

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN SARAN**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dan mengetahui angka keberuntungan masyarakat Cina dan Jawa serta melihat nama merek dengan kombinasi angka akan berpengaruh signifikan terhadap persepsi konsumen etnis Cina dan etnis Jawa di Yogyakarta. Responden dalam penelitian ini sebanyak 200 secara keseluruhan dengan rincian 100 masyarakat etnis Jawa (50 responden < usia 30 tahun dan 50 responden > usia 30 tahun) dan 100 masyarakat etnis Cina (50 responden < usia 30 tahun dan 50 responden > usia 30 tahun) yang merupakan masyarakat Yogyakarta. Berdasarkan uraian dari bab I sampai dengan Bab IV, penulis menarik kesimpulan dari penelitian yang dilakukan dan memberikan saran yang sesuai dengan penelitian ini.

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan dari hasil analisis data yang tertera dalam Bab IV, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Masyarakat etnis Tionghoa di Yogyakarta masih mengerti angka-angka keberuntungan sesuai budaya mereka yang ada. Sedangkan masyarakat etnis Jawa di Yogyakarta kurang mengetahui angka keberuntungan sesuai kebudayaan Jawa. Tetapi didapat kesimpulan juga bahwa angka bukan lagi perhatian penting bagi masyarakat Tionghoa dan Jawa.

2. Setelah melakukan uji T untuk mengetahui perbedaan ternyata ditemukan perbedaan angka keberuntungan masyarakat Cina dan Jawa hal ini terlihat nilai signifikan uji t lebih kecil dari 5%.
3. Ada pengaruh positif dan signifikan antara nama merek dengan angka keberuntungan dengan persepsi konsumen atas sebuah produk.

## **B. SARAN**

Setiap kebudayaan memiliki sistem religi atau sistem kepercayaan, termasuk dalam kebudayaan masyarakat Tionghoa maupun Jawa. Mereka selalu melestarikan kebudayaan dari leluhur mereka terdahulu, masyarakat mengembangkan dan membangun sistem kepercayaan atau keyakinan terhadap sesuatu termasuk angka keberuntungan sehingga sistem keyakinan mempengaruhi dalam kebiasaan bagaimana memandang hidup dan kehidupan. Termasuk di dalamnya adalah menghormati leluhur atau nenek moyangnya oleh sebab itu hal tersebut kepercayaan angka keberuntungan tersebut harus dilestarikan.

Saran yang bisa saya berikan adalah sebagai berikut :

1. Angka keberuntungan yang kita percaya dapat kita gunakan untuk sugesti positif dalam kita melakukan sebuah usaha untuk kita yang masih percaya terhadapnya, hal itu dapat kita tempatkan dalam penamaan merek. Jika kita sudah mengetahui dan percaya angka tersebut merupakan angka

keberuntungan, hal itu akan membuat kita lebih mantap dalam menjalankan usaha dan akan memberikan perspektif baik bagi para konsumen.

2. Disaat kita menggunakan angka-angka keberuntungan, kita tidak boleh terlalu fokus kepada hal itu, karena “marketing mix” jauh lebih penting diperhatikan dalam cara memasarkan sebuah produk, dan kita harus membuat produk yang berkualitas, karena hal itulah yang paling penting bagi konsumen. Jika produk sudah baik, apapun nama produk akan menjadi “brand image” yang kuat bagi konsumen dalam pengambilan keputusan.

## Daftar Pustaka

- a Chang, *Howard*. 1995. Home Security System. Washington. a . 1996. Microsoft Active Server Pages Roadmap. Microsoft. Corporation
- Aaker, D.A. 1991. Managing Brand Equity, The Free Press, New York.
- Ang, Swee Hoon (1996), "Chinese consumers' perception of alpha-numeric brand names" Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics; 1996; 8, 1; ABI/INFORM Complet Proquest
- Berg and W. T. Gill Reger, 1987, " Journal of Occupational Psychology" ,New York,Mc Graw Hill Ltd
- Berry, L.L. 1983. *Relationship Marketing:Emerging Perspective on Service Marketing*. Chicago:American Marketing Association
- Boyd, Harper W dkk. 1985. Manajemen Pemasaran 1, Jakarta, Edisi 2. Erlangga.
- Buchari, Alma. 2002. Manajemen Pemasaran, Pemasaran Jasa. Edisi reivisi. Bandung : CV. Alfabeta.
- Chan C, Swatm n PMC, 2001. Management and Business Issues for B2B eCommerce Implementation, Working Paper, September 2001,
- Ferrinadewi, Erna. 2008. Merek dan Psikologi Konsumen. Jakarta: Graha Ilmu
- Howard B.J., Keiser J.F., Smith T.F., Weissfeld A.S., Tilton R.C. *Clinical and Pathogenic Microbiology*, St. Louis, Mosby-Year Book Inc, 1994
- Irmanto V.R, 2011. "Motivasi dan perilaku penggemar K-POP di daerah istimewa Yogyakarta" , *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta
- [http://www.deakin.edu au/ mis/research/Working Papers 2001/2001 09 ChanC.pdf](http://www.deakin.edu.au/mis/research/Working Papers 2001/2001 09 ChanC.pdf)

- J. Setiadi, Nugroho, 2003. "Perilaku Konsumen". Penerbit PT. Kencana Prenanda Media, Jakarta
- Keller, Kevin Lane. (1993), *Journal of the Academy of Marketing Science: Conceptualizing, Measuring, and Managing Customer-Based Brand Equity*
- Kotler Philip, Kevin Lane Keller, *Manajemen Pemasaran, Alih Bahasa Benyamin Molan, Jilid Satu, Cetakan Kedua, Jakarta : Indeks, 2007*
- Kuncoro, Mudrajad. 2003. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jakarta : Erlangga
- Luthans, Fred.1992. *Organizational Behavior*. Japan : McGraw-Hill Company
- May, J. D., B. D. Lott & J. D. Simmons. 1997. Water consumption by broiler in high cyclic temperature : bell versus nipple waterers. *Poult. Sci.* 76:944-947.
- Milton, Charles, R. *Human Behavior. Three Levels of Behavior*. New York: Prentice-Hall Inc. Englewood Cliffs. 1981.
- Rangkuti, Freddy (2004). *Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis*, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Robert. 1990. *Konsep dan Aplikasi Metode Elemen Hingga*. Terjemahan. Ir. Bambang Suryoatmono. Bandung: PT ERESKO
- Robertson DR. 1996. Interspecific Competition Controls Abundance and habitat Use of Territorial Caribbean Damselfishes. *Ecology* : 77 885 – 889
- Roland, Robertson. *Talcott Parsons: Theorist of Modernity, Cultural & Society*. London, New York, New Delhi : Sage Publications, Inc
- Rotter J.B. 1966. *Generalized Expectancies for Internal Versus External Control of Reinforcement. Psychological Monographs*, 80 Whole No. 69
- Schiffman and Lazar Kanuk, 2000, *Customer behaviour, International Edition*, Prentice Hall

Stephen P. Robbins, *Organizational Behavior*, Prentice Hall International Inc., 1998, New Jersey, New York

Suryogondo, Suparmo. Personal interview. 11 November 2012

Walpole, R.E. 1995. *Pengantar Statistika*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta.



