

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini membahas mengenai *brand personality* dan *brand loyalty*. *Brand personality* merupakan kecocokan dan kesesuaian diri seseorang dengan karakteristik merek yang ditawarkan oleh perusahaan. Ketika kesesuaian antara merek perusahaan dengan konsumen cocok atau sesuai maka diharapkan akan tercipta loyalitas dari konsumen yang datang dan mengkonsumsi produk dari suatu merek. UD Mitra menggunakan pendekatan kepada konsumen sebagai wadah bagi berbagai komunitas yang ada di dalamnya atau saat berkunjung dengan mengadakan sejumlah acara atau *event* yang berkolaborasi dengan konsumen secara langsung, tidak hanya menjadi tempat untuk meminum kopi namun berbagai macam aktivitas bisa di lakukan agar tercipta identitas tersendiri dari UD Mitra sebagai ruang untuk berkolaborasi dan berkreasi.

Penelitian ini mendapatkan hasil yaitu terdapat adanya pengaruh yang kuat sebesar 73% antara *brand personality* terhadap *brand loyalty*. Pengujian hipotesis penelitian ini memiliki pengaruh yang positif atau searah dengan dilihat dari persamaan regresi yang sudah di bahas pada bab sebelumnya. Hal tersebut juga dapat menjelaskan bahwa ketika konsumen merasa nyaman dengan pelayanan ataupun produk yang di keluarkan oleh UD Mitra maka dapat menjadikan konsumen merasa puas akan adanya pelayanan tersebut. Kepuasan dari konsumen tersebut akan timbul loyalitas karena merasa cocok dengan

merek UD Mitra. Loyalitas konsumen dari UD Mitra berdampak kepada pelanggan enggan untuk pindah ke merek lain walaupun ada harga yang lebih murah ataupun UD Mitra lebih mahal harganya dari kompetitor berdasarkan identitas UD Mitra yang kuat.

B. Saran

1. Bagi Peneliti Selanjutnya

Kekurangan dalam penelitian ini adalah penelitian ini secara garis besar hanya melihat pengaruh antar variabel. Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini akan menjadi menarik apabila dapat menggunakan metode penelitian campuran yaitu kuantitatif dan kualitatif. Penelitian kualitatif diperlukan untuk melengkapi hasil jawaban dari penelitian kuantitatif yang didapat, sehingga hasil jawaban yang didapatkan dapat lebih mendalam. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi tambahan agar penelitian yang dikembangkan selanjutnya bisa lebih diperkaya dengan teori yang lebih mendalam dan juga peneliti selanjutnya dapat memberikan variabel lainnya di luar penelitian ini agar lebih sempurna.

2. Bagi Perusahaan

Bagi UD Mitra agar lebih menekankan kepada identitas perusahaan agar bisa lebih baik lagi karena masih ada kekurangan pada bagian merasa berkelas atau konsumen saat berkunjung tidak menonjolkan eksklusivitas di dalamnya dengan skor yang lebih rendah dari merek UD Mitra.

Selanjutnya untuk bagian loyalitas pada merek UD Mitra dapat terlihat dari kepuasan pelayanan dari UD Mitra untuk ditingkatkan lebih agar konsumen merasa nyaman dan akhirnya bisa merekomendasikan ke konsumen lainnya karena kepuasan dari konsumen sudah terjadi di UD Mitra.



