

## **BAB V**

### **SIMPULAN DAN SARAN**

#### **5.1. Simpulan**

Penelitian ini meneliti tentang pengaruh pengalaman berbelanja, persepsi harga, persepsi kualitas terhadap persepsi nilai pada pusat belanja. Penelitian dilakukan di Daerah Istimewa Yogyakarta dengan menyebarkan 200 eksemplar kuesioner kepada penduduk yang berdomisili di Yogyakarta. Dari penyebaran kuesioner hanya 176 eksemplar yang dapat dianalisis. Dari data yang didapatkan dan diolah, menunjukkan bahwa kuesioner yang dipakai dalam mengumpulkan data, valid dan reliabel.

Dari hasil analisis data, maka dapat ditarik beberapa kesimpulan, yaitu:

1. Model yang diuji dalam penelitian ini dapat diterima sebagai model penelitian yang valid karena mampu menunjukkan tingkat kesesuaian yang baik, dimana ditunjukkan dengan indeks-indeks *goodness of fit* yang mempunyai nilai di atas nilai kritis (*cut-off value*) yang direkomendasikan. Oleh karena itu, model penelitian ini sangat sesuai atau representatif untuk menggambarkan pengaruh pengalaman berbelanja, persepsi harga dan persepsi kualitas terhadap persepsi nilai.
2. Semua hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini dapat diterima, yaitu sebagai berikut :

- a. Pengalaman berbelanja berpengaruh signifikan terhadap persepsi harga pada pusat belanja. Berarti, ada suatu keeratan hubungan antara kedua variabel tersebut. Semakin konsumen berpengalaman dalam berbelanja maka kuat pengaruhnya terhadap persepsi harga. Pengalaman berbelanja yang dirasakan baik akan menciptakan persepsi harga yang baik pula.
- b. Pengalaman berbelanja dan persepsi harga berpengaruh signifikan terhadap persepsi kualitas pada pusat belanja. Berarti kedua variabel tersebut memiliki keeratan hubungan dengan persepsi kualitas. Pengalaman berbelanja yang dirasakan baik akan menghasilkan persepsi harga yang baik, kemudian akan menghasilkan persepsi kualitas yang baik juga. Semakin tinggi pengalaman konsumen dalam berbelanja dan semakin tinggi persepsi konsumen terhadap harga maka akan semakin tinggi juga persepsi konsumen terhadap kualitas.
- c. Pengalaman berbelanja, persepsi harga dan persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap persepsi nilai pada pusat belanja. Berarti ketiga variabel tersebut memiliki keeratan hubungan terhadap persepsi nilai. Ketiga variabel tersebut cukup kuat sebagai faktor-faktor pendorong dalam menentukan persepsi nilai. Pengalaman berbelanja, persepsi harga dan persepsi kualitas yang dirasakan konsumen baik maka akan menghasilkan persepsi nilai yang baik pula. Semakin tinggi pengalaman berbelanja, persepsi harga dan persepsi kualitas maka akan semakin tinggi juga persepsi nilai yang dirasakan oleh konsumen terhadap suatu pusat belanja.

## 5.2. Keterbatasan dan Saran

Penelitian ini mempunyai beberapa keterbatasan dan saran bagi peneliti yang akan datang, antara lain :

1. Penelitian ini menganggap sebanding atau sama untuk karakteristik pusat-pusat belanja yang telah disebutkan oleh responden (heterogenitas pusat belanja dianggap sama). Padahal masing-masing pusat belanja misalnya hypermarket, supermarket atau minimarket mempunyai karakteristik yang berbeda. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat dilakukan pada pusat-pusat belanja yang sebanding atau yang mempunyai karakteristik yang sama, misalnya hypermarket dengan hypermarket atau supermarket dengan supermarket dan lain-lain.
2. Penelitian ini tidak mengklasifikasikan responden misalnya kelompok mahasiswa, ibu rumah tangga atau pekerja, sehingga heterogenitas responden dianggap sama. Oleh karena itu tingkat akurasi atau ketepatan terhadap hasil yang diperoleh menjadi berkurang. Hal ini dilakukan karena keterbatasan waktu penelitian, jika dilakukan uji beda respon untuk tiap kelompok responden akan memakan waktu yang lama. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat mengklasifikasikan responden sehingga tingkat akurasi terhadap hasil yang diperoleh dapat lebih baik.
3. Model yang diajukan dalam penelitian ini diharapkan dapat diaplikasikan pada obyek penelitian yang lain selain pusat belanja. Hal ini dilakukan untuk mengetahui kesesuaian model penelitian ini dengan obyek yang berbeda, apakah model penelitian ini bisa sesuai atau *fit* untuk obyek tersebut.

4. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengembangkan atau memodifikasi model penelitian ini yaitu dengan menambahkan variabel-variabel lain yang mungkin bisa berhubungan dengan variabel-variabel yang diteliti dalam penelitian ini, misalnya menambahkan variabel minat berbelanja atau loyalitas pada toko (*store loyalty*) dan lain-lain. Hal ini dilakukan untuk mengetahui apakah hasil dari pengembangan model penelitian tersebut bisa dikatakan baik atau tepat, sehingga model penelitian tersebut dapat digeneralisasikan.

### 5.3. Implikasi Manajerial

Hasil keseluruhan dari penelitian ini menyatakan bahwa pengalaman berbelanja, persepsi harga dan persepsi kualitas berpengaruh signifikan terhadap persepsi nilai. Hal ini memberikan implikasi manajerial yang penting pada pihak manajemen khususnya bisnis eceran untuk lebih memahami faktor-faktor apa saja yang dapat memberikan kesenangan dan kepuasan bagi konsumen di saat mereka berbelanja, sehingga akhirnya dapat meningkatkan nilai yang dirasakan oleh konsumen.

Untuk meningkatkan persepsi konsumen terhadap nilai, suatu perusahaan yang bergerak di bisnis eceran, khususnya pusat belanja kebutuhan sehari-hari, dapat melakukan hal-hal sebagai berikut :

1. Untuk variabel pengalaman berbelanja, perusahaan dapat menciptakan suatu lingkungan atau *setting* toko yang dapat membuat konsumen menjadi nyaman dalam berbelanja sehingga kegiatan berbelanja menjadi menyenangkan, antara

lain dengan menciptakan display produk yang baik, pencahayaan yang baik, temperatur ruangan yang baik, dekorasi yang menarik, adanya musik yang enak yang mengiringi pada saat berbelanja di toko, kebersihan toko, ruangan (*space*) yang luas.

2. Untuk variabel persepsi kualitas, perusahaan harus dapat meningkatkan kualitas produk dan kualitas layanan. Untuk kualitas produk, perusahaan harus konsisten dalam memperhatikan variasi produk, kelengkapan produk yang dijual, menjual produk yang berkualitas baik, produk yang tidak cacat dan tidak kadaluwarsa. Untuk kualitas layanan, perusahaan harus memperhatikan kualitas karyawan toko dalam melayani konsumen. Dengan membuat karyawan toko lebih tanggap terhadap kebutuhan konsumen, pengetahuan produk yang dijual, kecepatan melayani konsumen, sikap yang baik terhadap konsumen, karyawan toko lebih antusias didalam memberikan bantuan dan informasi yang dirasa dapat menarik minat pembelian.
3. Perusahaan dapat meningkatkan persepsi harga konsumen dengan menawarkan harga untuk produk tertentu yang lebih murah dibanding pesaing, mencantumkan label harga produk yang jelas dan memberikan diskon atau voucher belanja pada *event-event* tertentu.
4. Perusahaan sebaiknya juga memberikan kemudahan-kemudahan dalam berbelanja, seperti tempat parkir yang memadai, fasilitas ATM atau kartu kredit, fasilitas *member card*, layanan antar barang (*delivery service*) sehingga dapat meningkatkan minat membeli konsumen.

## DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry, 1992, *Consumer Behavior & Marketing Action*, Fourth Edition, PWS-KENT Publishing Company, Boston.
- Berman, Barry, and Joel R, Evans, 1998, *Retail Management: A Strategic Approach*, 7<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall, Inc, Upper Saddle River, New Jersey.
- Chen Zhan & Dubinsky J. Alan, 2000, " Perceived Customer Value In E-Commerce: A Conceptual Model And Some Preliminary Findings," Working Paper, Diakses dari : [http: www.google.com](http://www.google.com).
- Cooper, Donald, and Emory, William, 1996, *Metode Penelitian Bisnis*, Jilid 1, Edisi 5, Erlangga.
- Cooper, D.R. & Schindler, P.S, 2001, *Business Research Methods*, 9<sup>th</sup> Edition, Mc Graw-Hill.
- Dodds, William B, Kent B. Monroe, and Dhruv Grewal, 1991, The Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers Product Evaluation, *Journal of Marketing Research*, 28 (Agust), hal 307-319.
- Engel F. James, Blackwell D. Roger, Miniard W. Paul, 1995, *Perilaku Konsumen*, Jilid II, edisi VI, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ferdinand, Augusty, 2002, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F, Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C, 1998, *Multivariate Data Analysis*, 5<sup>th</sup> Edition, Prentice-Hall International, Inc.
- Hoyle, R.H, 1995, *Structural Equation Modeling : Concept, Issues and Application*, Thousand Oaks, CA : Sage Publications.
- Kanuk, Leslie, and Schiffman, Leon, 2004, *Consumer Behavior*, Pearson Education, Inc, Upper Saddle River, New Jersey.
- Kerin R, Jain H, and Howard, D. J, 1992, "Store Shopping Experience and Consumer Price-Quality-Value Perceptions," *Journal of Retailing*, vol 68, hal 376-397.
- Kotler, Philip, 2004, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, PT. Indeks, Jakarta.

- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Milenium, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 7, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 7, Prenhallindo, Jakarta.
- Lee, D., Park, J., & Ahn, J. 2001, *On The Explanation of Factors Affecting e-commerce Adoption*. Twenty-Second International Conference on Information Systems.
- Lichtenstein Donald, Nancy M. Ridgway, and Richard G. Netemayer, 1993, Price Perceptions and Consumer Shopping Behavior : a Field Study, *Journal of Marketing Research*, Vol XXX (May), hal 234-245.
- Mowen, John and Minor, Michael, 2002, *Perilaku Konsumen*, Jilid 2, Edisi 5, Erlangga, Jakarta.
- Paul J. Peter and Olson C. Jerry, 1996, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jilid II, Edisi IV, Erlangga, Jakarta.
- Rumiyati, Hasnah, 2004, "Pengalaman Berbelanja di Supermarket dan Persepsi Konsumen atas Harga-Kualitas-Nilai," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol 12, hal 1-22
- Santoso, S., dan Tjiptono, Fandy, 2001, *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Edisi 1, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sekaran, Uma, 1992, *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*, 2<sup>nd</sup> Edition, John Wiley & Sons, Inc.
- Setiadi, Nugroho J, 2003, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media, Jakarta.
- Surya, Petra, 2004, *Pengaruh Perbedaan Individual dan Karakteristik Sistem terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi : Sebuah Replikasi Model di Bidang E-Job Vacancies*, Tesis tidak dipublikasikan, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.

Suryanto, L., Sugiyanto, FX., & Sugiarti, 2002, Analisis Faktor-faktor Pembentuk Persepsi Kualitas Layanan untuk Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah : studi empiris pada kantor cabang BRI Semarang-Pattimura, *Jurnal Bisnis Strategi*, 9, Juli.

Tandjung, Jenu Widjaja, 2004, *Marketing Management: Pendekatan pada Nilai-nilai Pelanggan*, Edisi kedua, Bayumedia Publishing, Jawa Timur.

Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Yuliantari, Pande Ketut Emy, 2004, *Pengaruh Pengalaman Berbelanja, Persepsi Harga dan Persepsi Kualitas terhadap Persepsi Nilai: Studi Persepsi Konsumen pada Toko Pakaian Jadi*, Tesis tidak dipublikasikan, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.

Zeithaml, A. Valarie, 1988, "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence," *Journal of Marketing*, vol 52, hal 2-22.



## DAFTAR PUSTAKA

- Assael, Henry, 1992, *Consumer Behavior & Marketing Action*, Fouth Edition, PWS-KENT Publishing Company, Boston.
- Berman, Barry, and Joel R, Evans, 1998, *Retail Management: A Strategic Approach*, 7<sup>th</sup> Edition, Prentice Hall, Inc, Upper Saddle River, New Jersey.
- Chen Zhan & Dubinsky J. Alan, 2000, " Perceived Customer Value In E-Commerce: A Conceptual Model And Some Preliminary Findings," Working Paper, Diakses dari : [http: www.google.com](http://www.google.com).
- Cooper, Donald, and Emory, William, 1996, *Metode Penelitian Bisnis*, Jilid 1, Edisi 5, Erlangga.
- Cooper, D.R. & Schindler, P.S, 2001, *Business Research Methods*, 9<sup>th</sup> Edition, Mc Graw-Hill.
- Dodds, William B, Kent B. Monroe, and Dhruv Grewal, 1991, The Effects of Price, Brand, and Store Information on Buyers Product Evaluation, *Journal of Marketing Research*, 28 (Agust), hal 307-319.
- Engel F. James, Blackwell D. Roger, Miniard W. Paul, 1995, *Perilaku Konsumen*, Jilid II, edisi VI, Binarupa Aksara, Jakarta.
- Ferdinand, Augusty, 2002, *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Hair, J.F, Jr., Anderson, R.E., Tatham, R.L., & Black, W.C, 1998, *Multivariate Data Analysis*, 5<sup>th</sup> Edition, Prentice-Hall International, Inc.
- Hoyle, R.H, 1995, *Structural Equation Modeling : Concept, Issues and Application*, Thousand Oaks, CA : Sage Publications.
- Kanuk, Leslie, and Schiffman, Leon, 2004, *Consumer Behavior*, Pearson Education, Inc, Upper Saddle River, New Jersey.
- Kerin R, Jain H, and Howard, D. J, 1992, "Store Shopping Experience and Consumer Price-Quality-Value Perceptions," *Journal of Retailing*, vol 68, hal 376-397.
- Kotler, Philip, 2004, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 1, Edisi Milenium, PT. Indeks, Jakarta.

- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Jilid 2, Edisi Milenium, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Edisi 7, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 2, Edisi 7, Prenhallindo, Jakarta.
- Lee, D., Park, J., & Ahn, J. 2001, *On The Explanation of Factors Affecting e-commerce Adoption*. Twenty-Second International Conference on Information Systems.
- Lichtenstein Donald, Nancy M. Ridgway, and Richard G. Netemayer, 1993, Price Perceptions and Consumer Shopping Behavior : a Field Study, *Journal of Marketing Research*, Vol XXX (May), hal 234-245.
- Mowen, John and Minor, Michael, 2002, *Perilaku Konsumen*, Jilid 2, Edisi 5, Erlangga, Jakarta.
- Paul J. Peter and Olson C. Jerry, 1996, *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*, Jilid II, Edisi IV, Erlangga, Jakarta.
- Rumiyati, Hasnah, 2004, "Pengalaman Berbelanja di Supermarket dan Persepsi Konsumen atas Harga-Kualitas-Nilai," *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, vol 12, hal 1-22
- Santoso, S., dan Tjiptono, Fandy, 2001, *Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS*, Edisi 1, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.
- Sekaran, Uma, 1992, *Research Methods For Business: A Skill-Building Approach*, 2<sup>nd</sup> Edition, John Wiley & Sons, Inc.
- Setiadi, Nugroho J, 2003, *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*, Prenada Media, Jakarta.
- Surya, Petra, 2004, *Pengaruh Perbedaan Individual dan Karakteristik Sistem terhadap Penerimaan Penggunaan Teknologi : Sebuah Replikasi Model di Bidang E-Job Vacancies*, Tesis tidak dipublikasikan, Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.

Suryanto, L., Sugiyanto, FX., & Sugiarti, 2002, Analisis Faktor-faktor Pembentuk Persepsi Kualitas Layanan untuk Menciptakan Kepuasan dan Loyalitas Nasabah : studi empiris pada kantor cabang BRI Semarang-Pattimura, *Jurnal Bisnis Strategi*, 9, Juli.

Tandjung, Jenu Widjaja, 2004, *Marketing Management: Pendekatan pada Nilai-nilai Pelanggan*, Edisi kedua, Bayumedia Publishing, Jawa Timur.

Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Edisi 2, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Yuliantari, Pande Ketut Emy, 2004, *Pengaruh Pengalaman Berbelanja, Persepsi Harga dan Persepsi Kualitas terhadap Persepsi Nilai: Studi Persepsi Konsumen pada Toko Pakaian Jadi*, Tesis tidak dipublikasikan, Universitas Atma Jaya, Yogyakarta.

Zeithaml, A. Valarie, 1988, "Consumer Perceptions of Price, Quality, and Value: A Means-End Model and Synthesis of Evidence," *Journal of Marketing*, vol 52, hal 2-22.



**LAMPIRAN 1**

## KUESIONER

Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada para responden yang bersedia meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner ini. Kuesioner akan digunakan untuk membantu penulis dalam penelitian yang berkaitan dengan persepsi nilai. Penulis berharap para responden menjawab pertanyaan-pertanyaan kuesioner ini dengan jujur dan spontan. Tidak ada jawaban yang benar atau salah didalam pengisian kuesioner ini. Jawaban akan dinilai dan diolah secara kumulatif dan tidak secara individual. Terima kasih atas perhatiannya.

### A. Profil Responden

Pilihlah salah satu jawaban yang Anda anggap paling sesuai dengan memberikan tanda silang ( X ) pada jawaban yang Anda pilih.

1. Jenis kelamin :
  - a. Pria
  - b. Wanita
2. Umur : ..... tahun
3. Pendapatan atau uang saku Anda per bulan :
  - a. Sampai dengan Rp 500.000
  - b. Rp 501.000 - 1000.000
  - c. Rp 1001.000 - 1500.000
  - d. Rp 1501.000 - 2000.000
  - e. Di atas Rp 2000.000
4. Apakah setiap bulan Anda berbelanja kebutuhan sehari-hari ke pusat belanja?
  - a. Ya
  - b. Tidak

Jika Ya, Anda bisa menjawab pertanyaan selanjutnya.

5. Pusat belanja yang paling sering Anda kunjungi untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari : ( pilih salah satu )
  - a. Alfa
  - b. Gardena
  - c. Hero
  - d. Indogrosir
  - e. Matahari
  - f. Miróta
  - g. Ramai
  - h. SuperIndo
  - i. Lain-lain:.....(sebutkan)

Untuk pertanyaan berikutnya berkaitan dengan pusat belanja yang paling sering Anda kunjungi seperti pada jawaban yang Anda pilih pada pertanyaan no 5.

### B. Pengalaman Berbelanja

Jawablah pertanyaan berikut ini dengan langsung memberikan tanda  $\checkmark$  pada jawaban yang Anda pilih.

STS	TS	N	S	SS
Sangat Tidak Setuju	Tidak Setuju	Netral	Setuju	Sangat Setuju

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Pusat belanja yang saya kunjungi nampak bersih.					
2	Pusat belanja yang saya kunjungi memiliki produk yang bervariasi dan banyak pilihannya.					
3	Pusat belanja yang saya kunjungi memiliki dekorasi yang menarik.					
4	Pusat belanja yang saya kunjungi memiliki display (tata ruang dan produk) yang bagus.					
5	Pusat belanja yang saya kunjungi memiliki temperatur/suhu ruangan yang baik.					
6	Di pusat belanja tersebut, saya tidak mengantri lama saat akan melakukan transaksi di kasir.					
7	Pusat belanja yang saya kunjungi memiliki tempat parkir yang luas dan aman.					
8	Pusat belanja yang saya kunjungi memberikan kenyamanan dalam berbelanja.					

### C. Persepsi Harga

Jawablah pertanyaan berikut ini dengan langsung memberikan tanda  $\checkmark$  pada jawaban yang Anda pilih.

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Pusat belanja yang saya kunjungi memberikan harga lebih murah dibandingkan dengan toko sejenis lainnya.					
2	Pusat belanja yang saya kunjungi setiap bulan memberikan potongan harga (diskon) atau kupon belanja.					
3	Pusat belanja yang saya kunjungi mencantumkan label harga produk yang jelas.					

#### D. Persepsi Kualitas

Jawablah pertanyaan berikut ini dengan langsung memberikan tanda  $\checkmark$  pada jawaban yang Anda pilih.

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Pusat belanja yang saya kunjungi menyediakan produk dengan kualitas yang baik.					
2	Saya tidak melihat pusat belanja yang saya kunjungi menjual produk yang cacat atau kadaluwarsa.					
3	Pusat belanja yang saya kunjungi menunjukkan keramahan karyawan yang siap membantu dan memberikan informasi tentang produk.					
4	Pusat belanja yang saya kunjungi melayani pembayaran melalui debit ATM atau kartu kredit.					
5	Pusat belanja yang saya kunjungi menawarkan fasilitas kartu anggota ( <i>member card</i> ).					

#### E. Persepsi Nilai

Jawablah pertanyaan berikut ini dengan langsung memberikan tanda  $\checkmark$  pada jawaban yang Anda pilih.

No	Pertanyaan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya merasa senang berbelanja di pusat belanja yang saya kunjungi.					
2	Produk yang saya beli di pusat belanja tersebut memberikan nilai yang lebih tinggi dibandingkan dengan harga yang dibayarkan.					
3	Produk yang saya beli di pusat belanja tersebut memberikan nilai yang sesuai dengan kualitas produk.					
4	Saya merasa puas dengan pelayanan yang diberikan oleh pusat belanja yang saya kunjungi.					
5	Fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh pusat belanja yang saya kunjungi sesuai dengan biaya yang saya keluarkan.					
6	Pusat belanja yang saya kunjungi memiliki reputasi yang baik.					



**LAMPIRAN 2**



**DATA HASIL PENYEBARAN KUESIONER**

<b>No.</b>	<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Umur (th)</b>	<b>Pendapatan/ Uang Saku</b>	<b>Frek. Belanja Tiap Bulan</b>	<b>Pusat Belanja</b>
1	2	25	3	1	Alfa
2	2	27	2	1	Mirota
3	2	28	2	1	Gardena
4	2	25	3	1	Hero
5	2	24	3	1	Alfa
6	2	24	2	1	Alfa
7	2	22	3	1	Gardena
8	2	33	5	1	Hero
9	2	28	4	1	Mirota
10	2	22	1	1	Indogrosir
11	1	24	2	1	Mirota
12	1	24	2	1	Indogrosir
13	2	25	2	1	Pamela
14	2	22	1	1	Superindo
15	2	22	2	1	Indogrosir
16	2	23	2	1	Mirota
17	1	25	3	1	Matahari
18	1	19	1	1	Mirota
19	2	19	2	1	Mirota
20	1	20	2	1	Citrouli
21	1	20	1	1	Mirota
22	2	19	2	1	Ramai
23	1	21	1	1	Gardena
24	2	24	2	1	Hero
25	2	22	2	1	Gardena
26	2	23	2	1	Superindo
27	2	24	4	1	Alfa
28	2	24	4	1	Gardena
29	1	28	2	1	Indogrosir
30	2	25	2	1	Indogrosir
31	2	30	2	1	Alfa
32	1	26	1	1	Mirota
33	2	40	4	1	Hero
34	2	26	1	1	Matahari
35	1	22	2	1	Mirota
36	2	25	2	1	Indogrosir
37	2	25	3	1	Gardena
38	1	30	4	1	Indogrosir
39	2	69	5	1	Indogrosir
40	1	29	5	1	Alfa
41	2	29	5	1	Gardena
42	2	23	2	1	Indogrosir
43	2	23	2	1	Alfa
44	2	26	1	1	Mirota
45	2	21	1	1	Alfa
46	2	22	1	1	Mirota
47	2	23	2	1	Superindo
48	1	26	2	1	Gardena

49	1	22	2	1	Matahari
50	1	24	3	1	Mirota
51	2	24	2	1	Superindo
52	2	32	3	1	Hero
53	2	20	1	1	Pamela
54	2	20	1	1	Superindo
55	2	18	1	1	Indogrosir
56	2	23	2	1	Alfa
57	2	19	1	1	Ramai
58	2	23	2	1	Ramai
59	2	22	1	1	Mirota
60	2	57	4	1	Superindo
61	2	21	2	1	Mirota
62	2	22	1	1	Gardena
63	2	21	1	1	Ramai
64	2	20	2	1	Matahari
65	1	23	2	1	Superindo
66	1	19	1	1	Gardena
67	1	24	1	1	Elok
68	2	21	1	1	Mirota
69	2	20	1	1	Gardena
70	1	20	1	1	Elok
71	2	26	4	1	Ramai
72	1	26	4	1	Mirota
73	2	30	5	1	Gardena
74	2	27	2	1	Superindo
75	2	30	1	1	Ramai
76	2	27	2	1	Hero
77	2	24	2	1	Mirota
78	1	23	3	1	Superindo
79	1	24	2	1	Mirota
80	1	25	2	1	Indogrosir
81	2	59	5	1	Gardena
82	1	24	3	1	Gardena
83	2	22	1	1	Matahari
84	2	21	4	1	Mirota
85	1	18	1	1	Ramai
86	2	22	4	1	Gardena
87	2	22	2	1	Mirota
88	2	21	2	1	Alfa
89	2	23	2	1	Mirota
90	2	20	1	1	Mirota
91	2	22	2	1	Mirota
92	2	23	3	1	Hero
93	2	22	2	1	Ramai
94	2	24	2	1	Superindo
95	2	24	1	1	Alfa
96	2	22	1	1	Mirota
97	2	21	5	1	Matahari
98	2	20	2	1	Ramai
99	2	20	2	1	Mirota
100	2	23	2	1	Superindo

101	2	21	1	1	Mirota
102	2	26	1	1	Mirota
103	2	20	1	1	Alfa
104	1	24	2	1	Mirota
105	2	20	1	1	Mirota
106	2	26	2	1	Gardena
107	2	26	2	1	Ramai
108	2	25	1	1	Mirota
109	2	22	2	1	Ramai
110	1	25	1	1	Mirota
111	2	25	4	1	Alfa
112	1	25	2	1	Mirota
113	1	25	4	1	Mirota
114	2	19	2	1	Matahari
115	2	20	1	1	Alfa
116	2	20	2	1	Ramai
117	2	20	1	1	Mirota
118	2	22	3	1	Indogrosir
119	2	20	1	1	Mirota
120	2	20	1	1	Mirota
121	2	35	4	1	Indogrosir
122	2	27	2	1	Mirota
123	2	27	4	1	Indogrosir
124	2	34	5	1	Indogrosir
125	1	40	4	1	Ramai
126	2	26	4	1	Mirota
127	2	20	2	1	Mekar
128	1	43	5	1	Mirota
129	2	26	1	1	Pamela
130	2	35	5	1	Alfa
131	2	23	4	1	Hero
132	2	23	2	1	Indogrosir
133	2	23	2	1	Alfa
134	2	25	2	1	Ramai
135	1	24	2	1	Alfa
136	2	55	5	1	Ramai
137	2	26	2	1	Gardena
138	1	27	3	1	Mirota
139	2	30	5	1	Indogrosir
140	2	23	2	1	Indogrosir
141	2	24	3	1	Alfa
142	2	21	1	1	Gardena
143	2	21	2	1	Ramai
144	2	21	2	1	Citrouli
145	2	20	1	1	Mirota
146	2	22	4	1	Alfa
147	2	24	2	1	Ramai
148	2	24	2	1	Gardena
149	2	21	2	1	Mirota
150	2	24	5	1	Alfa
151	2	20	2	1	Mirota
152	2	21	1	1	Indogrosir

