

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini berisikan kesimpulan hasil penelitian dan saran sehubungan dengan permasalahan yang dibahas penulis.

#### 5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, maka dapat dirumuskan kesimpulan sebagai berikut:

1. Setelah dilakukan analisis, variabel-variabel yang menimbulkan kecenderungan minat beli konsumen *dog food* PROPLAN terkelompok menjadi 7 faktor dengan presentase sebagai berikut:
  - a. Faktor Kemasan 18,812%, terdiri dari: desain menarik, mempunyai berbagai ukuran dan mudah terlihat / dikenali.
  - b. Faktor Acuan 12,112%, terdiri dari: sering digunakan oleh *kennel-kennel* / peternakan terkenal, sering menjadi sponsor *dog show*, dan menjadi referensi oleh komunitas *doglovers*.
  - c. Faktor *Brand* / Merek 10,289%, terdiri dari: merupakan merek terkenal, memberikan daya tarik tersendiri dan mampu menaikkan prestise.
  - d. Faktor Harga 8,592%, terdiri dari: harga yang relative terjangkau, harga sesuai dengan kualitasnya, dan harga yang bersaing dengan merek lain.
  - e. Faktor Kualitas 7,531%, terdiri dari: kualitas nutrisi yang baik dan kualitas sesuai dengan takaran usia anjing.

- f. Faktor Ketersediaan Barang 6,463%, terdiri dari : mudahnya ditemukan di *petshop*, jangkauan distribusi yang luas serta tersedia dalam jumlah yang banyak.
  - g. Faktor Dampak Baik bagi Pertumbuhan 6,167%, terdiri dari: kualitas yang berdampak baik bagi pertumbuhan anjing.
2. Faktor paling dominan yang menimbulkan kecenderungan minat beli konsumen *dog food* PROPLAN adalah faktor kemasan.

## 5.2. Saran

Berdasarkan uraian dari kesimpulan diatas maka penulis mencoba memberikan beberapa saran yang mungkin dapat menjadi masukan yaitu :

1. Agar produk yang ditawarkan sesuai dengan kebutuhan konsumen, maka disarankan bagi produsen untuk membuat produk yang lebih spesifik dengan kriteria pengguna dengan meningkatkan variabel-variabel kualitas, kemudian mengkomunikasikannya dengan faktor acuan.
2. Agar merek dapat lebih dikenal oleh konsumen, disarankan untuk melakukan inovasi kombinasi warna kemasan *dog food* sebagai *differenciate*. Sebaiknya juga membuat iklan yang dapat menonjolkan sisi atribut *persuation* sehingga iklan *dog food* PROPLAN dapat memberikan peningkatan karakter *dog food* PROPLAN, dan mempunyai dampak lebih besar terhadap keinginan konsumen untuk membeli *dog food* PROPLAN.
3. Untuk mempertahankan / meningkatkan harga, disarankan melakukan inovasi kemasan yang bermanfaat dengan desain yang indah serta unik untuk lebih

memancing minat beli konsumen. menurut Tjiptono(2008:478-479) faktor persaingan harga juga perlu dipertimbangkan mengingat banyaknya pesaing produk yang sama, hal ini dapat dilakukan dengan menganalisis pola historis pesaing, kekuatan dan kelemahan pesaing, serta tingkat intensitas persaingan dalam industri *dog food* . dalam hal ini produsen harus mengantisipasi ancaman persaingan dari tiga faktor utama: produk sejenis, produk substitusi, dan produk yang tidak ada kaitannya, namun bersaing dalam memperebutkan dana dari konsumen yang sama.

4. Mengingat faktor dampak baik bagi pertumbuhan adalah faktor dengan persentase terendah, maka perusahaan harus meningkatkan kualitas produknya dengan melakukan riset dan pengembangan produk yang berdampak lebih baik bagi anjing. Sebagai contoh, perusahaan mengklasifikasikan *dog food* ke dalam jenis anjing tertentu, umur anjing tertentu serta takaran yang sesuai bagi anjing tertentu.
5. Bagi peneliti selanjutnya, hasil penelitian ini masih bisa diteruskan dengan mengembangkan penelitian-penelitian lainnya, yaitu:
  - a. Penelitian untuk mengungkap lebih jauh variabel-variabel yang telah diteliti, misalnya: jenis dan bahan kemasan yang digunakan, media promosi dan saluran distribusi yang tepat untuk mencapai konsumen *dog food*, persepsi konsumen tentang merek-merek yang dikenal, dan lain sebagainya.
  - b. Penelitian untuk mengetahui apakah ada perbedaan yang signifikan antara golongan usia, pendapatan, motivasi, social ekonomi dalam memilih

produk *dog food*, dengan variabel-variabel yang telah dianalisis dalam penelitian sebagai dependen variabel.