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, J. L. (1997). *Dimensions of Brand Personality*. *Journal of Marketing Research*, 34(3), 347–356. <https://doi.org/10.2307/3151897> .
- Akin, M., Sciences, B. A., Sciences, B. A., & Halisdemir, O. (2017). *The Impacts of Brand Personality on Brand Loyalty: A Research on Automobile Brands in Turkey*. *International Journal of Marketing Studies*, 9(2), 134–145. <https://doi.org/10.5539/ijms.v9n2p134>
- Ali Hasan. (2010). *Marketing*. Yogyakarta : Media Presindo.
- Bastian, Danny A. (2014). *Analisa Pengaruh Citra Merek (Brand Image) dan Kepercayaan Merek (Brand Trust) terhadap Loyalitas Merek (Brand Loyalty) ADES PT. Ades Alfindo Putra Setia*. *Jurnal Manajemen Pemasaran Petra* Vol. 2, No. 1, (2014) 1-9.
- Bayram, K., & Abdullah Othman, A. H. (2019). *Islamic Versus Conventional Stock Market Indices Performance: Empirical Evidence from Turkey*. *IQTISHADIA*, 12(1), 74. <https://doi.org/10.21043/iqtishadia.v12i1.4631>
- Bayu Swastha dan Hani Handoko. (2011). *Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku Konsumen*. Yogyakarta : BPF.
- Cooper, D. R., & Schindler, P. S. (2014). *Business Research Methods*. In *Business Research Methods* (12 Edition). McGraw-Hill.
- Dwivedi, A. (2019). *Consumer Emotional Brand Attachment with Social Media Brands and Social Media Brand Equity*. *European Journal of Marketing*, 53(6), 1176–1204.
- Garanti, Z., & Kissi, P. S. (2019). *The Effects of Social Media Brand Personality on Brand Loyalty in The Latvian Banking Industry: The Mediating Role of Brand Equity*. *International Journal of Bank Marketing*, 37(6), 1480–1503. <https://doi.org/10.1108/IJBM-09-2018-0257>

- Ghozali, Imam. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Girvin, Irene. (2020). *Brand Personality*. Diakses dari <https://bbs.binus.ac.id/gbm/2020/05/08/brand-personality/>. Pada tanggal 16 Juli 2020.
- Griffin, J., . (2016). *Customer Loyalty: Menumbuhkan dan Mempertahankan Kesetiaan Pelanggan*. Alih Bahasa Dwi Kartini Yahya. Jakarta: Erlangga.
- Keller, Kevin L. (2013). *Strategic Brand Management ; Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Fourth Edition Harlow, English: Pearson Education Inc
- Kim, S. H., Kim, M. S., & Lee, D. H. (2016). *The Effects of Personality Traits and Congruity on Customer Satisfaction and Brand Loyalty: Evidence From Coffee Shop Customers. In Advances in Hospitality and Leisure (Vol. 12)*. <https://doi.org/10.1108/S1745-354220160000012001>
- Kotler, P., & Armstrong, G (2018). *Principles of Marketing Global Edition 17th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller. (2008). *Manajemen Pemasaran Edisi 13/ Jilid 1*. Bob Sabran, Penerjemah. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Kusuma, Y. S. (2014). *Pengaruh Brand Experience terhadap Brand Loyalty Melalui Brand Satisfaction dan Brand Trust Harley Davidson di Surabaya*. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 2(1), 1–11.
- Mahmudan, Ali. (2022). *Berapa Jumlah Konsumsi Kopi Indonesia pada 2020/2021?*. Diakses dari <https://dataindonesia.id/sektor-riil/detail/berapa-konsumsi-kopi-indonesia-pada-20202021> Pada tanggal 16 Januari 2023.
- Mahuda dan Fauziah. (2017). *Pengaruh Brand Personality dan Brand Trust terhadap Keputusan Pembelian (Studi Kasus Butik Meccanism)*. *Jurnal Ekonomi Islam*.

