

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

IV.1 Kesimpulan

Dari hasil pengolahan dan analisis data 100 kuesioner yang telah dilakukan dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut

1) Uji validitas dan reliabilitas

Semua variabel dalam kuesioner ini layak untuk digunakan dalam pengambilan data sesuai dengan variabel yang ingin diukur dalam penelitian.

2) Analisis karakteristik responden

Untuk mengolah data karakteristik responden ini digunakan metode analisis persentase. Karakteristik pertama, yaitu perbedaan jenis kelamin memiliki komposisi cukup berimbang, dimana 52 orang penjawab adalah laki-laki, sedangkan sisanya 48 orang penjawab adalah perempuan. Sedangkan untuk karakteristik responden yang kedua, yaitu pengeluaran per bulan untuk makan di luar memperoleh hasil 81 orang mengeluarkan uang \leq Rp 500.000,00 per bulan untuk makan di luar dan 19 orang mengeluarkan uang $>$ Rp 500.000,00 per bulan untuk makan di luar.

3) Analisis Regresi Berganda

a. Pengaruh *service quality* dan *total perceived price* terhadap niat beli konsumen

Dari pengolahan data secara simultan dapat disimpulkan bahwa *service quality* dan *total perceived price* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli konsumen pada restoran cepat saji McDonald's. Sedangkan jika diujikan secara parsial diperoleh hasil bahwa *service quality* berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen, begitu juga dengan *total perceived price* berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen.

b. Pengaruh dimensi-dimensi dalam *service quality* dan *total perceived price* terhadap niat beli konsumen

Dari pengolahan data secara simultan diperoleh hasil bahwa dimensi keandalan, dimensi daya tanggap, dimensi keyakinan, dimensi empati, dimensi berwujud, dimensi moneter, dan dimensi nonmoneter memiliki pengaruh yang signifikan dalam menentukan niat beli konsumen pada restoran cepat saji McDonald's. Sedangkan jika diujikan secara parsial diperoleh hasil bahwa dimensi-dimensi yang berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen jika berdiri sendiri adalah dimensi keandalan, jaminan, berwujud, dan moneter, sedangkan yang tidak berpengaruh signifikan adalah dimensi daya tanggap, empati, dan nonmoneter.

IV.2 Saran

Dari kesimpulan di atas peneliti ingin memberikan saran pada restoran cepat saji McDonald's terutama pada beberapa dimensi yang dirasa perlu

memperoleh perhatian karena memiliki pengaruh yang signifikan untuk meningkatkan niat beli konsumen

a. Dimensi *service quality* dan *total perceived price*

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, *service quality* dan *total perceived price* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli konsumen, oleh karena itu peneliti memiliki saran agar pihak manajemen McDonald's senantiasa melakukan evaluasi terhadap kualitas kinerja atas dimensi-dimensi yang termasuk dalam *service quality* serta *total perceived price*, terutama dimensi yang berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen, yaitu dimensi keandalan, keyakinan, berwujud dan moneter.

b. Dimensi *reliability* (keandalan)

Dimensi ini mencakup kualitas rasa yang baik, kualitas penyajian yang baik, karyawan yang cekatan, terampil dan simpatik pada konsumen. Pelayanan yang sudah ada dan cukup baik ini harus tetap dipertahankan dan lebih baik jika kualitasnya ditingkatkan untuk menarik konsumen lebih besar, misalnya tetap menggunakan bahan-bahan makanan dan minuman yang terbaik untuk menjaga kualitas cita rasa

c. Dimensi *assurance* (jaminan)

Dimensi ini dititikberatkan pada karyawan, yaitu sikap, pengetahuan, kemampuan, kejujuran, serta dukungan fasilitas yang diberikan untuk kelancaran pengerjaan tugas mereka. Untuk tetap

mempertahankan atau meningkatkan kualitas karyawan, peneliti mempunyai saran agar manajemen McDonald's selalu memberikan perhatian pada karyawannya, memperlakukan mereka sebagai rekan kerja bukan atasan dengan bawahan.

d. Dimensi *tangible* (berwujud)

Dari hasil penelitian, kegiatan operasional McDonald's khususnya yang termasuk dalam dimensi berwujud berpengaruh signifikan terhadap niat beli konsumen. Oleh karena itu peneliti ingin memberikan saran untuk mempertahankan atau meningkatkan kualitasnya, salah satunya adalah selalu menjaga kebersihan, kerapian, dan keindahan baik tempat maupun penampilan karyawan.

e. Dimensi *monetary* (moneter)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi moneter memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli konsumen. Oleh karena itu peneliti memiliki saran agar McDonald's tetap memberikan harga kompetitif namun tetap memprioritaskan kualitas yang terbaik bagi para konsumennya agar mampu bersaing dengan restoran cepat saji lainnya atau jika memungkinkan mengambil pangsa pasar restoran cepat saji sejenis lainnya.

IV.3 Keterbatasan

Dalam penelitian ini penulis tidak lepas dari kelemahan. Adapun kelemahan dalam penelitian ini adalah penggunaan instrumen kuesioner yang memungkinkan adanya perbedaan persepsi responden terhadap pertanyaan

yang tercantum, sehingga diharapkan untuk penelitian sejenis selanjutnya dapat digunakan atau didukung pilihan instrumen lain, seperti wawancara terhadap responden. Kelemahan yang lain yaitu keterbatasan biaya dan waktu yang dimiliki penulis sehingga lokasi dan jumlah kuesioner yang ada belum tentu dapat mewakili populasi.



DAFTAR PUSTAKA

- Durianto, Darmadi. Sugiarto dan Tony Sitingjak. 2001. *Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek*. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama
- Hariwijaya dan Triton P. B. 2005. *Pedoman Penulisan Ilmiah Skripsi dan Tesis*. Edisi 1. Yogyakarta: TUGU
- Hardiyanto, Yohanes Roby. April 2004. Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Kualitas Pelayanan Pada Istana Wonosari.
- Iglesias, Marta Pedraja. (2004), " Perceived Quality and Price : Their Impact on The Satisfaction of Restaurant Customers." *International Journal of Contemporary Hospitality Management* Vol. 16, No 6 2004
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran Jilid 2*. Edisi millennium. Terjemahan oleh Hendra Teguh, S.E., (edisi 9) dan Drs. Benjamin Molan (revisi edisi ke 10). Jakarta: PT. Prenhallindo
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2004. *Principle of Marketing*. 10th edition. New Jersey : Pearson Education Inc.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. 2001. *Marketing Management 12e*. 12th edition. New Jersey: Pearson Education Inc.
- Ma'ruf, Jasman J. (2003), " Prediksi Perilaku Niat Menggunakan Media Internet Untuk Berbelanja di Kalangan Pengguna Internet Indonesia." *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 3, No. 2 hal 151-168
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 1*. Edisi kelima. Alih bahasa Lina Salim, S.E., M.B.A., M.A. Jakarta: Erlangga
- Mowen, John C. dan Michael Minor. 2002. *Perilaku Konsumen Jilid 2*. Edisi kelima. Alih bahasa Dr. Dwi Kartini Yahya, S.E., Spec. Jakarta: Erlangga
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson. 2000. *Perilaku Konsumen Dan Strategi Pemasaran*. Edisi 4. Alih bahasa: Damos Sihombing. Jakarta: Erlangga
- Puthera, Ronald Made. April 2004. Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen di Rumah Makan Ny. Suharti Yogyakarta.
- Salim, Muhartini (2003), " Analisis Perilaku Konsumen Terhadap Daya Tarik Obyek Wisata dan Implikasinya Pada Strategi Pemasaran (studi kasus di Kota Bengkulu)." *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*. Vol. 3 No. 2 hal 197-226

Schiffman, Leon G dan Kanuk, Leslie Lazar. 2004. *Consumer Behaviour*. International edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Soeratno dan Lincoln Arsyad. 2003. *Metodologi Penelitian Untuk Ekonomi Dan Bisnis*. Edisi revisi. Yogyakarta : UPP AMP YKPN

Zeithmal, Valerie A., Mary Jo Bitner and Dwayne D. Gremler. 2006. *Services Marketing (Integrating Customer Focus Across the Firm)*. 4th edition. New York : McGraw-Hill.





