

BAB V

PENUTUP

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, dapat diambil beberapa kesimpulan dari penelitian ini sebagai berikut :

1. Responden yang dipakai dalam penelitian ini adalah konsumen produk plastik Tupperware, yang berjumlah 100 responden. Data responden dapat diketahui dengan menggunakan analisis deskriptif berdasarkan umur, jenis kelamin, pekerjaan, dan pengetahuan responden tentang produk plastik Tupperware.
2. Berdasarkan hasil analisis deskriptif:
 - a. Sebagian besar responden mengetahui produk plastik merek Tupperware yaitu sebanyak 46 orang atau 46%.
 - b. Responden juga mengetahui produk plastik dengan merek Lion Star yaitu sebanyak 36 orang atau 36%.
 - c. Responden juga mengetahui produk plastik dengan merek Rocket yaitu sebanyak 6 orang atau 6%.
 - d. Responden juga mengetahui produk plastik dengan merek Golden yaitu sebanyak 9 orang atau 9%.
 - e. Responden juga mengetahui produk plastik dengan merek Sansui yaitu sebanyak 3 orang atau 3%.

3. Berdasarkan langkah-langkah pengujian analisis *Cochran* yaitu melakukan pembuangan berdasarkan jawaban “tidak” yang terbanyak dari setiap faktor sampai ditemukan faktor-faktor yang membentuk *brand assosiasi* produk plastik merek Tupperware. Keempat faktor yang membentuk *brand assosiasi* produk plastik merek Tupperware tersebut adalah:

- a. Produk plastik Tupperware berkesan eksklusif
- b. Produk plastik Tupperware awet dan tahan lama
- c. Produk plastik Tupperware memiliki banyak model
- d. Produk plastik Tupperware praktis digunakan

4. Berdasarkan hasil analisis mean aritmatik:

Dari keempat faktor yang diberikan kepada responden menghasilkan $t_{hitung} > t_{tabel}$ yaitu H_a diterima menyatakan bahwa tingkat loyalitas responden terhadap produk plastik Tupperware tinggi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dajan, Anto, *Pengantar Metode Statistik II*, Jakarta: LP3ES, 1991.
- Durianto, Darmadi dan Tony Sitinjak, 2001, *Strategi Menaklukan Pasar*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hadi, Sutrisno Prof. (1991). *Analisa Butir Untuk Instrum*, Cetakan V, Yogyakarta: Yayasan Penerbit Fakultas Psikologi UGM.
- Kotler, Philip, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran*, Jilid 1, Pt. Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, P, 2002, *Marketing Management*, 11th ed, Upper Saddle River, NJ : Pearson Education International.
- Mangkunegara, A.A.A.P, 2002, *Perilaku Konsumen*, Bandung: Refika Aditama.
- Mudrajad, Kuncoro, 1999, Phd, *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Yogyakarta: UPP AMP YKPN.
- Rangkuti, Freddy, 2004, *The Power Of Brands*, Cetakan Kedua, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, Dr. (2000). *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Kedua. Bandung: CV. Alfabeta.
- Santoso, Singgih, 2001, *SPSS Statistik Parametrik*, Jakarta: Penerbit Elex Media Computindo.
- Supranto, J, *Pengantar Probabilitas Dan Statistik Induktif*, Penerbit Erlangga, Surabaya, 1997.
- Tjiptono, Fandy, 2005, *Brand Management & Strategy*, Andi Offset, Yogyakarta.

IDENTITAS RESPONDEN

- Umur : < 20 th
 21 – 25 th
 26 – 30 th
 31 – 35 th
 36 – 40 th
 > 41 th

- Jenis Kelamin : Laki-laki
 Perempuan

- Pekerjaan : Pelajar
 Mahasiswa
 PNS
 Swasta
 Lain-lain

BRAND EQUITY

Bacalah semua pernyataan dengan teliti. Berilah tanda pada jawaban yang sesuai dengan pilihan anda.

