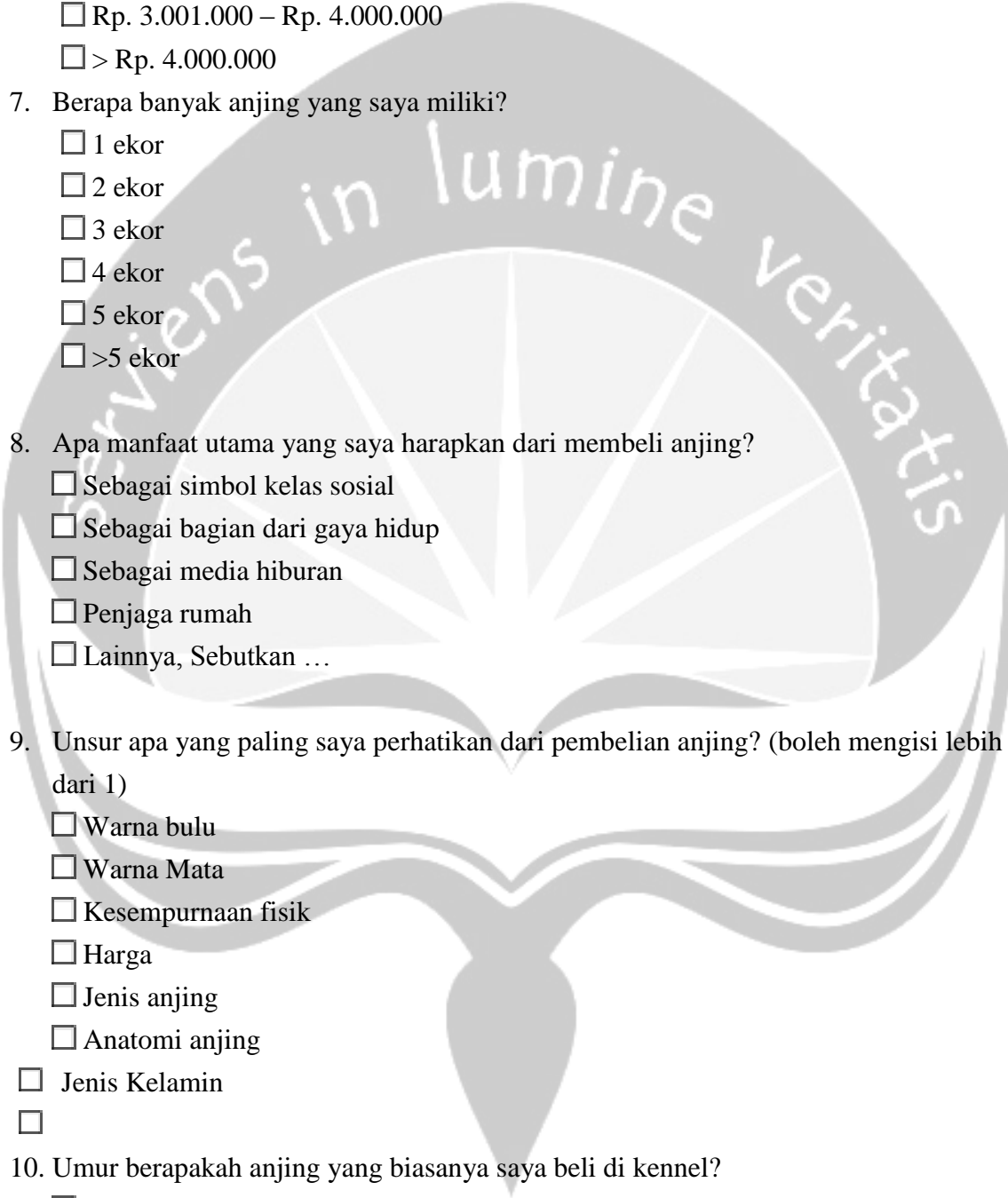
4. Pendidikan terakhir

- SD
- SMP
- SMA
- Diploma
- S1
- S2/S3
- Lainnya, sebutkan

5. Pendapatan rata- rata perbulan

- < Rp. 5.000.000
- Rp. 5.000.000-6.000.000
- Rp. 6.001.000 - 7.000.000
- Rp. 7.001.000 - 8.000.000
- > Rp. 8.000.000



- 
6. Pengeluaran perbulan untuk keperluan anjing peliharaan
- Rp. < 1.000.000
 - Rp. 1.001.000-Rp. 2.000.000
 - Rp. 2.001.000 – Rp. 3.000.000
 - Rp. 3.001.000 – Rp. 4.000.000
 - > Rp. 4.000.000
7. Berapa banyak anjing yang saya miliki?
- 1 ekor
 - 2 ekor
 - 3 ekor
 - 4 ekor
 - 5 ekor
 - >5 ekor
8. Apa manfaat utama yang saya harapkan dari membeli anjing?
- Sebagai simbol kelas sosial
 - Sebagai bagian dari gaya hidup
 - Sebagai media hiburan
 - Penjaga rumah
 - Lainnya, Sebutkan ...
9. Unsur apa yang paling saya perhatikan dari pembelian anjing? (boleh mengisi lebih dari 1)
- Warna bulu
 - Warna Mata
 - Kesempurnaan fisik
 - Harga
 - Jenis anjing
 - Anatomi anjing
 - Jenis Kelamin
 -
10. Umur berapakah anjing yang biasanya saya beli di kennel?
- Baby (1bulan – 3 bulan)
 - Puppy A (4 bulan- 6 bulan)
 - Puppy B (7 bulan – 9 bulan)
 - Junior (10 bulan- 12 bulan)
 - Adult > 13 bulan

Behavior Information

Instruksi: Harap tandai (√) di depan jawaban yang berlaku untuk Anda

11. Jenis anjing apa yang sering saya beli/ cari di kennel D.I Yogyakarta?

- Siberian Husky
- Alaskan Malamute
- Golden Retriever
- Chow- Chow
- Doberman
- Shih Tzu
- German Spitz (Pomeranian)
- Lainnya, Sebutkan ...

12. Alasan saya memilih anjing tersebut untuk dicari/dibeli adalah? (boleh mengisi lebih dari satu)

- Harganya terjangkau
- Mudah diperoleh
- Jenisnya terkenal
- Fisiknya semua sempurna
- Perawatannya mudah
- Banyak yang suka anjing jenis ini
- Lainnya, Sebutkan ...

13. Tujuan saya membeli anjing adalah untuk? (boleh mengisi lebih dari satu)

- Peliharaan
- Reseller (dijual lagi)
- Untuk lomba (dogshow, agility, dll)
- konsumsi
- Lainnya, Sebutkan ...

14. Berapa banyak anjing yang biasanya saya beli di kennel DI Yogyakarta dalam setiap pembelian?

- 1 ekor
- 2-3 ekor
- 3-4 ekor
- > 5 ekor

15. Kriteria saya dalam memilih kennel anjing di D.I Yogyakarta? (boleh mengisi lebih dari satu)

- Kennel terdekat jarak dari rumah
- Harga murah
- Pelayanan dari breeder
- Kualitas anjing
- Kebersihan kennel anjing
- Mempunyai reputasi yang bagus
- Lainnya, sebutkan ...

