

BAB V

PENUTUP

Pada bab ini akan dibahas kesimpulan akhir dari penelitian tentang *Purchasing Intension* Pada Produk Laptop Yang Didasari Oleh *Consumer Confusion* di Kalangan Mahasiswa. Selain itu dalam bab ini juga, peneliti memberikan beberapa saran dan masukan yang sekiranya bermanfaat bagi perusahaan laptop sekaligus bagi penelitian selanjutnya.

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang sudah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Hasil analisis regresi:
 - a. Hasil regresi secara simultan:
 - 1) Kebingungan ketidakjelasan produk, kemiripan produk, pilihan produk terlalu banyak, dan strategi menunda atau membatalkan pembelian secara simultan memiliki pengaruh yang negatif terhadap niat beli, strategi mengklarifikasi tujuan tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli, strategi melibatkan keluarga/teman dan mencari informasi tambahan secara simultan memiliki pengaruh yang positif terhadap niat beli.

b. Hasil regresi secara parsial:

- 1) Ketidakjelasan produk memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap niat beli.
- 2) Kemiripan produk memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap niat beli.
- 3) Pilihan produk yang banyak memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap niat beli.
- 4) Membatalkan atau menunda pembelian memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap niat beli.
- 5) Mengklarifikasi tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap niat beli.
- 6) Melibatkan keluarga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli.
- 7) Mencari informasi tambahan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli.

2. Hasil analisis *Independent Sample T-Test* dapat disimpulkan bahwa konsumen laki-laki dan perempuan memiliki tingkat kebingungan (ketidakjelasan produk, kemiripan produk, pilihan produk yang terlalu banyak), strategi untuk mengurangi kebingungan (membatalkan atau mengurungkan pembelian, mengklarifikasi, melibatkan keluarga, mencari informasi tambahan) dan niat beli yang sama tingginya.

3. Hasil analisis *Oneway Anova* dapat disimpulkan bahwa ditinjau dari uang saku per bulan, konsumen memiliki tingkat kebingungan (ketidakjelasan produk, kemiripan produk, pilihan produk yang terlalu banyak), strategi untuk mengurangi kebingungan (membatalkan atau mengurungkan pembelian, mengklarifikasi, melibatkan keluarga, mencari informasi tambahan) dan niat beli yang sama tingginya.
4. Hasil analisis *one sample T-Test* :
 - 1) Alasan mahasiswa memilih laptop adalah spesifikasi dari laptop tersebut, sesuai dengan kebutuhan mahasiswa.
 - 2) Mahasiswa memiliki informasi yang cukup banyak mengenai laptop yang akan dibeli.
 - 3) Sumber informasi yang digunakan mahasiswa untuk mengurangi kebingungan yang dialami adalah internet.
 - 4) Mahasiswa menilai pentingnya memiliki sikap untuk memiliki banyak informasi alternatif sebelum memilih laptop.
 - 5) Mahasiswa menilai bahwa persepsi dari sumber informasi mengenai perusahaan yang memberikan pengetahuan dan informasi mengenai laptop lebih menarik daripada perusahaan yang tidak memberikan pengetahuan.
5. Banyaknya produk dengan merek yang berbeda yang dipasarkan menuntut konsumen untuk lebih selektif dalam menentukan produk atau merek yang akan dibeli. Untuk meminimalkan risiko yang mungkin terjadi dari pengambilan keputusan pembelian, konsumen sebaiknya mencari informasi

yang lengkap tentang produk atau merek yang akan dibeli. Konsumen juga dapat menggunakan jasa keluarga, teman atau orang-orang yang berkompeten dalam industri teknologi informasi (laptop). Hal ini penting untuk dilakukan dengan tujuan agar keputusan pembelian yang dilakukan adalah tepat dan benar.

5.2. Implikasi Manajerial

Dari hasil penelitian, dapat diketahui bahwa faktor kebingungan pilihan produk yang terlalu banyak menjadi penyebab kebingungan yang paling tinggi bagi mahasiswa dalam menurunkan niat beli produk laptop. Kebingungan pilihan produk terlalu banyak mempengaruhi kebingungan ketidakjelasan produk dan kebingungan kemiripan produk dalam menurunkan niat beli.

Bagi konsumen, banyaknya produk teknologi informasi (laptop) yang dipasarkan memberikan banyaknya pilihan alternatif produk atau merek laptop yang dapat dibelinya. Namun, di sisi yang lain, saat konsumen tidak memiliki banyak pengetahuan dan informasi mengenai produk-produk laptop, konsumen cenderung akan mengalami kebingungan untuk menentukan produk, merek laptop yang akan dibelinya. Sebenarnya ada banyak strategi atau cara yang dapat dilakukan konsumen untuk menurunkan kebingungannya tersebut antara lain adalah dengan meminta pendapat keluarga, teman atau orang/perusahaan yang memiliki kompetensi dalam

industri teknologi informasi. Hal ini dilakukan untuk meningkatkan keyakinan konsumen dalam menentukan pilihan mereka (meningkatkan niat beli).

Jadi para pemasar dapat melihat penelitian ini dan dapat mengurangi tingkat kebingungan pilihan produk yang terlalu banyak dengan memberikan tenggat waktu yang cukup dalam penjualan produk tersebut di pasaran serta para pemasar dapat mendeferensiasikan produk atau merek yang dijual dari para pesaingnya. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan menciptakan desain yang unik dan berbeda dari produk perusahaan pesaing serta dapat memberikan contoh *display* laptop tersebut di toko-toko laptop sehingga konsumen dapat melihat secara langsung produk yang ingin dibeli.

Bagi pihak perusahaan juga harus mampu menyediakan informasi yang lebih detail kepada konsumen mengenai produk atau merek perusahaan serta memberikan informasi yang lebih detail mengenai produk perusahaan serta dan menyediakan fasilitas atau memberikan layanan yang dapat digunakan konsumen untuk memberikan rekomendasi bagi konsumen untuk menentukan produk yang cocok dan terbaik. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah dengan membuat katalog untuk masing-masing produk dengan memberikan informasi yang lengkap serta memiliki website resmi yang dapat memanjakan konsumen dalam mencari informasi mengenai laptop yang dicari dan diinginkan dengan melakukan *input* terhadap kriteria laptop yang diinginkan konsumen tersebut.

5.3. Saran

Responden pada penelitian ini adalah semua mahasiswa yang memiliki laptop. Sehingga hasil dari jumlah pemilik laptop merek satu dengan merek lainnya kurang proposional. Pada penelitian selanjutnya, peneliti dapat melakukan penelitian terhadap dua merek yang cukup banyak digunakan di Indonesia atau di kalangan mahasiswa yakni merek Acer dan Toshiba saja.



Daftar Pustaka

Frost, D., Goode, S., and Hart, D. (2010), "Individualist and collectivist factors affecting online repurchase intentions", *Internet Research* , Vol. 20 No. 1, pp.6-28.

Hadi, S., (2000), *Analisis Butir Untuk Instrumen*, Cetakan V, Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM, Yogyakarta.