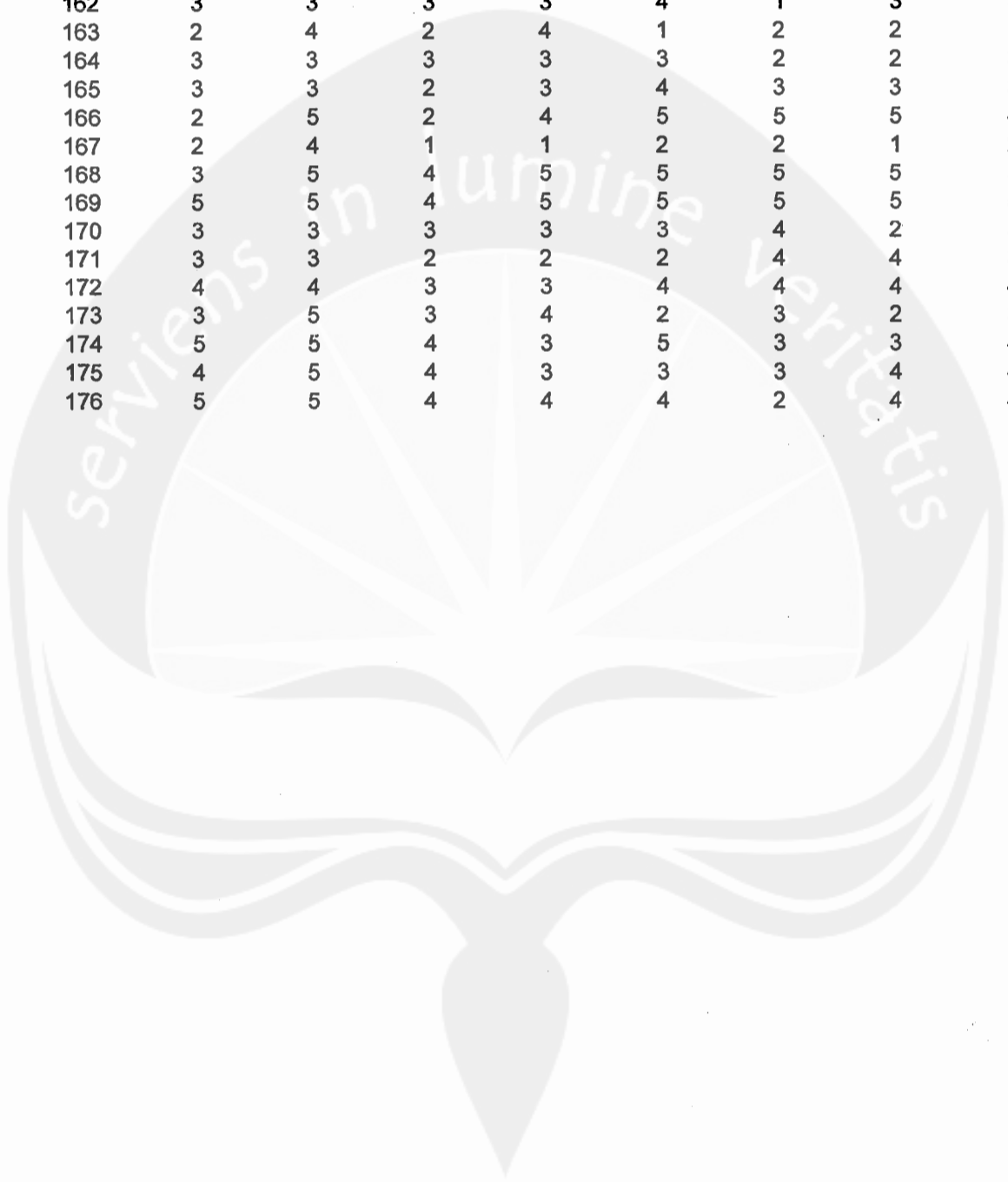
153	2	22	1	1	Alfa
154	2	25	2	1	Matahari
155	2	25	4	1	Ramai
156	2	19	1	1	Mirota
157	2	18	2	1	Mirota
158	2	21	2	1	Indogrosir
159	1	26	1	1	Indomaret
160	2	26	4	1	Ramai
161	2	25	2	1	Mirota
162	2	23	2	1	Matahari
163	1	22	2	1	Indomaret
164	2	25	3	1	Indogrosir
165	2	46	5	1	Matahari
166	1	24	2	1	Alfa
167	2	25	3	1	Mirota
168	2	26	4	1	Indogrosir
169	1	25	2	1	Alfa
170	1	26	3	1	Pamor
171	1	22	1	1	Pamela
172	2	28	3	1	Indogrosir
173	2	23	3	1	Alfa
174	2	20	1	1	Superindo
175	2	23	2	1	Alfa
176	2	21	2	1	Ramai
177				0	
178				0	
179				0	
180				0	
181				0	
182				0	
183				0	
184				0	
185				0	
186				0	
187				0	
188				0	
189				0	
190				0	
191				0	
192				0	
193				0	
194				0	
Total	176	176	176	194	176

No.	pb1	pb2	pb3	pb4	pb5	pb6	pb7	pb8
1	2	5	3	3	4	2	3	3
2	4	5	5	3	3	5	4	3
3	3	3	4	4	3	1	3	3
4	2	5	3	3	4	2	3	3
5	4	4	2	4	4	3	2	3
6	3	2	2	2	2	2	4	3
7	4	4	3	3	3	4	3	3
8	4	4	2	3	4	4	3	3
9	4	4	4	4	4	4	4	4
10	3	4	3	3	4	4	3	4
11	3	4	4	3	3	3	4	4
12	3	5	3	3	3	3	3	3
13	2	5	4	4	2	1	5	3
14	3	4	3	3	3	2	5	5
15	3	3	2	3	3	2	3	3
16	3	3	4	3	3	2	3	3
17	3	4	3	4	3	3	4	4
18	4	4	4	3	4	2	5	4
19	5	5	4	3	3	4	4	4
20	4	5	4	4	4	3	2	4
21	4	4	3	4	4	4	4	4
22	4	4	4	3	4	4	4	4
23	3	4	2	3	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	2	2	4
25	3	3	2	3	2	3	3	4
26	4	4	4	3	4	4	5	4
27	3	3	3	3	4	2	2	3
28	4	4	3	3	3	3	3	3
29	3	3	5	4	5	4	5	4
30	4	5	3	3	4	4	5	4
31	3	5	2	2	3	3	3	3
32	4	4	3	4	4	3	2	4
33	3	4	3	2	3	3	5	4
34	3	3	3	4	3	3	2	3
35	4	4	4	4	4	2	5	4
36	4	5	3	3	4	3	5	4
37	4	4	3	4	4	4	4	4
38	4	4	2	2	4	4	3	3
39	3	3	4	4	5	5	4	5
40	3	4	4	4	3	3	3	3
41	5	5	5	5	5	4	4	4
42	3	4	3	3	4	2	3	3
43	3	5	4	4	4	5	5	4
44	3	4	3	4	4	4	4	3
45	3	4	2	2	4	4	4	4
46	4	4	4	4	4	3	4	4
47	3	4	3	3	4	2	3	3
48	4	5	3	3	4	2	5	5
49	2	4	2	2	2	2	2	3

50	4	4	4	4	4	4	4	4
51	5	3	4	3	5	5	4	4
52	4	5	3	3	3	3	5	5
53	3	4	4	4	3	4	2	4
54	5	4	3	3	3	5	4	4
55	4	4	4	3	3	4	4	4
56	3	2	4	4	4	2	2	3
57	4	4	4	4	4	4	4	4
58	4	5	3	3	3	4	4	5
59	3	4	4	4	4	3	3	3
60	4	4	4	3	5	4	4	4
61	4	5	3	3	4	2	5	4
62	3	5	2	2	3	4	4	4
63	4	4	4	4	4	2	2	3
64	3	4	2	4	4	3	4	4
65	4	4	4	3	3	4	5	5
66	3	3	2	3	3	2	4	3
67	4	4	3	4	4	3	5	4
68	4	5	3	4	4	4	3	4
69	4	4	3	4	4	3	4	4
70	4	4	3	4	4	2	4	5
71	4	4	3	4	4	3	4	4
72	3	2	2	2	2	2	3	3
73	4	4	3	3	4	3	4	3
74	5	5	4	3	5	2	5	5
75	4	4	5	4	4	1	4	4
76	3	4	3	3	3	3	4	4
77	3	4	3	4	3	2	4	4
78	3	3	3	3	2	2	4	3
79	3	4	4	3	4	5	1	4
80	3	4	3	3	3	4	4	4
81	3	4	3	4	2	2	5	5
82	3	3	3	3	2	2	2	2
83	4	4	4	3	4	4	3	4
84	4	4	3	4	4	3	4	4
85	4	4	3	4	4	3	4	4
86	3	3	3	3	2	3	3	3
87	5	5	5	5	5	5	5	5
88	4	4	4	3	3	4	4	4
89	4	4	4	3	3	4	4	4
90	3	4	3	4	3	2	4	4
91	5	4	3	3	4	2	3	3
92	4	5	3	3	3	3	4	5
93	4	4	3	4	4	4	4	4
94	3	5	4	3	5	3	4	5
95	3	3	3	2	4	2	3	3
96	3	3	3	3	3	3	2	3
97	4	5	3	3	3	3	5	4
98	3	3	3	3	4	4	3	4
99	4	4	3	3	3	3	4	4
100	5	5	4	3	3	3	5	5
101	3	3	3	4	3	2	2	3

102	4	4	3	3	4	4	4
103	4	4	4	3	3	4	4
104	3	4	4	4	3	2	3
105	3	2	2	3	4	4	3
106	5	4	3	3	3	3	5
107	4	5	3	3	5	4	4
108	3	3	3	3	2	3	2
109	3	4	3	4	4	3	3
110	3	3	2	2	4	4	2
111	3	4	4	3	4	2	4
112	3	5	4	4	4	2	2
113	3	3	3	2	3	3	3
114	5	5	4	5	5	4	5
115	3	3	3	3	4	4	2
116	4	4	4	4	4	4	3
117	3	4	3	3	3	4	3
118	3	4	3	4	4	3	2
119	3	4	3	3	3	3	4
120	3	4	3	4	3	2	4
121	3	3	3	4	3	2	2
122	4	4	3	4	4	2	5
123	4	4	4	3	2	3	3
124	4	4	4	3	3	4	4
125	3	4	2	3	3	4	4
126	3	5	4	3	3	1	4
127	2	3	4	4	4	4	5
128	3	4	3	3	4	2	4
129	4	4	3	4	4	3	2
130	3	5	3	3	4	2	3
131	5	5	4	3	3	4	4
132	5	5	3	3	3	4	5
133	5	5	4	3	5	2	5
134	4	4	4	3	3	4	5
135	4	4	4	3	3	4	4
136	5	5	4	4	5	5	5
137	4	5	4	4	2	2	2
138	4	4	4	4	4	4	4
139	5	3	4	4	5	5	5
140	3	3	3	3	3	2	3
141	4	5	4	3	3	4	4
142	4	5	2	2	5	3	5
143	3	3	3	3	3	3	3
144	3	2	4	4	3	4	4
145	4	4	3	3	4	5	2
146	3	4	3	4	3	3	4
147	3	3	2	3	3	2	3
148	3	5	3	3	5	1	4
149	3	3	2	2	3	2	3
150	3	3	2	2	3	2	2
151	4	4	3	3	3	3	3
152	3	3	2	2	4	4	2
153	3	5	4	4	3	2	2

154	2	3	2	3	4	4	3	3
155	4	4	4	3	3	4	4	5
156	4	5	4	4	4	2	3	4
157	2	3	2	2	3	2	4	3
158	5	3	5	5	5	4	3	4
159	4	5	3	3	3	2	3	3
160	3	5	4	4	4	4	5	5
161	4	5	3	3	2	3	3	3
162	3	3	3	3	4	1	3	3
163	2	4	2	4	1	2	2	1
164	3	3	3	3	3	2	2	3
165	3	3	2	3	4	3	3	3
166	2	5	2	4	5	5	5	4
167	2	4	1	1	2	2	1	2
168	3	5	4	5	5	5	5	5
169	5	5	4	5	5	5	5	5
170	3	3	3	3	3	4	2	3
171	3	3	2	2	2	4	4	3
172	4	4	3	3	4	4	4	4
173	3	5	3	4	2	3	2	3
174	5	5	4	3	5	3	3	4
175	4	5	4	3	3	3	4	4
176	5	5	4	4	4	2	4	4