LAMPIRAN 1

KUESIONER

KUESIONER

Dengan hormat,

Untuk memperoleh data guna penyusunan skripsi, saya mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh *Service Quality* dan *Total Perceived Price* Terhadap Niat Beli Konsumen Pada Restoran Cepat Saji McDonald.” Penyusunan skripsi ini merupakan salah satu tugas akhir guna meraih gelar Sarjana Ekonomi dari Universitas Atma Jaya Yogyakarta.

Atas kesediaan serta kerjasama Anda dalam menjawab dan mengisi kuisisioner berikut ini dengan sebenar-benarnya untuk mendukung penelitian, saya mengucapkan terima kasih.

Peneliti,

(Fransiska Atiek Kristianti)

NIM : 02.03.13397

Perceived service quality adalah kualitas dari suatu merek jasa yang diharapkan/ dipersepsikan dalam benak seorang konsumen. Sedangkan *perceived price* adalah penilaian konsumen mengenai rata-rata harga yang dibandingkan dengan pesaing-pesaingnya. Dalam penelitian yang diukur adalah sejauh mana niat beli konsumen ditinjau dari persepsi dan tanggapan konsumen terhadap dimensi-dimensi kualitas jasa dan harga yang ditawarkan oleh restoran *fast food* McDonald.

Jawablah pertanyaan-pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda (√) sesuai dengan pendapat Anda.

SS : Sangat Setuju, memiliki bobot = 5

S : Setuju, memiliki bobot = 4

N : Netral, memiliki bobot = 3

TS : Tidak Setuju, memiliki bobot = 2

STS : Sangat Tidak Setuju, memiliki bobot = 1

I. Karakteristik Responden

A. Jenis kelamin Anda

Laki-laki

Perempuan

B. Pengeluaran Anda per bulan untuk makan di luar

≤ Rp 500.000,00

> Rp 500.000

C. Apakah Anda pernah melakukan pembelian di restoran cepat saji McDonald?

Ya

Tidak

II. Dimensi dimensi *service quality*, *total perceived price*, dan niat beli konsumen

A. Pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan dimensi-dimensi *service quality*

A. Dimensi Reliability (Keandalan)	SS	S	N	TS	STS
1. Produk makanan dan minuman yang ditawarkan McDonald memiliki kualitas rasa yang baik					
2. Produk makanan dan minuman yang ditawarkan McDonald memiliki kualitas penyajian yang baik (contoh: wadah yang bersih)					
3. Karyawan McDonald cekatan dan terampil dalam melayani permintaan konsumen					
4. Karyawan McDonald memiliki sikap simpatik terhadap konsumen					
B. Dimensi Responsiveness (Daya Tanggap)	SS	S	N	TS	STS
1. Karyawan McDonald cepat tanggap terhadap keinginan konsumen (contoh: karyawan dengan cepat mengetahui produk makanan yang dimaksud, diinginkan konsumen)					
2. Karyawan McDonald cepat tanggap dalam menyelesaikan masalah yang dihadapi konsumen (contoh: membersihkan meja yang sudah dipakai konsumen sebelumnya untuk dipakai konsumen lain)					
3. Karyawan McDonald akan memberi informasi pada konsumen jika ada pesanan yang membutuhkan waktu tunggu agak lama					
C. Dimensi Assurance (Jaminan)	SS	S	N	TS	STS
1. Karyawan McDonald bersikap sopan dan ramah terhadap konsumen					
2. Karyawan McDonald memiliki pengetahuan					

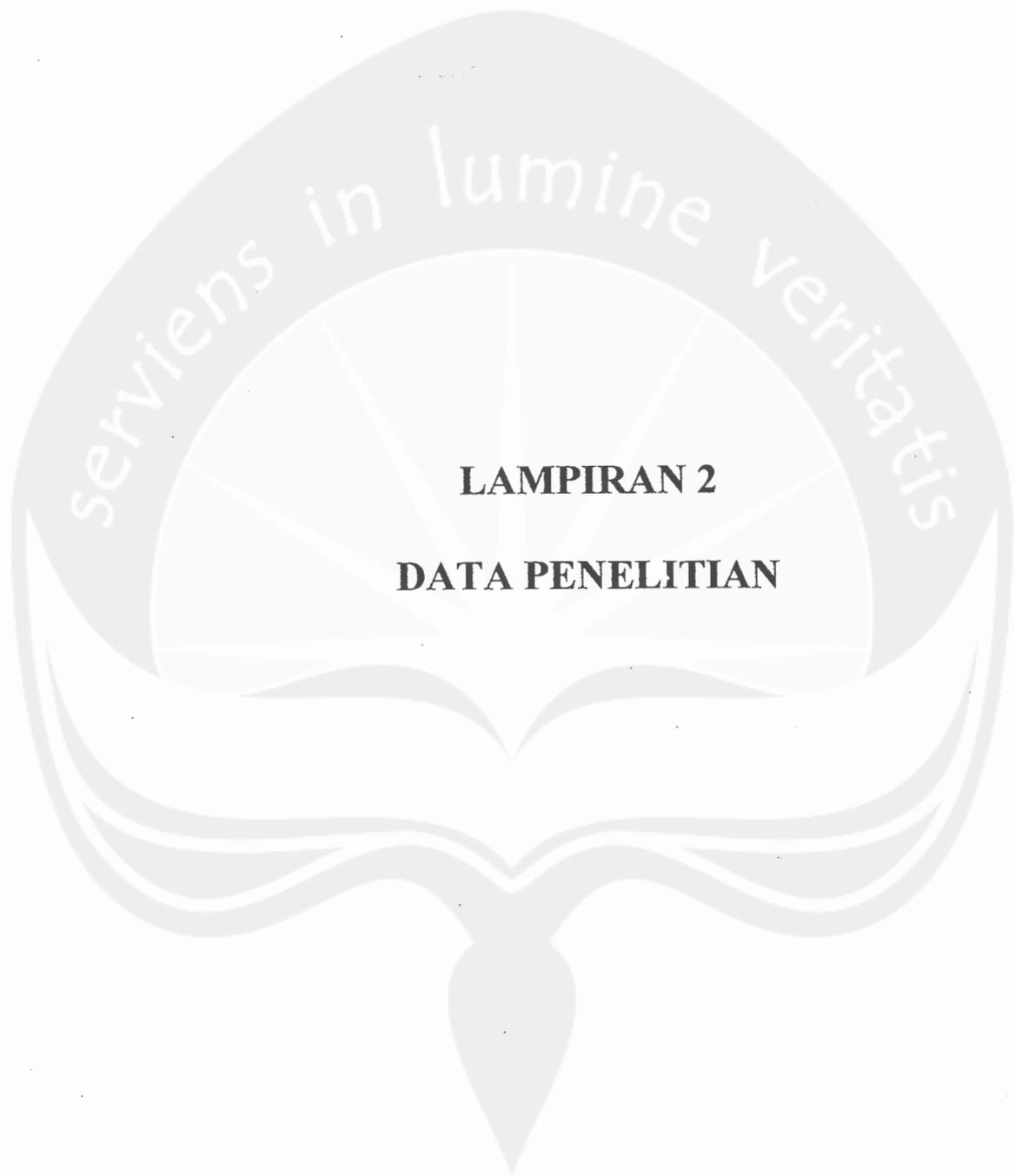
	dan kemampuan dalam bidang pekerjaannya (contoh: info menu makanan yang ditawarkan)					
3.	Karyawan McDonald dapat dipercaya kejujurannya oleh konsumen					
4.	McDonald memberi dukungan pada karyawannya agar dapat melaksanakan tugas mereka dengan baik (contoh: penggunaan peralatan dan pakaian seragam)					
D.	Dimensi <i>Empathy</i> (Empati)	SS	S	N	TS	STS
1.	Karyawan McDonald memahami kebutuhan konsumen					
2.	Pelayanan McDonald pada konsumen tidak memandang status sosial					
3.	Karyawan McDonald memberikan perhatian untuk kenyamanan konsumen					
4.	Kerjasama diantara karyawan McDonald baik (misal: kerjasama karyawan saat melayani pesanan makanan/ minuman dari konsumen)					
E.	Dimensi <i>Tangible</i> (Berwujud)	SS	S	N	TS	STS
1.	Makanan dan minuman yang disajikan McDonald sesuai dengan standar suhu					
2.	Makanan dan minuman yang disajikan McDonald sesuai dengan standar rasa					
3.	Desain interior restoran McDonald menarik					
4.	McDonald memiliki menu yang bervariasi					
5.	McDonald menjaga tingkat kebersihan peralatan dan lingkungan kerja					
6.	Penampilan karyawan McDonald bersih					

B. Pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan dimensi-dimensi *total perceived price*

A.	Moneter	SS	S	N	TS	STS
1.	Harga yang ditawarkan McDonald sebanding dengan kualitas yang diberikan					
2.	Harga yang ditawarkan McDonald bersaing dengan restoran <i>fast food</i> sejenis lainnya					
B.	Nonmoneter	SS	S	N	TS	STS
1.	Waktu tunggu yang singkat bagi konsumen antara memesan makanan dengan menerima pesanan makanan					
2.	Antrian untuk memesan makanan cepat					
3.	Lokasi restoran McDonald mudah dicapai					

C. Pertanyaan-pertanyaan berkaitan dengan niat beli konsumen

	Niat beli konsumen	SS	S	N	TS	STS
1.	Jika saya lapar, saya akan memilih makan di McDonald daripada di restoran lain yang menawarkan menu yang sama					
2.	Saya tetap akan memilih makan di McDonald walau restoran lain menawarkan potongan harga pada menu yang sama, misal ayam goreng crispy					
3.	Saya senang mencoba produk-produk baru yang ditawarkan McDonald					
4.	Jika saya sedang ingin makan ayam goreng, saya memilih makan di McDonald					



LAMPIRAN 2

DATA PENELITIAN

Case Summaries

	Jenis kelamin	Pengeluaran	Pembelian di McDonald's	Ret_1	Ret_2	Ret_3	Ret_4	Res_1
1	2	1	1	4	4	4	4	4
2	2	1	1	4	4	4	4	4
3	2	1	1	4	4	4	4	4
4	2	1	1	4	5	4	3	4
5	2	2	1	2	4	3	3	4
6	2	2	1	4	4	4	4	4
7	2	1	1	5	5	4	4	4
8	2	2	1	4	4	4	4	4
9	2	1	1	5	5	4	4	4
10	2	1	1	5	5	5	5	5
11	2	1	1	4	5	4	4	4
12	2	2	1	4	4	4	4	5
13	2	2	1	5	5	4	4	4
14	2	2	1	5	5	5	4	4
15	2	1	1	4	4	4	4	4
16	2	1	1	4	4	3	3	3
17	2	1	1	4	4	3	3	4
18	2	1	1	4	4	3	3	4
19	2	1	1	4	4	3	3	4
20	2	1	1	4	4	4	3	4
21	2	1	1	5	4	4	4	4
22	2	1	1	4	4	3	3	4
23	2	2	1	4	4	4	4	4
24	2	2	1	3	4	4	4	4
25	2	2	1	4	4	3	4	4
26	2	1	1	4	4	4	4	4
27	2	1	1	4	4	4	4	4
28	2	1	1	4	4	4	4	4
29	2	1	1	4	4	3	4	3
30	2	1	1	4	5	3	4	4
31	2	1	1	5	5	4	4	4
32	2	2	1	4	4	4	4	4
33	2	1	1	4	4	4	3	4
34	2	1	1	4	4	3	4	4
35	2	1	1	3	4	3	3	2
36	2	1	1	4	4	3	3	4
37	2	1	1	4	4	3	3	2
38	2	1	1	4	4	4	4	4
39	2	1	1	5	4	4	4	4
40	2	1	1	4	4	3	3	4
41	2	1	1	4	5	5	4	4
42	2	1	1	5	5	4	5	5
43	1	1	1	5	5	4	5	5
44	1	1	1	5	4	5	5	4
45	1	1	1	5	4	5	5	5
46	1	1	1	5	5	5	5	5
47	1	1	1	5	5	4	4	4
48	1	1	1	5	4	5	5	5
49	1	1	1	4	4	4	4	5
50	1	1	1	4	4	4	5	5
51	1	1	1	4	4	3	2	4
52	1	1	1	5	4	5	5	5
53	1	1	1	4	4	3	2	4
54	1	1	1	5	4	4	4	4
55	2	1	1	4	4	3	3	4

Case Summaries

	Jenis kelamin	Pengeluaran	Pembelian di McDonald's	Rel_1	Rel_2	Rel_3	Rel_4	Res_1
56	1	2	1	4	4	3	3	4
57	1	1	1	4	4	4	4	4
58	1	1	1	4	4	4	4	4
59	1	1	1	4	5	5	3	4
60	1	1	1	5	5	4	5	5
61	1	1	1	5	5	5	5	4
62	1	1	1	5	5	5	5	4
63	1	1	1	5	5	4	5	5
64	1	1	1	5	5	4	5	5
65	1	1	1	5	5	5	5	5
66	1	1	1	5	5	4	5	5
67	1	1	1	5	4	5	5	5
68	1	1	1	4	5	4	5	5
69	1	1	1	5	4	5	5	5
70	1	1	1	5	5	5	5	5
71	1	1	1	5	5	5	5	4
72	1	1	1	5	5	4	5	5
73	1	1	1	5	5	4	5	5
74	1	1	1	5	5	5	4	5
75	1	1	1	5	4	4	4	4
76	1	1	1	5	4	5	5	5
77	1	1	1	5	4	4	5	5
78	1	1	1	5	5	4	5	5
79	1	1	1	5	5	4	5	5
80	1	1	1	5	5	4	5	5
81	1	1	1	5	5	5	4	5
82	1	1	1	5	5	4	4	4
83	1	1	1	5	5	4	4	4
84	1	1	1	5	5	5	4	5
85	1	1	1	5	5	5	4	5
86	1	1	1	5	5	4	5	5
87	1	1	1	5	5	5	4	5
88	1	1	1	5	4	5	5	5
89	1	2	1	4	3	4	4	4
90	1	2	1	4	4	4	4	4
91	1	1	1	5	4	4	4	4
92	1	2	1	4	4	4	4	4
93	1	1	1	4	4	3	3	4
94	1	1	1	4	4	4	3	3
95	1	1	1	3	3	3	3	3
96	2	2	1	3	3	4	3	4
97	2	2	1	3	4	4	4	4
98	2	2	1	4	4	3	3	3
99	2	2	1	4	4	4	4	3
100	2	2	1	5	4	4	4	4