Kasper, H., Bloemer, J., and Driessen, P.H. (2010), "*Coping With Confusion The Case of The Dutch Mobile Phone Market*", Maastricht, Netherlands, Faculty of Economics and Business Administration.

Kotler, Philip. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*, Jilid 1. Jakarta : Erlangga.

Kuswanto, Dedy, (2012), *Statistik Untuk Pemula & Orang Awam*, Cetakan I, Laskar Aksara, Jakarta Timur.

Leek, S., and Kun, D. (2006), "*Consumer Confusion in the Chinese Personal Computer Market*", Birmingham, UK, Birmingham University.

NN. ND. Laptop terlaris di Indonesia berdasarkan survey. diakses dari <http://id.shvoong.com/internet-and-technologies/commercial-companies/2211992-laptop-terlaris-di-indonesia-berdasarkan/> pada tanggal 26 Maret 2013.

NN. ND. Laptop. diakses dari <http://id.wikipedia.org/wiki/Laptop> pada tanggal 26 Maret 2013.

NN. (2012). Merek laptop terbaik 2012 tabel penjelasan lengkap. diakses dari <http://www.laptoplist.biz/2012/04/merek-laptop-terbaik-2012-tabel.html> pada tanggal 26 Maret 2013.

Tri, Y.L., dan Suryawardhana, E. (2012). “Pengaruh Service Quality Perception Terhadap Purchase Intentions : Studi Empirik Pada Konsumen Supermarket”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Semarang.

Walsh, G., Thureau, T.H., and Mitchell, V.W. (2007), “*Consumer Confusion Proneness : Scale Development, Validation, and Application*”, *Journal of Marketing*, Germany, University of Koblenz-Landau.

PROFIL RESPONDEN

Jenis kelamin : Laki-laki / Perempuan

Umur : tahun

- Berilah tanda checklist (√) dalam mengisi bagian dibawah ini :

Uang saku/bulan :

- < Rp. 250.000
- Rp. 250.000 – Rp. 500.000
- Rp. 501.000 – Rp. 750.000
- Rp. 751.000 – Rp. 1.000.000
- >Rp. 1.000.000

Berilah tanda silang (X) dalam mengisi bagian dibawah ini :

1. Apa merek laptop yang Anda miliki? (boleh lebih dari 1)
 - a. Toshiba
 - b. Apple
 - c. HP
 - d. Acer
 - e. Asus
 - f. Lain-lain

2. Apa merek laptop yang sering Anda gunakan sekarang? (selanjutnya menjadi **merek XX**)
 - a. Toshiba
 - b. Apple
 - c. HP
 - d. Acer
 - e. Asus
 - f. Lain-lain

3. Alasan memilih laptop merk XX :

| Alasan | STS | TS | N | S | SS |
|----------------|-----|----|---|---|----|
| Bagus | | | | | |
| Prestige | | | | | |
| Pengaruh iklan | | | | | |
| Pengaruh teman | | | | | |
| Model | | | | | |
| Harga | | | | | |
| Spesifikasi | | | | | |

4. Anda menggunakan laptop untuk apa? (boleh lebih dari 1)
- Mengerjakan tugas kuliah
 - Main game
 - Prestige
 - Bisnis
 - Internet
 - Jejaring sosial
 - Media player (menonton film, mendengarkan musik)
 - Lain-lain

5. Apakah Anda memiliki informasi yang cukup sebelum membuat keputusan pembelian?

| | | | | | | | | | | |
|--------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|----------|--------------------|
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | |
| Tidak memiliki informasi | | | | | | | | | | Memiliki informasi |

6. Sumber informasi apa yang biasanya digunakan untuk mengurangi kebingungan?

| Sumber Informasi | STS | TS | N | S | SS |
|--|------------|-----------|----------|----------|-----------|
| Rekomendasi dari teman | | | | | |
| Laporan dari konsumen lain | | | | | |
| Laporan teknis dari perusahaan mengenai spesifikasi laptop | | | | | |
| Brosur | | | | | |
| Internet | | | | | |
| Panduan dari toko komputer | | | | | |
| Saran/penjelasan yang diperoleh dari SPG | | | | | |

7. Kapan terakhir kali Anda membeli laptop?
- < 6 bulan
 - 1 tahun
 - 1 – 2 tahun
 - > 2 tahun
8. Apa faktor yang mempengaruhi Anda dalam memilih informasi? (boleh lebih dari 1)
- Terpercaya dan dapat diandalkan
 - Pendapat dari seorang yang professional (menguasai pengetahuan tentang laptop)
 - Penerimaan sosial
 - Informasi yang menyeluruh
 - Informasi yang bermanfaat
 - Biaya
 - Lainnya

Berikutnya, saya meminta kesediaan Anda untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan di bawah ini. Masing-masing daftar pertanyaan disediakan 5 alternatif jawaban. Anda di minta memilih alternatif jawaban atas pernyataan di bawah ini dengan memberi tanda cecklist (\surd) pada kolom yang sudah disiapkan. Perlu diketahui bahwa tidak ada jawaban yang benar dan juga tidak ada jawaban yang salah.

KETERANGAN :

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

Kebingungan Konsumen

| No. | PERNYATAAN | STS | TS | N | S | SS |
|-----|--|-----|----|---|---|----|
| 1 | Spesifikasi laptop terlalu kompleks, saya tidak bisa menilai secara mendalam | | | | | |
| 2 | Teknologi laptop berubah dengan cepat | | | | | |
| 3 | Laptop memiliki banyak fungsi, kadang-kadang saya lupa tujuan pembelian awal saya | | | | | |
| 4 | Ketika saya memilih laptop, saya lebih memilih hardware daripada software dari laptop tersebut | | | | | |
| 5 | Sulit untuk mengevaluasi hardware dan software yang kompatibel (cocok) | | | | | |
| 6 | Teknologi laptop yang tinggi membuat saya tidak dapat menggunakan laptop secara maksimal | | | | | |
| 7 | Banyak terdapat jargon (slogan), saya tidak mengerti maksud dari jargon tersebut | | | | | |
| 8 | Dalam memilih laptop, saya merasa antara merek satu dengan yang lain hampir sama | | | | | |
| 9 | Menurut saya teknologi laptop hampir sama (antara banyaknya merek laptop) | | | | | |
| 10 | Setiap merek memiliki citra sendiri | | | | | |
| 11 | Jumlah merek dan model yang ditawarkan setiap produsen laptop yang berbeda membingungkan | | | | | |

Karena perkembangan teknologi yang cepat serta permasalahan banyak merek laptop yang tersebar di pasaran serta spesifikasi laptop yang berbeda-beda satu dengan yang lain menyebabkan kebingungan. Strategi/tindakan yang saya lakukan untuk mengurangi kebingungan yaitu :

| No. | PERNYATAAN | STS | TS | N | S | SS |
|-----|---|-----|----|---|---|----|
| 1 | Saya menunda atau membatalkan pembelian laptop terlebih dahulu | | | | | |
| 2 | Saya mengklarifikasi kembali tujuan awal saya dalam membeli laptop | | | | | |
| 3 | Saya melibatkan keluarga dan teman-teman dalam memutuskan pembelian laptop dan mengurangi kebingungan yang saya alami | | | | | |
| 4 | Saya mencari informasi tambahan untuk mengatasi kebingungan yang saya alami | | | | | |