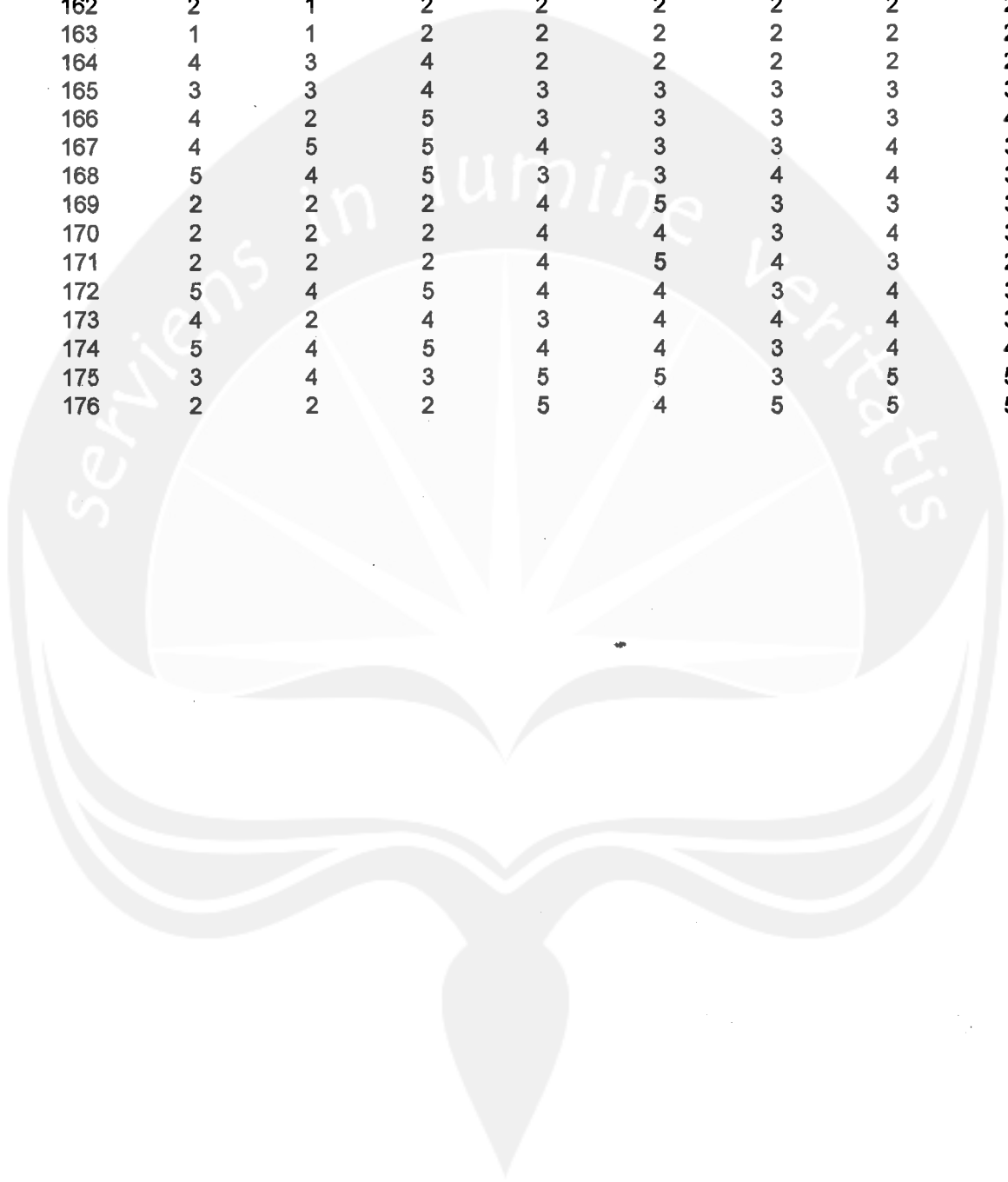


No.	ph1	ph2	ph3	pk1	pk2	pk3	pk4	pk5
1	1	2	2	2	2	2	1	1
2	2	4	3	3	4	3	4	3
3	2	4	4	2	2	2	2	2
4	3	4	3	2	2	2	1	1
5	2	2	2	4	4	3	3	3
6	2	2	4	4	4	2	4	4
7	4	4	5	3	3	4	4	4
8	4	4	5	4	3	3	4	4
9	2	2	2	2	2	2	4	2
10	2	2	2	2	2	2	4	2
11	4	4	3	5	5	4	5	5
12	2	2	4	2	2	2	4	2
13	4	4	5	3	4	3	5	3
14	5	5	5	4	4	4	4	2
15	2	2	2	3	3	3	3	2
16	4	3	3	3	4	4	4	3
17	2	2	2	3	3	3	3	4
18	2	2	4	3	3	3	3	4
19	4	3	3	3	3	3	3	4
20	4	2	2	3	3	3	3	3
21	4	2	4	4	4	3	3	3
22	3	4	3	4	3	4	3	3
23	5	4	4	4	4	4	3	3
24	3	4	5	5	5	5	5	5
25	2	2	1	4	3	4	3	3
26	4	4	3	3	3	3	5	5
27	5	2	3	3	3	3	3	4
28	3	3	4	4	3	3	4	3
29	3	3	4	4	3	3	4	3
30	2	2	2	3	3	3	4	4
31	5	2	4	4	5	5	5	5
32	3	3	4	4	4	4	4	2
33	4	4	3	4	4	4	4	2
34	4	3	3	5	4	3	4	2
35	5	5	5	4	4	4	3	3
36	3	3	4	4	3	3	4	4
37	3	4	3	3	3	3	5	4
38	4	4	5	3	3	3	3	4
39	4	3	5	4	4	3	4	3
40	4	3	3	4	4	4	4	2
41	2	3	4	4	5	5	3	4
42	3	4	3	3	4	4	5	5
43	2	4	5	3	3	5	3	3
44	3	4	3	4	4	4	4	4
45	4	3	3	4	3	4	3	3
46	4	4	5	3	3	3	5	5
47	2	2	2	4	3	3	4	5
48	5	4	5	4	3	4	3	3
49	5	5	4	4	4	2	4	4

50	2	2	2	3	4	4	4	4
51	5	5	5	5	3	3	5	2
52	4	3	3	4	4	4	4	5
53	4	4	4	4	3	3	4	3
54	4	4	4	3	3	3	5	4
55	4	4	5	4	4	4	3	3
56	2	4	4	3	4	4	4	4
57	3	3	4	3	4	4	4	3
58	3	4	5	4	3	4	3	3
59	3	3	4	4	4	3	4	3
60	4	4	5	4	4	4	4	4
61	4	5	4	3	4	4	3	3
62	4	4	4	4	3	4	3	3
63	2	2	2	4	4	2	5	3
64	4	4	3	3	3	3	3	4
65	5	2	2	3	3	4	4	4
66	2	2	2	3	4	3	4	4
67	3	4	3	4	4	4	3	3
68	3	3	4	3	4	3	4	4
69	4	4	4	4	3	4	3	3
70	4	4	4	4	2	4	4	3
71	4	3	5	4	4	3	3	3
72	2	2	2	4	4	4	3	3
73	2	2	4	4	3	4	4	4
74	4	3	4	5	5	4	5	5
75	4	4	3	4	3	3	4	4
76	3	3	4	3	4	4	4	3
77	3	3	4	4	4	4	3	3
78	4	4	3	3	3	3	5	3
79	5	4	5	4	5	2	3	3
80	5	5	4	4	4	3	4	2
81	4	2	2	4	4	3	4	3
82	4	3	3	3	3	3	3	4
83	4	3	3	4	4	4	3	3
84	3	4	3	4	3	4	4	3
85	4	3	3	3	4	4	4	3
86	5	4	5	3	4	3	4	4
87	4	4	4	5	4	4	2	2
88	4	4	5	4	4	4	4	4
89	4	4	5	4	4	4	4	4
90	4	2	4	3	3	3	3	4
91	3	4	3	3	3	3	3	4
92	4	3	5	5	4	4	4	4
93	4	3	3	3	3	3	3	3
94	4	3	5	4	3	4	3	3
95	4	2	2	2	2	2	4	2
96	4	2	2	2	2	2	4	2
97	3	4	1	3	3	4	4	5
98	4	3	3	3	3	3	3	3
99	4	4	4	3	3	3	5	3
100	3	3	5	4	3	3	3	3
101	3	5	4	3	4	3	4	5

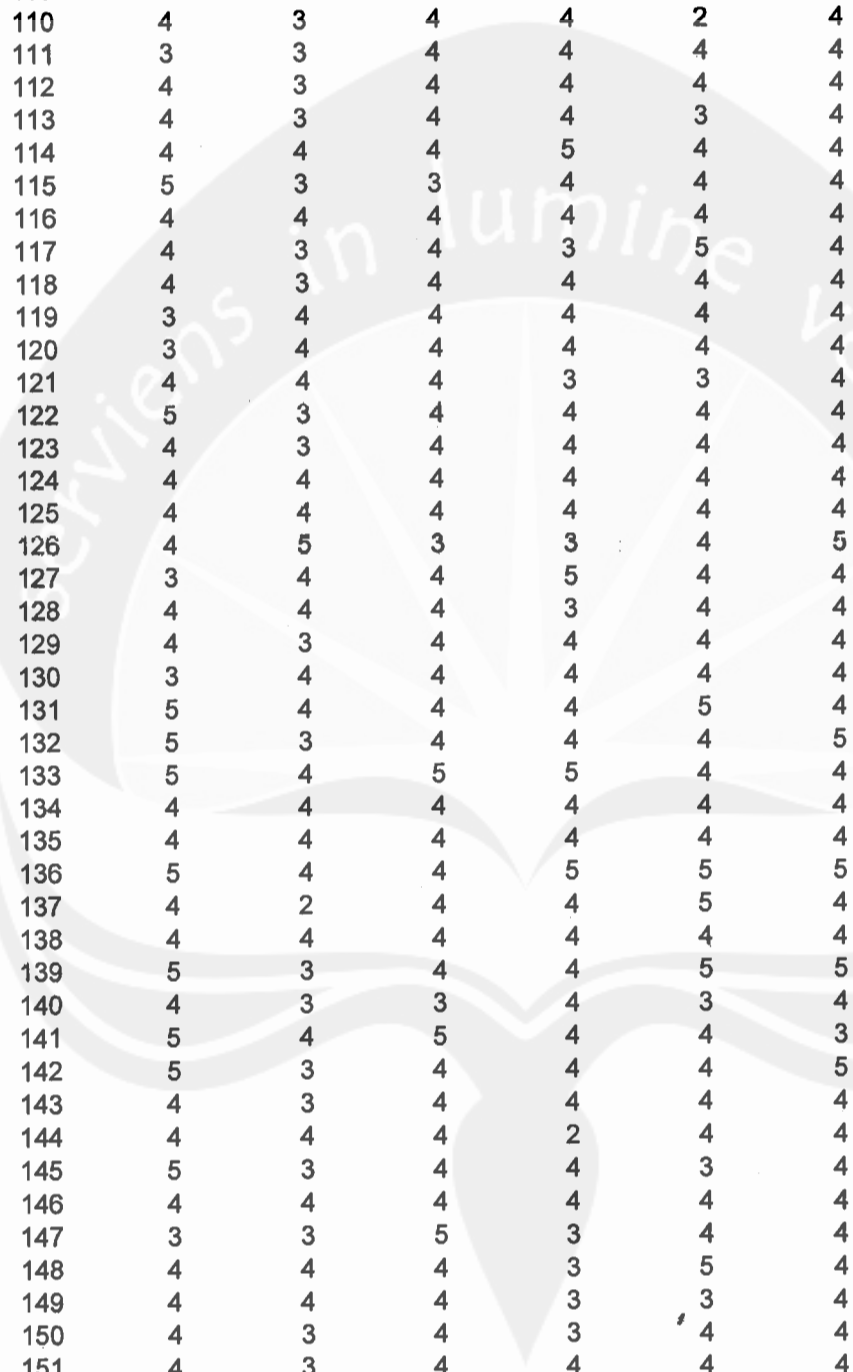
102	4	3	3	3	3	3	3	4
103	3	4	3	3	3	3	3	4
104	3	3	4	4	4	4	5	4
105	4	4	4	3	4	4	3	3
106	5	3	5	4	4	4	3	3
107	4	4	3	3	3	3	5	3
108	2	2	4	2	2	2	4	2
109	3	3	4	4	3	3	4	4
110	4	1	1	5	5	3	5	1
111	2	2	1	4	4	3	4	3
112	3	4	4	3	4	4	4	3
113	4	3	3	4	3	4	4	3
114	2	2	2	3	3	4	4	4
115	5	4	4	3	3	4	5	3
116	3	4	3	3	4	4	4	3
117	2	4	5	3	3	5	3	3
118	4	4	3	4	4	3	4	2
119	3	3	4	3	4	4	4	3
120	4	2	4	3	4	4	4	3
121	4	2	5	3	4	4	3	3
122	4	3	4	3	3	3	4	3
123	4	3	4	3	4	4	4	3
124	4	4	1	4	4	4	4	4
125	5	4	5	4	4	4	3	3
126	4	5	4	3	3	4	4	5
127	4	3	3	3	3	4	3	3
128	3	4	3	3	3	3	3	4
129	4	3	3	3	3	3	3	4
130	4	3	3	3	3	3	3	4
131	4	3	5	5	5	4	5	5
132	4	4	4	4	4	3	3	3
133	5	5	5	5	5	4	5	5
134	2	2	2	4	4	4	3	3
135	4	3	3	3	3	3	3	4
136	4	4	5	5	5	4	5	5
137	3	3	4	3	2	3	3	5
138	2	2	2	4	4	3	4	2
139	4	3	4	4	4	4	3	3
140	4	2	2	2	2	2	2	2
141	4	3	4	4	4	4	3	3
142	3	4	3	4	5	4	3	5
143	3	4	4	4	3	3	4	3
144	2	2	2	2	2	2	2	2
145	2	1	1	4	3	4	4	4
146	3	4	4	3	3	3	3	4
147	4	2	2	4	3	2	5	5
148	2	4	4	4	3	4	3	3
149	3	3	4	3	3	3	3	4
150	5	3	1	3	4	3	4	5
151	2	2	2	4	4	3	4	4
152	4	2	4	4	5	3	4	2
153	3	3	5	3	3	3	3	4