- Mulyana Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Nam, J., Ekinci, Y., & Whyatt, G. (2011). *Brand Equity, Brand Loyalty and Consumer Satisfaction*. *Annals of Tourism Research*, 38(3), 1009–1030. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.01.015>
- Nikhashemi, S. R., & Valaei, N. (2018). *The Chain of Effects From Brand Personality and Functional Congruity to Stages of Brand Loyalty: The Moderating Role of Gender*. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, 30(1), 84–105. <https://doi.org/10.1108/APJML-01-2017-0016>
- Ningsih, S., & Dukalang, H. (2019). *Penerapan Metode Suksesif Interval pada Analisis Regresi Linier Berganda*. *Jambura Journal of Mathematics*, 1(1). <https://doi.org/10.34312/jjom.v1i1.1742>
- Nurpriyanti, V., & Hurriyati, R. (2016). *Pengaruh Kinerja Co-Branding terhadap Keputusan Pembelian (Survei pada Mini Market Penjual Es Krim Wall's Selection Oreo di Kecamatan Cikajang-Garut)*. In *Journal of Business Management and Entrepreneurship Education* | (Vol. 1, Issue 1). www.setkab.go.id,
- Orth, U. R., Limon, Y., & Rose, G. (2010). *Store-Evoked Affect, Personalities, And Consumer Emotional Attachments to Brands*. *Journal of Business Research*, 63(11), 1202–1208. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2009.10.018>
- Ozer. (2016). *The Association between Perceived Value and Patient Loyalty in Public University Hospitals in Turkey*. *Total Quality Management*, pp. 1–18.
- Pranadata, I. G. P. (2017). *Analisis Pengaruh Brand Experience Terhadap Brand Perceived Value, Brand Satisfaction dan Brand Loyalty (Studi Kasus pada Industri Onestop Carcare Service di Kota Malang)*. *Jurnal Bisnis Dan Manajemen*, 4(2), 217–228.

- Prasetyo, Wisnu Bagus. (2020). *2020 Kedai Kopi diprediksi Tumbuh 15%*. Diakses dari <https://www.beritasatu.com/ekonomi/601687/2020-kedai-kopi-diprediksi-tumbuh-15> . Pada Sabtu, 1 Januari 2022.
- Rasmikayati, E., Afriyanti, S., Rachmat, B., Agritekh, S., Agribisnis, J., Pangan, T., & Saefudin, B. R. (2020). *Keragaan, Potensi dan Kendala pada Usaha Kedai Kopi di Jatinangor (Kasus pada Belike Coffee Shop dan Balad Coffee Works)*. *Jurnal Agribisnis Dan Teknologi Pangan*, 1(1), 26–45.
- Rutter, R., Nadeau, J., Aagerup, U., & Lettice, F. (2019). *The Olympic Games and Associative Sponsorship: Brand Personality Identity Creation, Communication and Congruence*. Rom <https://doi.org/10.1108/INTR-07-2018-0324>
- Sangadji, Etta Mamang. (2013). *Perilaku konsumen*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Sari, A. C., Hartina, R., Awalia, R., Irianti, H., & Ainun, N. (2018). *Komunikasi dan Media Sosial*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 69. <https://journals.usm.ac.id/index.php/the-messenger/article/view/270>
- Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business* (Seventh Ed). Wiley.
- Sudjatmiko, Tomi. (2019). *Prospek Bisnis Kedai Kopi 2020 Masih Menjanjikan*. Di akses dari <https://www.krjogja.com/ekonomi/bisnis/prospek-bisniskedai-kopi-2020-masih-menjanjikan>. Pada tanggal 16 Juli 2020.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT Alfabet.
- Thammawimutt, Apiluck. (2005). *The Relationship Between Brand Equity, Product Attributes And Purchase Intention: A Study Of Sony Digital Cameras In Bangkok*. *Journal research*.
- Thomas, B. J., & Sekar, P. C. (2008). *Measurement and Validity of Jennifer Aaker's Brand Personality Scale for Colgate Brand*. *Sage Journal*, 33(3), 49–61.

- Tsordia, C., Papadimitriou, D., & Apostolopoulou, A. (2018). *Building A Sponsor's Equity Through Brand Personality: Perceptions of Fans and Rivals*. *Sport, Business and Management. An International Journal*, 8(5), 454–468. <https://doi.org/10.1108/SBM-09-2017-0050>
- Weenas, J. (2013). *Kualitas Produk, Harga, Promosi Dan Kualitas Pelayanan Pengaruhnya Terhadap Keputusan Pembelian Spring Bed Comforta*. *Jurnal Riset Ekonomi, Manajemen, Bisnis Dan Akuntansi*, 1(4), 607–618. <https://doi.org/10.35794/emba.v1i4.2741>
- Zainudin, M. I. (2019). *Halal Brand Personality and Brand Loyalty Among Millennial Modest Fashion Consumers In Malaysia*. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2018-0187>