Sikap Responden Dalam Mencari Informasi

| No. | PERNYATAAN | STS | TS | N | S | SS |
|-----|---|-----|----|---|---|----|
| 1 | Saya tidak akan berusaha mencari banyak informasi tentang laptop (R) | | | | | |
| 2 | Menurut saya, memiliki banyak alternatif informasi itu penting sebelum memilih laptop | | | | | |
| 3 | Saya bersedia meluangkan banyak waktu untuk mencari informasi tentang laptop | | | | | |

Persepsi Konsumen Dari Sumber Informasi

| No. | PERNYATAAN | STS | TS | N | S | SS |
|-----|--|-----|----|---|---|----|
| 1 | Saya menikmati iklan laptop yang ada | | | | | |
| 2 | Iklan mengenai laptop dapat diandalkan dan dipercaya | | | | | |
| 3 | Penjelasan dari SPG banyak membantu saya dalam memilih laptop | | | | | |
| 4 | Dalam promosi laptop, penjelasan yang ada susah dimengerti (R) | | | | | |
| 5 | Perusahaan laptop perlu menyediakan saluran (website) untuk mempermudah konsumen memperoleh pengetahuan tentang laptop | | | | | |
| 6 | Perusahaan laptop yang memberikan pengetahuan mengenai laptop lebih menarik dibandingkan yang tidak | | | | | |

Niat Beli (Merek XX sesuai pada jawaban pertanyaan no. 2)

| No. | PERNYATAAN | STS | TS | N | S | SS |
|-----|---|-----|----|---|---|----|
| 1 | Ketika saya membutuhkan laptop, saya memilih laptop merek XX | | | | | |
| 2 | Bagi saya laptop merek XX adalah merek terbaik | | | | | |
| 3 | Saat melakukan pembelian, laptop merek XX merupakan laptop pilihan pertama saya | | | | | |
| 4 | Saya percaya laptop merek XX merupakan laptop favorit saya | | | | | |

Statistics

Jenis kelamin

| | | |
|---|---------|-----|
| N | Valid | 130 |
| | Missing | 0 |

Jenis kelamin

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Laki-laki | 57 | 43.8 | 43.8 | 43.8 |
| | Perempuan | 73 | 56.2 | 56.2 | 100.0 |
| Total | | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Statistics

Usia

| | | |
|---|---------|-----|
| N | Valid | 130 |
| | Missing | 0 |

Usia

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | 18 | 15 | 11.5 | 11.5 | 11.5 |
| | 19 | 21 | 16.2 | 16.2 | 27.7 |
| | 20 | 26 | 20.0 | 20.0 | 47.7 |
| | 21 | 38 | 29.2 | 29.2 | 76.9 |
| | 22 | 20 | 15.4 | 15.4 | 92.3 |
| | 23 | 8 | 6.2 | 6.2 | 98.5 |
| | 24 | 2 | 1.5 | 1.5 | 100.0 |
| | Total | | 130 | 100.0 | 100.0 |

Statistics

Uang saku

| | | |
|---|---------|-----|
| N | Valid | 130 |
| | Missing | 0 |

Uang saku

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|--------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid < Rp 500.000 | 24 | 18.5 | 18.5 | 18.5 |
| Rp 501.000 - Rp 750.000 | 21 | 16.2 | 16.2 | 34.6 |
| Rp 751.000 - Rp 1000.000 | 47 | 36.2 | 36.2 | 70.8 |
| > Rp 1000.000 | 38 | 29.2 | 29.2 | 100.0 |
| Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Statistics

Merek laptop yang dimiliki

| | | |
|---|---------|-----|
| N | Valid | 130 |
| | Missing | 0 |

Merek laptop yang dimiliki

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Toshiba | 27 | 20.8 | 20.8 | 20.8 |
| Dell | 15 | 11.5 | 11.5 | 32.3 |
| HP | 21 | 16.2 | 16.2 | 48.5 |
| Acer | 36 | 27.7 | 27.7 | 76.2 |
| Asus | 17 | 13.1 | 13.1 | 89.2 |
| Vaio, Apple, Lenovo | 14 | 10.8 | 10.8 | 100.0 |
| Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Statistics

Merek laptop yang sering digunakan

| | | |
|---|---------|-----|
| N | Valid | 130 |
| | Missing | 0 |

Merek laptop yang sering digunakan

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Toshiba | 29 | 22.3 | 22.3 | 22.3 |
| | Dell | 15 | 11.5 | 11.5 | 33.8 |
| | HP | 20 | 15.4 | 15.4 | 49.2 |
| | Acer | 34 | 26.2 | 26.2 | 75.4 |
| | Asus | 17 | 13.1 | 13.1 | 88.5 |
| | Vaio, Apple, Lenovo | 15 | 11.5 | 11.5 | 100.0 |
| | Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Alasan menggunakan laptop

Statistics

| | | Mengerjakan tugas kuliah | Main game | Prestige | Bisnis | Internet | Jejaring sosial | Media player |
|---|---------|--------------------------|-----------|----------|--------|----------|-----------------|--------------|
| N | Valid | 130 | 130 | 130 | 130 | 130 | 130 | 130 |
| | Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Mengerjakan tugas kuliah

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 9 | 6.9 | 6.9 | 6.9 |
| | Ya | 121 | 93.1 | 93.1 | 100.0 |
| | Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Main game

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 54 | 41.5 | 41.5 | 41.5 |
| | Ya | 76 | 58.5 | 58.5 | 100.0 |
| | Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Prestige

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 126 | 96.9 | 96.9 | 96.9 |
| | Ya | 4 | 3.1 | 3.1 | 100.0 |
| | Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Bisnis

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 110 | 84.6 | 84.6 | 84.6 |
| | Ya | 20 | 15.4 | 15.4 | 100.0 |
| | Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Internet

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 29 | 22.3 | 22.3 | 22.3 |
| | Ya | 101 | 77.7 | 77.7 | 100.0 |
| | Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Jejaring sosial

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 43 | 33.1 | 33.1 | 33.1 |
| | Ya | 87 | 66.9 | 66.9 | 100.0 |
| | Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Media player

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 34 | 26.2 | 26.2 | 26.2 |
| | Ya | 96 | 73.8 | 73.8 | 100.0 |
| | Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Statistics

Kapan terakhir kali anda membeli laptop

| | | |
|---|---------|-----|
| N | Valid | 130 |
| | Missing | 0 |

Kapan terakhir kali anda membeli laptop

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-----------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid < 6 bulan | 64 | 49.2 | 49.2 | 49.2 |
| 1 tahun | 31 | 23.8 | 23.8 | 73.1 |
| 1 - 2 tahun | 35 | 26.9 | 26.9 | 100.0 |
| Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Faktor yang memengaruhi dalam memilih informasi