Case Summaries

	Res_2	Res_3	Ass_1	Ass_2	Ass_3	Ass_4	Emp_1	Emp_2	Emp_3
1	4	4	4	4	4	3	3	2	3
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	3	3	4	4	4	4
4	4	4	5	3	3	4	4	5	4
5	4	4	4	3	3	4	3	4	4
6	3	3	4	3	3	3	3	4	3
7	4	4	4	3	3	4	5	5	4
8	4	4	4	4	3	4	3	4	4
9	4	4	3	3	4	5	3	4	4
10	4	4	5	3	5	5	5	5	4
11	4	4	4	4	4	4	4	5	5
12	5	5	5	5	4	5	5	4	5
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	4	4	3	3	5	4	3	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	3	4	4	4	3	4	3	3	3
17	3	4	4	3	3	4	3	3	3
18	4	4	4	3	3	4	4	4	4
19	4	4	4	3	3	4	4	4	4
20	4	2	4	4	3	4	4	3	4
21	4	4	4	3	4	4	3	3	4
22	4	5	3	4	3	5	3	3	3
23	4	4	4	4	4	4	4	4	3
24	4	3	4	3	3	3	4	4	4
25	3	4	4	4	3	4	4	3	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	5	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	3	3	4	4	5	4	3	3
30	4	4	3	3	3	4	4	4	3
31	4	3	4	4	3	4	4	5	4
32	4	4	4	3	3	3	3	4	4
33	3	4	4	4	3	4	3	4	3
34	4	3	4	4	3	3	4	4	4
35	3	3	4	4	3	4	3	2	3
36	3	4	4	4	3	4	3	3	3
37	3	3	4	4	3	4	3	4	3
38	3	3	4	3	3	4	4	4	3
39	5	4	4	3	3	4	3	4	4
40	4	4	4	4	3	4	4	4	3
41	4	4	4	3	3	4	4	4	4
42	5	5	5	5	4	4	4	4	4
43	5	5	4	5	5	5	4	5	5
44	5	5	5	5	4	4	5	5	4
45	4	4	5	5	5	4	5	5	4
46	4	5	5	5	5	5	4	4	4
47	5	5	5	4	5	5	5	5	4
48	5	5	4	4	4	4	5	4	4
49	4	4	4	4	4	5	4	5	5
50	4	4	5	5	4	5	5	4	4
51	4	4	3	4	2	3	3	3	4
52	5	4	5	5	4	4	5	5	5
53	4	4	1	4	3	4	4	5	2
54	4	3	4	4	4	4	3	4	4
55	4	5	3	4	3	5	3	3	3

Case Summaries

	Res_2	Res_3	Ass_1	Ass_2	Ass_3	Ass_4	Emp_1	Emp_2	Emp_3
56	4	2	4	3	4	4	4	3	4
57	4	4	4	4	3	4	3	3	3
58	4	4	4	4	3	3	3	3	4
59	4	5	5	5	5	5	4	4	4
60	4	5	5	5	5	5	4	5	5
61	5	5	5	5	5	5	4	5	5
62	5	5	5	5	5	4	5	4	4
63	5	5	5	5	5	5	4	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5	4	5
65	4	5	5	4	5	5	4	5	5
66	4	5	4	5	5	5	5	5	5
67	5	5	4	5	5	4	5	5	4
68	5	5	5	4	4	5	4	5	5
69	5	5	5	5	3	5	5	5	5
70	5	4	5	5	3	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5	4	5	5
72	4	5	5	4	5	4	5	5	5
73	5	4	5	5	4	4	4	4	4
74	5	4	5	4	4	4	5	5	5
75	5	5	4	5	4	5	5	4	4
76	5	5	4	4	4	5	5	5	5
77	4	5	5	5	5	5	5	5	5
78	5	5	5	5	4	4	5	5	4
79	4	5	5	5	5	5	4	5	5
80	5	5	5	5	5	4	5	5	5
81	5	5	4	5	5	5	5	5	4
82	4	5	5	5	4	4	4	4	4
83	4	5	4	4	4	4	5	5	4
84	5	4	5	5	5	5	4	5	5
85	5	5	4	5	5	5	5	5	4
86	4	4	5	5	5	5	4	5	5
87	4	5	4	5	5	4	5	5	5
88	5	5	4	4	4	4	4	4	4
89	4	4	3	3	4	4	3	4	4
90	4	4	4	4	3	3	4	4	4
91	4	4	4	4	3	3	4	3	4
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	4	4	4	3	4	4	4	3
94	3	2	4	4	4	4	3	3	3
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3
96	4	4	3	4	3	4	3	3	3
97	4	4	4	3	3	3	3	4	3
98	4	4	4	3	3	4	4	4	4
99	3	4	4	3	3	4	4	4	4
100	3	4	3	3	3	4	3	4	4

Case Summaries

	Emp_4	Tang_1	Tang_2	Tang_3	Tang_4	Tang_5	Tang_6	Mon_1	Mon_2
1	4	4	4	4	3	4	3	4	4
2	4	4	4	2	2	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	3	4	4	4	3
5	4	4	5	4	5	5	3	2	3
6	3	4	4	4	5	3	3	4	3
7	4	4	4	4	5	5	4	4	5
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	5	4	4	4	4	4	4
10	5	5	5	4	4	5	5	4	4
11	4	4	5	4	5	5	5	5	5
12	4	2	4	2	2	4	4	3	4
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	4	5	4	3	3	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	3	4	4	4	4	4	4	3	3
17	3	4	4	4	4	4	4	3	4
18	4	4	3	4	3	4	4	4	5
19	4	4	3	4	3	4	4	4	5
20	3	3	3	4	4	4	4	2	4
21	4	5	4	4	4	4	4	3	3
22	4	5	4	3	5	4	4	3	5
23	4	4	4	3	4	4	4	3	4
24	4	3	3	3	2	4	4	2	3
25	4	4	5	4	4	4	4	4	4
26	4	4	4	4	4	4	4	4	4
27	4	4	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	3	4	5	4	4	5	3	3
30	4	4	4	3	4	3	4	4	3
31	4	4	4	4	5	4	4	4	3
32	3	3	4	4	4	4	3	3	4
33	3	4	4	3	2	4	4	3	4
34	4	3	3	4	4	4	4	4	4
35	4	5	4	3	5	3	5	4	4
36	3	3	3	3	4	3	3	4	4
37	4	4	4	4	3	4	4	3	4
38	3	4	4	4	4	3	3	4	4
39	3	4	4	4	4	4	3	3	3
40	4	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	5	4	5	5	5	4	2
42	4	4	5	5	5	5	5	4	4
43	4	5	5	4	5	5	4	4	5
44	5	5	4	4	3	4	4	4	4
45	4	5	4	5	5	4	5	4	4
46	5	4	4	5	5	5	5	4	4
47	4	4	5	5	5	4	4	4	4
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	5	2	3	5	4	4	5
50	4	4	5	5	5	5	5	4	4
51	4	4	4	2	4	3	4	3	3
52	4	4	5	5	4	4	5	4	4
53	4	4	4	4	4	4	3	2	4
54	4	4	4	3	3	3	4	4	4
55	4	5	4	3	5	4	4	3	5

Case Summaries

	Emp_4	Tang_1	Tang_2	Tang_3	Tang_4	Tang_5	Tang_6	Mon_1	Mon_2
56	4	3	3	4	3	4	4	4	3
57	3	4	4	4	4	4	4	3	3
58	4	4	4	2	2	4	4	4	4
59	4	5	3	4	4	4	4	4	4
60	4	4	5	5	3	5	5	5	5
61	5	5	4	5	3	5	5	5	5
62	4	5	4	5	5	4	5	5	5
63	4	5	5	5	5	5	4	5	5
64	5	5	5	5	4	5	5	5	5
65	4	5	5	5	5	5	4	5	5
66	5	4	5	5	5	4	5	5	5
67	5	5	5	4	5	4	5	5	5
68	5	5	5	3	4	5	5	3	5
69	5	5	5	3	3	4	5	5	5
70	5	5	5	3	3	5	5	5	5
71	4	5	5	4	5	4	5	5	5
72	5	4	5	5	4	5	5	5	5
73	5	5	4	4	4	4	4	5	5
74	4	5	5	4	5	5	4	4	4
75	5	5	5	5	5	5	5	4	4
76	5	4	4	5	3	5	4	4	4
77	5	5	5	5	5	5	5	4	4
78	4	5	5	5	5	5	5	5	5
79	5	4	5	5	5	4	5	5	5
80	4	5	4	5	5	4	5	5	5
81	5	5	5	4	5	5	4	5	5
82	4	4	5	5	5	4	4	4	4
83	4	5	5	4	4	4	4	4	4
84	5	4	5	5	4	5	4	5	5
85	5	5	4	5	4	4	5	4	4
86	4	5	4	5	4	4	4	4	4
87	5	5	4	4	4	4	4	4	4
88	4	5	5	5	3	5	5	5	5
89	4	4	4	3	4	4	4	4	4
90	4	4	4	4	4	4	4	4	3
91	4	3	4	4	3	4	4	4	2
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4
93	4	3	3	4	4	4	4	3	4
94	3	4	4	4	4	3	3	3	4
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3
96	4	4	3	3	3	4	4	4	4
97	4	4	3	4	3	4	4	3	4
98	4	4	4	3	3	4	3	3	4
99	4	4	5	4	4	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4	3	4	4