**DAFTAR PUSTAKA**

- Azwar, Saifuddin. 1997. *Realibilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Abduracham, Ujianto. 2004. Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Sarung, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan* Vol. 6, No. 1, Maret 2004: 34-53.
- Budiyuwono, N. 1996. *Pengantar Statistik Ekonomi dan Perusahaan*. Jilid 2. Edisi Revisi. Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Kotler, Philip. 2002. (terj. Drs. Benyamin Molan.). *Manajemen Pemasaran : Edisi Milenium*. Jakarta : PT Prenhallindo.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset untuk Bisnis dan Ekonomi* edisi 3. Jakarta : Erlangga
- Pride, William M. dan O.C. Ferrell. 2000. *Pemasaran Teori dan Praktek Sehari-hari*. Jilid 1. Edisi 7. Jakarta : Binarupa Aksara.
- Sugiyono.2000. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan ke-2. Bandung: PT. Alfabeta.
- Swastha, Basu dan T.Hani Handoko. 2008, *Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen*, edisi pertama. Yogyakarta : BPFE-YOGYAKARTA.

Tjiptono F., Gregorius C., Dedi A. 2008. *Pemasaran Strategik*. Edisi 1.  
Yogyakarta : ANDI OFFSET.

Widarjono Agus. 2010. Analisis Statistika Multivariant Terapan. Sekolah  
Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, Yogyakarta.





# LAMPIRAN

**LAMPIRAN 1**

**KUESIONER**





Kepada Yth,  
Saudara/i Responden penelitian

Dalam rangka penyusunan tugas akhir yang berjudul judul “**Analisis Faktor-Faktor yang Menimbulkan Kecenderungan Minat Beli Konsumen Dog Food PROPLAN**” sebagai prasyarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Universitas Atma Jaya Yogyakarta, saya:

Nama : Fernando Sandy Pratama  
Nim : 080317418  
Program Studi : Manajemen  
Bidang Studi : Pemasaran

Memohon kesediaan Saudara/i untuk membantu penulis menjadi responden penelitian, yaitu dengan mengisi daftar pertanyaan yang telah penulis susun. Untuk hal tersebut, maka identitas saudara/i dapat dijamin kerahasiaannya.

Demikianlah, atas partisipasi dan bantuan saudara/i, peneliti mengucapkan banyak terima kasih

Hormat Saya,  
Peneliti,

Fernando Sandy Pratama

## KUESIONER

---

### Petunjuk:

- Jawablah pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda silang (X) yang sesuai dengan karakteristik anda.

### Bagian I. Karakteristik Responden

1. Jenis Kelamin
  - (a). Pria
  - (b). Wanita
2. Pendapatan anda dalam sebulan:
  - (a) Kurang dari Rp 1.000.000
  - (b) Rp 1.000.100 – Rp 1.500.000
  - (c) Lebih dari Rp 1.500.100
3. Darimana anda mengetahui tentang produk Dog Food PROPLAN tersebut
  - (a). Dari iklan
  - (b). Dari orang lain
4. Sudah berapa lama anda menggunakan produk Dog Food PROPLAN
  - (a). kurang dari 5 bulan
  - (b). 6 bulan s/d 1 th
  - (c). lebih dari 1 tahun
5. Berapa frekuensi tiap bulannya anda membeli Dog Food PROPLAN
  - (a). 1 kali
  - (b). 2 kali
  - (c). 3 kali
  - (d). lebih dari 4 kali

**Petunjuk:**

- Jawablah pertanyaan-pertanyaan dibawah ini dengan memberikan tanda centang ( ✓ ) yang sesuai dengan pendapat anda.
- Keterangan :

SS = Sangat setuju

RRMTS = Ragu-ragu mungkin tidak setuju

S = Setuju

TS = Tidak Setuju

RRMS = Ragu-ragu mungkin setuju

STS = Sangat tidak setuju

**Bagian II. Pendapat Responden**

## 1. Faktor kualitas

NO	PERNYATAAN	SS	S	RRMS	RRMTS	TS	STS
1	Menurut saya kualitas nutrisi Dog Food PROPLAN baik.						
2	Menurut saya Kualitas nutrisi kualitas Dog Food PROPLAN sesuai dengan takaran dan usia anjing.						
3	Menurut saya kualitas Dog Food PROPLAN berdampak baik pada pertumbuhan anjing						

2. Faktor *Brand* / Merek

NO	PERNYATAAN	SS	S	RRMS	RRMTS	TS	STS
1	Menurut saya merek Dog Food PROPLAN terkenal						
2	Menurut saya merk Dog Food PROPLAN memberikan daya tarik tersendiri						
3	Menurut saya merk Dog Food PROPLAN mampu menaikkan prestise						

## 3. Faktor Kemasan

NO	PERNYATAAN	SS	S	RRMS	RRMTS	TS	STS
1	Menurut saya kemasan / Desain Dog Food PROPLAN menarik.						
2	Menurut saya kemasan Dog Food PROPLAN mempunyai berbagai ukuran						
3	Menurut saya kemasan Dog Food PROPLAN Mudah terlihat dan dikenali						

#### 4. Faktor Harga


NO	PERNYATAAN	SS	S	RRMS	RRMTS	TS	STS
1	Menurut saya harga Dog Food PROPLAN relatif terjangkau.						
2	Menurut saya harga Dog Food PROPLAN sesuai dengan kualitasnya.						
3	Menurut saya harga Dog Food PROPLAN bersaing dengan merk lain						
4	Menurut saya harga Dog Food PROPLAN sesuai dengan manfaatnya.						