154	5	3	2	3	3	3	3	4
155	5	4	5	5	5	5	4	5
156	4	4	3	4	3	3	3	3
157	2	2	2	4	2	4	4	4
158	3	4	3	5	1	4	3	3
159	5	5	5	4	5	5	4	5
160	4	5	4	4	5	5	5	5
161	4	4	4	2	2	2	2	1
162	2	1	2	2	2	2	2	2
163	1	1	2	2	2	2	2	2
164	4	3	4	2	2	2	2	2
165	3	3	4	3	3	3	3	3
166	4	2	5	3	3	3	3	4
167	4	5	5	4	3	3	4	3
168	5	4	5	3	3	4	4	3
169	2	2	2	4	5	3	3	3
170	2	2	2	4	4	3	4	3
171	2	2	2	4	5	4	3	2
172	5	4	5	4	4	3	4	3
173	4	2	4	3	4	4	4	3
174	5	4	5	4	4	3	4	4
175	3	4	3	5	5	3	5	5
176	2	2	2	5	4	5	5	5



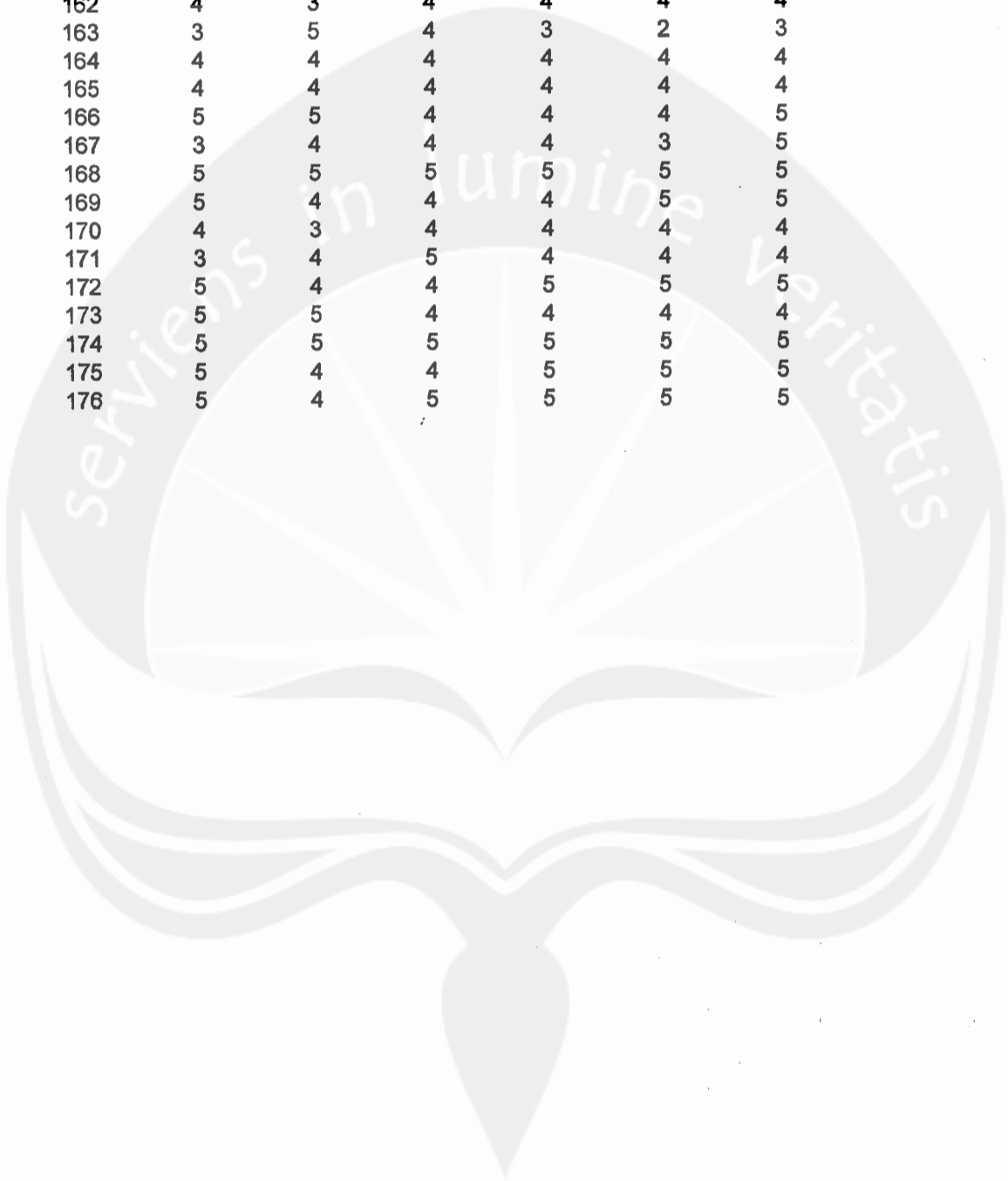
No.	pn1	pn2	pn3	pn4	pn5	pn6
1	2	3	3	3	3	3
2	3	3	3	4	3	4
3	2	2	3	3	4	3
4	2	2	3	4	2	4
5	4	2	3	3	3	3
6	2	2	3	3	4	3
7	3	3	4	3	3	4
8	3	3	4	3	3	4
9	4	2	2	4	3	4
10	3	3	3	3	3	3
11	4	3	3	3	4	4
12	2	3	3	4	3	3
13	4	3	4	2	3	4
14	5	3	3	3	3	4
15	3	2	3	3	3	3
16	4	3	3	3	3	3
17	3	3	3	3	3	4
18	4	3	3	3	3	4
19	4	3	3	4	4	3
20	4	3	4	2	3	4
21	4	4	3	4	3	3
22	4	3	3	3	4	4
23	4	3	4	4	2	4
24	3	3	4	4	4	4
25	3	3	3	3	3	3
26	4	3	4	4	3	4
27	4	3	3	3	3	3
28	3	3	3	5	3	3
29	4	2	4	5	3	4
30	4	3	3	4	3	4
31	4	3	4	3	3	4
32	4	3	3	4	3	4
33	4	3	3	4	3	4
34	4	3	3	4	3	3
35	3	4	4	4	4	4
36	4	4	4	3	3	4
37	4	3	3	4	4	4
38	4	2	4	4	3	4
39	4	3	4	4	4	4
40	4	3	3	4	3	4
41	5	3	3	4	4	5
42	4	3	3	4	4	3
43	4	4	4	3	4	4
44	4	4	4	4	3	3
45	4	3	3	4	4	3
46	4	3	4	4	4	4
47	3	3	4	4	3	3
48	5	3	3	4	4	4
49	3	3	4	3	3	4

50	4	3	3	4	4	4
51	3	4	5	4	4	4
52	4	3	4	4	3	5
53	4	3	4	3	4	4
54	4	4	4	4	3	4
55	3	4	4	4	4	4
56	4	2	4	4	4	3
57	4	4	3	4	4	4
58	4	3	3	4	4	5
59	4	3	4	3	4	4
60	4	4	4	4	4	4
61	4	3	4	4	4	4
62	4	3	3	4	4	4
63	4	4	4	3	2	4
64	4	3	4	4	3	4
65	3	4	4	4	4	4
66	3	2	4	5	3	3
67	4	3	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	3
69	3	4	4	4	4	4
70	4	3	4	4	4	4
71	3	3	4	5	4	4
72	3	3	3	4	3	3
73	4	3	4	4	3	4
74	4	4	4	4	4	5
75	4	3	4	4	4	4
76	3	3	4	4	4	4
77	4	3	4	4	3	4
78	3	3	3	4	4	4
79	4	3	4	3	4	5
80	4	4	3	4	4	4
81	4	3	4	3	4	4
82	3	3	4	3	3	4
83	4	3	4	4	4	4
84	4	3	4	4	4	4
85	4	3	4	4	4	4
86	4	3	4	3	4	4
87	5	4	4	4	4	5
88	4	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4
90	4	4	4	3	3	4
91	4	3	4	3	4	4
92	4	4	5	4	3	4
93	4	3	4	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4
95	3	2	3	4	4	4
96	3	3	3	3	4	4
97	4	3	4	4	4	4
98	3	4	4	4	3	4
99	4	3	4	4	4	4
100	4	4	4	4	4	4
101	3	3	4	4	4	4



102	4	4	4	4	3	4
103	4	4	4	4	3	4
104	4	3	4	4	4	4
105	4	4	3	3	4	4
106	5	3	4	4	4	4
107	4	4	3	4	4	5
108	3	2	4	3	5	3
109	4	3	4	4	4	4
110	4	3	4	4	2	4
111	3	3	4	4	4	4
112	4	3	4	4	4	4
113	4	3	4	4	3	4
114	4	4	4	5	4	4
115	5	3	3	4	4	4
116	4	4	4	4	4	4
117	4	3	4	3	5	4
118	4	3	4	4	4	4
119	3	4	4	4	4	4
120	3	4	4	4	4	4
121	4	4	4	3	3	4
122	5	3	4	4	4	4
123	4	3	4	4	4	4
124	4	4	4	4	4	4
125	4	4	4	4	4	4
126	4	5	3	3	4	5
127	3	4	4	5	4	4
128	4	4	4	3	4	4
129	4	3	4	4	4	4
130	3	4	4	4	4	4
131	5	4	4	4	5	4
132	5	3	4	4	4	5
133	5	4	5	5	4	4
134	4	4	4	4	4	4
135	4	4	4	4	4	4
136	5	4	4	5	5	5
137	4	2	4	4	5	4
138	4	4	4	4	4	4
139	5	3	4	4	5	5
140	4	3	3	4	3	4
141	5	4	5	4	4	3
142	5	3	4	4	4	5
143	4	3	4	4	4	4
144	4	4	4	2	4	4
145	5	3	4	4	3	4
146	4	4	4	4	4	4
147	3	3	5	3	4	4
148	4	4	4	3	5	4
149	4	4	4	3	3	4
150	4	3	4	3	4	4
151	4	3	4	4	4	4
152	4	3	4	4	4	4
153	4	4	4	4	4	4

154	4	3	4	4	4	4
155	5	4	4	5	4	5
156	5	5	4	3	4	4
157	3	4	4	3	4	4
158	5	4	4	4	4	5
159	5	4	4	4	4	5
160	5	4	5	5	4	5
161	5	4	5	3	3	5
162	4	3	4	4	4	4
163	3	5	4	3	2	3
164	4	4	4	4	4	4
165	4	4	4	4	4	4
166	5	5	4	4	4	5
167	3	4	4	4	3	5
168	5	5	5	5	5	5
169	5	4	4	4	5	5
170	4	3	4	4	4	4
171	3	4	5	4	4	4
172	5	4	4	5	5	5
173	5	5	4	4	4	4
174	5	5	5	5	5	5
175	5	4	4	5	5	5
176	5	4	5	5	5	5







**LAMPIRAN 3**

## KARAKTERISTIK RESPONDEN

### KAR1 Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Pria	39	22.2	22.2	22.2
	2 Wanita	137	77.8	77.8	100.0
	Total	176	100.0	100.0	

### KAR2 Umur (th)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 S/d 20 Thn	31	17.6	17.6	17.6
	2 21 - 25 Thn	99	56.3	56.3	73.9
	3 26 - 30 Thn	33	18.8	18.8	92.6
	4 > 30 Thn	13	7.4	7.4	100.0
	Total	176	100.0	100.0	

### KAR3 Pendapatan/ Uang Saku

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 s/d Rp. 500.000	45	25.6	25.6	25.6
	2 Rp. 501.000 - Rp. 1.000.000	77	43.8	43.8	69.3
	3 Rp. 1.001.000 - Rp. 1.500.000	19	10.8	10.8	80.1
	4 Rp. 1.501.000 - Rp. 2.000.000	21	11.9	11.9	92.0
	5 > Rp. 2.000.000	14	8.0	8.0	100.0
	Total	176	100.0	100.0	

### KAR4 Frekuensi Belanja Tiap Bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	0 Tidak	18	9.3	9.3	9.3
	1 Ya	176	90.7	90.7	100.0
	Total	194	100.0	100.0	

### KAR5 Pusat Belanja

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Alfa	25	14.2	14.2	14.2
	Citrouli	2	1.1	1.1	15.3
	Elok	2	1.1	1.1	16.5
	Gardena	19	10.8	10.8	27.3
	Hero	8	4.5	4.5	31.8
	Indogrosir	23	13.1	13.1	44.9
	Indomaret	2	1.1	1.1	46.0
	Matahari	10	5.7	5.7	51.7
	Mekar	1	.6	.6	52.3
	Mirota	47	26.7	26.7	79.0
	Pamela	4	2.3	2.3	81.2
	Pamor	1	.6	.6	81.8
	Ramai	20	11.4	11.4	93.2
	Superindo	12	6.8	6.8	100.0
	Total	176	100.0	100.0	