16. Seberapa sering saya membeli anjing di kennel D.I Yogyakarta

- < 1 minggu
- 1 minggu sekali
- 2 bulan sekali
- 1 bulan sekali
- 3 bulan sekali
- > 6 bulan

17. Darimana saya mengetahui tentang kennel anjing di D.I Yogyakarta? (boleh mengisi lebih dari satu)

- Televisi
- Radio
- Majalah
- Koran
- Internet
- Sosial Media
- Lainnya, sebutkan ...

18. Faktor yang membuat saya tidak membeli anjing di kennel D.I Yogyakarta? (boleh mengisi lebih dari satu)

- Kualitas buruk
- Tempat membeli anjing/ kennel tidak nyaman
- Anjing yang gampang sakit
- Harga mahal
- Kualitas tidak sesuai harga
- Tidak ada yang cocok
- Lainnya, Sebutkan ...

19. Berapa banyak dana yang saya dialokasikan untuk membeli 1 ekor anjing?

- < Rp. 2.000.000
- Rp. 2.001.000,- sampai 3.000.000,-
- Rp. 3.001.000,- sampai 4.000.000,-
- Rp. 4.001.000,- sampai 5.000.000,-
- Rp. 5.001.000,- sampai 6.000.000,-
- > Rp. 6.001.000,-



Keputusan Pembelian

Mohon beri nilai pendapat Anda mengapa Anda memutuskan untuk membeli anjing di kennel D.I Yogyakarta dengan mencentang (√) dalam kotak yang Anda anggap pantas.

KETERANGAN:

1 = Sangat Tidak Setuju

4 = Setuju

2 = Tidak Setuju

5 = Sangat Setuju

3 = Netral

Alasan mengapa saya memutuskan untuk membeli anjing di kennel D.I Yogyakarta	Level (Scala)				
	STS	TS	N	S	SS
20. Keberagaman jenis anjing trah					
21. Kualitas dari anjing					
22. Pelayanan dari breeder					
23. Tempat kennel yang nyaman					
24. Tempat kennel yang bersih					
25. Harga					
26. Penawaran promosi - diskon					
27. Iklan					
28. Tempat parkir					
29. Jarak kennel anjing					
30. Penawaran promosi – premium (anggota komunitas/ klub)					
31. Warna bulu/ ketebalan bulu					

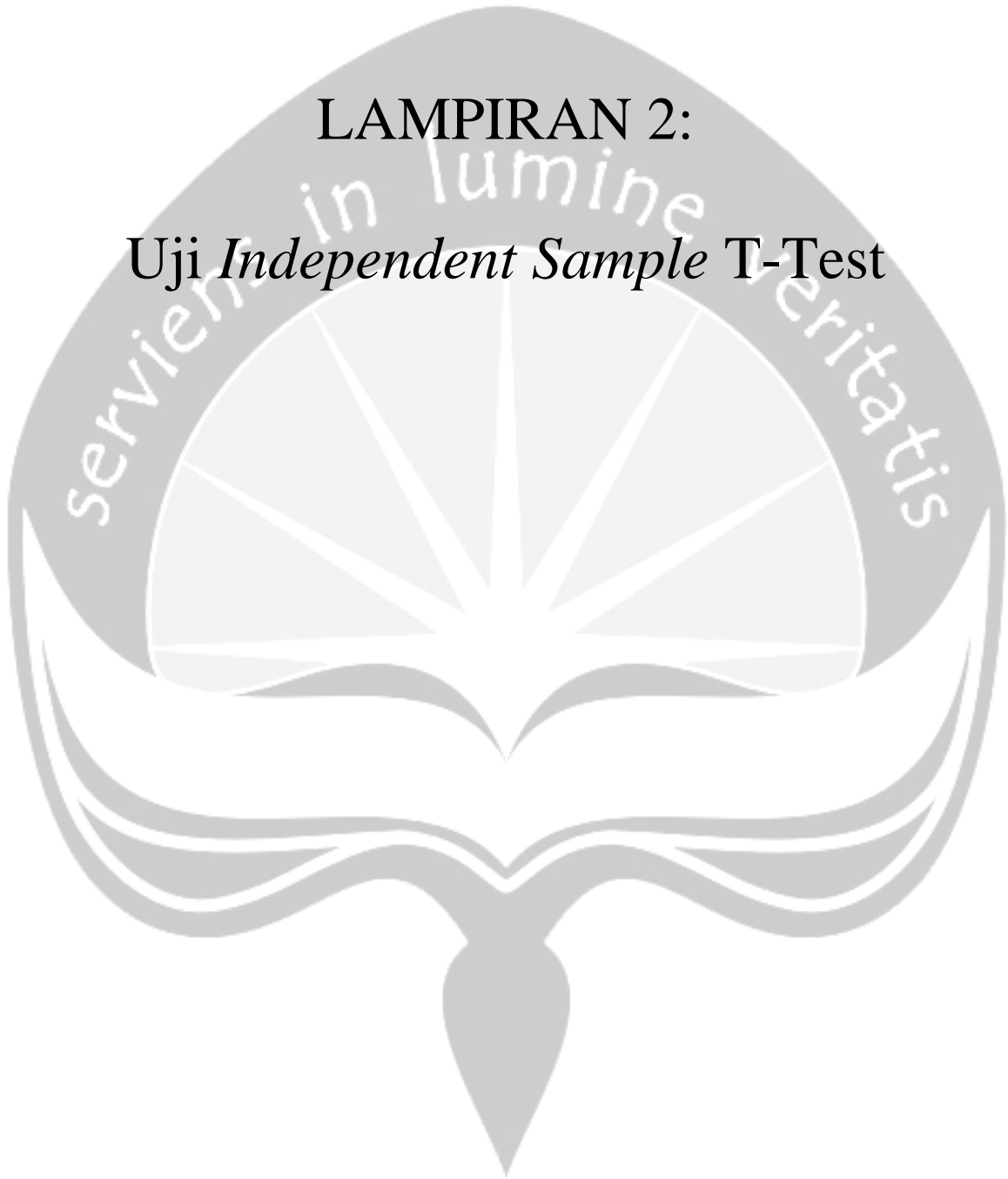
	STS	SS	N	TS	SS
32. Ukuran tubuh anjing (besar-kecil)					
33. Anatomi anjing					
34. Kepopuleran kennel					
35. Kennel juara di ajang Dog Show					



TERIMAKASIH ATAS BANTUAN DAN KERJASAMA ANDA

LAMPIRAN 2:

Uji Independent Sample T-Test



Group Statistics					
	jenis kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
keberagaman jenis anjing	laki-laki	70	3.96	.842	.101
	perempuan	36	3.67	1.014	.169
Kualitas dari anjing	laki-laki	70	4.51	.583	.070
	perempuan	36	4.14	.798	.133
pelayanan breedeer	laki-laki	70	4.33	.557	.067
	perempuan	36	4.06	.924	.154
kennel nyaman	laki-laki	70	4.29	.593	.071
	perempuan	36	4.11	.919	.153
kennel bersih	laki-laki	70	4.36	.703	.084
	perempuan	36	3.92	.937	.156
harga	laki-laki	70	4.17	.659	.079
	perempuan	36	3.92	.906	.151
penawaran diskon promosi	laki-laki	70	4.04	.859	.103
	perempuan	36	3.44	1.229	.205
iklan	laki-laki	70	4.07	.748	.089
	perempuan	36	3.36	.931	.155
tempat parkir	laki-laki	70	3.49	.794	.095
	perempuan	36	2.94	.924	.154
jarak kennel	laki-laki	70	3.73	1.034	.124
	perempuan	36	3.56	.773	.129
promosi anggota klub	laki-laki	70	3.93	.873	.104
	perempuan	36	3.56	.969	.162
warna/ketebalan bulu	laki-laki	70	4.01	.670	.080
	perempuan	36	4.06	.715	.119
ukuran anjing	laki-laki	70	4.41	.648	.077
	perempuan	36	4.03	.878	.146
anatomi anjing	laki-laki	70	4.36	.566	.068
	perempuan	36	4.17	.845	.141
kepopuleran kennel	laki-laki	70	4.17	.798	.095
	perempuan	36	3.92	.967	.161
kennel juara di dog show	laki-laki	70	3.80	.987	.118
	perempuan	36	3.75	.770	.128

INDEPENDENT SAMPLE T-Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
keberagaman jenis anjing	Equal variances assumed	5.082	.026	1.568	104	.120	.290	.185	-.077	.658
	Equal variances not assumed			1.477	60.341	.145	.290	.197	-.103	.684
Kualitas dari anjing	Equal variances assumed	4.470	.037	2.758	104	.007	.375	.136	.106	.645
	Equal variances not assumed			2.499	54.772	.015	.375	.150	.074	.676
pelayanan breedeer	Equal variances assumed	4.840	.030	1.895	104	.061	.273	.144	-.013	.559
	Equal variances not assumed			1.627	48.466	.110	.273	.168	-.064	.610
kennel nyaman	Equal variances assumed	4.407	.038	1.183	104	.239	.175	.148	-.118	.467
	Equal variances not assumed			1.035	50.438	.306	.175	.169	-.164	.514
kennel bersih	Equal variances assumed	1.400	.239	2.720	104	.008	.440	.162	.119	.762
	Equal variances not assumed			2.483	55.793	.016	.440	.177	.085	.796
harga	Equal variances assumed	8.225	.005	1.654	104	.101	.255	.154	-.051	.560
	Equal variances not assumed			1.496	54.559	.141	.255	.170	-.087	.596
penawaran diskon promosi	Equal variances assumed	9.760	.002	2.921	104	.004	.598	.205	.192	1.005
	Equal variances not assumed			2.611	53.073	.012	.598	.229	.139	1.058
iklan	Equal variances assumed	3.616	.060	4.254	104	.000	.710	.167	.379	1.041

	Equal variances not assumed			3.968	58.854	.000	.710	.179	.352	1.069
tempat parkir	Equal variances assumed	.001	.977	3.142	104	.002	.541	.172	.200	.883
	Equal variances not assumed			2.992	62.074	.004	.541	.181	.180	.903
jarak kennel	Equal variances assumed	2.198	.141	.884	104	.379	.173	.196	-.215	.561
	Equal variances not assumed			.969	90.345	.335	.173	.179	-.182	.528
promosi anggota klub	Equal variances assumed	1.753	.188	2.006	104	.048	.373	.186	.004	.742
	Equal variances not assumed			1.939	64.617	.057	.373	.192	-.011	.757
warna/ketebalan bulu	Equal variances assumed	.043	.835	-.294	104	.770	-.041	.141	-.320	.238
	Equal variances not assumed			-.287	66.852	.775	-.041	.144	-.328	.245
ukuran anjing	Equal variances assumed	.009	.924	2.569	104	.012	.387	.150	.088	.685
	Equal variances not assumed			2.335	55.175	.023	.387	.166	.055	.718
anatomi anjing	Equal variances assumed	1.222	.272	1.380	104	.170	.190	.138	-.083	.464
	Equal variances not assumed			1.219	51.590	.228	.190	.156	-.123	.504
kepopuleran kennel	Equal variances assumed	.939	.335	1.447	104	.151	.255	.176	-.094	.604
	Equal variances not assumed			1.360	60.058	.179	.255	.187	-.120	.629
kennel juara di dog show	Equal variances assumed	2.734	.101	.265	104	.791	.050	.189	-.324	.424
	Equal variances not assumed			.287	87.457	.775	.050	.174	-.296	.396

LAMPIRAN 3:

Uji One Way Anova



Oneway ANOVA

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Min	Max
						Lower Bound	Upper Bound		
keberagaman jenis anjing	20 tahun	10	4.40	.966	.306	3.71	5.09	3	5
	21-30 tahun	79	3.84	.854	.096	3.64	4.03	1	5
	31-40 tahun	12	3.50	1.243	.359	2.71	4.29	1	5
	41-50 tahun	5	4.00	.000	.000	4.00	4.00	4	4
	Total	106	3.86	.910	.088	3.68	4.03	1	5
Kualitas dari anjing	20 tahun	10	4.20	.789	.249	3.64	4.76	3	5
	21-30 tahun	79	4.37	.701	.079	4.21	4.52	3	5
	31-40 tahun	12	4.42	.515	.149	4.09	4.74	4	5
	41-50 tahun	5	5.00	.000	.000	5.00	5.00	5	5
	Total	106	4.39	.684	.066	4.26	4.52	3	5
pelayanan breedeer	20 tahun	10	4.50	.527	.167	4.12	4.88	4	5
	21-30 tahun	79	4.20	.774	.087	4.03	4.38	2	5
	31-40 tahun	12	4.33	.492	.142	4.02	4.65	4	5
	41-50 tahun	5	4.00	.000	.000	4.00	4.00	4	4
	Total	106	4.24	.711	.069	4.10	4.37	2	5
kennel nyaman	20 tahun	10	4.50	.527	.167	4.12	4.88	4	5
	21-30 tahun	79	4.23	.767	.086	4.06	4.40	2	5
	31-40 tahun	12	3.92	.515	.149	3.59	4.24	3	5
	41-50 tahun	5	4.40	.548	.245	3.72	5.08	4	5
	Total	106	4.23	.721	.070	4.09	4.37	2	5
kennel bersih	20 tahun	10	4.20	.789	.249	3.64	4.76	3	5
	21-30 tahun	79	4.20	.853	.096	4.01	4.39	2	5
	31-40 tahun	12	3.92	.515	.149	3.59	4.24	3	5
	41-50 tahun	5	5.00	.000	.000	5.00	5.00	5	5
	Total	106	4.21	.813	.079	4.05	4.36	2	5
harga	20 tahun	10	3.40	.516	.163	3.03	3.77	3	4
	21-30 tahun	79	4.19	.769	.087	4.02	4.36	2	5
	31-40 tahun	12	4.00	.739	.213	3.53	4.47	3	5
	41-50 tahun	5	4.00	.000	.000	4.00	4.00	4	4
	Total	106	4.08	.757	.074	3.94	4.23	2	5