#### 5. Faktor Ketersediaan Barang

NO	PERNYATAAN	SS	S	RRMS	RRMTS	TS	STS
1	Menurut saya Dog Food PROPLAN mudah ditemukan di petshop						
2	Menurut saya jangkauan distribusi Dog Food PROPLAN yang luas						
3	Menurut saya dog Food PROPLAN tersedia dalam jumlah yang banyak						

#### 6. Faktor Acuan

NO	PERNYATAAN	SS	S	RRMS	RRMTS	TS	STS
1	Menurut saya dog Food PROPLAN sering di pakai Kennel-kennel ternama						
2	Menurut saya dog Food PROPLAN sering menjadi sponsor dog show						
3	Menurut saya dog Food PROPLAN menjadi referensi oleh komunitas doglovers						



**LAMPIRAN 2**

**ISI KUESIONER**

## INPUT DATA KUESIONER

	Jenis Kelamin	Pendapatan	Referensi Produk	Lama Penggunaan	Frekuensi Penggunaan
1	2	2	2	3	2
2	2	2	2	3	2
3	2	2	2	3	3
4	2	2	2	3	2
5	1	3	1	1	2
6	2	2	2	2	1
7	1	2	1	2	2
8	2	1	1	1	1
9	2	2	2	2	2
10	2	1	2	3	1
11	2	2	2	2	2
12	2	2	2	2	2
13	2	2	1	3	2
14	1	2	1	2	2
15	1	1	2	2	3
16	1	3	2	2	2
17	2	3	1	2	2
18	2	1	1	1	1
19	1	2	2	3	1
20	2	2	2	2	1
21	1	2	1	3	3
22	1	1	2	1	2
23	1	1	1	2	2
24	2	2	2	3	2
25	1	1	1	1	1
26	2	3	1	2	3
27	1	3	2	1	3
28	1	2	2	1	4
29	1	2	1	3	1
30	1	2	1	2	1
31	1	2	1	3	1
32	1	2	1	3	1
33	1	2	1	1	2
34	2	2	1	2	1
35	1	3	1	3	3
36	2	1	1	2	2
37	2	3	2	3	3
38	1	2	2	2	3

39	2	3	1	2	1
40	1	2	1	2	2
41	1	1	1	3	1
42	2	1	1	2	1
43	1	1	2	1	2
44	2	2	2	1	2
45	1	2	1	1	4
46	2	3	2	1	1
47	1	2	2	3	2
48	1	1	1	2	3
49	1	3	2	2	2
50	2	3	2	2	2
51	2	2	1	2	2
52	1	2	1	3	1
53	1	3	2	2	2
54	2	2	1	2	1
55	1	3	1	3	3
56	1	2	2	2	1
57	2	2	1	2	2
58	2	3	1	3	2
59	1	3	1	2	1
60	2	2	1	2	2
61	1	3	2	3	2
62	1	2	2	2	1
63	1	2	2	2	1
64	2	3	2	3	3
65	1	2	2	3	1
66	2	3	2	2	1
67	1	1	1	2	2
68	1	3	1	1	2
69	1	2	2	2	2
70	1	3	2	2	3
71	2	3	2	3	4
72	1	2	2	1	1
73	2	2	2	1	1
74	2	3	2	3	4
75	1	2	1	2	1
76	1	1	1	2	1
77	1	1	2	2	1
78	1	2	2	2	1
79	2	3	2	3	4

<b>80</b>	1	2	1	2	1
<b>81</b>	2	3	2	3	1
<b>82</b>	2	2	2	2	1
<b>83</b>	1	2	2	3	2
<b>84</b>	2	2	1	2	2
<b>85</b>	1	3	1	2	2
<b>86</b>	2	3	2	3	2
<b>87</b>	2	2	2	2	3
<b>88</b>	2	3	1	2	1
<b>89</b>	1	3	2	2	3
<b>90</b>	1	3	2	2	2
<b>91</b>	2	2	2	2	2
<b>92</b>	1	3	1	2	3
<b>93</b>	2	3	2	3	2
<b>94</b>	2	3	1	3	2
<b>95</b>	1	3	1	3	1
<b>96</b>	2	2	2	1	2
<b>97</b>	2	3	2	3	3
<b>98</b>	1	3	1	3	3
<b>99</b>	2	3	2	3	4
<b>100</b>	1	3	1	2	4