**LAMPIRAN 4**

UJI RELIABILITAS PENGALAMAN BERBELANJA (PB)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
PB1	24.5398	13.5070	.5603	.7320
PB2	24.0739	14.2517	.4006	.7572
PB3	24.8295	13.6394	.5155	.7388
PB4	24.7727	14.5995	.3876	.7589
PB5	24.5398	13.6098	.4749	.7451
PB6	24.9489	13.6488	.3336	.7767
PB7	24.5057	12.6400	.4913	.7440
PB8	24.3466	13.0849	.6972	.7122

Reliability Coefficients

N of Cases = 176.0

N of Items = 8

Alpha = .7705

UJI RELIABILITAS PERSEPSI HARGA (PH)

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
PH1	6.8125	3.0789	.5401	.6660
PH2	7.0625	3.0875	.5645	.6383
PH3	6.6705	2.8736	.5660	.6361

Reliability Coefficients

N of Cases = 176.0

N of Items = 3

Alpha = .7333

**UJI RELIABILITAS PERSEPSI KUALITAS (PK)**

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
PK1	13.9034	5.1506	.5648	.6347
PK2	13.9545	4.8436	.5923	.6190
PK3	14.0341	5.4274	.4861	.6655
PK4	13.7784	5.4420	.4317	.6857
PK5	14.0795	5.4794	.3301	.7331

Reliability Coefficients

N of Cases = 176.0

N of Items = 5

Alpha = .7166

**UJI RELIABILITAS PERSEPSI NILAI (PN)**

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
PN1	18.7045	3.7179	.4944	.6406
PN2	19.2330	3.9397	.4141	.6692
PN3	18.7898	4.3270	.4031	.6713
PN4	18.8011	4.3545	.3171	.6967
PN5	18.8807	4.0143	.4295	.6628
PN6	18.6023	4.0238	.5649	.6263

Reliability Coefficients

N of Cases = 176.0

N of Items = 6

Alpha = .7015



**LAMPIRAN 5**

Amos  
by James L. Arbuckle  
Version 5

Copyright 1994-1999 SmallWaters Corporation  
1507 E. 53rd Street - #452  
Chicago, IL 60615 USA  
773-667-8635  
Fax: 773-955-6252  
<http://www.smallwaters.com>

This program is licensed to  
Magic 2000 Solver, phone 0274-523858  
Gejayan gg. Bayu 16 A Yogyakarta

\*\*\*\*\*

Your model contains the following variables

pb6	observed	endogenous
pb5	observed	endogenous
pb4	observed	endogenous
pb3	observed	endogenous
pb2	observed	endogenous
pb1	observed	endogenous
pn1	observed	endogenous
pn2	observed	endogenous
pn3	observed	endogenous
pn4	observed	endogenous
pn5	observed	endogenous
pn6	observed	endogenous
pb7	observed	endogenous
pb8	observed	endogenous
pk5	observed	endogenous
pk4	observed	endogenous
pk3	observed	endogenous
pk2	observed	endogenous
pk1	observed	endogenous
ph3	observed	endogenous
ph2	observed	endogenous
ph1	observed	endogenous
persepsi_nilai	unobserved	endogenous
persepsi_kualitas	unobserved	endogenous
persepsi_harga	unobserved	endogenous
e6	unobserved	exogenous
e5	unobserved	exogenous
e4	unobserved	exogenous
e3	unobserved	exogenous
e2	unobserved	exogenous
e1	unobserved	exogenous
pengalaman_berbelanja	unobserved	exogenous
e17	unobserved	exogenous
e18	unobserved	exogenous
e19	unobserved	exogenous
e20	unobserved	exogenous
e21	unobserved	exogenous
e22	unobserved	exogenous
e7	unobserved	exogenous



e8	unobserved exogenous
e16	unobserved exogenous
e15	unobserved exogenous
e14	unobserved exogenous
e13	unobserved exogenous
e12	unobserved exogenous
e11	unobserved exogenous
e10	unobserved exogenous
e9	unobserved exogenous
err3	unobserved exogenous
err1	unobserved exogenous
err2	unobserved exogenous

Number of variables in your model: 51  
 Number of observed variables: 22  
 Number of unobserved variables: 29  
 Number of exogenous variables: 26  
 Number of endogenous variables: 25

Summary of Parameters

	Weights	Covariances	Variances	Means	Intercepts	Total
Fixed:	29	0	0	0	0	29
Labeled:	0	0	0	0	0	0
Unlabeled:	24	0	26	0	0	50
Total:	53	0	26	0	0	79

NOTE:

The model is recursive.

Assessment of normality

	min	max	skew	c.r.	kurtosis	c.r.
ph1	1.000	5.000	-0.301	-1.628	-0.840	-2.275
ph2	1.000	5.000	-0.136	-0.734	-0.854	-2.314
ph3	1.000	5.000	-0.326	-1.764	-0.822	-2.226
pk1	2.000	5.000	-0.095	-0.516	-0.367	-0.994
pk2	1.000	5.000	-0.076	-0.410	-0.289	-0.783
pk3	2.000	5.000	-0.087	-0.472	-0.421	-1.140
pk4	1.000	5.000	-0.263	-1.423	0.195	0.529
pk5	1.000	5.000	-0.028	-0.154	-0.397	-1.075
pb8	1.000	5.000	-0.203	-1.101	0.384	1.041
pb7	1.000	5.000	-0.283	-1.532	-0.780	-2.112
pn6	3.000	5.000	0.000	0.000	0.520	1.408
pn5	2.000	5.000	-0.343	-1.860	0.228	0.617
pn4	2.000	5.000	-0.347	-1.880	0.470	1.273
pn3	2.000	5.000	-0.303	-1.640	0.351	0.950
pn2	2.000	5.000	0.153	0.828	-0.128	-0.347
pn1	2.000	5.000	-0.378	-2.047	0.273	0.738
pb1	2.000	5.000	0.215	1.163	-0.408	-1.105
pb2	2.000	5.000	-0.369	-2.001	-0.422	-1.143
pb3	1.000	5.000	-0.108	-0.584	-0.384	-1.039
pb4	1.000	5.000	-0.053	-0.289	0.127	0.344
pb5	1.000	5.000	-0.156	-0.845	-0.252	-0.682
pb6	1.000	5.000	-0.014	-0.076	-0.893	-2.419
Multivariate					45.188	9.224

Observations farthest from the centroid (Mahalanobis distance)

Observation number	Mahalanobis d-squared	p1	p2
158	52.933	0.000	0.040
163	48.504	0.001	0.012
13	48.477	0.001	0.001
166	45.770	0.002	0.001
79	44.730	0.003	0.000
51	43.826	0.004	0.000
4	42.730	0.005	0.000
161	42.118	0.006	0.000
167	41.013	0.008	0.000
110	40.304	0.010	0.000
137	39.050	0.014	0.000
29	38.202	0.017	0.000
6	37.874	0.019	0.000
147	36.990	0.024	0.000
144	35.067	0.038	0.003
171	34.386	0.045	0.006
63	34.269	0.046	0.003
56	33.235	0.059	0.016
108	32.903	0.063	0.016
126	32.778	0.065	0.011
31	32.718	0.066	0.006
157	32.524	0.069	0.005
2	32.275	0.073	0.005
148	31.993	0.078	0.005
1	31.527	0.086	0.009
41	30.881	0.099	0.024
176	30.633	0.104	0.026
141	30.627	0.104	0.015
14	30.383	0.109	0.017
117	30.236	0.113	0.014
20	30.179	0.114	0.010
169	29.951	0.120	0.010
142	29.883	0.121	0.007
168	29.004	0.145	0.047
43	28.978	0.145	0.032
65	28.697	0.154	0.043
175	28.640	0.155	0.032
81	28.429	0.162	0.036
127	28.182	0.170	0.045
145	28.041	0.174	0.043
173	27.938	0.178	0.038
105	27.695	0.186	0.048
133	27.502	0.193	0.054
24	26.900	0.215	0.150
95	26.794	0.219	0.141
9	26.726	0.222	0.122
12	25.942	0.254	0.375
160	25.907	0.256	0.329
3	25.513	0.273	0.466
139	25.507	0.273	0.403
150	25.303	0.283	0.447
162	25.224	0.286	0.424
34	24.963	0.299	0.502
5	24.762	0.309	0.549
49	24.746	0.309	0.493

174	24.538	0.320	0.545
87	24.383	0.327	0.569
115	24.206	0.337	0.605
19	24.204	0.337	0.544
74	24.133	0.340	0.522
107	24.058	0.344	0.502
25	23.986	0.348	0.481
101	23.928	0.351	0.451
58	23.897	0.353	0.408
54	23.841	0.356	0.379
66	23.827	0.356	0.329
27	23.484	0.375	0.465
154	23.394	0.380	0.457
72	23.331	0.383	0.433
18	23.056	0.399	0.538
121	22.907	0.407	0.567
156	22.890	0.408	0.517
35	22.628	0.423	0.615
44	22.313	0.441	0.737
38	22.244	0.445	0.722
45	22.169	0.450	0.710
92	21.760	0.474	0.854
21	21.753	0.475	0.819
11	21.730	0.476	0.788
8	21.519	0.489	0.838
155	21.499	0.490	0.807
70	21.417	0.495	0.802
10	21.295	0.503	0.815
97	21.221	0.507	0.807
152	21.099	0.515	0.820
42	21.040	0.518	0.806
114	20.968	0.523	0.797
39	20.928	0.525	0.772
68	20.839	0.531	0.770
48	20.726	0.538	0.782
131	20.608	0.545	0.795
94	20.297	0.564	0.883
106	20.202	0.570	0.885
28	20.131	0.575	0.879
52	19.983	0.584	0.897
78	19.965	0.585	0.874
122	19.944	0.587	0.849
32	19.935	0.587	0.814
159	19.923	0.588	0.777
140	19.808	0.595	0.789

Sample size: 176

Sample Covariances

	ph1	ph2	ph3	pk1	pk2	pk3	pk4
ph1	0.998						
ph2	0.454	0.950					
ph3	0.494	0.601	1.284				
pk1	0.160	0.156	0.171	0.590			
pk2	0.184	0.127	0.179	0.384	0.693		
pk3	0.112	0.200	0.212	0.278	0.304	0.569	
pk4	0.139	0.114	0.060	0.226	0.265	0.134	0.671
pk5	0.114	0.178	0.113	0.197	0.244	0.245	0.329

pb8	0.146	0.141	0.166	0.181	0.110	0.203	0.037
pb7	0.060	0.163	0.125	0.146	0.112	0.238	0.037
pn6	0.165	0.170	0.153	0.114	0.102	0.097	0.045
pn5	0.066	0.144	0.166	0.079	0.087	0.116	0.067
pn4	0.080	0.082	0.087	0.133	0.123	0.125	0.106
pn3	0.109	0.065	0.127	0.111	0.089	0.062	0.049
pn2	0.137	0.087	0.158	0.083	0.068	0.114	-0.006
pn1	0.212	0.129	0.159	0.179	0.179	0.188	0.072
pb1	0.053	0.102	0.108	0.203	0.129	0.138	0.094
pb2	0.049	0.169	0.202	0.088	0.100	0.140	0.025
pb3	-0.024	0.129	0.115	0.084	0.062	0.105	0.077
pb4	-0.107	-0.008	0.047	-0.009	-0.010	0.048	-0.028
pb5	0.036	0.085	0.068	0.130	0.049	0.092	0.020
pb6	0.110	0.043	0.094	0.136	0.131	0.129	0.042

	pk5	pb8	pb7	pn6	pn5	pn4	pn3
pk5	0.926						
pb8	0.082	0.514					
pb7	0.157	0.483	1.029				
pn6	0.102	0.142	0.142	0.284			
pn5	0.131	0.153	0.126	0.119	0.405		
pn4	0.090	0.140	0.171	0.080	0.104	0.364	
pn3	0.130	0.043	0.040	0.097	0.092	0.068	0.296
pn2	0.074	0.127	0.140	0.131	0.091	0.056	0.147
pn1	0.146	0.183	0.167	0.188	0.142	0.099	0.093
pb1	0.181	0.224	0.270	0.125	0.139	0.147	0.068
pb2	0.168	0.223	0.269	0.148	0.064	0.086	0.058
pb3	0.061	0.237	0.203	0.097	0.149	0.084	0.033
pb4	-0.017	0.156	0.097	0.040	0.085	0.050	0.033
pb5	0.051	0.241	0.219	0.119	0.105	0.158	0.033
pb6	-0.067	0.242	0.227	0.125	0.084	0.166	0.035

	pn2	pn1	pb1	pb2	pb3	pb4	pb5
pn2	0.460						
pn1	0.146	0.478					
pb1	0.068	0.231	0.578				
pb2	0.163	0.182	0.213	0.608			
pb3	0.084	0.139	0.263	0.163	0.608		
pb4	0.069	0.117	0.124	0.101	0.293	0.508	
pb5	0.056	0.180	0.220	0.133	0.189	0.198	0.692
pb6	0.132	0.194	0.242	0.068	0.141	0.083	0.254

	pb6
pb6	1.037

Eigenvalues of Sample Covariances

1.199e-001	1.355e-001	1.682e-001	1.870e-001	2.175e-001	2.456e-001
2.685e-001	2.726e-001	3.061e-001	3.731e-001	3.882e-001	4.419e-001
4.626e-001	4.906e-001	5.806e-001	6.247e-001	6.634e-001	8.137e-001
1.013e+000	1.344e+000	1.781e+000	3.645e+000		