## **KUESIONER**

### **I. Kata Pengantar**

Dengan hormat,

Berhubungan dengan penyelesaian tugas akhir atau skripsi yang sedang saya lakukan di Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta, maka saya melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH NAMA MEREK DENGAN KOMBINASI ANGKA TERHADAP PERSEPSI KONSUMEN ETNIS CINA DAN ETNIS JAWA DI YOGYAKARTA”

Adapun salah satu cara untuk mendapatkan data adalah dengan menyebarkan kuesioner kepada responden. Untuk itu, saya mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu dan Saudara/I sekalian untuk mengisi kuesioner ini sebagai data yang akan dipergunakan dalam penelitian. Atas kesediaan dan kerjasama yang diberikan saya ucapkan terima kasih.

Peneliti

(Ignatius Satrio)

## II. Petunjuk Pengisian

1. Kuisioner ini semata-mata untuk keperluan akademis, mohon dijawab dengan jujur.
2. Bacalah dan jawablah semua pertanyaan dengan teliti tanpa ada yang terlewatkan.
3. Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih.

## III. Identitas Responden

1. Jenis Kelamin : Pria / Wanita (\*coret yang tidak perlu)
2. Umur :
3. Etnis :
  1. Jawa
  2. Tiong Hoa
  3. Lainnya : .....

## IV. Angka Keberuntungan

Pernyataan	Sangat setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak setuju (2)	Sangat tidak setuju (1)
1. Menurut anda angka 1 adalah angka keberuntungan					
2. Menurut anda angka 2 adalah angka keberuntungan					
3. Menurut anda angka 3 adalah angka keberuntungan					
4. Menurut anda angka 4 adalah angka keberuntungan					
5. Menurut anda angka 5 adalah angka keberuntungan					
6. Menurut anda angka 6 adalah angka keberuntungan					
7. Menurut anda angka 7 adalah angka keberuntungan					
8. Menurut anda angka 8 adalah angka keberuntungan					
9. Menurut anda angka 9 adalah angka keberuntungan					

Saya mengetahui angka tersebut angka keberuntungan atau tidak dari = .....



### V. Nama Merk Dengan Kombinasi Angka Keberuntungan

Pernyataan	Sangat setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak setuju (2)	Sangat tidak setuju (1)
1. Menurut anda Merek (Toko atau Produk) Tiociu dengan kombinasi angka 88 merupakan nilai keberuntungan.					
2. Menurut anda Merek (Toko atau Produk) Salep dengan kombinasi angka 88 merupakan nilai keberuntungan					
3. Menurut anda Merek (Toko atau Produk) Platinum dengan kombinasi angka 99 merupakan nilai keberuntungan					
4. Menurut anda Merek (Toko atau Produk) Ongko Joyo dengan kombinasi angka 99 merupakan nilai keberuntungan					
5. Menurut anda Merek (Toko atau Produk) Oto dengan kombinasi angka 88 merupakan nilai keberuntungan					
6. Menurut anda Merek (Toko atau Produk) Puyer Bintang dengan kombinasi angka 7 merupakan nilai keberuntungan					
7. Menurut anda Merek (Toko atau Produk) 7up dengan kombinasi angka 7 merupakan nilai keberuntungan					
8. Menurut anda Merek (Toko atau Produk) Bakpia dengan kombinasi angka 75 merupakan nilai keberuntungan					
9. Menurut anda Merek (Toko atau Produk) Djarum dengan kombinasi angka 76 merupakan nilai keberuntungan					
10. Menurut anda Merek (Toko atau Produk) Es Teller dengan kombinasi angka 77 merupakan nilai keberuntungan					

## VI. Persepsi Konsumen Atas Nama Merk

Pernyataan	Sangat setuju (5)	Setuju (4)	Netral (3)	Tidak setuju (2)	Sangat tidak setuju (1)
1. Suatu merek produk menawarkan manfaat yang besar untuk setiap pembelian yang saya lakukan					
2. Suatu merek produk muncul sebagai produk alternatif murah dari merek terkenal (KFC muncul popeye,olive)					
3. Nama suatu merek produk merupakan salah satu penentu keputusan saya untuk membeli sebuah produk.					
4. Semua merek pada dasarnya memiliki kualitas yang sama					
5. Tidak ada perbedaan yang besar di antara merek-merek dalam hal kualitas					
6. Produk "private label" milik suatu produk menunjukkan kualitas produk (toyota=baik; yaris,avanza, innova=baik)					
7. Hanya terdapat sedikit variasi di antara merek-merek dalam hal kualitas					
8. Berdasarkan pertimbangan mengenai biaya, akan sangat berisiko bila membeli suatu produk					
9. Seluruh risiko finansial (kerugian uang karena salah melakukan pembelian) yang berhubungan dengan pembelian produk sangat penting					
10. Pembelian suatu produk akan selalu berisiko					

**DATA TABULASI  
RESPONDEN CINA  
ANGKA  
KEBERUNTUNGAN**

No res	Usia	angka keberuntungan									Jmlh	Rata2
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		
1	20	5	5	5	4	5	3	4	3	5	39	4,333
2	21	4	4	5	4	4	4	5	3	4	37	4,111
3	22	5	4	5	4	5	3	4	3	5	38	4,222
4	22	5	5	5	4	5	3	4	3	5	39	4,333
5	20	4	4	5	4	4	4	5	3	4	37	4,111
6	21	5	4	5	4	5	3	4	3	5	38	4,222
7	22	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42	4,667
8	20	5	4	4	5	4	4	5	4	4	39	4,333
9	23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
10	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
11	23	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42	4,667
12	22	3	4	3	3	4	3	3	4	3	30	3,333
13	20	4	5	4	4	5	4	4	5	4	39	4,333
14	19	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
15	20	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42	4,667
16	22	5	4	4	5	4	4	5	4	4	39	4,333
17	23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
18	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
19	20	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42	4,667
20	21	3	4	3	3	4	3	3	4	3	30	3,333
21	22	4	5	4	4	5	4	4	5	4	39	4,333
22	22	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
23	20	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43	4,778
24	21	5	4	4	5	4	4	4	4	5	39	4,333
25	22	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44	4,889
26	20	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39	4,333
27	23	5	4	5	5	4	5	4	4	5	41	4,556
28	22	3	4	3	3	4	3	5	4	5	34	3,778
29	23	4	5	4	4	5	4	5	5	5	41	4,556
30	22	3	3	3	3	3	3	4	4	5	31	3,444
31	20	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42	4,667
32	19	5	4	4	5	4	4	5	5	5	41	4,556
33	20	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43	4,778
34	22	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38	4,222
35	23	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43	4,778
36	22	3	4	3	3	4	3	4	4	5	33	3,667
37	20	4	5	4	4	5	4	5	4	5	40	4,444