	A 1	A 2	A 3	B 1	B 2	B 3	C 1	C 2	C 3	D 1	D 2	D 3	D 4	E 1	E 2	E 3	F 1	F 2	F 3
1	2	2	2	2	3	2	3	2	2	1	2	2	2	2	2	2	3	2	2
2	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	3	1	2	1	1	1
3	1	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	2	1	2	1	2	2
4	3	2	2	1	2	1	2	2	2	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2
5	1	1	1	3	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1
6	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2
7	2	2	2	2	2	2	2	3	1	1	1	1	1	2	1	2	2	3	1
8	1	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	3	3	2	2	2
9	1	1	2	1	1	1	4	3	2	2	3	1	1	1	2	2	3	2	2
10	2	3	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	3	1	1	1
11	2	2	2	2	3	1	3	3	3	4	3	2	2	3	2	2	2	2	2
12	4	3	2	2	2	2	3	4	2	2	2	2	3	1	1	1	2	2	2
13	2	2	2	4	3	2	1	1	2	3	3	3	2	2	2	2	1	1	1
14	3	3	3	2	2	2	3	2	1	3	4	2	2	2	2	2	1	1	2
15	3	4	2	3	3	3	1	1	2	1	1	2	3	1	1	1	2	3	1
16	1	1	2	3	4	2	2	1	2	3	2	1	2	1	1	2	2	2	2
17	3	2	1	1	1	2	3	3	2	1	1	2	2	2	3	1	4	3	2
18	1	1	2	3	2	1	3	3	2	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2
19	2	1	2	1	1	2	4	4	3	3	3	2	2	4	3	2	3	3	3
20	3	3	2	2	1	2	3	3	2	3	3	2	2	2	2	2	3	4	2
21	3	3	2	3	3	2	2	2	2	4	4	3	2	3	3	3	1	1	2
22	4	4	3	3	3	2	2	2	1	3	3	2	1	3	4	2	3	2	1
23	3	3	2	4	4	3	2	3	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	2
24	2	2	2	3	3	2	3	2	2	2	2	1	1	3	2	1	2	1	2
25	2	2	1	2	2	2	2	2	2	2	3	2	2	1	1	2	3	3	2
26	2	3	2	2	2	1	2	2	1	3	2	2	1	2	1	2	3	3	2
27	3	2	2	2	3	2	2	1	1	2	2	2	2	3	3	2	4	4	3
28	2	2	2	3	2	2	2	2	1	2	2	1	2	3	3	2	3	3	2
29	2	2	1	2	2	2	1	2	2	2	1	1	1	4	4	3	2	2	2
30	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	1	1	3	3	2	2	2	1
31	2	2	1	2	1	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	2	2	3	2
32	1	2	2	2	2	1	3	3	2	1	1	1	2	2	2	1	3	2	2
33	1	1	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2	2	2	3	2	2	2	2
34	1	1	2	1	1	1	3	3	2	3	3	2	2	3	2	2	2	2	1
35	3	3	2	1	1	2	1	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1
36	1	1	1	3	3	2	1	1	2	3	3	2	3	2	2	1	2	2	1
37	3	3	2	1	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	1	1	1	2	2
38	1	1	2	3	3	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	1	1	1	1

39	1	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1	1	2
40	2	1	2	1	1	2	3	2	3	2	1	2	2	1	1	1	3	3	2
41	2	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	1	2	1	1	2	1	1	1
42	1	2	1	2	1	2	1	2	1	3	2	3	2	3	3	2	3	3	2
43	3	2	3	1	2	1	1	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	1	2
44	1	1	2	3	2	3	2	2	2	1	2	1	1	3	3	2	1	1	2
45	1	2	1	1	1	2	1	2	2	1	2	2	1	1	1	2	2	1	2
46	1	2	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	1	2
47	2	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	2	1
48	1	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	3	2	3
49	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2
50	2	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	3	2	3	1	2	1
51	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	1	2	2
52	2	2	2	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	2	2	2
53	1	1	2	2	2	2	1	1	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2
54	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2	2	2	1	2	1
55	2	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2
56	1	1	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	2
57	2	1	2	1	1	1	1	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2
58	1	1	1	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	2	1	1	2
59	1	1	2	1	1	1	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
60	1	2	2	1	1	2	1	2	2	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2
61	2	2	1	1	2	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	1
62	1	2	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1	2
63	1	2	2	1	2	1	1	1	2	2	2	2	2	1	1	1	1	1	1
64	2	2	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2
65	2	1	1	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2
66	1	1	2	2	1	1	2	3	3	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1
67	2	2	1	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	1
68	2	2	2	2	2	1	1	1	2	2	3	3	2	2	2	1	1	2	2
69	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2
70	2	2	2	2	3	3	2	1	2	1	1	2	1	1	2	2	2	1	1
71	1	1	2	2	2	2	2	2	1	2	3	2	3	2	2	2	1	1	2
72	2	3	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	1	2	1	1	2	2	1
73	2	1	2	2	3	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2
74	2	2	1	2	1	2	1	1	1	2	1	2	1	2	2	1	2	3	3
75	2	1	2	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	2	2
76	1	2	1	2	1	2	1	2	2	1	1	1	1	2	3	3	1	1	2
77	1	1	1	1	2	1	1	2	2	1	1	1	1	2	2	2	2	3	2

78	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	2	1	3	1	1	2	2	1	2
79	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	2	2	2	3	2	2	2	1
80	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	2	2	1	2	
81	2	2	1	2	1	1	1	2	2	1	2	2	2	2	2	1	1	2	1	
82	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	1	
83	1	2	2	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	1	1	2	
84	2	2	1	2	2	2	1	1	1	2	2	2	1	1	1	1	1	2	2	
85	2	2	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	2	1	2	2	2	2	1	
86	1	1	1	1	1	2	2	1	1	2	2	1	2	1	1	2	2	2	2	
87	1	1	2	1	2	2	2	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	
88	2	2	2	2	2	1	1	2	2	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	
89	1	2	2	1	1	1	2	2	1	1	2	1	2	1	1	2	1	2	2	
90	2	1	2	2	2	2	1	2	1	1	2	2	2	1	1	2	2	2	3	
91	2	2	2	1	2	2	2	2	2	3	2	2	1	3	2	2	2	3	2	
92	2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	1	2	
93	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	
94	1	2	2	1	1	1	2	1	1	2	2	1	2	2	1	2	2	1	2	
95	3	2	2	2	2	3	2	3	2	3	2	2	2	2	2	1	2	1	2	
96	2	2	2	1	2	1	2	1	2	2	2	2	2	2	2	2	1	2	3	
97	2	1	2	2	2	2	1	1	2	2	2	3	2	2	2	3	1	2	3	
98	2	2	1	2	2	1	2	1	2	2	2	2	1	2	2	1	2	2	2	
99	1	2	1	2	1	2	1	1	2	2	2	1	2	1	2	1	1	1	1	
100	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	