Brand Awareness

1. Merek produk plastik yang ada dalam pikiran Anda adalah
2. Merek produk plastik apa saja yang Anda ketahui:
a. c. e.
b. d.
3. Apakah Anda mengenal produk plastik Tupperware?
 Ya, saya mengenal
 Ya, saya mengenalnya setelah mengisi kuisioner ini
 Tidak mengenal sama sekali

Brand Association

4. Produk plastik Tupperware berkesan eksklusif
 Ya Tidak
5. Produk plastik Tupperware awet dan tahan lama
 Ya Tidak
6. Produk plastik Tupperware harganya terjangkau
 Ya Tidak
7. Produk plastik Tupperware memiliki banyak model
 Ya Tidak
8. Produk plastik Tupperware ramah lingkungan
 Ya Tidak
9. Produk plastik Tupperware praktis digunakan
 Ya Tidak

Brand Loyalty

10. Anda berpindah merek produk plastik karena pengaruh harga
 Sangat setuju Cukup setuju Sangat tidak setuju
 Setuju Tidak setuju
11. Keputusan pembelian produk plastik Tupperware karena kebiasaan
 Sangat setuju Cukup setuju Sangat tidak setuju
 Setuju Tidak setuju
12. Produk plastik Tupperware dapat memberikan kepuasan
 Sangat setuju Cukup setuju Sangat tidak setuju
 Setuju Tidak setuju
13. Anda akan menyarankan produk plastik Tupperware kepada orang lain
 Sangat setuju Cukup setuju Sangat tidak setuju
 Setuju Tidak setuju

Brand Association

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,833	6

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Produk plastik Tupperware berkesan eksklusif	3,87	2,189	,574	,813
Produk plastik Tupperware awet dan tahan lama	3,80	2,234	,711	,793
Produk plastik Tupperware harganya terjangkau	4,23	1,978	,519	,838
Produk plastik Tupperware memiliki banyak model	3,83	2,144	,704	,790
Produk plastik Tupperware ramah lingkungan	3,97	2,033	,577	,815
Produk plastik Tupperware praktis digunakan	3,80	2,234	,711	,793

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
4,70	2,976	1,725	6

Brand Loyalty

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,800	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Anda berpindah merek produk plastik karena pengaruh harganya	11,63	3,551	,465	,859
Keputusan pembelian produk plastik Tupperware karena kebiasaan	11,27	3,857	,620	,746
Produk plastik Tupperware dapat memberikan kepuasan	10,90	3,748	,741	,694
Anda menyarankan produk plastik Tupperware kepada orang lain	10,80	4,028	,736	,710

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14,87	6,326	2,515	4

Frequencies

Frequency Table

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 20 tahun	7	7,0	7,0	7,0
	21 - 25 tahun	19	19,0	19,0	26,0
	26 - 30 tahun	25	25,0	25,0	51,0
	31 - 35 tahun	17	17,0	17,0	68,0
	36 - 40 tahun	20	20,0	20,0	88,0
	> 41 tahun	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

		Jenis kelamin			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	14	14,0	14,0	14,0
	Perempuan	86	86,0	86,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

		Pekerjaan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar	10	10,0	10,0	10,0
	Mahasiswa	13	13,0	13,0	23,0
	PNS	14	14,0	14,0	37,0
	Swasta	38	38,0	38,0	75,0
	Lain-lain	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Frequency Table

Merek produk plastik yang ada dibenak anda adalah:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tupperware	46	46.0	46.0	46.0
	Lion Star	36	36.0	36.0	82.0
	Rocket	6	6.0	6.0	88.0
	Golden	9	9.0	9.0	97.0
	Sansui	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Apakah anda mengenal plastik merek Tupperware:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	100	100.0	100.0	100.0

Apakah anda mengenal plastik merek Lion Star:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	43	43.0	43.0	43.0
	Ya	57	57.0	57.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Apakah anda mengenal plastik merek Rocket:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	35	35.0	35.0	35.0
	Ya	65	65.0	65.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Apakah anda mengenal plastik merek Golden:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	33	33.0	33.0	33.0
	Ya	67	67.0	67.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Apakah anda mengenal plastik merek Sansui:

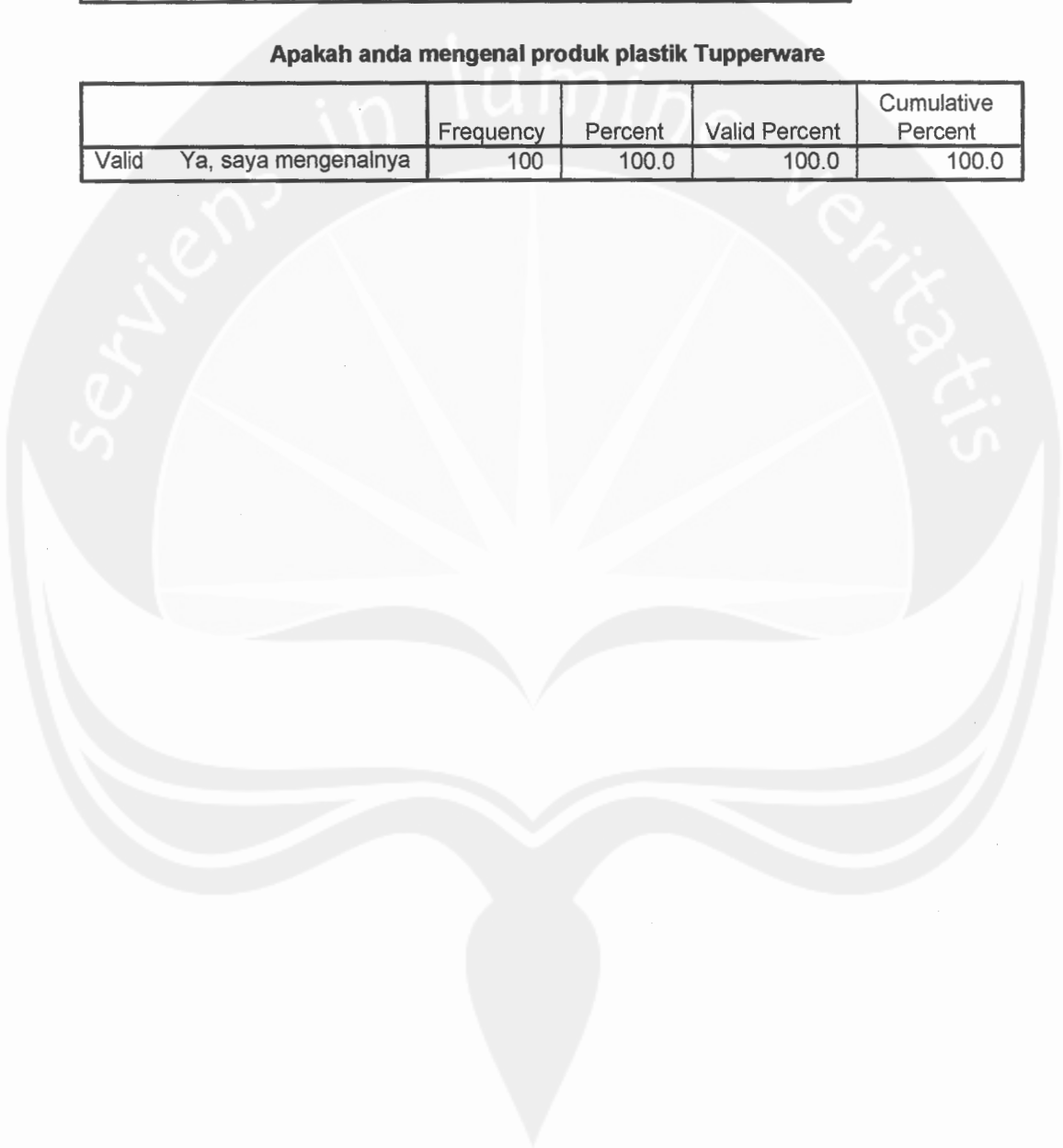
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	68	68.0	68.0	68.0
	Ya	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Merek produk lainnya yang anda kenal:

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	57	57.0	57.0	57.0
	Ya	43	43.0	43.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Apakah anda mengenal produk plastik Tupperware

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya, saya mengenalnya	100	100.0	100.0	100.0



Frequency Table

Produk plastik Tupperware berkesan eksklusif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	17	17.0	17.0	17.0
	Ya	83	83.0	83.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Produk plastik Tupperware awet dan tahan lama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	11	11.0	11.0	11.0
	Ya	89	89.0	89.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Produk plastik Tupperware harganya terjangkau

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	55	55.0	55.0	55.0
	Ya	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Produk plastik Tupperware memiliki banyak model

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	8	8.0	8.0	8.0
	Ya	92	92.0	92.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Produk plastik Tupperware ramah lingkungan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	28	28.0	28.0	28.0
	Ya	72	72.0	72.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Produk plastik Tupperware praktis digunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	8	8.0	8.0	8.0
	Ya	92	92.0	92.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Frequency Table

Produk plastik Tupperware berkesan eksklusif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	17	17.0	17.0	17.0
	Ya	83	83.0	83.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Produk plastik Tupperware awet dan tahan lama

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	11	11.0	11.0	11.0
	Ya	89	89.0	89.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Produk plastik Tupperware harganya terjangkau