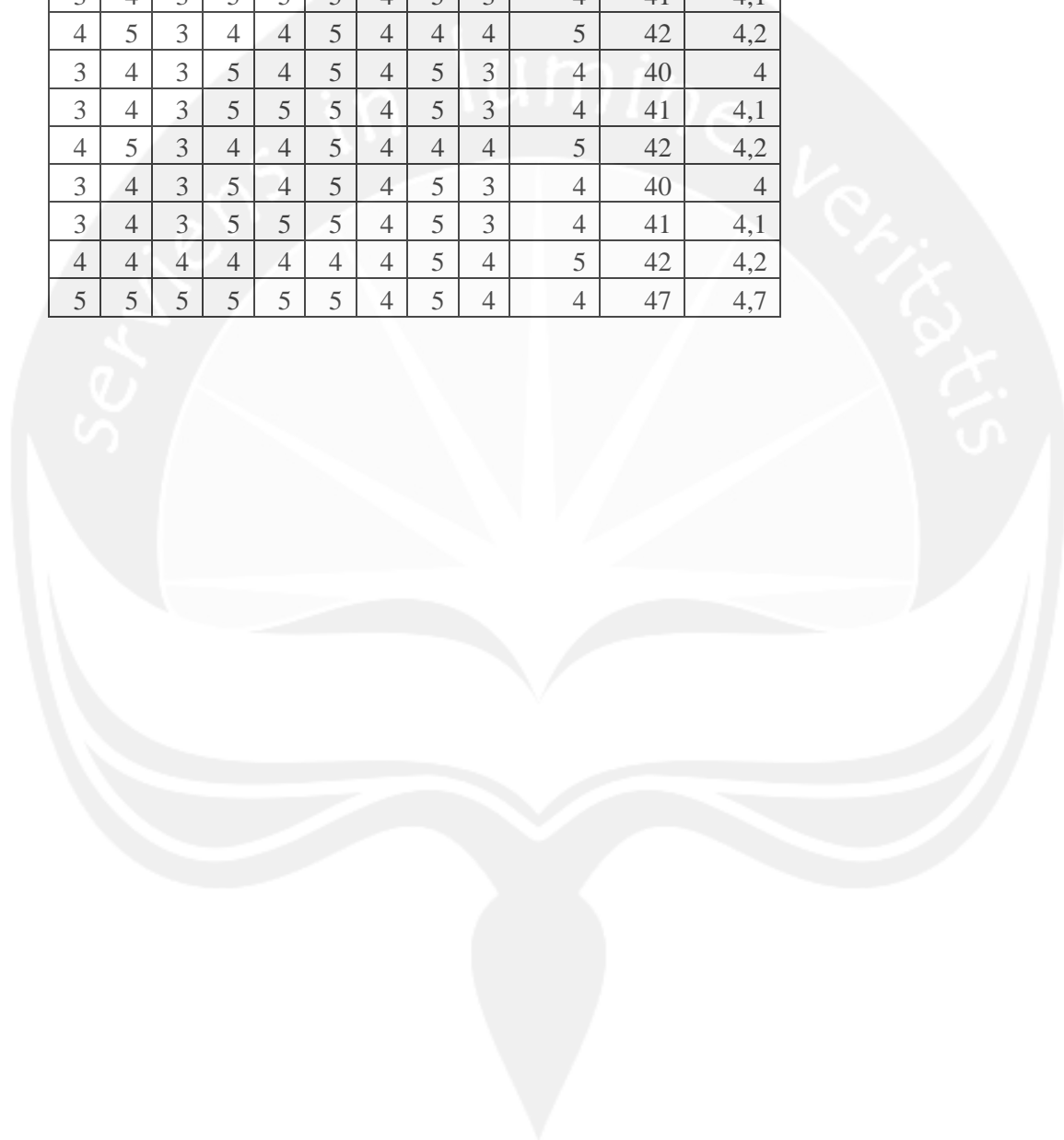
38	21	3	3	3	3	3	3	5	5	5	33	3,667
39	22	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43	4,778
40	22	5	4	4	5	4	4	4	4	5	39	4,333
41	20	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44	4,889
42	21	4	4	4	4	4	4	5	5	5	39	4,333
43	22	5	4	5	5	4	5	4	4	5	41	4,556
44	20	3	4	3	3	4	3	5	4	5	34	3,778
45	23	4	5	4	4	5	4	5	5	5	41	4,556
46	22	3	3	3	3	3	3	4	4	5	31	3,444
47	23	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42	4,667
48	22	5	4	4	5	4	4	5	5	5	41	4,556
49	20	5	5	5	5	5	5	4	4	5	43	4,778
50	19	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38	4,222
51	30	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43	4,778
52	33	3	4	3	3	4	3	4	4	5	33	3,667
53	45	4	5	4	4	5	4	5	4	5	40	4,444
54	40	3	3	3	3	3	3	5	5	5	33	3,667
55	50	5	5	5	4	5	3	4	5	5	41	4,556
56	42	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38	4,222
57	40	5	4	5	4	5	3	4	5	4	39	4,333
58	35	5	5	5	4	5	3	4	5	5	41	4,556
59	38	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38	4,222
60	35	5	4	5	4	5	3	4	5	4	39	4,333
61	36	5	4	5	5	4	5	5	5	4	42	4,667
62	40	5	4	4	5	4	4	5	5	4	40	4,444
63	42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
64	43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
65	44	5	4	5	5	4	5	5	5	4	42	4,667
66	35	3	4	3	3	4	3	3	3	4	30	3,333
67	36	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39	4,333
68	38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
69	31	5	4	5	5	4	5	5	5	4	42	4,667
70	31	5	4	4	5	4	4	5	5	4	40	4,444
71	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
72	50	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
73	42	5	4	5	5	4	5	5	5	4	42	4,667
74	40	3	4	3	3	4	3	3	3	4	30	3,333
75	35	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39	4,333
76	38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
77	35	5	5	5	4	5	3	5	4	5	41	4,556
78	36	4	4	5	4	4	4	5	4	4	38	4,222
79	40	5	4	5	4	5	3	5	5	5	41	4,556
80	42	5	5	5	4	5	3	4	4	4	39	4,333
81	43	4	4	5	4	4	4	5	4	5	39	4,333

82	40	5	4	5	4	5	3	3	4	3	36	4
83	50	5	4	5	5	4	5	4	5	4	41	4,556
84	40	5	4	4	5	4	4	3	3	3	35	3,889
85	50	5	5	5	5	5	5	5	4	5	44	4,889
86	42	4	4	4	4	4	4	5	4	4	37	4,111
87	40	5	4	5	5	4	5	5	5	5	43	4,778
88	35	3	4	3	3	4	3	4	4	4	32	3,556
89	38	4	5	4	4	5	4	5	4	5	40	4,444
90	35	3	3	3	3	3	3	3	4	3	28	3,111
91	36	5	4	5	5	4	5	4	5	4	41	4,556
92	40	5	4	4	5	4	4	3	3	3	35	3,889
93	42	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
94	43	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
95	44	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42	4,667
96	35	3	4	3	3	4	3	3	4	3	30	3,333
97	36	4	5	4	4	5	4	4	5	4	39	4,333
98	38	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
99	31	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38	4,222
100	31	4	5	3	5	5	5	5	4	5	41	4,556
		432	417	427	422	423	399	440	419	445	3824	424,9
		4,32	4,2	4,27	4,2	4,2	4	4,4	4,2	4,45	38,2	4,249



3	3	3	4	3	3	4	4	3	3	33	3,3
5	5	5	4	4	4	5	4	3	4	43	4,3
4	4	3	2	3	3	3	2	3	3	30	3
4	5	5	5	4	4	4	5	3	4	43	4,3
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48	4,8
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43	4,3
5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	45	4,5
3	4	3	3	4	3	5	4	5	4	38	3,8
4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45	4,5
3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	35	3,5
5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	46	4,6
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	45	4,5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47	4,7
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42	4,2
5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47	4,7
3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	37	3,7
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44	4,4
3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	37	3,7
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47	4,7
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	33	3,3
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43	4,3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	43	4,3
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48	4,8
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43	4,3
5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	45	4,5
3	4	3	3	4	3	5	4	5	4	38	3,8
4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45	4,5
3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	35	3,5
5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	46	4,6
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	45	4,5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47	4,7
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42	4,2
5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47	4,7
3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	37	3,7
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44	4,4
3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	37	3,7
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47	4,7
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	33	3,3
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43	4,3