penawaran	20 tahun	10	3.80	1.033	.327	3.06	4.54	3	5
diskon	21-30 tahun	79	3.91	1.076	.121	3.67	4.15	1	5
promosi	31-40 tahun	12	3.50	.905	.261	2.93	4.07	1	4
	41-50 tahun	5	3.60	.548	.245	2.92	4.28	3	4
	Total	106	3.84	1.034	.100	3.64	4.04	1	5
iklan	20 tahun	10	4.00	1.054	.333	3.25	4.75	3	5
	21-30 tahun	79	3.82	.917	.103	3.62	4.03	1	5
	31-40 tahun	12	3.83	.577	.167	3.47	4.20	3	5
	41-50 tahun	5	3.60	.548	.245	2.92	4.28	3	4
	Total	106	3.83	.878	.085	3.66	4.00	1	5
tempat parkir	20 tahun	10	3.20	.422	.133	2.90	3.50	3	4
	21-30 tahun	79	3.25	.954	.107	3.04	3.47	2	5
	31-40 tahun	12	3.83	.577	.167	3.47	4.20	3	5
	41-50 tahun	5	3.00	.000	.000	3.00	3.00	3	3
	Total	106	3.30	.875	.085	3.13	3.47	2	5
jarak kennel	20 tahun	10	3.80	.789	.249	3.24	4.36	3	5
	21-30 tahun	79	3.67	1.034	.116	3.44	3.90	1	5
	31-40 tahun	12	3.42	.669	.193	2.99	3.84	3	5
	41-50 tahun	5	4.00	.000	.000	4.00	4.00	4	4
	Total	106	3.67	.953	.093	3.49	3.85	1	5
promosi anggota klub	20 tahun	10	3.40	.843	.267	2.80	4.00	3	5
	21-30 tahun	79	3.86	.984	.111	3.64	4.08	2	5
	31-40 tahun	12	3.83	.577	.167	3.47	4.20	3	5
	41-50 tahun	5	3.60	.548	.245	2.92	4.28	3	4
	Total	106	3.80	.920	.089	3.62	3.98	2	5
warna/kete balan bulu	20 tahun	10	4.50	.707	.224	3.99	5.01	3	5
	21-30 tahun	79	3.95	.677	.076	3.80	4.10	2	5
	31-40 tahun	12	3.92	.515	.149	3.59	4.24	3	5
	41-50 tahun	5	4.60	.548	.245	3.92	5.28	4	5
	Total	106	4.03	.683	.066	3.90	4.16	2	5
ukuran anjing	20 tahun	10	4.60	.699	.221	4.10	5.10	3	5
	21-30 tahun	79	4.19	.786	.088	4.01	4.37	2	5
	31-40 tahun	12	4.50	.522	.151	4.17	4.83	4	5
	41-50 tahun	5	4.60	.548	.245	3.92	5.28	4	5
	Total	106	4.28	.753	.073	4.14	4.43	2	5
anatomi anjing	20 tahun	10	4.60	.699	.221	4.10	5.10	3	5
	21-30 tahun	79	4.20	.686	.077	4.05	4.36	2	5
	31-40 tahun	12	4.50	.522	.151	4.17	4.83	4	5
	41-50 tahun	5	4.60	.548	.245	3.92	5.28	4	5
	Total	106	4.29	.676	.066	4.16	4.42	2	5

kepopulera	20 tahun	10	4.90	.316	.100	4.67	5.13	4	5
n kennel	21-30 tahun	79	3.97	.905	.102	3.77	4.18	2	5
	31-40 tahun	12	3.92	.515	.149	3.59	4.24	3	5
	41-50 tahun	5	4.60	.548	.245	3.92	5.28	4	5
	Total	106	4.08	.863	.084	3.92	4.25	2	5
kennel	20 tahun	10	4.00	.816	.258	3.42	4.58	3	5
juara di dog	21-30 tahun	79	3.76	.977	.110	3.54	3.98	1	5
show	31-40 tahun	12	3.58	.669	.193	3.16	4.01	3	5
	41-50 tahun	5	4.20	.447	.200	3.64	4.76	4	5
	Total	106	3.78	.916	.089	3.61	3.96	1	5

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
keberagaman jenis anjing	3.576	3	102	.017
Kualitas dari anjing	7.417	3	102	.000
pelayanan breedeer	3.604	3	102	.016
kennel nyaman	1.834	3	102	.146
kennel bersih	6.111	3	102	.001
harga	4.130	3	102	.008
penawaran diskon promosi	1.889	3	102	.136
iklan	2.754	3	102	.046
tempat parkir	8.039	3	102	.000
jarak kennel	4.453	3	102	.006
promosi anggota klub	2.633	3	102	.054
warna/ketebalan bulu	.746	3	102	.527
ukuran anjing	.378	3	102	.769
anatomi anjing	.062	3	102	.980
kepopuleran kennel	6.538	3	102	.000
kennel juara di dog show	1.752	3	102	.161

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keberagaman jenis anjing	Between Groups	4.617	3	1.539	1.908	.133
	Within Groups	82.261	102	.806		
	Total	86.877	105			
Kualitas dari anjing	Between Groups	2.270	3	.757	1.647	.183
	Within Groups	46.871	102	.460		
	Total	49.142	105			
pelayanan breedeer	Between Groups	1.178	3	.393	.771	.513
	Within Groups	51.926	102	.509		
	Total	53.104	105			
kennel nyaman	Between Groups	2.051	3	.684	1.328	.270
	Within Groups	52.515	102	.515		
	Total	54.566	105			
kennel bersih	Between Groups	4.158	3	1.386	2.166	.097
	Within Groups	65.276	102	.640		
	Total	69.434	105			
harga	Between Groups	5.684	3	1.895	3.543	.017
	Within Groups	54.552	102	.535		
	Total	60.236	105			
penawaran diskon promosi	Between Groups	2.094	3	.698	.646	.587
	Within Groups	110.180	102	1.080		
	Total	112.274	105			
iklan	Between Groups	.558	3	.186	.236	.871
	Within Groups	80.386	102	.788		
	Total	80.943	105			
tempat parkir	Between Groups	4.136	3	1.379	1.845	.144
	Within Groups	76.203	102	.747		
	Total	80.340	105			

jarak kennel	Between Groups	1.484	3	.495	.537	.658
	Within Groups	93.960	102	.921		
	Total	95.443	105			
promosi anggota klub	Between Groups	2.105	3	.702	.825	.483
	Within Groups	86.735	102	.850		
	Total	88.840	105			
warna/ketebalan bulu	Between Groups	4.501	3	1.500	3.446	.019
	Within Groups	44.414	102	.435		
	Total	48.915	105			
ukuran anjing	Between Groups	2.758	3	.919	1.652	.182
	Within Groups	56.752	102	.556		
	Total	59.509	105			
anatomi anjing	Between Groups	2.574	3	.858	1.930	.129
	Within Groups	45.359	102	.445		
	Total	47.934	105			
kepopuleran kennel	Between Groups	9.270	3	3.090	4.570	.005
	Within Groups	68.966	102	.676		
	Total	78.236	105			
kennel juara di dog show	Between Groups	1.862	3	.621	.735	.533
	Within Groups	86.147	102	.845		
	Total	88.009	105			