Condition number of Sample Covariances = 3.039626e+001

Sample Correlations

	ph1	ph2	ph3	pk1	pk2	pk3	pk4
ph1	1.000						
ph2	0.467	1.000					
ph3	0.436	0.544	1.000				
pk1	0.209	0.208	0.196	1.000			
pk2	0.221	0.156	0.190	0.601	1.000		
pk3	0.149	0.273	0.249	0.481	0.485	1.000	
pk4	0.170	0.143	0.065	0.359	0.388	0.217	1.000
pk5	0.119	0.190	0.104	0.266	0.305	0.338	0.417
pb8	0.203	0.202	0.204	0.328	0.185	0.375	0.062
pb7	0.059	0.165	0.109	0.187	0.133	0.311	0.045
pn6	0.309	0.328	0.254	0.278	0.231	0.240	0.104
pn5	0.103	0.232	0.230	0.161	0.165	0.242	0.128
pn4	0.133	0.139	0.127	0.288	0.246	0.274	0.215
pn3	0.200	0.122	0.206	0.265	0.197	0.151	0.111
pn2	0.202	0.132	0.206	0.160	0.121	0.224	-0.011
pn1	0.307	0.192	0.202	0.337	0.312	0.361	0.127
pb1	0.069	0.138	0.126	0.348	0.203	0.240	0.150
pb2	0.062	0.223	0.228	0.147	0.153	0.238	0.039
pb3	-0.031	0.170	0.130	0.140	0.096	0.179	0.120
pb4	-0.150	-0.011	0.058	-0.016	-0.017	0.090	-0.048
pb5	0.043	0.105	0.073	0.203	0.071	0.147	0.029
pb6	0.108	0.043	0.082	0.174	0.154	0.168	0.050

	pk5	pb8	pb7	pn6	pn5	pn4	pn3
pk5	1.000						
pb8	0.118	1.000					
pb7	0.161	0.664	1.000				
pn6	0.199	0.372	0.263	1.000			
pn5	0.214	0.335	0.195	0.352	1.000		
pn4	0.156	0.324	0.279	0.247	0.270	1.000	
pn3	0.249	0.112	0.073	0.333	0.267	0.209	1.000
pn2	0.113	0.261	0.204	0.361	0.212	0.138	0.399
pn1	0.219	0.369	0.238	0.509	-0.322	0.237	0.248
pb1	0.248	0.410	0.350	0.308	0.287	0.321	0.163
pb2	0.224	0.399	0.341	0.355	0.129	0.184	0.137
pb3	0.081	0.424	0.257	0.232	0.300	0.178	0.077
pb4	-0.024	0.305	0.134	0.105	0.188	0.115	0.084
pb5	0.063	0.404	0.259	0.269	0.198	0.316	0.074
pb6	-0.068	0.332	0.220	0.230	0.130	0.270	0.063

	pn2	pn1	pb1	pb2	pb3	pb4	pb5
pn2	1.000						
pn1	0.311	1.000					
pb1	0.131	0.440	1.000				
pb2	0.308	0.338	0.359	1.000			
pb3	0.158	0.258	0.443	0.269	1.000		
pb4	0.142	0.237	0.229	0.181	0.526	1.000	
pb5	0.100	0.313	0.348	0.206	0.291	0.334	1.000
pb6	0.191	0.276	0.313	0.085	0.177	0.114	0.300

pb6	pb6
pb6	1.000

Eigenvalues of Sample Correlations

2.020e-001	3.023e-001	3.473e-001	3.666e-001	3.856e-001	4.075e-001
4.892e-001	5.014e-001	5.672e-001	6.142e-001	6.530e-001	6.873e-001
7.366e-001	7.652e-001	8.851e-001	9.394e-001	1.109e+000	1.205e+000
1.256e+000	1.663e+000	2.230e+000	5.688e+000		

Condition number of Sample Correlations = 2.815670e+001

Determinant of sample covariance matrix = 1.5364e+008

Model: Default model

Computation of degrees of freedom

Number of distinct sample moments: 253  
 Number of distinct parameters to be estimated: 50

-----  
 Degrees of freedom: 203

0e	8	0.0e+000	-5.8403e-001	1.00e+004	8.61010154147e+002	0	1.00e+004
1e	3	0.0e+000	-8.0726e-002	2.31e+000	4.88065575251e+002	20	4.78e-001
2e	0	1.8e+002	0.0000e+000	1.60e+000	3.17572873464e+002	5	7.28e-001
3e	0	5.1e+001	0.0000e+000	8.69e-001	2.79129988457e+002	3	0.00e+000
4e	0	6.9e+001	0.0000e+000	8.34e-001	2.46139598358e+002	1	1.15e+000
5e	0	1.7e+002	0.0000e+000	6.02e-001	2.38028093769e+002	1	1.20e+000
6e	0	4.8e+002	0.0000e+000	5.07e-001	2.36049665328e+002	1	1.17e+000
7e	0	9.0e+002	0.0000e+000	3.16e-001	2.35616566561e+002	1	1.14e+000
8e	0	1.3e+003	0.0000e+000	1.34e-001	2.35574930993e+002	1	1.09e+000
9e	0	1.4e+003	0.0000e+000	2.64e-002	2.35573909041e+002	1	1.02e+000
10e	0	1.4e+003	0.0000e+000	9.64e-004	2.35573907682e+002	1	1.00e+000

Minimum was achieved

Chi-square = 235.574  
 Degrees of freedom = 203  
 Probability level = 0.058

Maximum Likelihood Estimates

-----  
 Regression Weights:

	Estimate	S.E.	C.R.	p
persepsi_harga <- pengalaman_berbela	0.463	0.211	2.195	0.028
persepsi_kualitas <-- persepsi_harga	0.203	0.093	2.187	0.029
persepsi_kualita <- pengalaman_berbe	0.362	0.159	2.277	0.023
persepsi_nilai <- pengalaman_berbela	0.597	0.187	3.189	0.001
persepsi_nilai <----- persepsi_harga	0.204	0.086	2.378	0.017
persepsi_nilai <-- persepsi_kualitas	0.263	0.133	1.972	0.049
pb6 <----- pengalaman_berbelanja	1.000			
pb1 <----- pengalaman_berbelanja	1.126	0.295	3.813	0.000
pb4 <----- pengalaman_berbelanja	0.706	0.225	3.138	0.002
pb5 <----- pengalaman_berbelanja	1.041	0.293	3.549	0.000

pb3 <-----	pengalaman_berbelanja	1.055	0.287	3.677	0.000
pb2 <-----	pengalaman_berbelanja	0.958	0.272	3.518	0.000
pn1 <-----	persepsi_nilai	1.000			
pn6 <-----	persepsi_nilai	0.793	0.128	6.189	0.000
pn3 <-----	persepsi_nilai	0.509	0.122	4.156	0.000
pn2 <-----	persepsi_nilai	0.689	0.154	4.482	0.000
pn4 <-----	persepsi_nilai	0.566	0.136	4.171	0.000
pn5 <-----	persepsi_nilai	0.698	0.145	4.803	0.000
pb7 <-----	pengalaman_berbelanja	1.593	0.409	3.897	0.000
pb8 <-----	pengalaman_berbelanja	1.408	0.339	4.154	0.000
pk5 <-----	persepsi_kualitas	1.000			
pk3 <-----	persepsi_kualitas	1.127	0.266	4.235	0.000
pk4 <-----	persepsi_kualitas	0.890	0.247	3.604	0.000
pk2 <-----	persepsi_kualitas	1.428	0.321	4.450	0.000
pk1 <-----	persepsi_kualitas	1.330	0.298	4.462	0.000
ph2 <-----	persepsi_harga	1.142	0.208	5.490	0.000
ph3 <-----	persepsi_harga	1.266	0.233	5.443	0.000
ph1 <-----	persepsi_harga	1.000			

Standardized Regression Weights:

	Estimate
persepsi_harga <- pengalaman_berbela	0.301
persepsi_kualitas <-- persepsi_harga	0.295
persepsi_kualita <- pengalaman_berbe	0.341
persepsi_nilai <- pengalaman_berbela	0.525
persepsi_nilai <----- persepsi_harga	0.276
persepsi_nilai <-- persepsi_kualitas	0.245
pb6 <----- pengalaman_berbelanja	0.405
pb1 <----- pengalaman_berbelanja	0.611
pb4 <----- pengalaman_berbelanja	0.409
pb5 <----- pengalaman_berbelanja	0.516
pb3 <----- pengalaman_berbelanja	0.558
pb2 <----- pengalaman_berbelanja	0.507
pn1 <----- persepsi_nilai	0.679
pn6 <----- persepsi_nilai	0.698
pn3 <----- persepsi_nilai	0.439
pn2 <----- persepsi_nilai	0.477
pn4 <----- persepsi_nilai	0.441
pn5 <----- persepsi_nilai	0.515
pb7 <----- pengalaman_berbelanja	0.648
pb8 <----- pengalaman_berbelanja	0.810
pk5 <----- persepsi_kualitas	0.455
pk3 <----- persepsi_kualitas	0.654
pk4 <----- persepsi_kualitas	0.475
pk2 <----- persepsi_kualitas	0.751
pk1 <----- persepsi_kualitas	0.758
ph2 <----- persepsi_harga	0.745
ph3 <----- persepsi_harga	0.710
ph1 <----- persepsi_harga	0.636

Variances:

	Estimate	S.E.	C.R.	Label
pengalaman_berbelanja	0.170	0.080	2.124	par-25
err1	0.367	0.112	3.288	par-26
err2	0.141	0.061	2.321	par-27
err3	0.074	0.027	2.727	par-28

e6	0.867	0.117	7.433	par-29
e5	0.507	0.071	7.192	par-30
e4	0.423	0.057	7.427	par-31
e3	0.418	0.059	7.061	par-32
e2	0.452	0.063	7.218	par-33
e1	0.362	0.053	6.853	par-34
e17	0.258	0.042	6.129	par-35
e18	0.356	0.050	7.181	par-36
e19	0.239	0.033	7.282	par-37
e20	0.293	0.040	7.278	par-38
e21	0.298	0.042	7.059	par-39
e22	0.146	0.024	5.947	par-40
e7	0.597	0.090	6.662	par-41
e8	0.177	0.036	4.949	par-42
e16	0.734	0.101	7.247	par-43
e15	0.520	0.072	7.190	par-44
e14	0.326	0.051	6.347	par-45
e13	0.302	0.057	5.308	par-46
e12	0.251	0.048	5.201	par-47
e11	0.636	0.126	5.069	par-48
e10	0.423	0.094	4.523	par-49
e9	0.595	0.099	6.003	par-50

Squared Multiple Correlations:

Estimate

persepsi_harga	0.090
persepsi_kualitas	0.263
persepsi_nilai	0.663
ph1	0.404
ph2	0.554
ph3	0.504
pk1	0.575
pk2	0.564
pk3	0.428
pk4	0.226
pk5	0.207
pb8	0.656
pb7	0.420
pn6	0.487
pn5	0.265
pn4	0.194
pn3	0.193
pn2	0.227
pn1	0.461
pb1	0.373
pb2	0.257
pb3	0.312
pb4	0.167
pb5	0.266
pb6	0.164



Implied (for all variables) Covariances

	pengalam	persepsi	persepsi	persepsi	ph1	ph2	ph3
pengalama	0.170						
persepsi_	0.079	0.404					
persepsi_	0.078	0.110	0.192				
persepsi_	0.138	0.159	0.119	0.220			
ph1	0.079	0.404	0.110	0.159	0.998		
ph2	0.090	0.461	0.126	0.181	0.461	0.950	
ph3	0.100	0.511	0.140	0.201	0.511	0.584	1.284
pk1	0.103	0.147	0.255	0.159	0.147	0.168	0.186
pk2	0.111	0.158	0.274	0.170	0.158	0.180	0.200
pk3	0.087	0.124	0.216	0.134	0.124	0.142	0.158
pk4	0.069	0.098	0.171	0.106	0.098	0.112	0.125
pk5	0.078	0.110	0.192	0.119	0.110	0.126	0.140
pb8	0.240	0.111	0.109	0.194	0.111	0.127	0.141
pb7	0.271	0.126	0.123	0.220	0.126	0.143	0.159
pn6	0.109	0.126	0.094	0.175	0.126	0.143	0.159
pn5	0.096	0.111	0.083	0.154	0.111	0.126	0.140
pn4	0.078	0.090	0.068	0.125	0.090	0.103	0.114
pn3	0.070	0.081	0.061	0.112	0.081	0.092	0.102
pn2	0.095	0.109	0.082	0.152	0.109	0.125	0.138
pn1	0.138	0.159	0.119	0.220	0.159	0.181	0.201
pb1	0.191	0.089	0.087	0.155	0.089	0.101	0.112
pb2	0.163	0.075	0.074	0.132	0.075	0.086	0.096
pb3	0.180	0.083	0.082	0.146	0.083	0.095	0.105
pb4	0.120	0.056	0.055	0.097	0.056	0.064	0.070
pb5	0.177	0.082	0.081	0.144	0.082	0.094	0.104
pb6	0.170	0.079	0.078	0.138	0.079	0.090	0.100

	pk1	pk2	pk3	pk4	pk5	pb8	pb7
pk1	0.590						
pk2	0.364	0.693					
pk3	0.287	0.308	0.569				
pk4	0.227	0.243	0.192	0.671			
pk5	0.255	0.274	0.216	0.171	0.926		
pb8	0.145	0.156	0.123	0.097	0.109	0.514	
pb7	0.164	0.176	0.139	0.110	0.123	0.382	1.029
pn6	0.126	0.135	0.106	0.084	0.094	0.154	0.174
pn5	0.111	0.119	0.094	0.074	0.083	0.136	0.154
pn4	0.090	0.096	0.076	0.060	0.068	0.110	0.125
pn3	0.081	0.087	0.068	0.054	0.061	0.099	0.112
pn2	0.109	0.117	0.093	0.073	0.082	0.134	0.152
pn1	0.159	0.170	0.134	0.106	0.119	0.194	0.220
pb1	0.116	0.125	0.098	0.078	0.087	0.270	0.305
pb2	0.099	0.106	0.084	0.066	0.074	0.229	0.260
pb3	0.109	0.117	0.092	0.073	0.082	0.253	0.286
pb4	0.073	0.078	0.062	0.049	0.055	0.169	0.191
pb5	0.107	0.115	0.091	0.072	0.081	0.249	0.282
pb6	0.103	0.111	0.087	0.069	0.078	0.240	0.271

	pn6	pn5	pn4	pn3	pn2	pn1	pb1
pn6	0.284						
pn5	0.122	0.405					
pn4	0.099	0.087	0.364				
pn3	0.089	0.078	0.064	0.296			

pn2	0.120	0.106	0.086	0.077	0.460		
pn1	0.175	0.154	0.125	0.112	0.152	0.478	
pb1	0.123	0.108	0.088	0.079	0.107	0.155	0.578
pb2	0.105	0.092	0.075	0.067	0.091	0.132	0.183
pb3	0.115	0.102	0.083	0.074	0.100	0.146	0.202
pb4	0.077	0.068	0.055	0.050	0.067	0.097	0.135
pb5	0.114	0.100	0.081	0.073	0.099	0.144	0.199
pb6	0.109	0.096	0.078	0.070	0.095	0.138	0.191

	pb2	pb3	pb4	pb5	pb6
pb2	0.608				
pb3	0.172	0.608			
pb4	0.115	0.127	0.508		
pb5	0.170	0.187	0.125	0.692	
pb6	0.163	0.180	0.120	0.177	1.037