3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4	40	4
3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	41	4,1
4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	42	4,2
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4	40	4
3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	41	4,1
4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	42	4,2
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4	40	4
3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	41	4,1
4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	42	4,2
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4	40	4
3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	41	4,1
4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	42	4,2
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4	40	4
3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	41	4,1
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42	4,2
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47	4,7

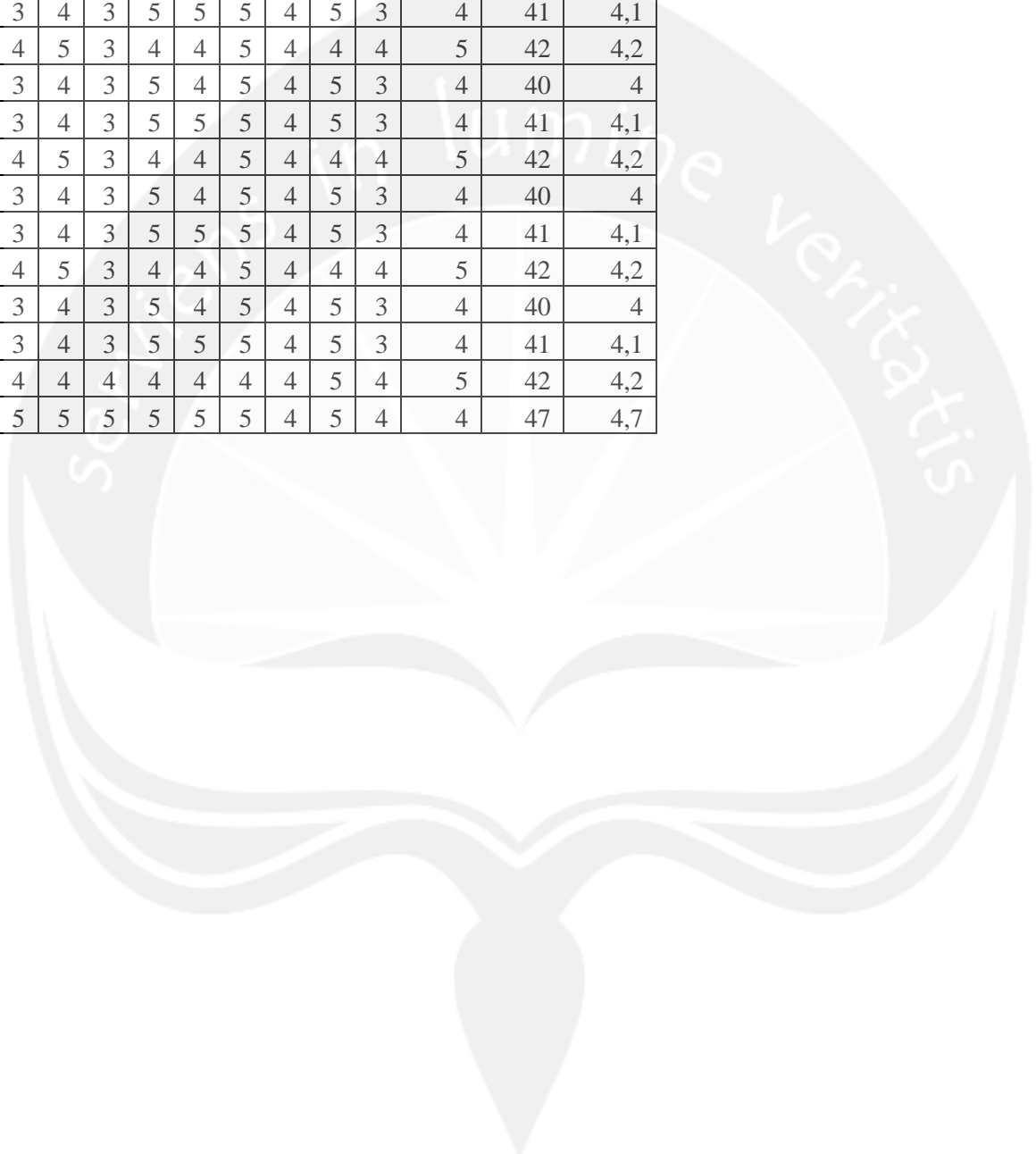






4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47	4,7
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	33	3,3
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43	4,3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	43	4,3
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48	4,8
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43	4,3
5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	45	4,5
3	4	3	3	4	3	5	4	5	4	38	3,8
4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45	4,5
3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	35	3,5
5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	46	4,6
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	45	4,5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47	4,7
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42	4,2
5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47	4,7
3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	37	3,7
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44	4,4
3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	37	3,7
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47	4,7
3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	33	3,3
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43	4,3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3
5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	43	4,3
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	48	4,8
4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	43	4,3
5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	45	4,5
3	4	3	3	4	3	5	4	5	4	38	3,8
4	5	4	4	5	4	5	5	5	4	45	4,5
3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	35	3,5
5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	46	4,6
5	4	4	5	4	4	5	5	5	4	45	4,5
5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	47	4,7
4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42	4,2
5	4	5	5	4	5	5	5	5	4	47	4,7
3	4	3	3	4	3	4	4	5	4	37	3,7
4	5	4	4	5	4	5	4	5	4	44	4,4
3	3	3	3	3	3	5	5	5	4	37	3,7
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4
5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	47	4,7

3	4	3	3	4	3	3	4	3	3	33	3,3
4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	43	4,3
3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	3
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4	40	4
3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	41	4,1
4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	42	4,2
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4	40	4
3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	41	4,1
4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	42	4,2
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4	40	4
3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	41	4,1
4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	42	4,2
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4	40	4
3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	41	4,1
4	5	3	4	4	5	4	4	4	5	42	4,2
3	4	3	5	4	5	4	5	3	4	40	4
3	4	3	5	5	5	4	5	3	4	41	4,1
4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	42	4,2
5	5	5	5	5	5	4	5	4	4	47	4,7