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
						keberagaman jenis anjing	< Rp. 5.000.000 Rp. 6.001.000-7.000.000 Rp. 7.001.000-8.000.000 Total		
Kualitas dari anjing	< Rp. 5.000.000 Rp. 6.001.000-7.000.000 Rp. 7.001.000-8.000.000 Total	67 21 18 106	4.24 4.67 4.61 4.39	.720 .577 .502 .684	.088 .126 .118 .066	4.06 4.40 4.36 4.26	4.41 4.93 4.86 4.52	3 3 4 3	5 5 5 5
pelayanan breedeer	< Rp. 5.000.000 Rp. 6.001.000-7.000.000 Rp. 7.001.000-8.000.000 Total	67 21 18 106	4.07 4.38 4.67 4.24	.724 .669 .485 .711	.088 .146 .114 .069	3.90 4.08 4.43 4.10	4.25 4.69 4.91 4.37	2 3 4 2	5 5 5 5
kennel nyaman	< Rp. 5.000.000 Rp. 6.001.000-7.000.000 Rp. 7.001.000-8.000.000 Total	67 21 18 106	4.24 4.33 4.06 4.23	.720 .658 .802 .721	.088 .144 .189 .070	4.06 4.03 3.66 4.09	4.41 4.63 4.45 4.37	2 3 3 2	5 5 5 5
kennel bersih	< Rp. 5.000.000 Rp. 6.001.000-7.000.000 Rp. 7.001.000-8.000.000 Total	67 21 18 106	4.12 4.52 4.17 4.21	.789 .814 .857 .813	.096 .178 .202 .079	3.93 4.15 3.74 4.05	4.31 4.89 4.59 4.36	2 3 3 2	5 5 5 5
harga	< Rp. 5.000.000 Rp. 6.001.000-7.000.000 Rp. 7.001.000-8.000.000 Total	67 21 18 106	4.06 4.19 4.06 4.08	.814 .680 .639 .757	.099 .148 .151 .074	3.86 3.88 3.74 3.94	4.26 4.50 4.37 4.23	2 3 3 2	5 5 5 5
penawaran diskon promosi	< Rp. 5.000.000 Rp. 6.001.000-7.000.000 Rp. 7.001.000-8.000.000 Total	67 21 18 106	3.66 3.95 4.39 3.84	.962 1.024 1.145 1.034	.118 .223 .270 .100	3.42 3.49 3.82 3.64	3.89 4.42 4.96 4.04	2 1 1 1	5 5 5 5
iklan	< Rp. 5.000.000 Rp. 6.001.000-7.000.000 Rp. 7.001.000-8.000.000 Total	67 21 18 106	3.82 4.10 3.56 3.83	.903 .944 .616 .878	.110 .206 .145 .085	3.60 3.67 3.25 3.66	4.04 4.52 3.86 4.00	2 1 3 1	5 5 5 5
tempat parkir	< Rp. 5.000.000 Rp. 6.001.000-7.000.000 Rp. 7.001.000-8.000.000 Total	67 21 18 106	3.25 3.48 3.28 3.30	.823 1.078 .826 .875	.101 .235 .195 .085	3.05 2.99 2.87 3.13	3.45 3.97 3.69 3.47	2 2 2 2	5 5 5 5

jarak kennel	< Rp. 5.000.000	67	3.67	.805	.098	3.48	3.87	2	5
	Rp. 6.001.000-7.000.000	21	3.24	1.338	.292	2.63	3.85	1	5
	Rp. 7.001.000-8.000.000	18	4.17	.707	.167	3.82	4.52	3	5
	Total	106	3.67	.953	.093	3.49	3.85	1	5
promosi anggota klub	< Rp. 5.000.000	67	3.73	.880	.108	3.52	3.95	2	5
	Rp. 6.001.000-7.000.000	21	3.95	1.161	.253	3.42	4.48	2	5
	Rp. 7.001.000-8.000.000	18	3.89	.758	.179	3.51	4.27	3	5
	Total	106	3.80	.920	.089	3.62	3.98	2	5
warna/ketebalan bulu	< Rp. 5.000.000	67	4.06	.600	.073	3.91	4.21	3	5
	Rp. 6.001.000-7.000.000	21	4.00	.894	.195	3.59	4.41	2	5
	Rp. 7.001.000-8.000.000	18	3.94	.725	.171	3.58	4.31	3	5
	Total	106	4.03	.683	.066	3.90	4.16	2	5
ukuran anjing	< Rp. 5.000.000	67	4.15	.839	.103	3.94	4.35	2	5
	Rp. 6.001.000-7.000.000	21	4.52	.512	.112	4.29	4.76	4	5
	Rp. 7.001.000-8.000.000	18	4.50	.514	.121	4.24	4.76	4	5
	Total	106	4.28	.753	.073	4.14	4.43	2	5
anatomi anjing	< Rp. 5.000.000	67	4.19	.743	.091	4.01	4.38	2	5
	Rp. 6.001.000-7.000.000	21	4.57	.507	.111	4.34	4.80	4	5
	Rp. 7.001.000-8.000.000	18	4.33	.485	.114	4.09	4.57	4	5
	Total	106	4.29	.676	.066	4.16	4.42	2	5
kepopuleran kennel	< Rp. 5.000.000	67	3.94	.903	.110	3.72	4.16	2	5
	Rp. 6.001.000-7.000.000	21	4.29	.784	.171	3.93	4.64	3	5
	Rp. 7.001.000-8.000.000	18	4.39	.698	.164	4.04	4.74	3	5
	Total	106	4.08	.863	.084	3.92	4.25	2	5
kennel juara di dog show	< Rp. 5.000.000	67	3.73	.790	.096	3.54	3.92	2	5
	Rp. 6.001.000-7.000.000	21	3.48	1.250	.273	2.91	4.05	1	5
	Rp. 7.001.000-8.000.000	18	4.33	.686	.162	3.99	4.67	3	5
	Total	106	3.78	.916	.089	3.61	3.96	1	5