Statistics

| | Terpercaya dan dapat diandalkan | Pendapat dari seseorang yang profesional | Penerimaan sosial | Informasi yang mneyeluruh | Informasi yang bermanfaat | Biaya |
|---------|---------------------------------|--|-------------------|---------------------------|---------------------------|-------|
| N Valid | 130 | 130 | 130 | 130 | 130 | 130 |
| Missing | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 | 0 |

Terpercaya dan dapat diandalkan

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak | 51 | 39.2 | 39.2 | 39.2 |
| Ya | 79 | 60.8 | 60.8 | 100.0 |
| Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Pendapat dari seseorang yang profesional

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Tidak | 67 | 51.5 | 51.5 | 51.5 |
| Ya | 63 | 48.5 | 48.5 | 100.0 |
| Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Penerimaan sosial

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 125 | 96.2 | 96.2 | 96.2 |
| | Ya | 5 | 3.8 | 3.8 | 100.0 |
| | Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Informasi yang mneyeluruh

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 78 | 60.0 | 60.0 | 60.0 |
| | Ya | 52 | 40.0 | 40.0 | 100.0 |
| | Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Informasi yang bermanfaat

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 86 | 66.2 | 66.2 | 66.2 |
| | Ya | 44 | 33.8 | 33.8 | 100.0 |
| | Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Biaya

| | | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------|-------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid | Tidak | 89 | 68.5 | 68.5 | 68.5 |
| | Ya | 41 | 31.5 | 31.5 | 100.0 |
| | Total | 130 | 100.0 | 100.0 | |

Uji Validitas dan Reliabilitas Ketidakjelasan Produk

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 130 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 130 | 100.0 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .623 | .613 | 7 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|-----|------|----------------|-----|
| KP1 | 3.18 | .870 | 130 |
| KP2 | 4.28 | .673 | 130 |
| KP3 | 3.16 | 1.070 | 130 |
| KP4 | 3.47 | 1.043 | 130 |
| KP5 | 3.32 | .934 | 130 |
| KP6 | 2.82 | 1.062 | 130 |
| KP7 | 3.12 | .872 | 130 |

Summary Item Statistics

| | Mean | Minimum | Maximum | Range | Maximum / Minimum | Variance | N of Items |
|-------------------------|-------|---------|---------|-------|-------------------|----------|------------|
| Item Means | 3.337 | 2.815 | 4.285 | 1.469 | 1.522 | .215 | 7 |
| Inter-Item Correlations | .185 | -.126 | .502 | .628 | -3.977 | .025 | 7 |

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 |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| KP1 | 20.18 | 10.209 | .421 | .285 | .560 |
| KP2 | 19.08 | 12.382 | .099 | .089 | .643 |
| KP3 | 20.20 | 9.464 | .409 | .182 | .559 |
| KP4 | 19.89 | 11.244 | .139 | .047 | .654 |
| KP5 | 20.04 | 9.696 | .470 | .287 | .540 |
| KP6 | 20.55 | 9.118 | .476 | .363 | .532 |
| KP7 | 20.24 | 10.602 | .342 | .309 | .584 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 23.36 | 13.302 | 3.647 | 7 |

Uji Validitas dan Reliabilitas Ketidaktepatan Produk Setelah Butir 2 dan 4 Dihapus

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 130 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 130 | 100.0 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .696 | 5 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| KP1 | 12.42 | 7.750 | .416 | .662 |
| KP3 | 12.45 | 7.133 | .392 | .676 |
| KP5 | 12.28 | 7.135 | .504 | .625 |
| KP6 | 12.79 | 6.491 | .536 | .608 |
| KP7 | 12.48 | 7.709 | .424 | .659 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 15.61 | 10.519 | 3.243 | 5 |

Uji Validitas dan Reliabilitas Kemiripan Produk

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 130 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 130 | 100.0 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .611 | .583 | 3 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|------------|------|----------------|-----|
| kemiripan1 | 4.02 | .590 | 130 |
| kemiripan2 | 4.06 | .632 | 130 |
| kemiripan3 | 4.25 | .518 | 130 |

Summary Item Statistics

| | Mean | Minimum | Maximum | Range | Maximum / Minimum | Variance | N of Items |
|-------------------------|-------|---------|---------|-------|-------------------|----------|------------|
| Item Means | 4.113 | 4.023 | 4.254 | .231 | 1.057 | .015 | 3 |
| Inter-Item Correlations | .318 | .006 | .807 | .801 | 133.454 | .147 | 3 |

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 |
|------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| kemiripan1 | 8.32 | .760 | .588 | .663 | .243 |
| kemiripan2 | 8.28 | .620 | .698 | .670 | .012 |
| kemiripan3 | 8.08 | 1.349 | .080 | .053 | .892 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 12.34 | 1.714 | 1.309 | 3 |

Uji Validitas dan Reliabilitas Kemiripan Produk Setelah Butir 3 Dihapus

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 130 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 130 | 100.0 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .892 | 2 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|------------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| kemiripan1 | 4.06 | .399 | .807 | . ^a |
| kemiripan2 | 4.02 | .348 | .807 | . ^a |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|------|----------|----------------|------------|
| 8.08 | 1.349 | 1.162 | 2 |

Uji Validitas dan Reliabilitas Strategi Untuk Mengurangi Kebingungan

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 130 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 130 | 100.0 |

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .605 | .610 | 4 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|-------|------|----------------|-----|
| stra1 | 3.75 | .705 | 130 |
| stra2 | 3.92 | .565 | 130 |
| stra3 | 4.31 | .541 | 130 |
| stra4 | 4.31 | .541 | 130 |

Summary Item Statistics

| | Mean | Minimum | Maximum | Range | Maximum / Minimum | Variance | N of Items |
|-------------------------|-------|---------|---------|-------|-------------------|----------|------------|
| Item Means | 4.073 | 3.754 | 4.308 | .554 | 1.148 | .078 | 4 |
| Inter-Item Correlations | .281 | .224 | .363 | .139 | 1.618 | .003 | 4 |

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 |
|-------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| stra1 | 12.54 | 1.382 | .414 | .181 | .519 |
| stra2 | 12.37 | 1.785 | .305 | .094 | .591 |
| stra3 | 11.98 | 1.659 | .441 | .201 | .497 |
| stra4 | 11.98 | 1.705 | .402 | .167 | .525 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 16.29 | 2.565 | 1.602 | 4 |

Uji Validitas dan Reliabilitas Sikap Responden Dalam Mencari Informasi

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 130 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 130 | 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 |
|------------------|--|------------|
| .622 | .644 | 3 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|--------|------|----------------|-----|
| sikap1 | 3.85 | .927 | 130 |
| sikap2 | 4.22 | .704 | 130 |
| sikap3 | 3.56 | .956 | 130 |

Summary Item Statistics

| | Mean | Minimum | Maximum | Range | Maximum / Minimum | Variance | N of Items |
|-------------------------|-------|---------|---------|-------|-------------------|----------|------------|
| Item Means | 3.874 | 3.562 | 4.215 | .654 | 1.184 | .107 | 3 |
| Inter-Item Correlations | .376 | .255 | .455 | .199 | 1.780 | .009 | 3 |