**DATA TABULASI  
RESPONDEN JAWA ANGKA KEBERUNTUNGAN**

No res	usia	angka keberuntungan									Jmlh	Rata2
		1	2	3	4	5	6	7	8	9		
101	22	4	5	3	4	4	4	4	4	5	37	4,111
102	20	4	4	4	5	4	5	5	4	4	39	4,333
103	21	4	5	3	3	4	3	3	4	5	34	3,778
104	22	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40	4,444
105	20	5	4	4	3	3	3	3	5	4	34	3,778
106	23	5	5	5	5	4	5	5	5	5	44	4,889
107	22	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38	4,222
108	23	5	4	5	5	5	5	5	5	4	43	4,778
109	22	3	4	3	4	4	4	4	3	4	33	3,667
110	20	4	5	4	5	4	5	5	4	5	41	4,556
111	19	3	3	3	3	4	3	3	3	3	28	3,111
112	22	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40	4,444
113	20	5	4	4	3	3	3	3	5	4	34	3,778
114	21	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
115	22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
116	20	5	4	5	5	4	5	5	5	4	42	4,667
117	23	3	4	3	3	4	3	3	3	4	30	3,333
118	22	4	5	4	4	5	4	4	4	5	39	4,333
119	23	3	3	3	3	3	3	3	3	3	27	3
120	22	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38	4,222
121	20	4	5	3	5	5	5	5	5	5	42	4,667
122	19	4	5	3	4	4	4	4	4	4	36	4
123	22	4	4	4	5	4	5	5	4	5	40	4,444
124	20	4	5	3	3	4	3	3	4	3	32	3,556
125	21	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40	4,444
126	22	5	4	4	3	3	3	3	3	3	31	3,444
127	20	5	5	5	5	4	5	5	4	5	43	4,778
128	23	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38	4,222
129	22	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44	4,889
130	23	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34	3,778
131	22	4	5	4	5	4	5	5	4	5	41	4,556
132	20	3	3	3	3	4	3	3	4	3	29	3,222
133	19	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40	4,444
134	22	5	4	4	3	3	3	3	3	3	31	3,444
135	20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
136	21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
137	22	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42	4,667
138	20	3	4	3	3	4	3	3	4	3	30	3,333



183	35	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38	4,222
184	38	4	5	3	5	5	5	5	5	5	42	4,667
185	35	4	5	3	4	4	4	4	4	4	36	4
186	36	4	4	4	5	4	5	5	4	5	40	4,444
187	31	4	5	3	3	4	3	3	4	3	32	3,556
188	40	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40	4,444
189	50	5	4	4	3	3	3	3	3	3	31	3,444
190	42	5	5	5	5	4	5	5	4	5	43	4,778
191	31	4	4	4	5	4	4	5	4	4	38	4,222
192	31	5	4	5	5	5	5	5	5	5	44	4,889
193	40	3	4	3	4	4	4	4	4	4	34	3,778
194	50	4	3	4	5	4	5	5	4	5	39	4,333
195	42	3	3	3	3	4	3	3	4	3	29	3,222
196	40	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40	4,444
197	35	5	3	4	3	3	3	3	3	3	30	3,333
198	38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	45	5
199	35	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36	4
200	36	5	4	5	5	4	5	5	4	5	42	4,667
		422	421	398	415	414	406	415	416	410		
		4,22	4,2	3,98	4,2	4,1	4,1	4,2	4,2	4,1		

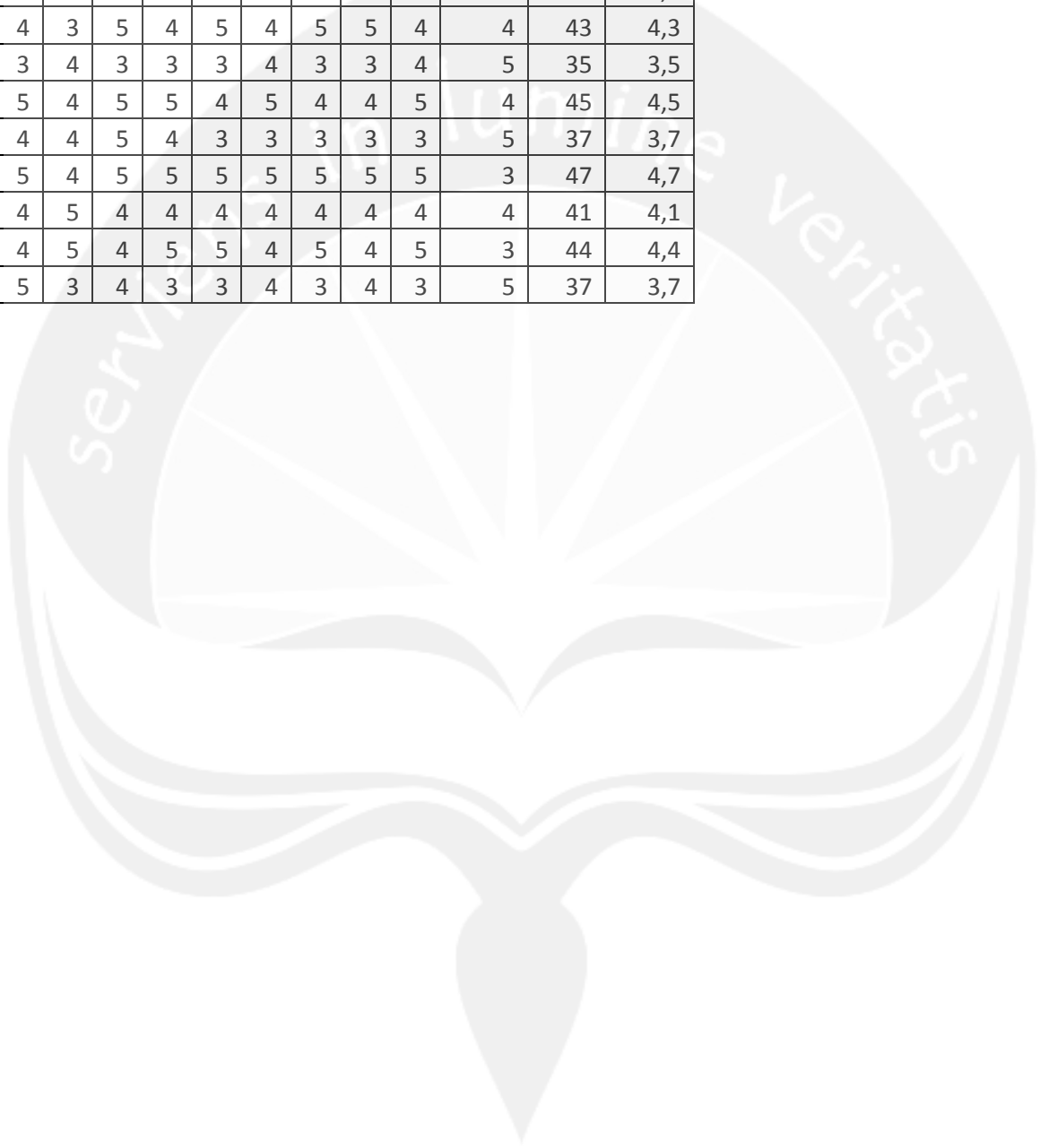
**DATA TABULASI  
RESPONDEN JAWA NAMA MEREK**

nama merk										Jmlh	Rata2
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	45	4,5
4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	42	4,2
4	3	5	4	3	5	4	5	4	4	41	4,1
5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	45	4,5
3	3	4	3	3	4	4	5	4	5	38	3,8
4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	45	4,5
4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	45	4,5
5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	45	4,5
4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44	4,4
4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	45	4,5
4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	39	3,9
5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	44	4,4
3	3	5	3	3	5	5	5	4	5	41	4,1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49	4,9
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	4,1
4	5	5	4	5	5	4	5	5	3	45	4,5
4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	34	3,4
5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	44	4,4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31	3,1
3	5	4	4	3	3	3	3	3	5	36	3,6
3	5	5	5	5	4	5	5	4	3	44	4,4
3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	41	4,1
3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	45	4,5
3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	38	3,8
3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	43	4,3
4	3	3	3	3	4	3	3	4	5	35	3,5
5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45	4,5
4	5	4	4	3	3	3	3	3	5	37	3,7
4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	47	4,7
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4,1
4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	44	4,4
5	3	4	3	3	4	3	3	4	5	37	3,7
5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44	4,4
5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	34	3,4
4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	41	4,1
5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	46	4,6
3	5	4	4	3	3	3	3	3	5	36	3,6
3	5	5	5	5	4	5	5	4	4	45	4,5
3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	42	4,2
3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	45	4,5