**LAMPIRAN 3**

**DEMOGRAFI  
RESPONDEN**

## DEMOGRAFI RESPONDEN

### Statistics

		JenisKelamin	PendapatanPerBulan	MengetahuiProdukDari	LamaPenggunaan	FrekuensiPenggunaan
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0
	Mean	1.47	2.22	1.54	2.18	1.96
	Median	1.00	2.00	2.00	2.00	2.00
	Mode	1	2	2	2	2

## Frequency Table

### JenisKelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	53	53.0	53.0	53.0
	Wanita	47	47.0	47.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### PendapatanPerBulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<Rp 1.000.000	15	15.0	15.0	15.0
	Rp 1.000.100-Rp 1.500.00	48	48.0	48.0	63.0
	>Rp 1.500.100	37	37.0	37.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Mengetahui Produk Dari

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Dari iklan	46	46.0	46.0	46.0
Dari orang lain	54	54.0	54.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Lama Penggunaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid < 5 bulan	16	16.0	16.0	16.0
6 bulan - 1 tahun	50	50.0	50.0	66.0
>1 tahun	34	34.0	34.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Frekuensi Penggunaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1 kali	35	35.0	35.0	35.0
2 kali	41	41.0	41.0	76.0
3 kali	17	17.0	17.0	93.0
> 4 kali	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

# **LAMPIRAN 4**

# **VALIDITAS DAN RELIABILITAS**



## Scale: Faktor Kualitas

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.688	.680	3

### Inter-Item Correlation Matrix

	A1	A2	A3
A1	1.000	.610	.340
A2	.610	1.000	.295
A3	.340	.295	1.000

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	3.51	1.020	.611	.400	.440
A2	3.48	1.101	.580	.381	.488
A3	3.55	1.705	.354	.128	.758



### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
5.27	2.482	1.575	3



## Scale: Faktor Brand / Merk

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.705	.697	3

### Inter-Item Correlation Matrix

	B1	B2	B3
B1	1.000	.636	.365
B2	.636	1.000	.302
B3	.365	.302	1.000

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
B1	3.52	1.101	.639	.438	.453
B2	3.50	1.141	.590	.410	.524
B3	3.56	1.724	.369	.142	.778

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
5.29	2.592	1.610	3



## Scale: Faktor Kemasan

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.684	.674	3

### Inter-Item Correlation Matrix

	C1	C2	C3
C1	1.000	.621	.315
C2	.621	1.000	.288
C3	.315	.288	1.000

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
C1	3.51	1.040	.609	.406	.430
C2	3.48	1.080	.591	.395	.458
C3	3.53	1.767	.335	.113	.766

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
5.26	2.518	1.587	3



## Scale: Faktor Harga

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.646	.638	4

### Inter-Item Correlation Matrix

	D1	D2	D3	D4
D1	1.000	.599	.368	.133
D2	.599	1.000	.264	.228
D3	.368	.264	1.000	.242
D4	.133	.228	.242	1.000

### Item-Total Statistics

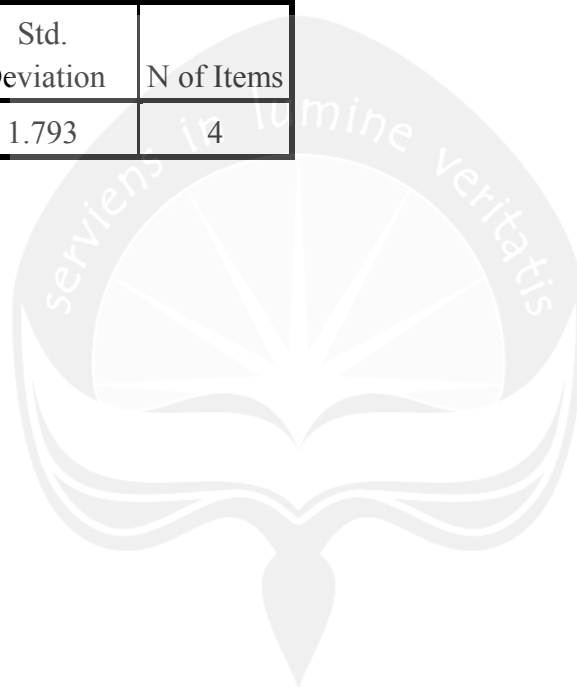
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
D1	5.28	1.598	.539	.408	.488
D2	5.22	1.769	.548	.381	.483
D3	5.35	2.270	.396	.173	.600

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
D1	5.28	1.598	.539	.408	.488
D2	5.22	1.769	.548	.381	.483
D3	5.35	2.270	.396	.173	.600
D4	5.42	2.448	.248	.091	.683