Test of Homogeneity of Variances

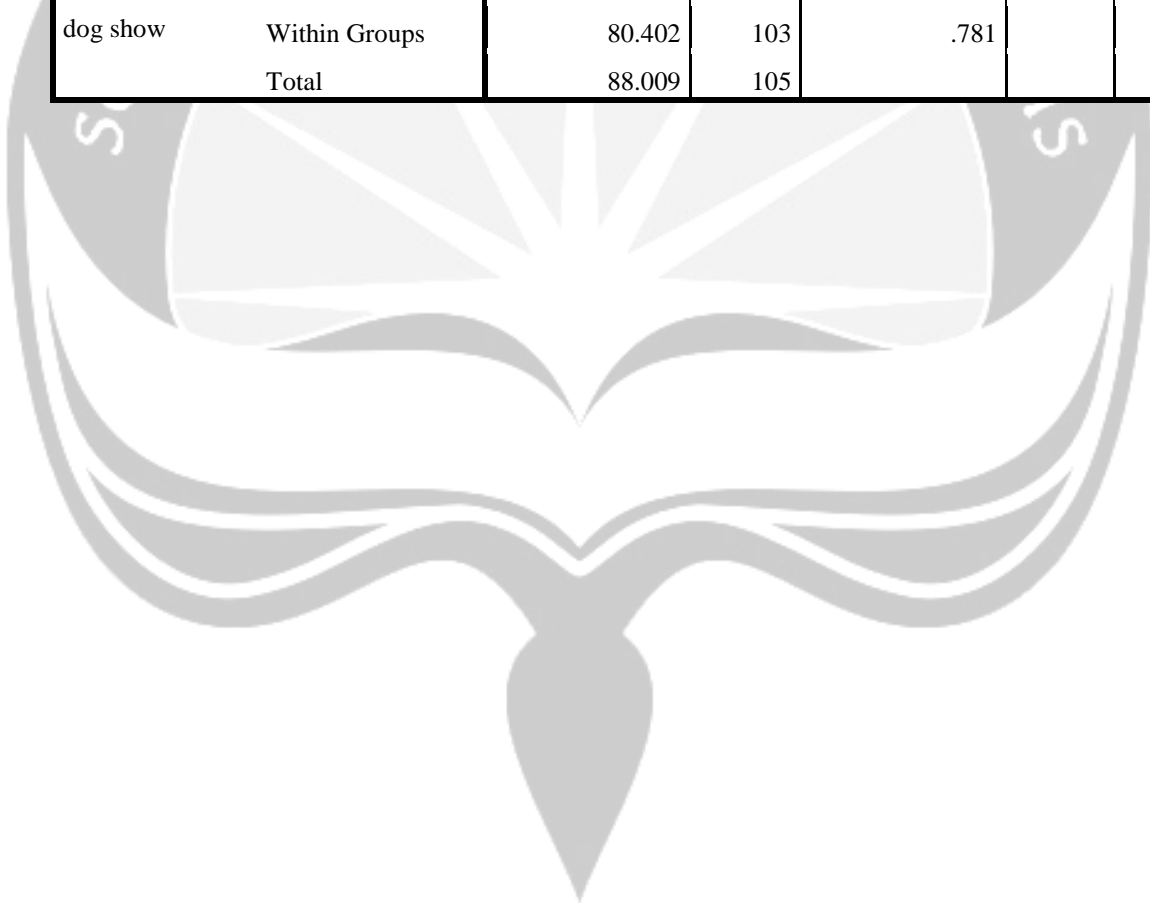
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
keberagaman jenis anjing	.484	2	103	.618
Kualitas dari anjing	2.174	2	103	.119
pelayanan breedeer	.641	2	103	.529
kennel nyaman	.264	2	103	.768
kennel bersih	.938	2	103	.395
harga	1.768	2	103	.176
penawaran diskon promosi	.384	2	103	.682
iklan	1.127	2	103	.328
tempat parkir	2.373	2	103	.098
jarak kennel	10.496	2	103	.000
promosi anggota klub	2.170	2	103	.119
warna/ketebalan bulu	2.704	2	103	.072
ukuran anjing	1.899	2	103	.155
anatomi anjing	.611	2	103	.545
kepopuleran kennel	.551	2	103	.578
kennel juara di dog show	5.840	2	103	.004

veritatis

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keberagaman jenis anjing	Between Groups	2.381	2	1.191	1.451	.239
	Within Groups	84.496	103	.820		
	Total	86.877	105			
Kualitas dari anjing	Between Groups	4.018	2	2.009	4.586	.012
	Within Groups	45.124	103	.438		
	Total	49.142	105			
pelayanan breedeer	Between Groups	5.525	2	2.762	5.980	.003
	Within Groups	47.579	103	.462		
	Total	53.104	105			
kennel nyaman	Between Groups	.776	2	.388	.743	.478
	Within Groups	53.790	103	.522		
	Total	54.566	105			
kennel bersih	Between Groups	2.651	2	1.326	2.044	.135
	Within Groups	66.783	103	.648		
	Total	69.434	105			
harga	Between Groups	.292	2	.146	.251	.779
	Within Groups	59.944	103	.582		
	Total	60.236	105			
penawaran diskon promosi	Between Groups	7.939	2	3.969	3.919	.023
	Within Groups	104.335	103	1.013		
	Total	112.274	105			
iklan	Between Groups	2.839	2	1.419	1.872	.159
	Within Groups	78.105	103	.758		
	Total	80.943	105			
tempat parkir	Between Groups	.804	2	.402	.520	.596
	Within Groups	79.536	103	.772		
	Total	80.340	105			
jarak kennel	Between Groups	8.358	2	4.179	4.943	.009
	Within Groups	87.086	103	.845		
	Total	95.443	105			
promosi anggota klub	Between Groups	.945	2	.473	.554	.576
	Within Groups	87.894	103	.853		
	Total	88.840	105			

warna/ketebalan bulu	Between Groups	.209	2	.105	.221	.802
	Within Groups	48.706	103	.473		
	Total	48.915	105			
ukuran anjing	Between Groups	3.264	2	1.632	2.988	.055
	Within Groups	56.246	103	.546		
	Total	59.509	105			
anatomi anjing	Between Groups	2.313	2	1.157	2.612	.078
	Within Groups	45.620	103	.443		
	Total	47.934	105			
kepopuleran kennel	Between Groups	3.911	2	1.956	2.710	.071
	Within Groups	74.325	103	.722		
	Total	78.236	105			
kennel juara di dog show	Between Groups	7.607	2	3.804	4.873	.010
	Within Groups	80.402	103	.781		
	Total	88.009	105			



Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
						Lower Bound	Upper Bound		
keberagaman jenis anjing	SMA	38	3.68	.933	.151	3.38	3.99	2	5
	Diploma	7	4.71	.488	.184	4.26	5.17	4	5
	S1	53	3.77	.891	.122	3.53	4.02	1	5
	S2/S3	8	4.50	.535	.189	4.05	4.95	4	5
	Total	106	3.86	.910	.088	3.68	4.03	1	5
Kualitas dari anjing	SMA	38	4.18	.652	.106	3.97	4.40	3	5
	Diploma	7	4.86	.378	.143	4.51	5.21	4	5
	S1	53	4.38	.713	.098	4.18	4.57	3	5
	S2/S3	8	5.00	.000	.000	5.00	5.00	5	5
	Total	106	4.39	.684	.066	4.26	4.52	3	5
pelayanan breedeer	SMA	38	4.21	.843	.137	3.93	4.49	2	5
	Diploma	7	4.71	.488	.184	4.26	5.17	4	5
	S1	53	4.15	.632	.087	3.98	4.33	3	5
	S2/S3	8	4.50	.535	.189	4.05	4.95	4	5
	Total	106	4.24	.711	.069	4.10	4.37	2	5
kennel nyaman	SMA	38	4.24	.820	.133	3.97	4.51	2	5
	Diploma	7	4.71	.488	.184	4.26	5.17	4	5
	S1	53	4.15	.690	.095	3.96	4.34	3	5
	S2/S3	8	4.25	.463	.164	3.86	4.64	4	5
	Total	106	4.23	.721	.070	4.09	4.37	2	5
kennel bersih	SMA	38	4.11	.894	.145	3.81	4.40	2	5
	Diploma	7	4.71	.488	.184	4.26	5.17	4	5
	S1	53	4.17	.802	.110	3.95	4.39	3	5
	S2/S3	8	4.50	.535	.189	4.05	4.95	4	5
	Total	106	4.21	.813	.079	4.05	4.36	2	5
harga	SMA	38	3.84	.754	.122	3.59	4.09	3	5
	Diploma	7	4.14	.378	.143	3.79	4.49	4	5
	S1	53	4.17	.778	.107	3.96	4.38	2	5
	S2/S3	8	4.63	.518	.183	4.19	5.06	4	5
	Total	106	4.08	.757	.074	3.94	4.23	2	5
penawaran diskon promosi	SMA	38	3.55	.978	.159	3.23	3.87	2	5
	Diploma	7	4.57	.535	.202	4.08	5.07	4	5
	S1	53	3.98	1.009	.139	3.70	4.26	1	5
	S2/S3	8	3.63	1.408	.498	2.45	4.80	1	5
	Total	106	3.84	1.034	.100	3.64	4.04	1	5

iklan	SMA	38	3.76	.913	.148	3.46	4.06	2	5
	Diploma	7	4.86	.378	.143	4.51	5.21	4	5
	S1	53	3.68	.850	.117	3.45	3.91	1	5
	S2/S3	8	4.25	.463	.164	3.86	4.64	4	5
	Total	106	3.83	.878	.085	3.66	4.00	1	5
tempat parkir	SMA	38	3.00	.805	.131	2.74	3.26	2	5
	Diploma	7	4.57	.535	.202	4.08	5.07	4	5
	S1	53	3.34	.758	.104	3.13	3.55	2	5
	S2/S3	8	3.38	1.188	.420	2.38	4.37	2	5
	Total	106	3.30	.875	.085	3.13	3.47	2	5
jarak kennel	SMA	38	3.53	.797	.129	3.26	3.79	2	5
	Diploma	7	3.29	1.604	.606	1.80	4.77	2	5
	S1	53	3.85	.662	.091	3.67	4.03	3	5
	S2/S3	8	3.50	2.070	.732	1.77	5.23	1	5
	Total	106	3.67	.953	.093	3.49	3.85	1	5
promosi anggota klub	SMA	38	3.50	.923	.150	3.20	3.80	2	5
	Diploma	7	4.71	.488	.184	4.26	5.17	4	5
	S1	53	3.96	.808	.111	3.74	4.18	2	5
	S2/S3	8	3.38	1.188	.420	2.38	4.37	2	5
	Total	106	3.80	.920	.089	3.62	3.98	2	5
warna/ketebalan bulu	SMA	38	4.13	.741	.120	3.89	4.38	3	5
	Diploma	7	3.57	.787	.297	2.84	4.30	3	5
	S1	53	3.98	.635	.087	3.81	4.16	2	5
	S2/S3	8	4.25	.463	.164	3.86	4.64	4	5
	Total	106	4.03	.683	.066	3.90	4.16	2	5
ukuran anjing	SMA	38	4.13	.777	.126	3.88	4.39	3	5
	Diploma	7	4.86	.378	.143	4.51	5.21	4	5
	S1	53	4.28	.769	.106	4.07	4.49	2	5
	S2/S3	8	4.50	.535	.189	4.05	4.95	4	5
	Total	106	4.28	.753	.073	4.14	4.43	2	5
anatomi anjing	SMA	38	4.29	.611	.099	4.09	4.49	3	5
	Diploma	7	4.71	.488	.184	4.26	5.17	4	5
	S1	53	4.25	.757	.104	4.04	4.45	2	5
	S2/S3	8	4.25	.463	.164	3.86	4.64	4	5
	Total	106	4.29	.676	.066	4.16	4.42	2	5
kepopuleran kennel	SMA	38	4.00	.870	.141	3.71	4.29	3	5
	Diploma	7	5.00	.000	.000	5.00	5.00	5	5
	S1	53	4.08	.874	.120	3.83	4.32	2	5
	S2/S3	8	3.75	.707	.250	3.16	4.34	3	5
	Total	106	4.08	.863	.084	3.92	4.25	2	5

kennel juara di dog show	SMA	38	3.61	.790	.128	3.35	3.86	2	5
	Diploma	7	3.57	1.512	.571	2.17	4.97	2	5
	S1	53	3.94	.691	.095	3.75	4.13	3	5
	S2/S3	8	3.75	1.832	.648	2.22	5.28	1	5
	Total	106	3.78	.916	.089	3.61	3.96	1	5