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 |
|--------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| sikap1 | 7.78 | 1.973 | .402 | .212 | .570 |
| sikap2 | 7.41 | 2.228 | .550 | .304 | .407 |
| sikap3 | 8.06 | 1.950 | .380 | .180 | .609 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 11.62 | 3.880 | 1.970 | 3 |

Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Konsumen Dari Sumber Informasi

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 130 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 130 | 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 |
|------------------|--|------------|
| .625 | .617 | 6 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|-----------|------|----------------|-----|
| persepsi1 | 3.84 | .657 | 130 |
| persepsi2 | 3.78 | .659 | 130 |
| persepsi3 | 3.87 | .548 | 130 |
| persepsi4 | 3.77 | .653 | 130 |
| persepsi5 | 4.18 | .495 | 130 |
| persepsi6 | 4.13 | .576 | 130 |

Summary Item Statistics

| | Mean | Minimum | Maximum | Range | Maximum / Minimum | Variance | N of Items |
|-------------------------|-------|---------|---------|-------|----------------------|----------|------------|
| Item Means | 3.929 | 3.769 | 4.185 | .415 | 1.110 | .033 | 6 |
| Inter-Item Correlations | .212 | -.091 | .459 | .550 | -5.035 | .027 | 6 |

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 |
|-----------|-------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|---------------------------------|--|
| persepsi1 | 19.74 | 3.016 | .473 | .319 | .530 |
| persepsi2 | 19.79 | 3.267 | .346 | .241 | .586 |
| persepsi3 | 19.71 | 3.387 | .415 | .186 | .560 |
| persepsi4 | 19.81 | 3.102 | .433 | .227 | .548 |
| persepsi5 | 19.39 | 3.977 | .154 | .242 | .645 |
| persepsi6 | 19.45 | 3.520 | .311 | .260 | .598 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 23.58 | 4.525 | 2.127 | 6 |

Uji Validitas dan Reliabilitas Persepsi Konsumen Dari Sumber Informasi Setelah Butir 5 Dihapus

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 130 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 130 | 100.0 |

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

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | N of Items |
|------------------|------------|
| .645 | 5 |

Item-Total Statistics

| | Scale Mean if Item Deleted | Scale Variance if Item Deleted | Corrected Item-Total Correlation | Cronbach's Alpha if Item Deleted |
|-----------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| persepsi1 | 15.55 | 2.451 | .533 | .521 |
| persepsi2 | 15.61 | 2.659 | .412 | .586 |
| persepsi3 | 15.52 | 2.887 | .423 | .584 |
| persepsi4 | 15.62 | 2.624 | .437 | .573 |
| persepsi6 | 15.26 | 3.233 | .199 | .677 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 19.39 | 3.977 | 1.994 | 5 |

Uji Validitas dan Reliabilitas Niat Beli

Case Processing Summary

| | | N | % |
|-------|-----------------------|-----|-------|
| Cases | Valid | 130 | 100.0 |
| | Excluded ^a | 0 | .0 |
| | Total | 130 | 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 |
|------------------|--|------------|
| .882 | .885 | 4 |

Item Statistics

| | Mean | Std. Deviation | N |
|-------|------|----------------|-----|
| niat1 | 3.62 | .828 | 130 |
| niat2 | 3.42 | .843 | 130 |
| niat3 | 3.37 | .989 | 130 |
| niat4 | 3.47 | .900 | 130 |

Summary Item Statistics

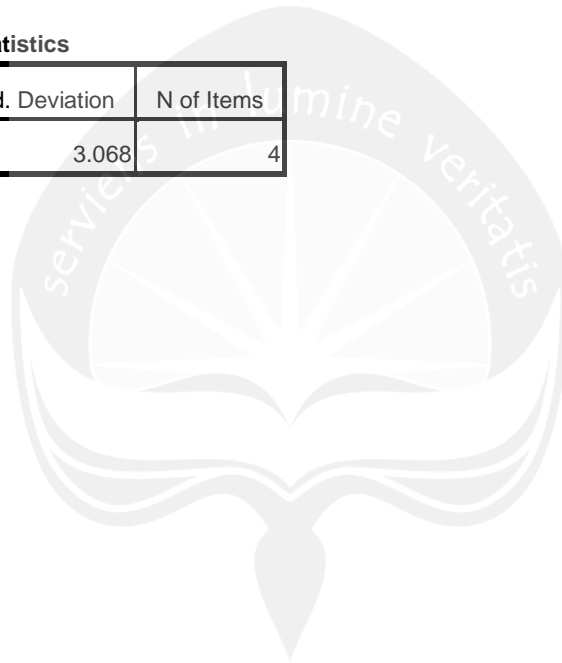
| | Mean | Minimum | Maximum | Range | Maximum / Minimum | Variance | N of Items |
|-------------------------|-------|---------|---------|-------|-------------------|----------|------------|
| Item Means | 3.469 | 3.369 | 3.623 | .254 | 1.075 | .012 | 4 |
| Inter-Item Correlations | .658 | .521 | .784 | .263 | 1.505 | .008 | 4 |

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 |
|-------|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| niat1 | 10.25 | 5.927 | .694 | .522 | .868 |
| niat2 | 10.46 | 5.553 | .793 | .682 | .832 |
| niat3 | 10.51 | 5.337 | .677 | .511 | .880 |
| niat4 | 10.41 | 5.189 | .833 | .716 | .813 |

Scale Statistics

| Mean | Variance | Std. Deviation | N of Items |
|-------|----------|----------------|------------|
| 13.88 | 9.411 | 3.068 | 4 |



One Sample T-Test

Alasan memilih laptop

One-Sample Statistics

| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|----------------|-----|------|----------------|-----------------|
| Bagus | 130 | 3.94 | .594 | .052 |
| Prestige | 130 | 3.22 | .856 | .075 |
| Pengaruh iklan | 130 | 2.95 | .874 | .077 |
| Pengaruh teman | 130 | 3.02 | 1.004 | .088 |
| Model | 130 | 4.02 | 3.631 | .318 |
| Harga | 130 | 3.83 | .799 | .070 |
| Spesifikasi | 130 | 4.14 | .775 | .068 |

One-Sample Test

| | Test Value = 3 | | | | | |
|----------------|----------------|-----|-----------------|-----------------|---|-------|
| | | | | | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Lower | Upper |
| Bagus | 18.015 | 129 | .000 | .938 | .84 | 1.04 |
| Prestige | 2.971 | 129 | .004 | .223 | .07 | .37 |
| Pengaruh iklan | -.702 | 129 | .484 | -.054 | -.21 | .10 |
| Pengaruh teman | .175 | 129 | .862 | .015 | -.16 | .19 |
| Model | 3.212 | 129 | .002 | 1.023 | .39 | 1.65 |
| Harga | 11.861 | 129 | .000 | .831 | .69 | .97 |
| Spesifikasi | 16.746 | 129 | .000 | 1.138 | 1.00 | 1.27 |

Memiliki informasi sebelum melakukan keputusan pembelian

One-Sample Statistics

| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|------------------------------------|-----|------|----------------|-----------------|
| Memiliki informasi sebelum membeli | 130 | 6.60 | 1.899 | .167 |