LAMPIRAN

1. Kuesioner Penelitian

“Pengaruh *Brand Personality* terhadap *Brand Loyalty* Pada *Coffee Shop* UD Mitra”

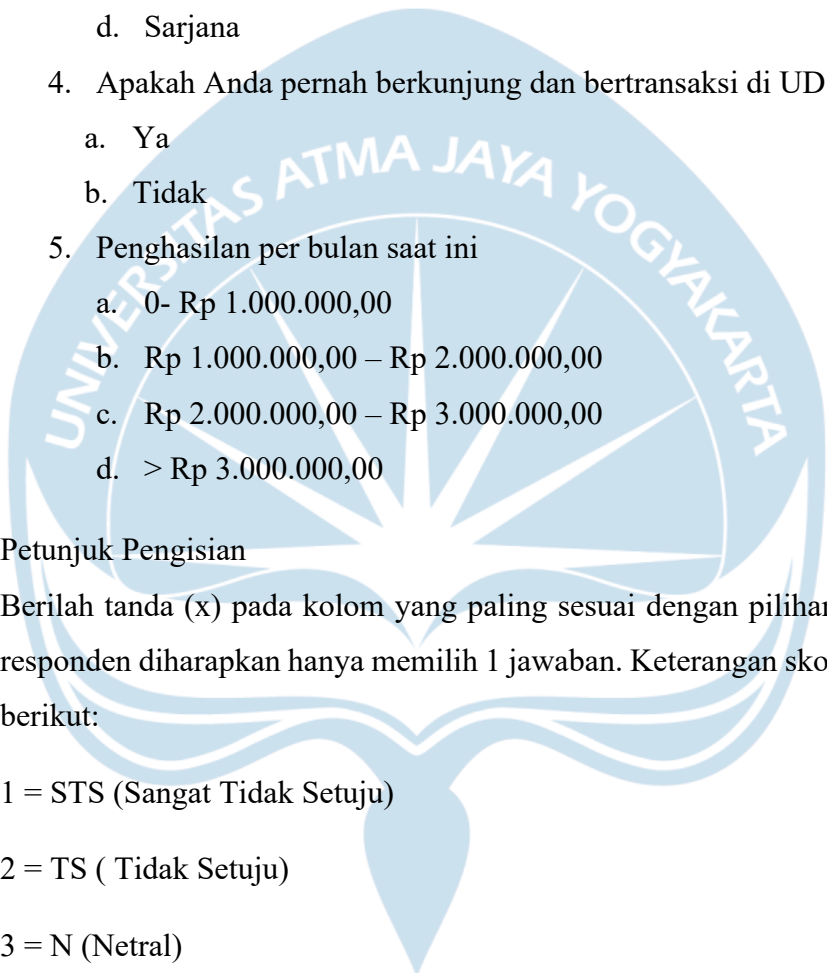
Responden yang terhormat,

Perkenalkan nama saya adalah Kelvin Alexander Runtukahu mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang saat ini sedang melakukan penelitian mengenai pengaruh korelasi *brand personality* terhadap *brand loyalty* pada *coffee shop* UD Mitra. Saya mengharapkan kesediaan Saudara/i untuk meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam penelitian ini.

Semua informasi yang terkandung di dalam kuesioner ini dijamin kerahasiannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini Saya akan sangat menghargai kesediaan waktu dan informasi yang Saudara/i berikan kepada saya. Terimakasih atas perhatian dan partisipasi Saudara/i.

Identitas Responden

1. Jenis kelamin:
 - a. Laki – laki
 - b. Perempuan
2. Umur:
 - a. 15-20 tahun
 - b. 21-25 tahun
 - c. 25-30 tahun
 - d. > 30 tahun

- 
3. Pendidikan terakhir:
 - a. SMP
 - b. SMA/SMK
 - c. Diploma
 - d. Sarjana
 4. Apakah Anda pernah berkunjung dan bertransaksi di UD Mitra?
 - a. Ya
 - b. Tidak
 5. Penghasilan per bulan saat ini
 - a. 0- Rp 1.000.000,00
 - b. Rp 1.000.000,00 – Rp 2.000.000,00
 - c. Rp 2.000.000,00 – Rp 3.000.000,00
 - d. > Rp 3.000.000,00