3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	37	3,7
3	4	5	4	5	4	5	5	4	3	42	4,2
4	3	3	3	3	4	3	3	4	5	35	3,5
5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45	4,5
4	5	4	4	3	3	3	3	3	5	37	3,7
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48	4,8
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42	4,2
4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	44	4,4
5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	36	3,6
5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	43	4,3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	34	3,4
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42	4,2
5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	47	4,7
3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	34	3,4
3	5	5	5	5	4	5	5	4	4	45	4,5
3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	42	4,2
3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	46	4,6
3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	38	3,8
3	4	5	4	5	4	5	5	4	3	42	4,2
4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	34	3,4
5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	44	4,4
4	5	4	4	3	3	3	3	3	5	37	3,7
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48	4,8
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42	4,2
4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	45	4,5
5	3	4	3	3	4	3	3	4	5	37	3,7
5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	43	4,3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	33	3,3
4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	41	4,1
5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	47	4,7
3	5	4	4	3	3	3	3	3	4	35	3,5
3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	46	4,6
3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	40	4
3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	46	4,6
3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	38	3,8
3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	43	4,3
4	3	3	3	3	4	3	3	4	5	35	3,5
5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	44	4,4
4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	36	3,6
4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	47	4,7
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42	4,2
4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	45	4,5
5	3	4	3	3	4	3	3	4	5	37	3,7
5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44	4,4



5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	34	3,4
4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	41	4,1
5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	46	4,6
3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	34	3,4
3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	46	4,6
3	4	4	5	4	4	4	5	4	4	41	4,1
3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	47	4,7
3	4	3	3	4	4	4	4	4	3	36	3,6
4	3	5	4	5	4	5	5	4	4	43	4,3
3	4	3	3	3	4	3	3	4	5	35	3,5
5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	45	4,5
4	4	5	4	3	3	3	3	3	5	37	3,7
5	4	5	5	5	5	5	5	5	3	47	4,7
4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4,1
4	5	4	5	5	4	5	4	5	3	44	4,4
5	3	4	3	3	4	3	4	3	5	37	3,7

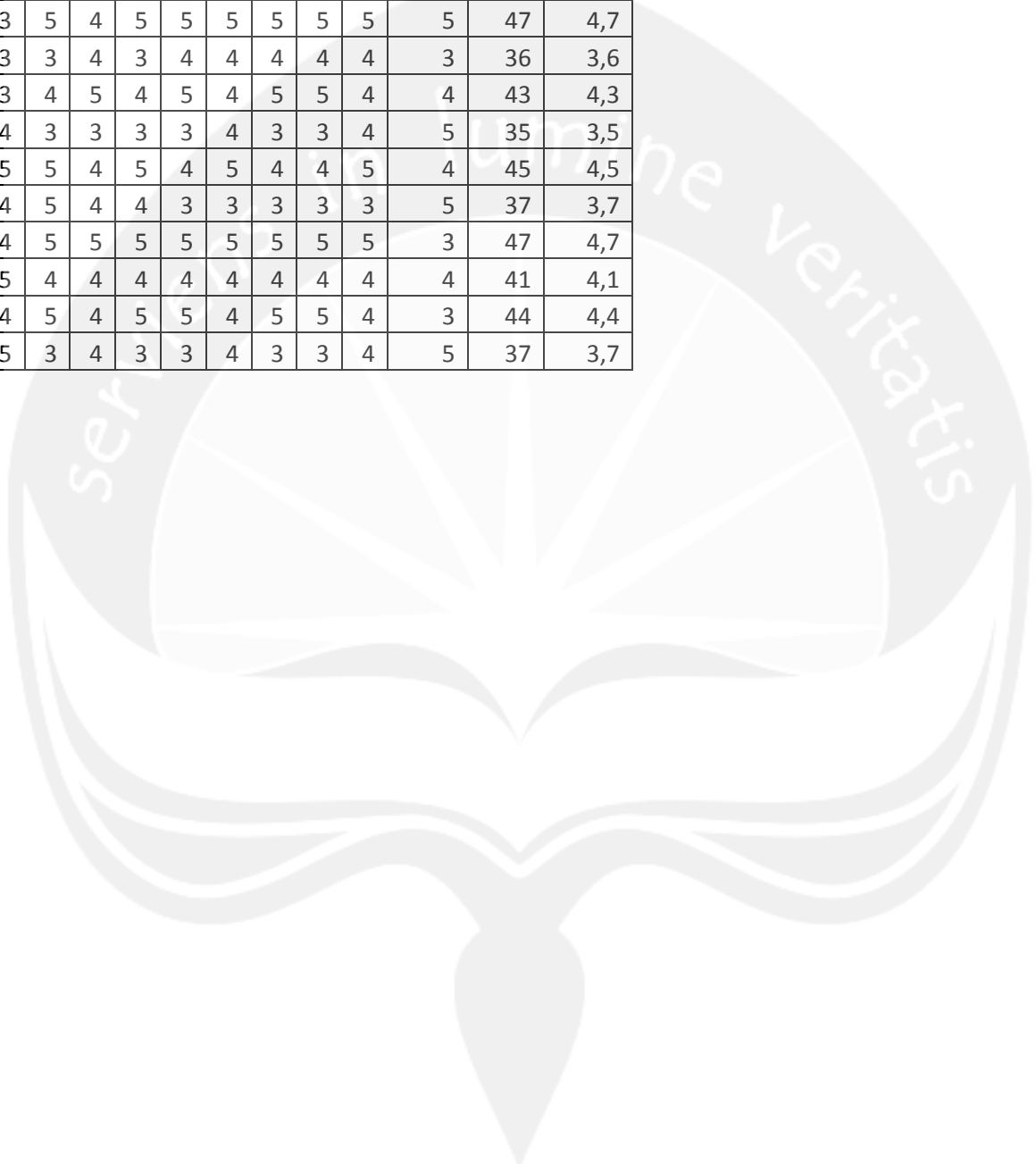


**DATA TABULASI  
RESPONDEN JAWA PERSEPSI**

persepsi										Jmlh	Rata2
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	45	4,5
4	5	4	4	5	4	4	5	4	3	42	4,2
4	3	5	4	3	5	4	5	4	4	41	4,1
5	4	5	5	4	5	5	5	4	3	45	4,5
3	3	4	3	3	4	4	5	4	5	38	3,8
4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	45	4,5
4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	45	4,5
5	5	4	5	5	4	4	5	4	4	45	4,5
4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	44	4,4
4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	45	4,5
4	3	4	4	3	4	4	5	4	4	39	3,9
5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	44	4,4
3	3	5	3	3	5	5	5	4	5	41	4,1
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	49	4,9
4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	41	4,1
4	5	5	4	5	5	4	5	5	3	45	4,5
4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	34	3,4
5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	44	4,4
3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	31	3,1
3	5	4	4	3	3	3	3	3	5	36	3,6
3	5	5	5	5	4	5	5	4	3	44	4,4
3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	41	4,1
3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	45	4,5
3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	38	3,8
3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	43	4,3
4	3	3	3	3	4	3	3	4	5	35	3,5
5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45	4,5
4	5	4	4	3	3	3	3	3	5	37	3,7
4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	47	4,7
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4,1
4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	44	4,4
5	3	4	3	3	4	3	3	4	5	37	3,7
5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44	4,4
5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	34	3,4
4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	41	4,1
5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	46	4,6
3	5	4	4	3	3	3	3	3	5	36	3,6
3	5	5	5	5	4	5	5	4	4	45	4,5
3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	42	4,2