One-Sample Test

| | Test Value = 3 | | | | | |
|------------------------------------|----------------|-----|-----------------|-----------------|---|-------|
| | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | | | | | Lower | Upper |
| Memiliki informasi sebelum membeli | 21.615 | 129 | .000 | 3.600 | 3.27 | 3.93 |

Sumber informasi yang biasa digunakan untuk mengurangi kebingungan

One-Sample Statistics

| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--|-----|------|----------------|-----------------|
| Rekomendasi dari teman | 130 | 3.74 | .721 | .063 |
| Laporan dari konsumen lain | 130 | 3.37 | .908 | .080 |
| Laporan teknis dari perusahaan mengenai spesifikasi laptop | 130 | 3.63 | .882 | .077 |
| Brosur | 130 | 3.59 | .733 | .064 |
| Internet | 130 | 3.85 | .759 | .067 |
| Panduan dari toko komputer | 130 | 3.55 | .798 | .070 |
| Saran/penjelasan SPG | 130 | 3.38 | .875 | .077 |

One-Sample Test

| | Test Value = 3 | | | | | |
|--|----------------|-----|-----------------|-----------------|---|-------|
| | | | | | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Lower | Upper |
| Rekomendasi dari teman | 11.674 | 129 | .000 | .738 | .61 | .86 |
| Laporan dari konsumen lain | 4.638 | 129 | .000 | .369 | .21 | .53 |
| Laporan teknis dari perusahaan mengenai spesifikasi laptop | 8.157 | 129 | .000 | .631 | .48 | .78 |
| Brosur | 9.208 | 129 | .000 | .592 | .47 | .72 |
| Internet | 12.834 | 129 | .000 | .854 | .72 | .99 |
| Panduan dari toko komputer | 7.914 | 129 | .000 | .554 | .42 | .69 |
| Saran/penjelasan SPG | 5.012 | 129 | .000 | .385 | .23 | .54 |

Sikap responden dalam mencari informasi

One-Sample Statistics

| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|--------|-----|--------|----------------|-----------------|
| sikap1 | 130 | 3.8462 | .92729 | .08133 |
| sikap2 | 130 | 4.2154 | .70419 | .06176 |
| sikap3 | 130 | 3.5615 | .95645 | .08389 |
| Sikap | 130 | 3.8744 | .65660 | .05759 |

One-Sample Test

| | Test Value = 3 | | | | | |
|--------|----------------|-----|-----------------|-----------------|---|--------|
| | | | | | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Lower | Upper |
| sikap1 | 10.404 | 129 | .000 | .84615 | .6852 | 1.0071 |
| sikap2 | 19.679 | 129 | .000 | 1.21538 | 1.0932 | 1.3376 |
| sikap3 | 6.694 | 129 | .000 | .56154 | .3956 | .7275 |
| Sikap | 15.183 | 129 | .000 | .87436 | .7604 | .9883 |

Persepsi konsumen dari sumber informasi

One-Sample Statistics

| | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|-----------|-----|--------|----------------|-----------------|
| persepsi1 | 130 | 3.8385 | .65656 | .05758 |
| persepsi2 | 130 | 3.7846 | .65869 | .05777 |
| persepsi3 | 130 | 3.8692 | .54827 | .04809 |
| persepsi4 | 130 | 3.7692 | .65342 | .05731 |
| persepsi6 | 130 | 4.1308 | .57585 | .05051 |
| Persepsi | 130 | 3.8785 | .39883 | .03498 |

One-Sample Test

| | Test Value = 3 | | | | | |
|-----------|----------------|-----|-----------------|-----------------|---|--------|
| | | | | | 95% Confidence Interval of the Difference | |
| | t | df | Sig. (2-tailed) | Mean Difference | Lower | Upper |
| persepsi1 | 14.561 | 129 | .000 | .83846 | .7245 | .9524 |
| persepsi2 | 13.582 | 129 | .000 | .78462 | .6703 | .8989 |
| persepsi3 | 18.077 | 129 | .000 | .86923 | .7741 | .9644 |
| persepsi4 | 13.423 | 129 | .000 | .76923 | .6558 | .8826 |
| persepsi6 | 22.389 | 129 | .000 | 1.13077 | 1.0308 | 1.2307 |
| Persepsi | 25.113 | 129 | .000 | .87846 | .8093 | .9477 |



Regresi Linear Berganda

Variables Entered/Removed

| Model | Variables Entered | Variables Removed | Method |
|-------|---|-------------------|---------|
| 1 | Mencari informasi tambahan, Pilihan produk yang terlalu banyak, Membatalkan, Kemiripan produk, Mengklarifikasi, Ketidakjelasan produk, Melibatkan keluarga ^a | | . Enter |

a. All requested variables entered.

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .673 ^a | .453 | .422 | .58327 |

a. Predictors: (Constant), Mencari informasi tambahan, Pilihan produk yang terlalu banyak, Membatalkan, Kemiripan produk, Mengklarifikasi, Ketidakjelasan produk, Melibatkan keluarga

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|-----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 34.372 | 7 | 4.910 | 14.434 | .000 ^a |
| | Residual | 41.505 | 122 | .340 | | |
| | Total | 75.877 | 129 | | | |

a. Predictors: (Constant), Mencari informasi tambahan, Pilihan produk yang terlalu banyak, Membatalkan, Kemiripan produk, Mengklarifikasi, Ketidakjelasan produk, Melibatkan keluarga

b. Dependent Variable: Niat beli

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------------------------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 3.422 | .894 | | 3.828 | .000 |
| | Ketidakjelasan produk | -.230 | .090 | -.195 | -2.542 | .012 |
| | Kemiripan produk | -.222 | .091 | -.168 | -2.434 | .016 |
| | Pilihan produk yang terlalu banyak | -.176 | .060 | -.216 | -2.935 | .004 |
| | Membatalkan | -.199 | .075 | -.183 | -2.646 | .009 |
| | Mengklarifikasi | .044 | .096 | .033 | .464 | .643 |
| | Melibatkan keluarga | .445 | .116 | .314 | 3.836 | .000 |
| | Mencari informasi tambahan | .217 | .105 | .153 | 2.074 | .040 |

a. Dependent Variable: Niat beli

Independent Sample T-Test

Group Statistics

| | Jenis kelamin | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error Mean |
|------------------------------------|---------------|----|--------|----------------|-----------------|
| Ketidakjelasan produk | Laki-laki | 57 | 3.1123 | .71316 | .09446 |
| | Perempuan | 73 | 3.1288 | .59849 | .07005 |
| Kemiripan produk | Laki-laki | 57 | 3.9561 | .59971 | .07943 |
| | Perempuan | 73 | 4.1096 | .56055 | .06561 |
| Pilihan produk yang terlalu banyak | Laki-laki | 57 | 3.5789 | .80061 | .10604 |
| | Perempuan | 73 | 3.4795 | 1.04229 | .12199 |
| Membatalkan | Laki-laki | 57 | 3.7368 | .79116 | .10479 |
| | Perempuan | 73 | 3.7671 | .63510 | .07433 |
| Mengklarifikasi | Laki-laki | 57 | 3.9825 | .58221 | .07712 |
| | Perempuan | 73 | 3.8767 | .55139 | .06454 |
| Melibatkan keluarga | Laki-laki | 57 | 4.2807 | .52625 | .06970 |
| | Perempuan | 73 | 4.3288 | .55415 | .06486 |
| Mencari informasi tambahan | Laki-laki | 57 | 4.3158 | .57190 | .07575 |
| | Perempuan | 73 | 4.3014 | .51868 | .06071 |
| Niat beli | Laki-laki | 57 | 3.5833 | .79386 | .10515 |
| | Perempuan | 73 | 3.3801 | .73846 | .08643 |