Factor Score Weights

	ph1	ph2	ph3	pk1	pk2	pk3
pengalaman_	-0.000071	-0.000114	-0.000084	0.007514	0.006696	0.004900
persepsi_ha	0.159656	0.256062	0.188887	0.019291	0.017189	0.012580
persepsi_ku	0.006117	0.009811	0.007238	0.189691	0.169026	0.123697
persepsi_ni	0.017140	0.027490	0.020278	0.029249	0.026062	0.019073

	pk4	pk5	pb8	pb7	pn6	pn5
pengalaman_	0.002427	0.001929	0.210738	0.070564	0.044122	0.019001
persepsi_ha	0.006230	0.004953	-0.000338	-0.000113	0.055473	0.023888
persepsi_ku	0.061258	0.048700	0.011295	0.003782	0.030019	0.012927
persepsi_ni	0.009445	0.007509	0.064618	0.021637	0.226041	0.097341

	pn4	pn3	pn2	pn1	pb1	pb2
pengalaman_	0.015661	0.017274	0.015709	0.031456	0.082079	0.056030
persepsi_ha	0.019690	0.021718	0.019750	0.039548	-0.000131	-0.000090
persepsi_ku	0.010655	0.011753	0.010688	0.021401	0.004399	0.003003
persepsi_ni	0.080231	0.088498	0.080479	0.161150	0.025168	0.017181

	pb3	pb4	pb5	pb6
pengalaman_	0.066677	0.044105	0.054215	0.030498
persepsi_ha	-0.000107	-0.000071	-0.000087	-0.000049
persepsi_ku	0.003574	0.002364	0.002906	0.001635
persepsi_ni	0.020445	0.013524	0.016624	0.009351

Total Effects

	pengalam	persepsi	persepsi	persepsi
persepsi_	0.463	0.000	0.000	0.000
persepsi_	0.456	0.203	0.000	0.000
persepsi_	0.812	0.257	0.263	0.000
ph1	0.463	1.000	0.000	0.000
ph2	0.529	1.142	0.000	0.000
ph3	0.587	1.266	0.000	0.000

pk1	0.606	0.270	1.330	0.000
pk2	0.650	0.290	1.428	0.000
pk3	0.513	0.229	1.127	0.000
pk4	0.405	0.181	0.890	0.000
pk5	0.456	0.203	1.000	0.000
pb8	1.408	0.000	0.000	0.000
pb7	1.593	0.000	0.000	0.000
pn6	0.643	0.204	0.208	0.793
pn5	0.567	0.180	0.184	0.698
pn4	0.460	0.146	0.149	0.566
pn3	0.413	0.131	0.134	0.509
pn2	0.559	0.177	0.181	0.689
pn1	0.812	0.257	0.263	1.000
pb1	1.126	0.000	0.000	0.000
pb2	0.958	0.000	0.000	0.000
pb3	1.055	0.000	0.000	0.000
pb4	0.706	0.000	0.000	0.000
pb5	1.041	0.000	0.000	0.000
pb6	1.000	0.000	0.000	0.000

Standardized Total Effects

	pengalam	persepsi	persepsi	persepsi
persepsi_	0.301	0.000	0.000	0.000
persepsi_	0.429	0.295	0.000	0.000
persepsi_	0.713	0.348	0.245	0.000
ph1	0.191	0.636	0.000	0.000
ph2	0.224	0.745	0.000	0.000
ph3	0.214	0.710	0.000	0.000
pk1	0.325	0.223	0.758	0.000
pk2	0.322	0.221	0.751	0.000
pk3	0.281	0.193	0.654	0.000
pk4	0.204	0.140	0.475	0.000
pk5	0.195	0.134	0.455	0.000
pb8	0.810	0.000	0.000	0.000
pb7	0.648	0.000	0.000	0.000
pn6	0.498	0.243	0.171	0.698
pn5	0.367	0.179	0.126	0.515
pn4	0.314	0.154	0.108	0.441
pn3	0.313	0.153	0.108	0.439
pn2	0.340	0.166	0.117	0.477
pn1	0.484	0.237	0.166	0.679
pb1	0.611	0.000	0.000	0.000
pb2	0.507	0.000	0.000	0.000
pb3	0.558	0.000	0.000	0.000
pb4	0.409	0.000	0.000	0.000
pb5	0.516	0.000	0.000	0.000
pb6	0.405	0.000	0.000	0.000

Direct Effects

	pengalam	persepsi	persepsi	persepsi
persepsi_	0.463	0.000	0.000	0.000
persepsi_	0.362	0.203	0.000	0.000
persepsi_	0.597	0.204	0.263	0.000
ph1	0.000	1.000	0.000	0.000

ph2	0.000	1.142	0.000	0.000
ph3	0.000	1.266	0.000	0.000
pk1	0.000	0.000	1.330	0.000
pk2	0.000	0.000	1.428	0.000
pk3	0.000	0.000	1.127	0.000
pk4	0.000	0.000	0.890	0.000
pk5	0.000	0.000	1.000	0.000
pb8	1.408	0.000	0.000	0.000
pb7	1.593	0.000	0.000	0.000
pn6	0.000	0.000	0.000	0.793
pn5	0.000	0.000	0.000	0.698
pn4	0.000	0.000	0.000	0.566
pn3	0.000	0.000	0.000	0.509
pn2	0.000	0.000	0.000	0.689
pn1	0.000	0.000	0.000	1.000
pb1	1.126	0.000	0.000	0.000
pb2	0.958	0.000	0.000	0.000
pb3	1.055	0.000	0.000	0.000
pb4	0.706	0.000	0.000	0.000
pb5	1.041	0.000	0.000	0.000
pb6	1.000	0.000	0.000	0.000

Standardized Direct Effects

	pengalam	persepsi	persepsi	persepsi
	-----	-----	-----	-----
persepsi_	0.301	0.000	0.000	0.000
persepsi_	0.341	0.295	0.000	0.000
persepsi_	0.525	0.276	0.245	0.000
ph1	0.000	0.636	0.000	0.000
ph2	0.000	0.745	0.000	0.000
ph3	0.000	0.710	0.000	0.000
pk1	0.000	0.000	0.758	0.000
pk2	0.000	0.000	0.751	0.000
pk3	0.000	0.000	0.654	0.000
pk4	0.000	0.000	0.475	0.000
pk5	0.000	0.000	0.455	0.000
pb8	0.810	0.000	0.000	0.000
pb7	0.648	0.000	0.000	0.000
pn6	0.000	0.000	0.000	0.698
pn5	0.000	0.000	0.000	0.515
pn4	0.000	0.000	0.000	0.441
pn3	0.000	0.000	0.000	0.439
pn2	0.000	0.000	0.000	0.477
pn1	0.000	0.000	0.000	0.679
pb1	0.611	0.000	0.000	0.000
pb2	0.507	0.000	0.000	0.000
pb3	0.558	0.000	0.000	0.000
pb4	0.409	0.000	0.000	0.000
pb5	0.516	0.000	0.000	0.000
pb6	0.405	0.000	0.000	0.000

Indirect Effects

	pengalam	persepsi	persepsi	persepsi
persepsi_	0.000	0.000	0.000	0.000
persepsi_	0.094	0.000	0.000	0.000
persepsi_	0.214	0.053	0.000	0.000
ph1	0.463	0.000	0.000	0.000
ph2	0.529	0.000	0.000	0.000
ph3	0.587	0.000	0.000	0.000
pk1	0.606	0.270	0.000	0.000
pk2	0.650	0.290	0.000	0.000
pk3	0.513	0.229	0.000	0.000
pk4	0.405	0.181	0.000	0.000
pk5	0.456	0.203	0.000	0.000
pb8	0.000	0.000	0.000	0.000
pb7	0.000	0.000	0.000	0.000
pn6	0.643	0.204	0.208	0.000
pn5	0.567	0.180	0.184	0.000
pn4	0.460	0.146	0.149	0.000
pn3	0.413	0.131	0.134	0.000
pn2	0.559	0.177	0.181	0.000
pn1	0.812	0.257	0.263	0.000
pb1	0.000	0.000	0.000	0.000
pb2	0.000	0.000	0.000	0.000
pb3	0.000	0.000	0.000	0.000
pb4	0.000	0.000	0.000	0.000
pb5	0.000	0.000	0.000	0.000
pb6	0.000	0.000	0.000	0.000

Standardized Indirect Effects

	pengalam	persepsi	persepsi	persepsi
persepsi_	0.000	0.000	0.000	0.000
persepsi_	0.089	0.000	0.000	0.000
persepsi_	0.188	0.072	0.000	0.000
ph1	0.191	0.000	0.000	0.000
ph2	0.224	0.000	0.000	0.000
ph3	0.214	0.000	0.000	0.000
pk1	0.325	0.223	0.000	0.000
pk2	0.322	0.221	0.000	0.000
pk3	0.281	0.193	0.000	0.000
pk4	0.204	0.140	0.000	0.000
pk5	0.195	0.134	0.000	0.000
pb8	0.000	0.000	0.000	0.000
pb7	0.000	0.000	0.000	0.000
pn6	0.498	0.243	0.171	0.000
pn5	0.367	0.179	0.126	0.000
pn4	0.314	0.154	0.108	0.000
pn3	0.313	0.153	0.108	0.000
pn2	0.340	0.166	0.117	0.000
pn1	0.484	0.237	0.166	0.000
pb1	0.000	0.000	0.000	0.000
pb2	0.000	0.000	0.000	0.000
pb3	0.000	0.000	0.000	0.000
pb4	0.000	0.000	0.000	0.000
pb5	0.000	0.000	0.000	0.000
pb6	0.000	0.000	0.000	0.000

Summary of models

Model	NPAR	CMIN	DF	P	CMIN/DF
Default model	50	235.574	203	0.058	1.160
Saturated model	253	0.000	0		
Independence model	22	852.005	231	0.000	3.688

Model	RMR	GFI	AGFI	PGFI
Default model	0.044	0.953	0.917	0.685
Saturated model	0.000	1.000		
Independence model	0.150	0.441	0.387	0.402

Model	DELTA1 NFI	RHO1 RFI	DELTA2 IFI	RHO2 TLI	CFI
Default model	0.724	0.685	0.950	0.940	0.948
Saturated model	1.000		1.000		1.000
Independence model	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000

Model	PRATIO	PNFI	PCFI
Default model	0.879	0.636	0.833
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	1.000	0.000	0.000

Model	NCP	LO 90	HI 90
Default model	32.574	0.000	74.838
Saturated model	0.000	0.000	0.000
Independence model	621.005	535.476	714.104

Model	FMIN	F0	LO 90	HI 90
Default model	1.980	0.274	0.000	0.629
Saturated model	0.000	0.000	0.000	0.000
Independence model	7.160	5.219	4.500	6.001

Model	RMSEA	LO 90	HI 90	PCLOSE
Default model	0.037	0.000	0.056	0.865
Independence model	0.150	0.140	0.161	0.000

Model	AIC	BCC	BIC	CAIC
Default model	335.574	313.863	648.650	544.098
Saturated model	506.000	396.145	2090.166	1561.132
Independence model	896.005	886.452	1033.759	987.756

Model	ECVI	LO 90	HI 90	MECVI
Default model	2.820	2.546	3.175	2.638
Saturated model	4.252	4.252	4.252	3.329
Independence model	7.529	6.811	8.312	7.449

Model	HOELTER .05	HOELTER .01
Default model	176	184
Independence model	94	96

Execution time summary:

Minimization: 0.060  
Miscellaneous: 0.270  
Bootstrap: 0.000  
Total: 0.330