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda (x) pada kolom yang paling sesuai dengan pilihan anda. Setiap responden diharapkan hanya memilih 1 jawaban. Keterangan skor nilai sebagai berikut:

1 = STS (Sangat Tidak Setuju)

2 = TS (Tidak Setuju)

3 = N (Netral)

4 = S (Setuju)

5 = SS (Sangat Setuju)

Brand Personality

NO	PERNYATAAN	PENDAPAT				
		SS	S	N	TS	STS
1.	Kejujuran mengenai kualitas produk yang disajikan oleh UD Mitra memberi kesan yang baik saat dikonsumsi					
2.	Produk atau kegiatan yang ditawarkan UD Mitra pada saya sesuai dengan karakteristik saya					
3.	UD Mitra mencerminkan merek yang sederhana sehingga mudah diingat					
4.	Ketika rekan atau ada event yang diadakan UD Mitra saya antusias untuk datang					
5.	UD Mitra mengikuti perkembangan/modern					
6.	UD Mitra sebagai merek coffee shop sesuai dengan bayangan saya					
7.	UD Mitra selalu berinovasi terkait produk dan <i>event</i> yang diadakan					
8.	UD Mitra dalam meluncurkan produk ataupun event sesuai dengan harapan saya dan puas					
9.	UD Mitra telah berhasil dalam menarik perhatian saya					
10.	Saya merasa berkelas ketika berkunjung ke UD Mitra					
11.	Konsep yang dibawa oleh UD Mitra memberikan kesan enak dipandang					

Brand Loyalty

NO	PERNYATAAN	PENDAPAT				
		STS	TS	N	S	SS
1.	Saya lebih memilih produk UD Mitra daripada <i>brand coffee shop</i> lain (<i>behavioral measures</i>)					
2.	Saya akan melakukan pembelian ulang pada di UD Mitra (<i>behavioral measures</i>)					
3.	Saya akan setia pada merek UD Mitra sebagai pilihan tempat untuk menunjang aktivitas saya sehari hari (<i>measuring switching cost</i>)					
4.	Meskipun merek lain lebih murah dari merek UD Mitra namun saya tetap setia dengan UD Mitra (<i>measuring switching cost</i>)					
5.	Saya merasa puas dengan pelayanan UD Mitra (<i>measuring satisfaction</i>)					
6.	Saya merasa puas dengan produk dari UD Mitra (<i>measuring satisfaction</i>)					
7.	Saya merasa puas dengan fasilitas UD Mitra (<i>measuring satisfaction</i>)					
8.	Saya merasa nyaman dengan suasana UD Mitra (<i>measuring satisfaction</i>)					
9.	Saya menyukai merek dari UD Mitra (<i>liking brand</i>)					

10.	Saya senang mengikuti kegiatan yang diadakan oleh UD Mitra (<i>liking brand</i>)				
11.	Saya setia menggunakan merek dari UD Mitra karena cocok dengan diri saya (<i>liking brand</i>)				
12.	Saya akan merekomendasikan UD Mitra ke teman atau rekan saya (<i>measuring commitment</i>)				
13.	Saya akan membicarakan hal-hal positif kepada teman atau rekan saya mengenai merek UD Mitra (<i>measuring commitment</i>)				