| | | t-test for Equality of Means | | |
|------------------------------------|-----------------------------|------------------------------|---------|----------------|
| | | T | df | Sig.(2-tailed) |
| Ketidakjelasan produk | Equal variances assumed | -.143 | 128 | .886 |
| | Equal variances not assumed | -.140 | 108.909 | .889 |
| Kemiripan produk | Equal variances assumed | -1.502 | 128 | .136 |
| | Equal variances not assumed | -1.489 | 116.351 | .139 |
| Pilihan produk yang terlalu banyak | Equal variances assumed | .596 | 128 | .552 |
| | Equal variances not assumed | .616 | 127.974 | .539 |
| Membatalkan | Equal variances assumed | -.242 | 128 | .809 |
| | Equal variances not assumed | -.236 | 105.715 | .814 |
| Mengklarifikasi | Equal variances assumed | 1.059 | 128 | .292 |
| | Equal variances not assumed | 1.052 | 117.196 | .295 |
| Melibatkan keluarga | Equal variances assumed | -.502 | 128 | .617 |
| | Equal variances not assumed | -.505 | 123.148 | .615 |
| Mencari informasi tambahan | Equal variances assumed | .150 | 128 | .881 |
| | Equal variances not assumed | .149 | 114.347 | .882 |
| Niat beli | Equal variances assumed | 1.506 | 128 | .134 |
| | Equal variances not assumed | 1.493 | 116.037 | .138 |

Oneway Anova

| | | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error |
|------------------------------------|--------------------------|-----|--------|----------------|------------|
| Ketidakjelasan produk | < Rp 500.000 | 24 | 3.2167 | .54347 | .11094 |
| | Rp 501.000 - Rp 750.000 | 21 | 2.9714 | .44401 | .09689 |
| | Rp 751.000 - Rp 1000.000 | 47 | 3.2298 | .66852 | .09751 |
| | > Rp 1000.000 | 38 | 3.0105 | .75830 | .12301 |
| | Total | 130 | 3.1215 | .64867 | .05689 |
| Kemiripan produk | < Rp 500.000 | 24 | 3.9167 | .65386 | .13347 |
| | Rp 501.000 - Rp 750.000 | 21 | 4.1905 | .33452 | .07300 |
| | Rp 751.000 - Rp 1000.000 | 47 | 4.0426 | .61529 | .08975 |
| | > Rp 1000.000 | 38 | 4.0395 | .59708 | .09686 |
| | Total | 130 | 4.0423 | .58081 | .05094 |
| Pilihan produk yang terlalu banyak | < Rp 500.000 | 24 | 3.5833 | .92861 | .18955 |
| | Rp 501.000 - Rp 750.000 | 21 | 3.7619 | .62488 | .13636 |
| | Rp 751.000 - Rp 1000.000 | 47 | 3.5319 | 1.12000 | .16337 |
| | > Rp 1000.000 | 38 | 3.3421 | .84714 | .13742 |
| | Total | 130 | 3.5231 | .94184 | .08260 |
| Membatalkan | < Rp 500.000 | 24 | 3.7083 | .69025 | .14090 |
| | Rp 501.000 - Rp 750.000 | 21 | 3.4286 | .81064 | .17690 |
| | Rp 751.000 - Rp 1000.000 | 47 | 3.8298 | .63654 | .09285 |
| | > Rp 1000.000 | 38 | 3.8684 | .70408 | .11422 |
| | Total | 130 | 3.7538 | .70504 | .06184 |

| | | | | | |
|----------------------------|--------------------------|-----|--------|--------|--------|
| Mengklarifikasi | < Rp 500.000 | 24 | 3.8333 | .70196 | .14329 |
| | Rp 501.000 - Rp 750.000 | 21 | 3.7619 | .62488 | .13636 |
| | Rp 751.000 - Rp 1000.000 | 47 | 3.9574 | .46426 | .06772 |
| | > Rp 1000.000 | 38 | 4.0263 | .54460 | .08835 |
| | Total | 130 | 3.9231 | .56535 | .04958 |
| Melibatkan keluarga | < Rp 500.000 | 24 | 4.2083 | .50898 | .10389 |
| | Rp 501.000 - Rp 750.000 | 21 | 4.3333 | .48305 | .10541 |
| | Rp 751.000 - Rp 1000.000 | 47 | 4.2766 | .57868 | .08441 |
| | > Rp 1000.000 | 38 | 4.3947 | .54720 | .08877 |
| | Total | 130 | 4.3077 | .54054 | .04741 |
| Mencari informasi tambahan | < Rp 500.000 | 24 | 4.2917 | .55003 | .11228 |
| | Rp 501.000 - Rp 750.000 | 21 | 4.1905 | .51177 | .11168 |
| | Rp 751.000 - Rp 1000.000 | 47 | 4.2553 | .56982 | .08312 |
| | > Rp 1000.000 | 38 | 4.4474 | .50390 | .08174 |
| | Total | 130 | 4.3077 | .54054 | .04741 |
| Niat beli | < Rp 500.000 | 24 | 3.2604 | .67357 | .13749 |
| | Rp 501.000 - Rp 750.000 | 21 | 3.4881 | .59412 | .12965 |
| | Rp 751.000 - Rp 1000.000 | 47 | 3.4787 | .85946 | .12536 |
| | > Rp 1000.000 | 38 | 3.5789 | .78651 | .12759 |
| | Total | 130 | 3.4692 | .76694 | .06726 |