3	5	4	5	5	5	5	5	5	3	45	4,5
3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	37	3,7
3	4	5	4	5	4	5	5	4	3	42	4,2
4	3	3	3	3	4	3	3	4	5	35	3,5
5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45	4,5
4	5	4	4	3	3	3	3	3	5	37	3,7
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48	4,8
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42	4,2
4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	44	4,4
5	3	4	3	3	4	3	3	4	4	36	3,6
5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	43	4,3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	34	3,4
4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	42	4,2
5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	47	4,7
3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	34	3,4
3	5	5	5	5	4	5	5	4	4	45	4,5
3	4	4	4	5	4	4	5	4	5	42	4,2
3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	46	4,6
3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	38	3,8
3	4	5	4	5	4	5	5	4	3	42	4,2
4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	34	3,4
5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	44	4,4
4	5	4	4	3	3	3	3	3	5	37	3,7
4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48	4,8
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42	4,2
4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	45	4,5
5	3	4	3	3	4	3	3	4	5	37	3,7
5	4	5	4	4	5	4	4	5	3	43	4,3
5	3	3	3	3	3	3	3	3	4	33	3,3
4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	41	4,1
5	4	5	3	5	5	5	5	5	5	47	4,7
3	5	4	4	3	3	3	3	3	4	35	3,5
3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	46	4,6
3	4	4	4	5	4	4	5	4	3	40	4
3	5	4	5	5	5	5	5	5	4	46	4,6
3	3	4	3	4	4	4	4	4	5	38	3,8
3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	43	4,3
4	3	3	3	3	4	3	3	4	5	35	3,5
5	5	4	5	4	5	4	4	5	3	44	4,4
4	5	4	4	3	3	3	3	3	4	36	3,6
4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	47	4,7
5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	42	4,2
4	5	4	5	5	4	5	5	4	4	45	4,5
5	3	4	3	3	4	3	3	4	5	37	3,7

5	4	5	4	4	5	4	4	5	4	44	4,4
5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	34	3,4
4	4	4	4	5	4	4	5	4	3	41	4,1
5	4	5	3	5	5	5	5	5	4	46	4,6
3	5	4	4	3	3	3	3	3	3	34	3,4
3	5	5	5	5	4	5	5	4	5	46	4,6
3	4	4	4	5	4	4	5	4	4	41	4,1
3	5	4	5	5	5	5	5	5	5	47	4,7
3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	36	3,6
3	4	5	4	5	4	5	5	4	4	43	4,3
4	3	3	3	3	4	3	3	4	5	35	3,5
5	5	4	5	4	5	4	4	5	4	45	4,5
4	5	4	4	3	3	3	3	3	5	37	3,7
4	5	5	5	5	5	5	5	5	3	47	4,7
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4,1
4	5	4	5	5	4	5	5	4	3	44	4,4
5	3	4	3	3	4	3	3	4	5	37	3,7



## HASIL REGRESI

### Regression

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

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	nm <sup>a</sup>	.	Enter

- a. All requested variables entered.  
 b. Dependent Variable: p

#### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.875 <sup>a</sup>	.766	.765	.22327

- a. Predictors: (Constant), nm

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.376	1	32.376	649.463	.000 <sup>a</sup>
	Residual	9.870	198	.050		
	Total	42.246	199			

- a. Predictors: (Constant), nm  
 b. Dependent Variable: p

#### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.378	.149		2.531	.012
	nm	.914	.036	.875	25.485	.000

- a. Dependent Variable: p

## HASIL DESKRIPSI

### Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
ak	200	3.00	5.00	4.1911	.54866
nm	200	3.00	5.00	4.1430	.44150
p	200	3.00	5.00	4.1630	.46075
Valid N (listwise)	200				

## HASIL FREKUENSI Frequencies

### Statistics

		ak	nm	p
N	Valid	200	200	200
	Missing	0	0	0

### Frequency Table

#### ak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	9	4.5	4.5	4.5
	3.11	2	1.0	1.0	5.5
	3.22	4	2.0	2.0	7.5
	3.33	9	4.5	4.5	12.0
	3.44	10	5.0	5.0	17.0
	3.56	5	2.5	2.5	19.5
	3.67	5	2.5	2.5	22.0
	3.78	9	4.5	4.5	26.5
	3.89	2	1.0	1.0	27.5
	4.00	15	7.5	7.5	35.0
	4.11	4	2.0	2.0	37.0
	4.22	17	8.5	8.5	45.5
	4.33	22	11.0	11.0	56.5
	4.44	19	9.5	9.5	66.0
	4.56	18	9.0	9.0	75.0
	4.67	20	10.0	10.0	85.0
	4.78	12	6.0	6.0	91.0
	4.89	8	4.0	4.0	95.0
	5.00	10	5.0	5.0	100.0
	Total		200	100.0	100.0

nm

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	3	1.5	1.5	1.5
	3.10	1	.5	.5	2.0
	3.30	5	2.5	2.5	4.5
	3.40	7	3.5	3.5	8.0
	3.50	7	3.5	3.5	11.5
	3.60	7	3.5	3.5	15.0
	3.70	17	8.5	8.5	23.5
	3.80	9	4.5	4.5	28.0
	3.90	3	1.5	1.5	29.5
	4.00	14	7.0	7.0	36.5
	4.10	19	9.5	9.5	46.0
	4.20	18	9.0	9.0	55.0
	4.30	13	6.5	6.5	61.5
	4.40	18	9.0	9.0	70.5
	4.50	24	12.0	12.0	82.5
	4.60	8	4.0	4.0	86.5
	4.70	18	9.0	9.0	95.5
	4.80	6	3.0	3.0	98.5
	4.90	1	.5	.5	99.0
	5.00	2	1.0	1.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	



p

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	4	2.0	2.0	2.0
	3.10	1	.5	.5	2.5
	3.30	5	2.5	2.5	5.0
	3.40	7	3.5	3.5	8.5
	3.50	9	4.5	4.5	13.0
	3.60	5	2.5	2.5	15.5
	3.70	17	8.5	8.5	24.0
	3.80	8	4.0	4.0	28.0
	3.90	1	.5	.5	28.5
	4.00	11	5.5	5.5	34.0
	4.10	15	7.5	7.5	41.5
	4.20	18	9.0	9.0	50.5
	4.30	17	8.5	8.5	59.0
	4.40	15	7.5	7.5	66.5
	4.50	28	14.0	14.0	80.5
	4.60	10	5.0	5.0	85.5
	4.70	18	9.0	9.0	94.5
	4.80	6	3.0	3.0	97.5
	4.90	1	.5	.5	98.0
	5.00	4	2.0	2.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