Case Summaries

	Nonmon_1	Nonmon_2	Nonmon_3	Beli_1	Beli_2	Beli_3	Beli_4
1	4	3	2	4	4	4	4
2	4	4	4	4	4	4	4
3	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	5
5	4	3	3	3	3	2	4
6	3	3	3	4	4	4	4
7	5	4	4	5	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4
9	4	2	5	5	4	4	3
10	5	4	5	5	5	4	5
11	4	4	4	4	4	5	4
12	5	2	2	3	3	3	5
13	4	4	4	5	4	4	4
14	4	3	4	5	5	4	4
15	4	4	4	4	4	4	4
16	3	3	3	4	3	4	4
17	4	4	3	4	4	3	4
18	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	4	4	4	4	4
20	4	4	4	3	3	3	4
21	4	4	4	5	5	3	4
22	5	3	5	4	4	4	3
23	4	4	3	4	4	3	4
24	4	3	3	3	3	2	4
25	4	4	4	4	4	4	4
26	2	2	2	4	4	4	4
27	4	2	2	4	4	4	4
28	4	4	4	4	4	4	4
29	3	4	4	4	3	3	3
30	4	3	3	4	4	4	3
31	3	3	4	5	4	4	4
32	4	4	4	4	3	3	4
33	3	3	3	4	4	3	4
34	4	4	4	4	3	4	4
35	5	3	3	3	5	4	4
36	4	3	3	4	3	4	4
37	4	3	4	4	4	3	4
38	4	3	4	4	4	4	4
39	3	4	5	5	3	3	5
40	5	4	4	4	4	4	4
41	4	3	4	4	4	4	4
42	4	4	4	5	4	4	5
43	5	5	5	5	5	4	4
44	5	5	5	5	5	4	5
45	5	5	5	5	5	4	5
46	5	5	5	5	4	4	5
47	5	5	5	5	4	4	5
48	5	5	5	5	4	4	4
49	4	3	5	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	4	5
51	2	2	4	4	4	3	3
52	4	4	4	5	4	4	5
53	4	4	4	4	4	2	1
54	3	4	4	5	4	4	4
55	5	3	5	4	5	3	3

Case Summaries

	Nonmon_1	Nonmon_2	Nonmon_3	Beli_1	Beli_2	Beli_3	Beli_4
56	3	4	4	4	3	4	4
57	4	4	3	4	4	3	4
58	4	3	3	4	4	4	4
59	4	4	4	4	5	4	5
60	4	5	5	5	4	5	5
61	5	5	5	5	5	5	5
62	4	5	5	5	5	5	5
63	5	5	5	5	5	5	5
64	5	5	5	5	5	5	5
65	4	5	5	5	5	5	5
66	4	5	5	5	4	5	4
67	5	4	5	5	5	5	4
68	5	5	5	4	5	3	5
69	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5
71	5	5	5	5	5	5	5
72	4	5	5	5	4	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5
74	5	5	5	5	5	4	5
75	5	5	5	5	5	4	4
76	4	4	4	5	4	4	4
77	5	5	5	5	5	4	5
78	4	4	4	5	5	5	5
79	5	4	5	5	4	5	5
80	5	5	5	5	5	5	5
81	4	5	5	5	5	5	4
82	4	4	4	5	4	4	5
83	5	5	5	5	5	4	4
84	5	5	5	5	4	5	5
85	5	5	4	5	5	4	4
86	5	5	5	5	5	4	5
87	5	5	5	5	5	4	4
88	5	5	5	5	5	5	4
89	3	3	3	4	4	4	3
90	4	4	2	4	4	4	4
91	4	4	2	5	3	4	4
92	4	4	4	4	4	4	4
93	2	3	4	4	3	3	4
94	4	3	3	4	4	3	4
95	3	3	3	3	3	3	3
96	4	4	4	3	4	4	3
97	4	4	4	3	4	3	4
98	3	3	4	4	4	3	4
99	4	4	4	4	4	4	4
100	4	3	4	5	4	4	3

Frequency Table: Reliability

Rel_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	5	5.0	5.0	6.0
	setuju	47	47.0	47.0	53.0
	Sangat setuju	47	47.0	47.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Rel_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	3	3.0	3.0	3.0
	setuju	59	59.0	59.0	62.0
	Sangat setuju	38	38.0	38.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Rel_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	21	21.0	21.0	21.0
	setuju	56	56.0	56.0	77.0
	Sangat setuju	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Rel_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	21	21.0	21.0	23.0
	setuju	47	47.0	47.0	70.0
	Sangat setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table: Responsiveness

Res_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	6	6.0	6.0	8.0
	setuju	59	59.0	59.0	67.0
	Sangat setuju	33	33.0	33.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

Res_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	13	13.0	13.0	13.0
	setuju	60	60.0	60.0	73.0
	Sangat setuju	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Res_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Netral	10	10.0	10.0	13.0
	setuju	53	53.0	53.0	66.0
	Sangat setuju	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table: Assurance

Ass_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	10	10.0	10.0	11.0
	setuju	58	58.0	58.0	69.0
	Sangat setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Ass_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	25	25.0	25.0	25.0
	setuju	44	44.0	44.0	69.0
	Sangat setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Ass_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	42	42.0	42.0	43.0
	setuju	33	33.0	33.0	76.0
	Sangat setuju	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Ass_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	11	11.0	11.0	11.0
	setuju	57	57.0	57.0	68.0
	Sangat setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table: Emphaty

Emp_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	26	26.0	26.0	26.0
	setuju	48	48.0	48.0	74.0
	Sangat setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Emp_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	18	18.0	18.0	20.0
	setuju	45	45.0	45.0	65.0
	Sangat setuju	35	35.0	35.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Emp_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	21	21.0	21.0	22.0
	setuju	54	54.0	54.0	76.0
	Sangat setuju	24	24.0	24.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Emp_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	12	12.0	12.0	12.0
	setuju	68	68.0	68.0	80.0
	Sangat setuju	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table: Tangibles

Tang_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	10	10.0	10.0	11.0
	setuju	57	57.0	57.0	68.0
	Sangat setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tang_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	12	12.0	12.0	12.0
	setuju	54	54.0	54.0	66.0
	Sangat setuju	34	34.0	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tang_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Netral	17	17.0	17.0	22.0
	setuju	52	52.0	52.0	74.0
	Sangat setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tang_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Netral	21	21.0	21.0	26.0
	setuju	45	45.0	45.0	71.0
	Sangat setuju	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tang_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	9	9.0	9.0	9.0
	setuju	65	65.0	65.0	74.0
	Sangat setuju	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tang_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	12	12.0	12.0	12.0
	setuju	60	60.0	60.0	72.0
	Sangat setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table: Moneter

Mon_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	4	4.0	4.0	4.0
	Netral	20	20.0	20.0	24.0
	setuju	56	56.0	56.0	80.0
	Sangat setuju	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Mon_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	Netral	15	15.0	15.0	17.0
	setuju	55	55.0	55.0	72.0
	Sangat setuju	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table: Nonmoneter