ANOVA

| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------------------------------|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Ketidakjelasan produk | Between Groups | 1.709 | 3 | .570 | 1.366 | .256 |
| | Within Groups | 52.570 | 126 | .417 | | |
| | Total | 54.280 | 129 | | | |
| Kemiripan produk | Between Groups | .840 | 3 | .280 | .827 | .481 |
| | Within Groups | 42.677 | 126 | .339 | | |
| | Total | 43.517 | 129 | | | |
| Pilihan produk yang terlalu banyak | Between Groups | 2.533 | 3 | .844 | .951 | .418 |
| | Within Groups | 111.898 | 126 | .888 | | |
| | Total | 114.431 | 129 | | | |
| Membatalkan | Between Groups | 3.041 | 3 | 1.014 | 2.091 | .105 |
| | Within Groups | 61.082 | 126 | .485 | | |
| | Total | 64.123 | 129 | | | |
| Mengklarifikasi | Between Groups | 1.199 | 3 | .400 | 1.258 | .292 |
| | Within Groups | 40.031 | 126 | .318 | | |
| | Total | 41.231 | 129 | | | |
| Melibatkan keluarga | Between Groups | .584 | 3 | .195 | .661 | .577 |
| | Within Groups | 37.108 | 126 | .295 | | |
| | Total | 37.692 | 129 | | | |
| Mencari informasi tambahan | Between Groups | 1.165 | 3 | .388 | 1.340 | .265 |
| | Within Groups | 36.527 | 126 | .290 | | |
| | Total | 37.692 | 129 | | | |
| Niat beli | Between Groups | 1.516 | 3 | .505 | .856 | .466 |
| | Within Groups | 74.361 | 126 | .590 | | |
| | Total | 75.877 | 129 | | | |

| | | N | Mean | Std. Deviation | Std. Error |
|------------------------------------|---------------------|-----|--------|----------------|------------|
| Ketidakjelasan produk | Toshiba | 27 | 3.2148 | .44696 | .08602 |
| | Dell | 15 | 3.1200 | .73212 | .18903 |
| | HP | 21 | 3.0857 | .66805 | .14578 |
| | Acer | 36 | 3.0889 | .72890 | .12148 |
| | Asus | 17 | 3.1294 | .78403 | .19016 |
| | Vaio, Apple, Lenovo | 14 | 3.0714 | .54692 | .14617 |
| | Total | 130 | 3.1215 | .64867 | .05689 |
| Kemiripan produk | Toshiba | 27 | 3.9630 | .66399 | .12779 |
| | Dell | 15 | 4.0333 | .66726 | .17229 |
| | HP | 21 | 4.1429 | .23146 | .05051 |
| | Acer | 36 | 4.0972 | .61898 | .10316 |
| | Asus | 17 | 4.0000 | .58630 | .14220 |
| | Vaio, Apple, Lenovo | 14 | 3.9643 | .63441 | .16955 |
| | Total | 130 | 4.0423 | .58081 | .05094 |
| Pilihan produk yang terlalu banyak | Toshiba | 27 | 3.3704 | 1.04323 | .20077 |
| | Dell | 15 | 3.4667 | .63994 | .16523 |
| | HP | 21 | 3.5238 | .74960 | .16358 |
| | Acer | 36 | 3.6389 | .99003 | .16500 |
| | Asus | 17 | 3.6471 | .99632 | .24164 |
| | Vaio, Apple, Lenovo | 14 | 3.4286 | 1.15787 | .30945 |
| | Total | 130 | 3.5231 | .94184 | .08260 |
| Membatalkan | Toshiba | 27 | 3.7037 | .91209 | .17553 |
| | Dell | 15 | 3.7333 | .70373 | .18170 |
| | HP | 21 | 3.9524 | .49761 | .10859 |
| | Acer | 36 | 3.8333 | .69693 | .11616 |
| | Asus | 17 | 3.6471 | .60634 | .14706 |
| | Vaio, Apple, Lenovo | 14 | 3.5000 | .65044 | .17384 |
| | Total | 130 | 3.7538 | .70504 | .06184 |

| | | | | | |
|----------------------------|---------------------|-----|--------|--------|--------|
| Mengklarifikasi | Toshiba | 27 | 4.0000 | .62017 | .11935 |
| | Dell | 15 | 4.0667 | .25820 | .06667 |
| | HP | 21 | 4.0000 | .54772 | .11952 |
| | Acer | 36 | 3.8056 | .57666 | .09611 |
| | Asus | 17 | 3.8235 | .80896 | .19620 |
| | Vaio, Apple, Lenovo | 14 | 3.9286 | .26726 | .07143 |
| | Total | 130 | 3.9231 | .56535 | .04958 |
| Melibatkan keluarga | Toshiba | 27 | 4.2593 | .52569 | .10117 |
| | Dell | 15 | 4.2000 | .56061 | .14475 |
| | HP | 21 | 4.3333 | .57735 | .12599 |
| | Acer | 36 | 4.3889 | .49441 | .08240 |
| | Asus | 17 | 4.2941 | .58787 | .14258 |
| | Vaio, Apple, Lenovo | 14 | 4.2857 | .61125 | .16336 |
| | Total | 130 | 4.3077 | .54054 | .04741 |
| Mencari informasi tambahan | Toshiba | 27 | 4.2963 | .54171 | .10425 |
| | Dell | 15 | 4.5333 | .51640 | .13333 |
| | HP | 21 | 4.0952 | .62488 | .13636 |
| | Acer | 36 | 4.3611 | .48714 | .08119 |
| | Asus | 17 | 4.4118 | .50730 | .12304 |
| | Vaio, Apple, Lenovo | 14 | 4.1429 | .53452 | .14286 |
| | Total | 130 | 4.3077 | .54054 | .04741 |
| Niat beli | Toshiba | 27 | 3.5833 | .75320 | .14495 |
| | Dell | 15 | 3.4833 | .94711 | .24454 |
| | HP | 21 | 3.4286 | .72948 | .15919 |
| | Acer | 36 | 3.3958 | .71308 | .11885 |
| | Asus | 17 | 3.4853 | .91203 | .22120 |
| | Vaio, Apple, Lenovo | 14 | 3.4643 | .69238 | .18505 |
| | Total | 130 | 3.4692 | .76694 | .06726 |

ANOVA

| | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|------------------------------------|----------------|----------------|-----|-------------|-------|------|
| Ketidakjelasan produk | Between Groups | .336 | 5 | .067 | .155 | .978 |
| | Within Groups | 53.943 | 124 | .435 | | |
| | Total | 54.280 | 129 | | | |
| Kemiripan produk | Between Groups | .608 | 5 | .122 | .351 | .881 |
| | Within Groups | 42.910 | 124 | .346 | | |
| | Total | 43.517 | 129 | | | |
| Pilihan produk yang terlalu banyak | Between Groups | 1.547 | 5 | .309 | .340 | .888 |
| | Within Groups | 112.884 | 124 | .910 | | |
| | Total | 114.431 | 129 | | | |
| Membatalkan | Between Groups | 2.225 | 5 | .445 | .892 | .489 |
| | Within Groups | 61.898 | 124 | .499 | | |
| | Total | 64.123 | 129 | | | |
| Mengklarifikasi | Between Groups | 1.259 | 5 | .252 | .781 | .565 |
| | Within Groups | 39.971 | 124 | .322 | | |
| | Total | 41.231 | 129 | | | |
| Melibatkan keluarga | Between Groups | .498 | 5 | .100 | .332 | .893 |
| | Within Groups | 37.194 | 124 | .300 | | |
| | Total | 37.692 | 129 | | | |
| Mencari informasi tambahan | Between Groups | 2.382 | 5 | .476 | 1.673 | .146 |
| | Within Groups | 35.310 | 124 | .285 | | |
| | Total | 37.692 | 129 | | | |
| Niat beli | Between Groups | .588 | 5 | .118 | .194 | .964 |
| | Within Groups | 75.289 | 124 | .607 | | |
| | Total | 75.877 | 129 | | | |