## HASIL VALIDITAS DAN RELIABILITAS

### Reliability

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.899	9

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
ab1	33.6667	17.816	.808	.875
ab2	33.8333	20.420	.591	.893
ab3	33.7000	18.148	.761	.879
ab4	33.8000	17.890	.848	.872
ab5	33.7667	20.461	.543	.896
ab6	34.0333	18.309	.718	.883
ab7	33.6333	18.999	.705	.884
ab8	34.0333	21.206	.394	.911
ab9	33.5333	19.085	.676	.886

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	10

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
nm1	37.2000	12.579	.597	.700
nm2	36.9667	15.826	.377	.784
nm3	37.5000	13.017	.450	.720
nm4	37.0333	12.309	.597	.697
nm5	37.5667	11.702	.602	.692
nm6	37.1667	13.247	.430	.723
nm7	37.1000	15.679	.424	.778
nm8	37.0333	12.309	.597	.697
nm9	37.5667	11.702	.602	.692
nm10	37.4667	13.499	.398	.743

## Reliability

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.903	10

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
p1	38.2333	17.771	.836	.880
p2	38.3000	20.493	.627	.895
p3	38.3667	18.102	.560	.879
p4	38.2333	17.771	.836	.880
p5	38.3000	20.493	.627	.895
p6	38.3667	18.102	.860	.879
p7	37.9000	21.059	.521	.901
p8	38.1333	22.602	.391	.911
p9	37.6333	21.620	.495	.902
p10	38.4333	22.254	.590	.900

## HASIL FREKUENSI

### Frequencies

ak1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	38	19.0	19.0	19.0
	4.00	70	35.0	35.0	54.0
	5.00	92	46.0	46.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

ak2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	19	9.5	9.5	9.5
	4.00	121	60.5	60.5	70.0
	5.00	60	30.0	30.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

ak3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	53	26.5	26.5	26.5
	4.00	69	34.5	34.5	61.0
	5.00	78	39.0	39.0	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

ak4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	48	24.0	24.0	24.0
	4.00	67	33.5	33.5	57.5
	5.00	85	42.5	42.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**ak5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	24	12.0	12.0	12.0
	4.00	115	57.5	57.5	69.5
	5.00	61	30.5	30.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**ak6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	60	30.0	30.0	30.0
	4.00	75	37.5	37.5	67.5
	5.00	65	32.5	32.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**ak7**

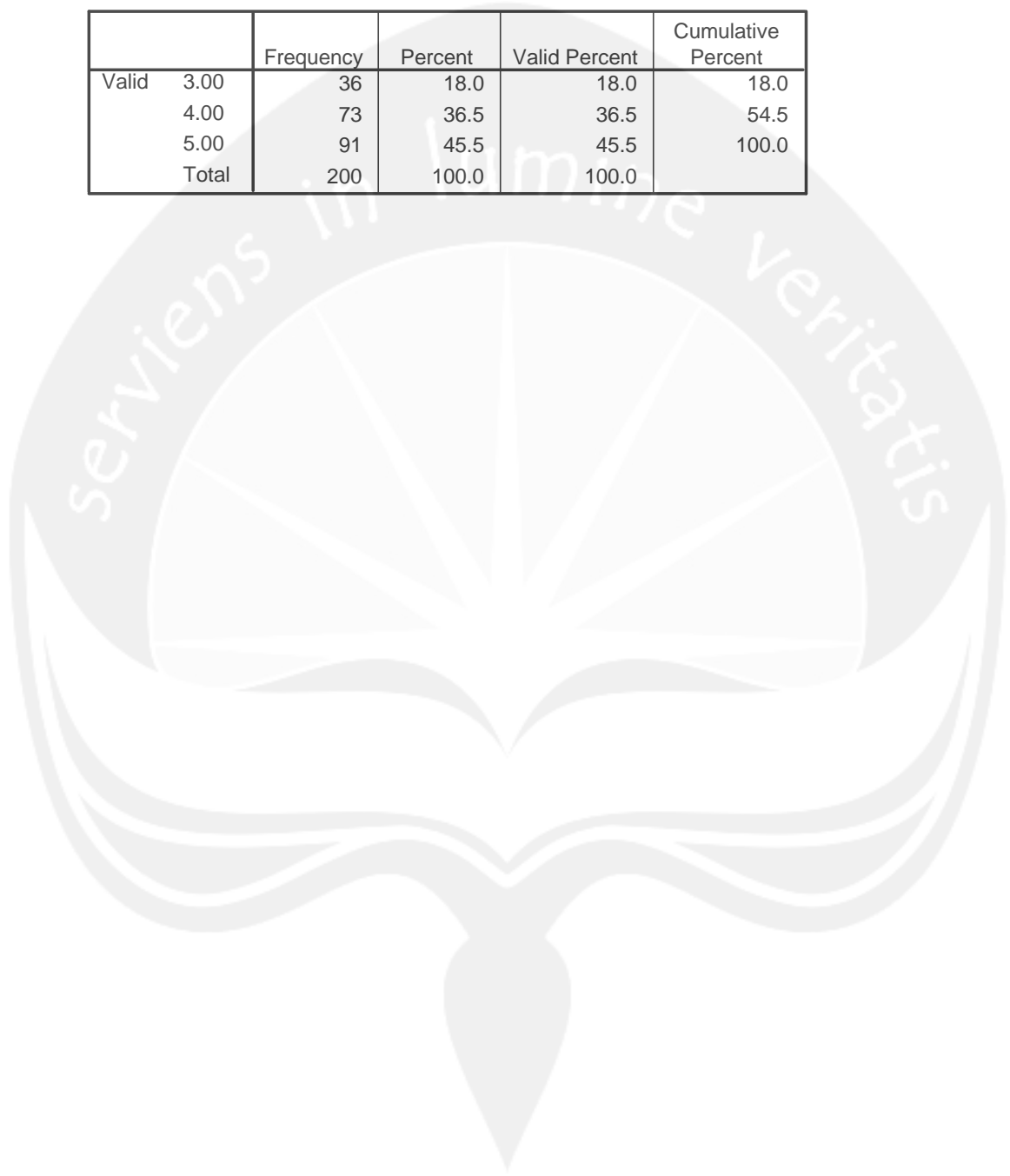
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	42	21.0	21.0	21.0
	4.00	61	30.5	30.5	51.5
	5.00	97	48.5	48.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

**ak8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	30	15.0	15.0	15.0
	4.00	105	52.5	52.5	67.5
	5.00	65	32.5	32.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	

ak9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	36	18.0	18.0	18.0
	4.00	73	36.5	36.5	54.5
	5.00	91	45.5	45.5	100.0
	Total	200	100.0	100.0	



## HASIL T-TEST

### T-Test

#### One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
jawa	100	38.2400	4.70143	.47014
cina	100	37.2000	5.13455	.51346

#### One-Sample Test

	Test Value = 0					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
jawa	81.337	99	.000	38.24000	37.3071	39.1729
cina	72.450	99	.000	37.20000	36.1812	38.2188

### T-Test

#### Paired Samples Statistics

		Mean	N	Std. Deviation	Std. Error Mean
Pair 1	jawa	38.2400	100	4.70143	.47014
	cina	37.2000	100	5.13455	.51346

#### Paired Samples Correlations

	N	Correlation	Sig.
Pair 1 jawa & cina	100	-.046	.650



**Paired Samples Test**

	Paired Differences					t	df	Sig. (2-tailed)
	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval of the Difference				
				Lower	Upper			
Pair 1. jawa - ci	.04000	7.11936	.71194	-.37264	1.45264	2.196	99	.015