2. Hasil Kuesioner Variabel *Brand Personality*

Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir	Apakah Anda Berkunjung ke UD Mitra Sebelumnya?	Penghasilan Per Bulan Sekarang	X1	X2	X3	X4	X5	X6	X7	X8	X9	X10	X11
Laki-laki	> 30 tahun	Diploma	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	5
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
Laki-laki	> 30 tahun	SMP	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	3	5	4	4	5	4	5
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	5	5	4	5	5	5	5	5	3	4
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4
Laki-laki	25-30 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	3	4	4	5	3	4	4	4	3	4
Laki-laki	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	5	5	5	5	3	4	4	5	3	5
Perempuan	15-20 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	2	4	4	5	5	3	3	3	2	4
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	0- Rp 1.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	4	5	5	5	4	5	5	5	1	5
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	3	4	3	3	4	4	4	3	3
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	3	3	2	1	2	2	4	2	3	1	2
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	25-30 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	3	4	4	3	4	3	4	3	4	4	4
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	4	5	5	3	5	5	3	3	4
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	3	3	4	5	4	3	4	4	4	2	2
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	3	4	4	5	4	5	5	4	4	4	4
Perempuan	25-30 tahun	Sarjana	Ya	0- Rp 1.000.000,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	5	5	5	5	5	5	4	5	3	4
Laki-laki	25-30 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	4	3	5	3	5	4	5
Perempuan	15-20 tahun	SMA	Ya	0- Rp 1.000.000,00	4	4	5	4	5	5	5	4	5	4	5
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5
Perempuan	25-30 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5

Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5			
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5		
Laki-laki	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3	4			
Laki-laki	25-30 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	0- Rp 1.000.000,00	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5			
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	0- Rp 1.000.000,00	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
Laki-laki	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5			
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	4	5	2	5	3	5	2	5	1	5	5			
Perempuan	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	4	4	4	5	4	5	5	4	3	5	5			
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	3	5	5	5	5	4	4	4	4			
Perempuan	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4			
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	5	3	5	3	5	5	5	5	4	3	4	4			
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4		
Perempuan	21-25 tahun	Diploma	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5		
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	4	5	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4		
Laki-laki	15-20 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4		
Laki-laki	15-20 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
Laki-laki	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	3	5	5		
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	4	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4		
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4		
Laki-laki	25-30 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4		
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5		
Perempuan	15-20 tahun	SMA	Ya	0- Rp 1.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	4	4	4	3	4	4	4	3	3	2	4	4	4		
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	5	4	5	4	3	4	4	4	4	2	4	4		
Perempuan	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5		
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5		
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5		
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5		
Laki-laki	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	5	4	4	3	4	3	3	4	4	2	4	4	4		
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	5	4	5	4	4	5	5	5	4	3	3		
Perempuan	15-20 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5		
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	4	4	4	4	3	5	5	5	5	4	5	5		
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5		
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4		
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	5	3	5	3	4	4	4	4	4	5	4	5	4	
Perempuan	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	4	
Laki-laki	15-20 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	5	4	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	4	4	
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	
Laki-laki	25-30 tahun	Diploma	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	4	3	3	2	4	3	3	3	3	1	3	3	3	3	
Perempuan	15-20 tahun	SMA	Ya	0- Rp 1.000.000,00	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Perempuan	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	5	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Perempuan	> 30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	5	
Laki-laki	> 30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Perempuan	25-30 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	3	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5
Laki-laki	25-30 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5
Laki-laki	15-20 tahun	SMP	Ya	0- Rp 1.000.000,00	5	4	4	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5

3. Hasil Kuesioner Variabel *Brand Loyalty*

Jenis Kelamin	Umur	Pendidikan Terakhir	Apakah Anda Berkunjung ke UD Mitra Sebelumnya ?	Penghasilan Per Bulan Sekarang	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8	Y9	Y10	Y11	Y12	Y13	
Laki-laki	> 30 tahun	Diploma	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	2	4	3	3	4	2	3	4	4	4	2	4	4	
Laki-laki	> 30 tahun	SMP	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	4	3	5	5	4	4	4	4	4	4	4	
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	3	5	4	3	5	5	3	4	4	4	4	3	4	
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	3	5	3	3	4	4	3	4	4	5	3	4	5	
Laki-laki	25-30 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	3	4	4	3	4	4	1	2	4	4	4	4	4	
Laki-laki	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	3	4	
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	
Perempuan	15-20 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	2	2	1	2	5	3	5	5	3	3	2	5	3	
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	0- Rp 1.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	3	5	3	2	5	5	1	5	5	5	5	5	5	
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	2	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	4	4	
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	1	2	2	4	4	2	2	1	3	2	2	3	4	
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Perempuan	25-30 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	5	5	5	
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	3	3	3	3	4	3	3	3	3	4	3	3	4	
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	
Perempuan	25-30 tahun	Sarjana	Ya	0- Rp 1.000.000,00	3	4	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	
Perempuan	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	5	
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	4	4	5	4	5	3	4	3	5	4	4	
Laki-laki	25-30 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Perempuan	15-20 tahun	SMA	Ya	0- Rp 1.000.000,00	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Perempuan	25-30 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 – Rp 2.000.000,00	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	

Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	3	5	4	3	5	4	4	5	5	5	5	4	5
Laki-laki	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	3	4	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	5
Laki-laki	25-30 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	0- Rp 1.000.000,00	4	5	4	1	5	4	1	5	5	3	3	5	3
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	0- Rp 1.000.000,00	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
Laki-laki	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	1	4	1	2	5	4	3	5	5	3	5	1	4
Perempuan	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	3	3	5	5	4	4	3	4	3	5	5
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	4	5	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4
Perempuan	21-25 tahun	Diploma	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	5	3	5	4	5	4	4	4	4	5	4
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5
Laki-laki	15-20 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4
Laki-laki	15-20 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki-laki	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	3	4	4	4	3	5	4	5	4	5	5	4	5
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	4	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	5	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4
Laki-laki	25-30 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	3	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
Perempuan	15-20 tahun	SMA	Ya	0- Rp 1.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	4	3	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4
Perempuan	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki-laki	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	2	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4
Laki-laki	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	4	4	3	4	4	5	5	5	5	4	5	4
Perempuan	15-20 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	4	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	4	5	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	5	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	5	4
Perempuan	25-30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	3	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Perempuan	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4
Laki-laki	15-20 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	5	4	3	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	5	5	3	4	4	3	5	5	5	5	5	5
Perempuan	15-20 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	4	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	5	5
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5
Laki-laki	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	5	4	4	4	4	5	3	4	5	4	5	4
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	4	5	4	2	5	5	3	5	5	5	5	5	5
Laki-laki	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	5	5	4	3	4	4	3	3	5	4	4	5	5
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4
Laki-laki	15-20 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
Laki-laki	25-30 tahun	Diploma	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	2	4	3	2	4	4	2	4	3	3	3	3	3
Perempuan	15-20 tahun	SMA	Ya	0- Rp 1.000.000,00	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	21-25 tahun	Diploma	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	21-25 tahun	SMA	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	3	4	3	2	5	4	4	5	4	3	4	4	3
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	Rp 1.000.001,00 - Rp 2.000.000,00	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
Perempuan	> 30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5
Laki-laki	> 30 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Perempuan	25-30 tahun	Diploma	Ya	Rp 2.000.001,00 - Rp 3.000.000,00	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki-laki	21-25 tahun	Sarjana	Ya	> Rp 3.000.000,00	4	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki-laki	25-30 tahun	SMA	Ya	> Rp 3.000.000,00	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
Laki-laki	15-20 tahun	SMP	Ya	0- Rp 1.000.000,00	3	5	3	3	5	5	5	5	5	5	4	5	5

4. Hasil Uji Validitas

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.

5. Hasil Uji Realibilitas

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.925	13

6. Hasil Uji Linear Sederhana

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.854 ^a	.730	.727	3.92365

a. Predictors: (Constant), BP

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4080.127	1	4080.127	265.029	.000 ^b
	Residual	1508.713	98	15.395		
	Total	5588.840	99			

a. Dependent Variable: BL

b. Predictors: (Constant), BP

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	17.278	1.261		18.061	.000
	BP	1.062	.065	.854	16.280	.000