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7.09	3.214	1.793	4



## Scale: Faktor Ketersediaan Barang

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.638	.628	3

### Inter-Item Correlation Matrix

	E1	E2	E3
E1	1.000	.550	.262
E2	.550	1.000	.267
E3	.262	.267	1.000

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
E1	3.59	1.073	.534	.317	.407
E2	3.59	1.093	.539	.319	.399
E3	3.58	1.741	.300	.090	.710



### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
5.38	2.480	1.575	3



## Scale: Faktor Acuan

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	100	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.674	.663	3

### Inter-Item Correlation Matrix

	F1	F2	F3
F1	1.000	.621	.294
F2	.621	1.000	.272
F3	.294	.272	1.000

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
F1	3.60	1.071	.599	.403	.415
F2	3.55	1.098	.583	.395	.440
F3	3.57	1.763	.314	.099	.766

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
5.36	2.536	1.592	3





**LAMPIRAN 5**

**ANALISIS FAKTOR**

## Factor Analysis

### KMO and Bartlett's Test

	Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.632
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	472.709
	df	153
	Sig.	.000

### Anti-image Matrices

		A1	A2	A3	B1	B2	B3
Anti-image Covariance	A1	.503	-.283	-.112	.028	-.063	-.063
	A2	-.283	.572	-.084	-.006	.031	-.037
	A3	-.112	-.084	.674	.053	-.133	.030
	B1	.028	-.006	.053	.504	-.293	-.157
	B2	-.063	.031	-.133	-.293	.499	-.050
	B3	-.063	-.037	.030	-.157	-.050	.735
	C1	.023	-.001	-.055	.065	-.033	-.093
	C2	-.051	.027	-.079	-.060	.097	.010
	C3	-.052	.047	.008	.036	-.025	.001
	D1	.031	-.026	-.019	.010	-.057	.000
	D2	-.007	-.001	-.033	-.088	.040	.092
	D3	-.041	-.077	.028	-.036	.009	-.037
	E1	-.005	-.013	-.072	-.045	-.013	.147

	E2	-.065	.035	.129	-.016	.037	-.123
	E3	.060	.000	-.013	.066	-.052	-.019
	F1	.017	-.051	.023	-.019	-.027	.042
	F2	-.118	.039	.060	-.004	.048	.029
	F3	.013	.122	-.099	.071	-.059	-.037
Anti-image Correlation	A1	.670 <sup>a</sup>	-.528	-.192	.056	-.127	-.104
	A2	-.528	.638 <sup>a</sup>	-.135	-.011	.058	-.057
	A3	-.192	-.135	.703 <sup>a</sup>	.091	-.230	.043
	B1	.056	-.011	.091	.589 <sup>a</sup>	-.585	-.258
	B2	-.127	.058	-.230	-.585	.601 <sup>a</sup>	-.082
	B3	-.104	-.057	.043	-.258	-.082	.602 <sup>a</sup>
	C1	.047	-.003	-.097	.132	-.067	-.157
	C2	-.097	.049	-.130	-.114	.185	.016
	C3	-.080	.067	.010	.056	-.038	.001
	D1	.061	-.048	-.032	.019	-.111	.000
	D2	-.012	-.003	-.053	-.163	.076	.142
	D3	-.069	-.120	.040	-.059	.016	-.052
	E1	-.009	-.022	-.117	-.085	-.025	.230
	E2	-.123	.063	.212	-.031	.070	-.192
	E3	.094	.000	-.018	.104	-.082	-.025
	F1	.036	-.098	.041	-.038	-.056	.072
	F2	-.230	.071	.102	-.008	.094	.047
	F3	.020	.181	-.136	.112	-.095	-.048

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

**Anti-image Matrices**

		C1	C2	C3	D1	D2	D3
Anti-image Covariance	A1	.023	-.051	-.052	.031	-.007	-.041
	A2	-.001	.027	.047	-.026	-.001	-.077
	A3	-.055	-.079	.008	-.019	-.033	.028
	B1	.065	-.060	.036	.010	-.088	-.036
	B2	-.033	.097	-.025	-.057	.040	.009
	B3	-.093	.010	.001	.000	.092	-.037
	C1	.478	-.255	-.126	-.005	-.103	.030
	C2	-.255	.549	-.093	-.055	.026	.057
	C3	-.126	-.093	.834	-.011	.044	-.054
	D1	-.005	-.055	-.011	.522	-.270	-.157
	D2	-.103	.026	.044	-.270	.573	-.063
	D3	.030	.057	-.054	-.157	-.063	.716
	E1	-.074	.041	.030	-.101	.024	.041
	E2	.035	-.020	-.038	.000	.001	-.085
	E3	.101	-.073	.067	.000	-.103	.112
	F1	-.113	-.013	.065	-.009	.016	.124
	F2	.040	-.013	-.043	-.035	.049	-.077
	F3	-.030	-.051	.081	.031	.015	-.135
Anti-image Correlation	A1	.047	-.097	-.080	.061	-.012	-.069
	A2	-.003	.049	.067	-.048	-.003	-.120
	A3	-.097	-.130	.010	-.032	-.053	.040
	B1	.132	-.114	.056	.019	-.163	-.059
	B2	-.067	.185	-.038	-.111	.076	.016
	B3	-.157	.016	.001	.000	.142	-.052
	C1	.655 <sup>a</sup>	-.497	-.200	-.009	-.196	.051
	C2	-.497	.672 <sup>a</sup>	-.137	-.103	.047	.091
	C3	-.200	-.137	.675 <sup>a</sup>	-.017	.063	-.069
	D1	-.009	-.103	-.017	.715 <sup>a</sup>	-.493	-.258
D2	-.196	.047	.063	-.493	.642 <sup>a</sup>	-.099	