Nonmon_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Netral	11	11.0	11.0	14.0
	setuju	53	53.0	53.0	67.0
	Sangat setuju	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Nonmon_2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	5	5.0	5.0	5.0
	Netral	24	24.0	24.0	29.0
	setuju	41	41.0	41.0	70.0
	Sangat setuju	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Nonmon_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	6	6.0	6.0	6.0
	Netral	15	15.0	15.0	21.0
	setuju	42	42.0	42.0	63.0
	Sangat setuju	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table: Niat beli

Beli_1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	8	8.0	8.0	8.0
	setuju	45	45.0	45.0	53.0
	Sangat setuju	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Beli_2

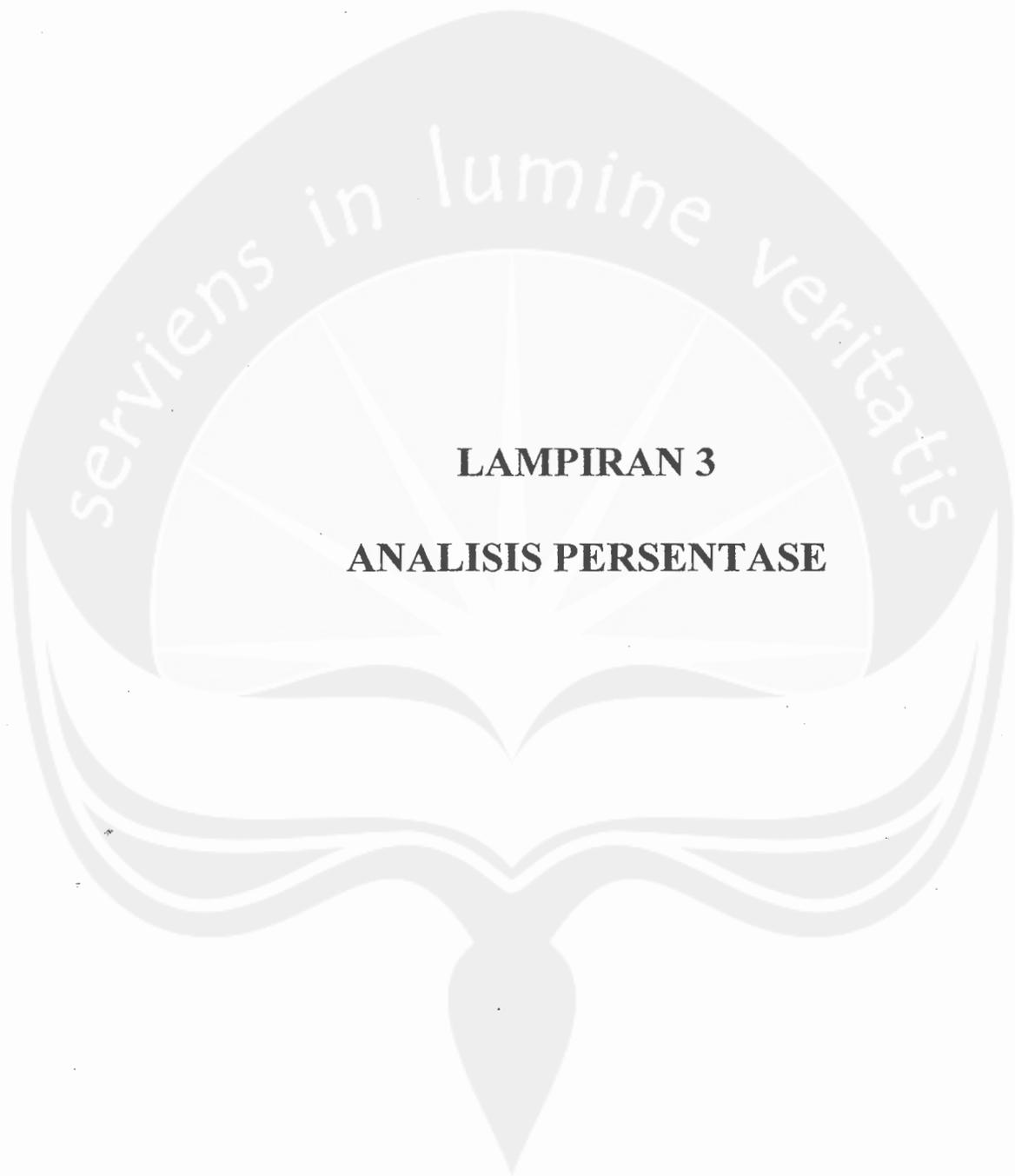
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Netral	14	14.0	14.0	14.0
	setuju	55	55.0	55.0	69.0
	Sangat setuju	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Beli_3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
	Netral	19	19.0	19.0	22.0
	setuju	58	58.0	58.0	80.0
	Sangat setuju	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Beli_4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak setuju	1	1.0	1.0	1.0
	Netral	10	10.0	10.0	11.0
	setuju	57	57.0	57.0	68.0
	Sangat setuju	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



LAMPIRAN 3

ANALISIS PERSENTASE

Frequency Table

Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	52	52.0	52.0	52.0
	Perempuan	48	48.0	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pengeluaran

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<= Rp. 500.000	81	81.0	81.0	81.0
	> Rp. 500.000	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pembelian di McDonald's

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	100	100.0	100.0	100.0



LAMPIRAN 4

UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS

Reliability

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.736
		N of Items	2 ^a
	Part 2	Value	.781
		N of Items	2 ^b
Total N of Items			4
Correlation Between Forms			.648
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.787
	Unequal Length		.787
Guttman Split-Half Coefficient			.775

a. The items are: Rel_1, Rel_2.

b. The items are: Rel_3, Rel_4.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Rel_1	12.42	2.650	.734	.748
Rel_2	12.47	3.221	.549	.829
Rel_3	12.80	2.687	.660	.781
Rel_4	12.77	2.320	.707	.764

Scale Statistics

	Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
Part 1	8.75	1.098	1.048	2 ^a
Part 2	8.07	1.702	1.305	2 ^b
Both Parts	16.82	4.573	2.139	4

a. The items are: Rel_1, Rel_2.

b. The items are: Rel_3, Rel_4.

Responsiveness

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.767
		N of Items	2 ^a
	Part 2	Value	1.000
		N of Items	1 ^b
Total N of Items			3
Correlation Between Forms			.634
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.776
	Unequal Length		.792
Guttman Split-Half Coefficient			.730

a. The items are: Res_1, Res_2.

b. The items are: Res_3, Res_3.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Res_1	8.32	1.432	.672	.719
Res_2	8.41	1.497	.669	.725
Res_3	8.37	1.306	.634	.767

Scale Statistics

	Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
Part 1	8.37	1.306	1.143	2 ^a
Part 2	4.18	.533	.730	1 ^b
Both Parts	12.55	2.896	1.702	3

a. The items are: Res_1, Res_2.

b. The items are: Res_3, Res_3.

Assurance

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.672
		N of Items	2 ^a
	Part 2	Value	.701
		N of Items	2 ^b
Total N of Items			4
Correlation Between Forms			.646
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.785
	Unequal Length		.785
Guttman Split-Half Coefficient			.785

a. The items are: Ass_1, Ass_2.

b. The items are: Ass_3, Ass_4.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Ass_1	12.07	3.379	.550	.782
Ass_2	12.19	2.964	.664	.726
Ass_3	12.45	2.634	.732	.689
Ass_4	12.04	3.594	.530	.790

Scale Statistics

	Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
Part 1	8.24	1.558	1.248	2 ^a
Part 2	8.01	1.626	1.275	2 ^b
Both Parts	16.25	5.240	2.289	4

a. The items are: Ass_1, Ass_2.

b. The items are: Ass_3, Ass_4.

Emphaty

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.786
		N of Items	2 ^a
	Part 2	Value	.685
		N of Items	2 ^b
Total N of Items			4
Correlation Between Forms			.714
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.833
	Unequal Length		.833
Guttman Split-Half Coefficient			.823

a. The items are: Emp_1, Emp_2.

b. The items are: Emp_3, Emp_4.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Emp_1	12.22	2.961	.705	.785
Emp_2	12.09	2.790	.717	.781
Emp_3	12.21	3.097	.667	.802
Emp_4	12.14	3.576	.635	.821

Scale Statistics

	Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
Part 1	8.13	1.852	1.361	2 ^a
Part 2	8.09	1.234	1.111	2 ^b
Both Parts	16.22	5.244	2.290	4

a. The items are: Emp_1, Emp_2.

b. The items are: Emp_3, Emp_4.