a. Dependent Variable: BL



Correlations

	BP	BP	BP	BP	BP	BP	BP	BP	BP	BP	BP	BP	BP
BP Pearson Correlation	1	.313**	.419**	.290**	.286**	.391**	.301**	.420**	.460**	.416**	.332**	.513**	
Sig. (2-tailed)		.002	.000	.003	.004	.000	.002	.000	.000	.000	.001	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BP Pearson Correlation	.313**	1	.402**	.538**	.236*	.418**	.445**	.448**	.415**	.573**	.367**	.520**	
Sig. (2-tailed)	.002		.000	.000	.018	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BP Pearson Correlation	.419**	.402**	1	.442**	.635**	.569**	.495**	.458**	.503**	.630**	.354**	.602**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BP Pearson Correlation	.290**	.538**	.442**	1	.352**	.511**	.439**	.628**	.520**	.528**	.417**	.521**	
Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BP Pearson Correlation	.286**	.236*	.635**	.352**	1	.486**	.576**	.521**	.457**	.420**	.220*	.527**	
Sig. (2-tailed)	.004	.018	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.028	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BP Pearson Correlation	.391**	.418**	.569**	.511**	.486**	1	.403**	.594**	.542**	.545**	.438**	.580**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BP Pearson Correlation	.301**	.445**	.495**	.439**	.576**	.403**	1	.502**	.465**	.506**	.379**	.523**	
Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BP Pearson Correlation	.420**	.448**	.458**	.628**	.521**	.594**	.502**	1	.535**	.535**	.376**	.516**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BP Pearson Correlation	.460**	.415**	.503**	.520**	.457**	.542**	.465**	.535**	1	.411**	.380**	.502**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BP Pearson Correlation	.416**	.573**	.630**	.528**	.420**	.545**	.506**	.535**	.411**	1	.341**	.669**	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BP Pearson Correlation	.332**	.367**	.354**	.417**	.220*	.438**	.379**	.376**	.380**	.341**	1	.388**	
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.028	.000	.000	.000	.000	.001		.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BP Pearson Correlation	.513**	.520**	.602**	.521**	.527**	.580**	.523**	.516**	.502**	.669**	.388**	1	
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
 * . Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).



		BL	BL	BL	BL	BL	BL	BL	BL	BL	BL	BL	BL	BL	BL
BL	Pearson Correlation	1	.462**	.769**	.633**	.290**	.545**	.406**	.386**	.447**	.512**	.475**	.555**	.404**	
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BL	Pearson Correlation	.462**	1	.595**	.427**	.533**	.712**	.296**	.584**	.729**	.710**	.661**	.556**	.609**	
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BL	Pearson Correlation	.769**	.595**	1	.691**	.322**	.563**	.388**	.361**	.518**	.574**	.551**	.504**	.479**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BL	Pearson Correlation	.633**	.427**	.691**	1	.275**	.524**	.549**	.307**	.442**	.590**	.466**	.436**	.492**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.006	.000	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BL	Pearson Correlation	.290**	.533**	.322**	.275**	1	.533**	.342**	.540**	.508**	.384**	.382**	.400**	.296**	
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.001	.006		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.003	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BL	Pearson Correlation	.545**	.712**	.563**	.524**	.533**	1	.381**	.643**	.606**	.673**	.661**	.518**	.513**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BL	Pearson Correlation	.406**	.296**	.388**	.549**	.342**	.381**	1	.435**	.326**	.443**	.398**	.374**	.311**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.000	.002	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BL	Pearson Correlation	.386**	.584**	.361**	.307**	.540**	.643**	.435**	1	.603**	.605**	.548**	.472**	.406**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BL	Pearson Correlation	.447**	.729**	.518**	.442**	.508**	.606**	.326**	.603**	1	.650**	.642**	.576**	.656**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.000		.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BL	Pearson Correlation	.512**	.710**	.574**	.590**	.384**	.673**	.443**	.605**	.650**	1	.550**	.602**	.597**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BL	Pearson Correlation	.475**	.661**	.551**	.466**	.382**	.661**	.398**	.548**	.642**	.550**	1	.414**	.597**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BL	Pearson Correlation	.555**	.556**	.504**	.436**	.400**	.518**	.374**	.472**	.576**	.602**	.414**	1	.597**	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
BL	Pearson Correlation	.404**	.609**	.479**	.492**	.296**	.513**	.311**	.406**	.656**	.597**	.597**	.597**	1	
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.003	.000	.002	.000	.000	.000	.000	.000		
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