	D3	.051	.091	-.069	-.258	-.099	.629 <sup>a</sup>
	E1	-.143	.075	.044	-.187	.043	.065
	E2	.069	-.036	-.056	.000	.002	-.135
	E3	.164	-.110	.082	-.001	-.153	.148
	F1	-.237	-.026	.103	-.018	.030	.213
	F2	.079	-.025	-.064	-.067	.090	-.125
	F3	-.048	-.078	.099	.048	.022	-.179

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

### Anti-image Matrices

		E1	E2	E3	F1	F2	F3
Anti-image Covariance	A1	-.005	-.065	.060	.017	-.118	.013
	A2	-.013	.035	.000	-.051	.039	.122
	A3	-.072	.129	-.013	.023	.060	-.099
	B1	-.045	-.016	.066	-.019	-.004	.071
	B2	-.013	.037	-.052	-.027	.048	-.059
	B3	.147	-.123	-.019	.042	.029	-.037
	C1	-.074	.035	.101	-.113	.040	-.030
	C2	.041	-.020	-.073	-.013	-.013	-.051
	C3	.030	-.038	.067	.065	-.043	.081
	D1	-.101	.000	.000	-.009	-.035	.031
	D2	.024	.001	-.103	.016	.049	.015
	D3	.041	-.085	.112	.124	-.077	-.135
	E1	.559	-.282	-.090	.029	-.067	-.011
	E2	-.282	.555	-.134	-.123	.066	.029
	E3	-.090	-.134	.797	.077	-.041	-.060
	F1	.029	-.123	.077	.475	-.280	-.101
	F2	-.067	.066	-.041	-.280	.525	-.077
	F3	-.011	.029	-.060	-.101	-.077	.791
Anti-image Correlation	A1	-.009	-.123	.094	.036	-.230	.020
	A2	-.022	.063	.000	-.098	.071	.181



A3	-.117	.212	-.018	.041	.102	-.136
B1	-.085	-.031	.104	-.038	-.008	.112
B2	-.025	.070	-.082	-.056	.094	-.095
B3	.230	-.192	-.025	.072	.047	-.048
C1	-.143	.069	.164	-.237	.079	-.048
C2	.075	-.036	-.110	-.026	-.025	-.078
C3	.044	-.056	.082	.103	-.064	.099
D1	-.187	.000	-.001	-.018	-.067	.048
D2	.043	.002	-.153	.030	.090	.022
D3	.065	-.135	.148	.213	-.125	-.179
E1	.633 <sup>a</sup>	-.507	-.135	.057	-.123	-.017
E2	-.507	.554 <sup>a</sup>	-.201	-.239	.122	.044
E3	-.135	-.201	.527 <sup>a</sup>	.125	-.064	-.075
F1	.057	-.239	.125	.605 <sup>a</sup>	-.561	-.165
F2	-.123	.122	-.064	-.561	.596 <sup>a</sup>	-.120
F3	-.017	.044	-.075	-.165	-.120	.621 <sup>a</sup>

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

**Total Variance Explained**

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.386	18.812	18.812	3.386	18.812	18.812
2	2.180	12.112	30.925	2.180	12.112	30.925
3	1.852	10.289	41.213	1.852	10.289	41.213
4	1.547	8.592	49.805	1.547	8.592	49.805
5	1.356	7.531	57.336	1.356	7.531	57.336
6	1.163	6.463	63.799	1.163	6.463	63.799
7	1.110	6.167	69.967	1.110	6.167	69.967
8	.894	4.965	74.931			
9	.789	4.381	79.312			
10	.696	3.866	83.178			
11	.510	2.832	86.010			
12	.483	2.684	88.694			
13	.412	2.290	90.984			
14	.405	2.249	93.233			
15	.373	2.071	95.304			
16	.356	1.977	97.281			
17	.249	1.385	98.666			
18	.240	1.334	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Total Variance Explained**