Tangibles

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.587
		N of Items	3 ^a
	Part 2	Value	.528
		N of Items	3 ^b
Total N of Items			6
Correlation Between Forms			.775
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.873
	Unequal Length		.873
Guttman Split-Half Coefficient			.873

a. The items are: Tang_1, Tang_2, Tang_3.

b. The items are: Tang_4, Tang_5, Tang_6.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tang_1	20.52	6.171	.484	.751
Tang_2	20.50	5.828	.616	.720
Tang_3	20.73	5.553	.525	.744
Tang_4	20.74	5.507	.494	.755
Tang_5	20.55	6.311	.534	.743
Tang_6	20.56	6.168	.529	.742

Scale Statistics

	Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
Part 1	12.41	2.426	1.558	3 ^a
Part 2	12.31	2.176	1.475	3 ^b
Both Parts	24.72	8.163	2.857	6

a. The items are: Tang_1, Tang_2, Tang_3.

b. The items are: Tang_4, Tang_5, Tang_6.

Moneter

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	1.000
		N of Items	1 ^a
	Part 2	Value	1.000
		N of Items	1 ^b
Total N of Items			2
Correlation Between Forms			.545
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.705
	Unequal Length		.705
Guttman Split-Half Coefficient			.705

a. The items are: Mon_1, Mon_1.

b. The items are: Mon_2, Mon_2.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Mon_1	4.09	.507	.545	^a
Mon_2	3.92	.559	.545	^a

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

Scale Statistics

	Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
Part 1	3.92	.559	.748	1 ^a
Part 2	4.09	.507	.712	1 ^b
Both Parts	8.01	1.646	1.283	2

a. The items are: Mon_1, Mon_1.

b. The items are: Mon_2, Mon_2.

Nonmoneter

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.731
		N of Items	2 ^a
	Part 2	Value	1.000
		N of Items	1 ^b
Total N of Items			3
Correlation Between Forms			.667
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.800
	Unequal Length		.816
Guttman Split-Half Coefficient			.745

a. The items are: Nonmon_1, Nonmon_2.

b. The items are: Nonmon_3, Nonmon_3.

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Nonmon_1	8.06	2.522	.589	.808
Nonmon_2	8.26	1.932	.732	.657
Nonmon_3	8.12	2.026	.667	.731

Scale Statistics

	Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
Part 1	8.12	2.026	1.423	2 ^a
Part 2	4.10	.758	.870	1 ^b
Both Parts	12.22	4.436	2.106	3

a. The items are: Nonmon_1, Nonmon_2.

b. The items are: Nonmon_3, Nonmon_3.

Niat beli

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Part 1	Value	.707
		N of Items	2 ^a
	Part 2	Value	.637
		N of Items	2 ^b
Total N of Items			4
Correlation Between Forms			.616
Spearman-Brown Coefficient	Equal Length		.762
	Unequal Length		.762
Guttman Split-Half Coefficient			.761

a. The items are: Beli_1, Beli_2.

b. The items are: Beli_3, Beli_4.

Item-Total Statistics

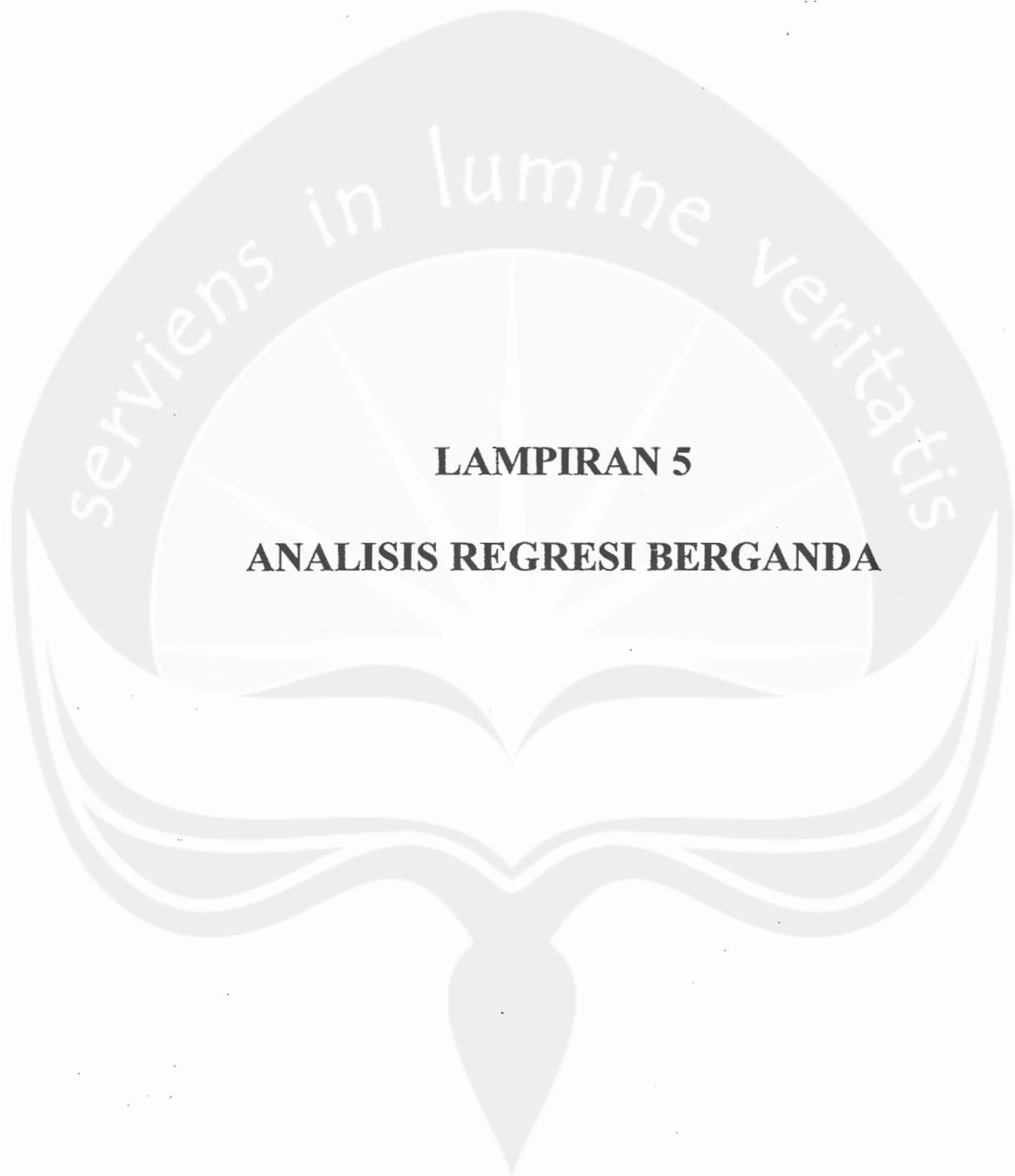
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Beli_1	12.31	2.640	.666	.695
Beli_2	12.53	2.777	.558	.747
Beli_3	12.75	2.432	.658	.694
Beli_4	12.51	2.798	.491	.782

Scale Statistics

	Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
Part 1	8.56	1.279	1.131	2 ^a
Part 2	8.14	1.455	1.206	2 ^b
Both Parts	16.70	4.414	2.101	4

a. The items are: Beli_1, Beli_2.

b. The items are: Beli_3, Beli_4.