Test of Homogeneity of Variances

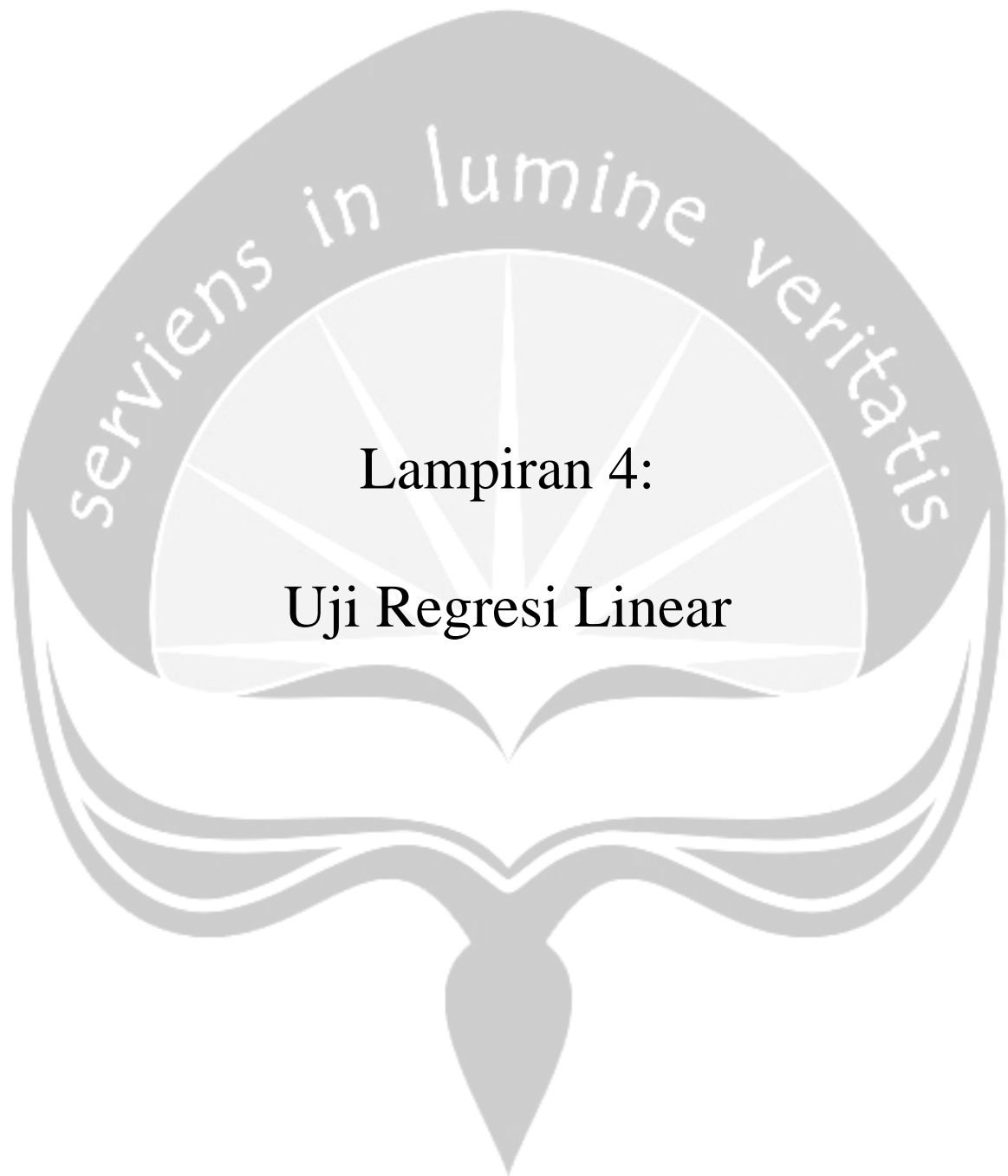
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
keberagaman jenis anjing	1.853	3	102	.142
Kualitas dari anjing	10.297	3	102	.000
pelayanan breedeer	.953	3	102	.418
kennel nyaman	.798	3	102	.498
kennel bersih	1.057	3	102	.371
harga	2.036	3	102	.113
penawaran diskon promosi	1.751	3	102	.161
iklan	3.951	3	102	.010
tempat parkir	3.200	3	102	.027
jarak kennel	34.304	3	102	.000
promosi anggota klub	3.134	3	102	.029
warna/ketebalan bulu	2.212	3	102	.091
ukuran anjing	1.746	3	102	.162
anatomi anjing	.776	3	102	.510
kepopuleran kennel	4.532	3	102	.005
kennel juara di dog show	16.908	3	102	.000

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
keberagaman jenis anjing	Between Groups	9.955	3	3.318	4.400	.006
	Within Groups	76.922	102	.754		
	Total	86.877	105			
Kualitas dari anjing	Between Groups	6.121	3	2.040	4.838	.003
	Within Groups	43.020	102	.422		
	Total	49.142	105			
pelayanan breedeer	Between Groups	2.567	3	.856	1.727	.166
	Within Groups	50.537	102	.495		
	Total	53.104	105			
kennel nyaman	Between Groups	1.977	3	.659	1.278	.286
	Within Groups	52.589	102	.516		
	Total	54.566	105			
kennel bersih	Between Groups	2.955	3	.985	1.511	.216
	Within Groups	66.479	102	.652		
	Total	69.434	105			
harga	Between Groups	4.979	3	1.660	3.064	.031
	Within Groups	55.256	102	.542		
	Total	60.236	105			
penawaran diskon promosi	Between Groups	8.308	3	2.769	2.717	.049
	Within Groups	103.965	102	1.019		
	Total	112.274	105			
iklan	Between Groups	10.171	3	3.390	4.886	.003
	Within Groups	70.773	102	.694		
	Total	80.943	105			
tempat parkir	Between Groups	14.864	3	4.955	7.718	.000
	Within Groups	65.476	102	.642		
	Total	80.340	105			
jarak kennel	Between Groups	3.749	3	1.250	1.390	.250
	Within Groups	91.695	102	.899		
	Total	95.443	105			
promosi anggota klub	Between Groups	12.112	3	4.037	5.367	.002
	Within Groups	76.728	102	.752		
	Total	88.840	105			
warna/ketebalan bulu	Between Groups	2.378	3	.793	1.737	.164
	Within Groups	46.538	102	.456		
	Total	48.915	105			

ukuran anjing	Between Groups	3.555	3	1.185	2.160	.097
	Within Groups	55.954	102	.549		
	Total	59.509	105			
anatomi anjing	Between Groups	1.378	3	.459	1.007	.393
	Within Groups	46.556	102	.456		
	Total	47.934	105			
kepopuleran kennel	Between Groups	7.038	3	2.346	3.361	.022
	Within Groups	71.198	102	.698		
	Total	78.236	105			
kennel juara di dog show	Between Groups	2.886	3	.962	1.153	.332
	Within Groups	85.123	102	.835		
	Total	88.009	105			





Lampiran 4:

Uji Regresi Linear

Output Linear Regression

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.271 ^a	.073	.055	.49205

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.391	.321		10.572	.000
	frekuensi pembelian anjing	.042	.048	.082	.860	.392
	pengeluaran perbulan untuk anjing	.164	.060	.260	2.745	.007

Output Linear Regression

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	.028	.371		.076	.940
keberagaman jenis anjing trah	.149	.054	.246	2.743	.007
kualitas dari anjing	.058	.064	.072	.910	.365
pelayanan dari breeder	.037	.056	.048	.655	.514
tempat kennel yang nyaman	.240	.065	.315	3.689	.000
tempat kennel yang bersih	.067	.065	.099	1.032	.305
harga	.108	.057	.149	1.887	.062
penawaran promosi-diskon	-.040	.040	-.075	-.994	.323
iklan	.032	.047	.051	.684	.496
tempat parkir	-.041	.057	-.066	-.731	.467
jarak kennel	.097	.050	.168	1.933	.056
penawaran promosi-premium	.095	.052	.160	1.828	.071
warna/ketebalan bulu	-.048	.060	-.059	-.801	.425
kuran tubuh anjing	.034	.073	.047	.472	.638
anatomi anjing	-.022	.068	-.027	-.326	.745
kepopuleran kennel	.126	.083	.198	1.517	.133
kennel juara di ajang dogshow	.068	.041	.142	1.641	.104