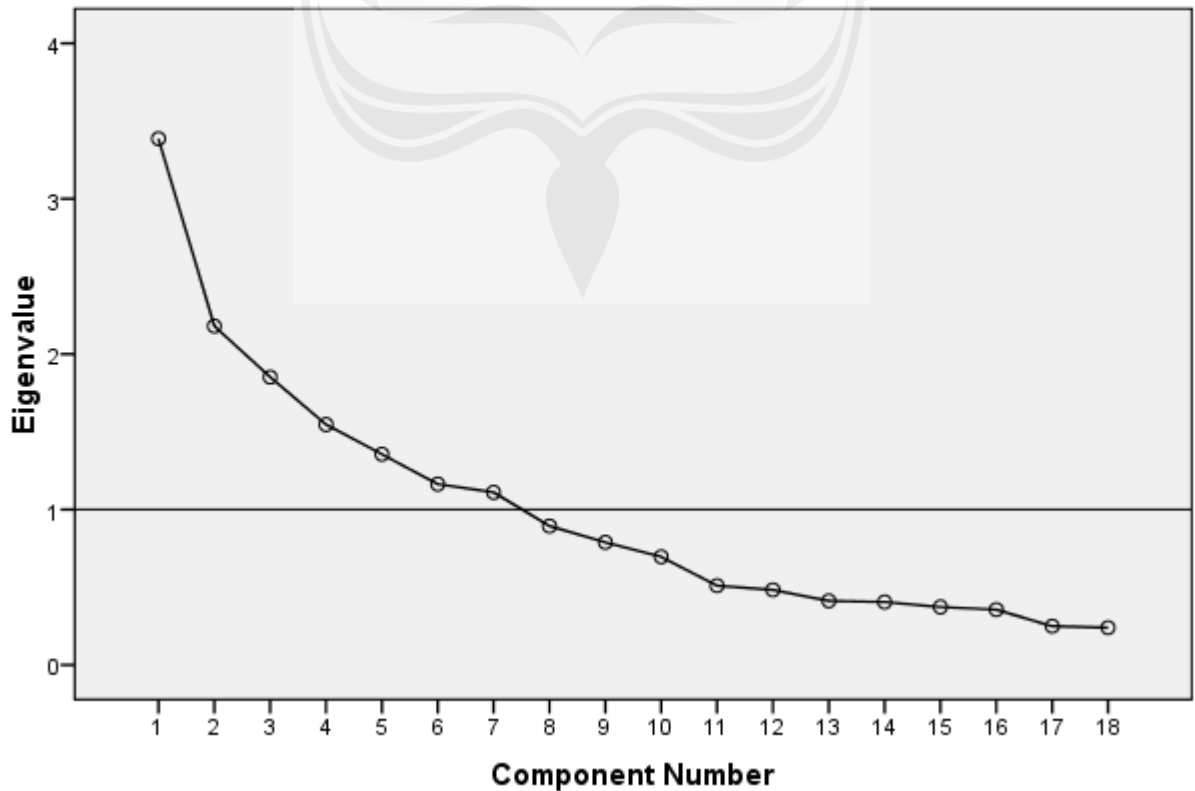
Component	Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.940	10.778	10.778
2	1.928	10.712	21.490
3	1.928	10.710	32.201
4	1.908	10.602	42.803
5	1.857	10.317	53.119
6	1.772	9.846	62.965
7	1.260	7.001	69.967

### Total Variance Explained

Comp onent	Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %
1	1.940	10.778	10.778
2	1.928	10.712	21.490
3	1.928	10.710	32.201
4	1.908	10.602	42.803
5	1.857	10.317	53.119
6	1.772	9.846	62.965
7	1.260	7.001	69.967

Extraction Method: Principal Component  
Analysis.

### Scree Plot



**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
D1	.611	.177	.299	-.401	-.135	-.166	-.194
A1	.584	.126	-.344	.318	-.408	.089	.161
C1	.566	-.388	-.285	-.340	.246	.146	-.014
C2	.497	-.431	-.260	-.330	.210	.200	.072
B1	.397	.576	.069	.208	.450	-.012	-.082
F1	.462	-.565	.018	.390	.104	-.164	-.071
B2	.436	.543	-.046	.175	.441	-.140	.135
F2	.411	-.516	.051	.433	-.118	-.244	-.179
B3	.256	.377	-.220	.308	.371	.276	-.162
E3	.063	-.026	.593	-.073	.063	.124	.455
E2	.401	-.097	.575	.271	-.027	.434	-.061
E1	.499	-.127	.563	.058	-.082	.200	.189
D2	.472	.221	.284	-.550	-.097	-.190	-.090
A2	.454	.260	-.321	.221	-.546	.079	.206
F3	.254	-.363	.027	.098	.289	-.539	.000
C3	.249	-.181	-.331	-.241	.042	.471	-.317
A3	.455	.121	-.367	-.224	-.028	-.210	.527
D3	.365	.347	.088	-.045	-.320	-.204	-.527

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 7 components extracted.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
C1	.794	.236	.046	.131	.021	.030	.205
C2	.775	.195	-.028	.044	.026	.090	.220
C3	.690	-.108	.009	.040	.101	-.110	-.273
F2	.061	.797	-.097	.026	.213	.095	-.165
F1	.215	.795	.017	-.080	.112	.162	-.053
F3	.018	.667	.052	.085	-.214	-.066	.275
B1	-.061	-.006	.835	.194	.018	.084	.020
B2	-.063	.037	.797	.143	.089	.047	.281
B3	.157	-.058	.697	-.116	.145	-.061	-.193
D1	.157	.062	.088	.803	.070	.215	.082
D2	.133	-.086	.030	.777	-.037	.176	.214
D3	-.113	.066	.142	.686	.251	-.157	-.300
A2	-.001	-.032	.062	.108	.864	.004	.097
A1	.123	.159	.153	.054	.839	.036	.067
E1	.080	.181	.024	.217	.121	.753	-.015
E2	.087	.150	.145	.081	.105	.739	-.391
E3	-.140	-.089	-.053	-.002	-.162	.693	.226
A3	.214	.008	.117	.118	.375	-.040	.716

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 8 iterations.