LAMPIRAN 5

ANALISIS REGRESI BERGANDA

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Total perceived price, Service quality		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	,901 ^a	,811	,807	,23069

a. Predictors: (Constant), Total perceived price, Service quality

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	22,150	2	11,075	208,106	,000 ^a
	Residual	5,162	97	,053		
	Total	27,313	99			

a. Predictors: (Constant), Total perceived price, Service quality

b. Dependent Variable: Niat beli

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	,326	,198		1,648	,103
	Service quality	,612	,082	,565	7,463	,000
	Total perceived price	,330	,066	,379	4,995	,000

a. Dependent Variable: Niat beli

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Nonmoneter, Moneter, Tangibles, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Reliability		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	.947 ^a	.896	.888	.17550

a. Predictors: (Constant), Nonmoneter, Moneter, Tangibles, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Reliability

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24.479	7	3.497	113.544	.000 ^a
	Residual	2.833	92	.031		
	Total	27.313	99			

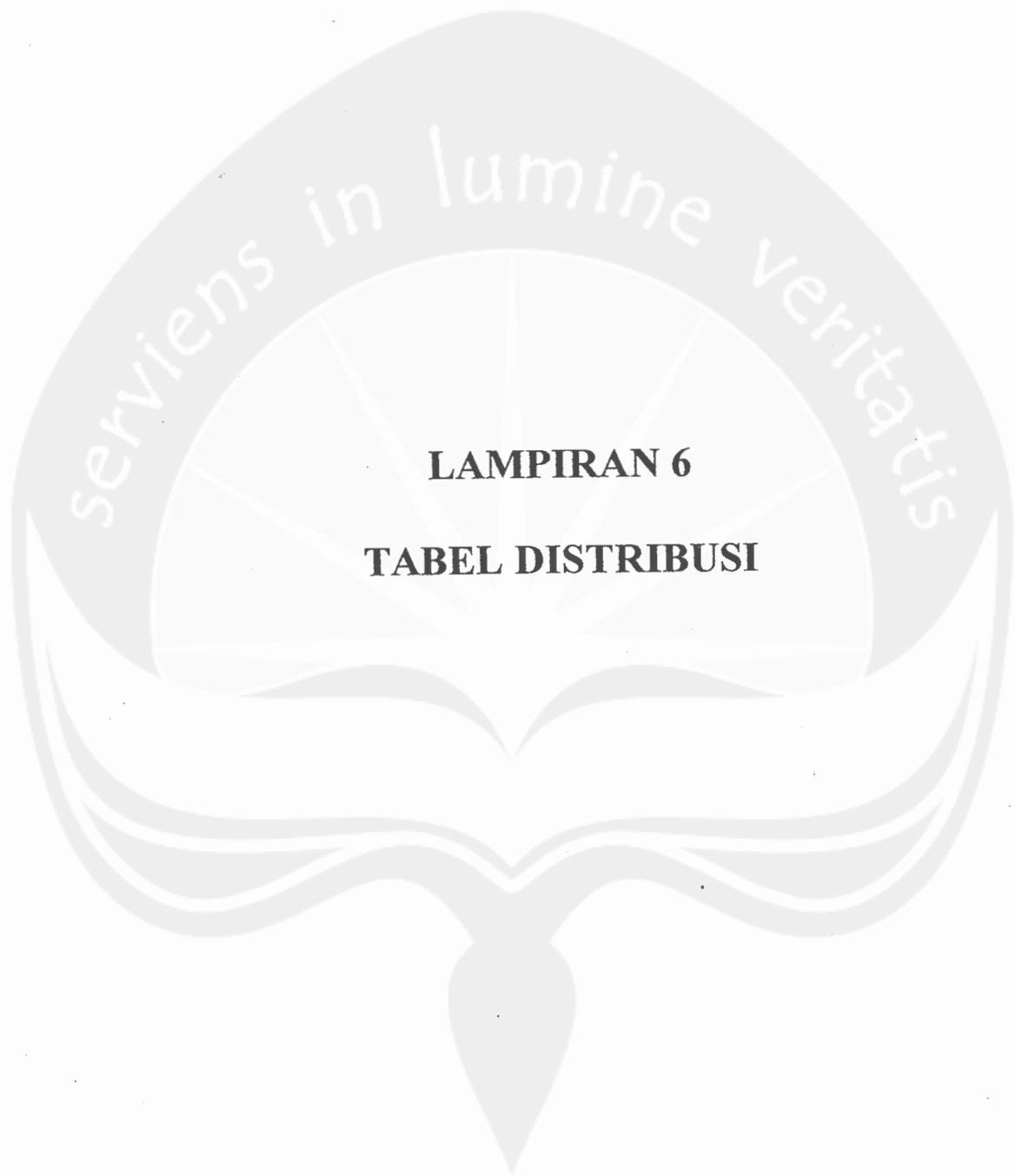
a. Predictors: (Constant), Nonmoneter, Moneter, Tangibles, Responsiveness, Assurance, Emphaty, Reliability

b. Dependent Variable: Niat beli

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.170	.167			1.022	.309
	Reliability	.508	.063	.517		8.108	.000
	Responsiveness	-.081	.053	-.087		-1.520	.132
	Assurance	.150	.048	.181		3.164	.002
	Emphaty	-.059	.056	-.065		-1.062	.291
	Tangibles	.127	.057	.115		2.223	.029
	Moneter	.285	.039	.348		7.309	.000
	Nonmoneter	.044	.040	.059		1.108	.271

a. Dependent Variable: Niat beli



LAMPIRAN 6

TABEL DISTRIBUSI

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

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	1.96	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

TABEL DISTRIBUSI T

N	10%	5%	N	10%	5%
1	6.314	12.706	51	1.675	2.008
2	2.920	4.303	52	1.675	2.007
3	2.353	3.182	53	1.674	2.006
4	2.132	2.776	54	1.674	2.005
5	2.015	2.571	55	1.673	2.004
6	1.943	2.447	56	1.673	2.003
7	1.895	2.365	57	1.672	2.002
8	1.860	2.306	58	1.672	2.002
9	1.833	2.262	59	1.671	2.001
10	1.812	2.228	60	1.671	2.000
11	1.796	2.201	61	1.670	2.000
12	1.782	2.179	62	1.670	1.999
13	1.771	2.160	63	1.669	1.998
14	1.761	2.145	64	1.669	1.998
15	1.753	2.131	65	1.669	1.997
16	1.746	2.120	66	1.668	1.997
17	1.740	2.110	67	1.668	1.996
18	1.734	2.101	68	1.668	1.995
19	1.729	2.093	69	1.667	1.995
20	1.725	2.086	70	1.667	1.994
21	1.721	2.080	71	1.667	1.994
22	1.717	2.074	72	1.666	1.993
23	1.714	2.069	73	1.666	1.993
24	1.711	2.064	74	1.666	1.993
25	1.708	2.060	75	1.665	1.992
26	1.706	2.056	76	1.665	1.992
27	1.703	2.052	77	1.665	1.991
28	1.701	2.048	78	1.665	1.991
29	1.699	2.045	79	1.664	1.990
30	1.697	2.042	80	1.664	1.990
31	1.696	2.040	81	1.664	1.990
32	1.694	2.037	82	1.664	1.989
33	1.692	2.035	83	1.663	1.989
34	1.691	2.032	84	1.663	1.989
35	1.690	2.030	85	1.663	1.988
36	1.688	2.028	86	1.663	1.988
37	1.687	2.026	87	1.663	1.988
38	1.686	2.024	88	1.662	1.987
39	1.685	2.023	89	1.662	1.987
40	1.684	2.021	90	1.662	1.987
41	1.683	2.020	91	1.662	1.986
42	1.682	2.018	92	1.662	1.986
43	1.681	2.017	93	1.661	1.986
44	1.680	2.015	94	1.661	1.986
45	1.679	2.014	95	1.661	1.985
46	1.679	2.013	96	1.661	1.985
47	1.678	2.012	97	1.661	1.985
48	1.677	2.011	98	1.661	1.984
49	1.677	2.010	99	1.660	1.984
50	1.676	2.009	100	1.660	1.984