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	55	55.0	55.0	55.0
	Ya	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Produk plastik Tupperware memiliki banyak model

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	8	8.0	8.0	8.0
	Ya	92	92.0	92.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Produk plastik Tupperware ramah lingkungan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	28	28.0	28.0	28.0
	Ya	72	72.0	72.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Produk plastik Tupperware praktis digunakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	8	8.0	8.0	8.0
	Ya	92	92.0	92.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Produk plastik Tupperware berkesan eksklusif	17	83
Produk plastik Tupperware awet dan tahan lama	11	89
Produk plastik Tupperware harganya terjangkau	55	45
Produk plastik Tupperware memiliki banyak model	8	92
Produk plastik Tupperware ramah lingkungan	28	72
Produk plastik Tupperware praktis digunakan	8	92

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	116.002 ^a
df	5
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Produk plastik Tupperware berkesan eksklusif	17	83
Produk plastik Tupperware awet dan tahan lama	11	89
Produk plastik Tupperware memiliki banyak model	8	92
Produk plastik Tupperware ramah lingkungan	28	72
Produk plastik Tupperware praktis digunakan	8	92

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	26.654 ^a
df	4
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Produk plastik Tupperware berkesan eksklusif	17	83
Produk plastik Tupperware awet dan tahan lama	11	89
Produk plastik Tupperware memiliki banyak model	8	92
Produk plastik Tupperware praktis digunakan	8	92

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	6.480 ^a
df	3
Asymp. Sig.	.090

a. 1 is treated as a success.

T-Test

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Anda berpindah merek produk plastik karena pengaruh harganya	100	3,3500	,95743	,09574
Keputusan pembelian produk plastik Tupperware karena kebiasaan	100	3,5700	,75552	,07555
Produk plastik Tupperware dapat memberikan kepuasan	100	3,9300	,71428	,07143
Anda menyarankan produk plastik Tupperware kepada orang lain	100	4,0400	,61824	,06182
Brand Loyalty	100	3,7225	,51111	,05111

One-Sample Test

Test Value = 3

	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
Anda berpindah merek produk plastik karena pengaruh harganya	3,656	99	,000	,35000	,1600	,5400
Keputusan pembelian produk plastik Tupperware karena kebiasaan	7,544	99	,000	,57000	,4201	,7199
Produk plastik Tupperware dapat memberikan kepuasan	13,020	99	,000	,93000	,7883	1,0717
Anda menyarankan produk plastik Tupperware kepada orang lain	16,822	99	,000	1,04000	,9173	1,1627
Brand Loyalty	14,136	99	,000	,72250	,6211	,8239

Case Summaries : Demografi

	Umur	Jenis kelamin	Pekerjaan
1	6	2	4
2	6	2	5
3	5	2	4
4	1	2	1
5	6	2	5
6	5	2	4
7	4	2	3
8	4	2	3
9	3	2	5
10	2	2	2
11	2	2	4
12	2	2	2
13	2	2	2
14	5	2	5
15	1	2	1
16	5	2	3
17	3	2	4
18	3	1	4
19	2	1	1
20	3	2	5
21	3	2	5
22	3	2	4
23	4	1	3
24	6	2	4
25	5	1	4
26	3	1	4
27	4	1	4
28	2	2	2
29	3	2	4
30	5	2	4
31	6	2	5
32	5	2	4
33	6	2	4
34	4	2	3
35	3	2	5
36	2	2	2
37	2	2	4
38	2	2	2
39	1	2	1
40	3	2	4
41	3	1	4
42	3	2	5
43	3	2	4
44	4	1	3
45	6	2	4
46	5	1	4
47	3	1	4
48	2	2	2

Case Summaries : Demografi

	Umur	Jenis kelamin	Pekerjaan
49	3	2	4
50	5	2	4
51	6	2	5
52	5	2	4
53	6	2	5
54	4	2	3
55	3	2	5
56	2	2	2
57	5	2	5
58	1	2	1
59	3	1	4
60	3	2	5
61	4	1	3
62	6	2	5
63	5	2	4
64	2	2	2
65	3	2	4
66	4	2	5
67	6	2	5
68	1	2	1
69	5	2	4
70	4	2	3
71	3	2	5
72	2	2	2
73	1	2	1
74	5	2	4
75	4	2	3
76	2	2	2
77	5	2	5
78	5	2	3
79	2	2	1
80	4	2	4
81	1	2	1
82	4	2	3
83	2	2	2
84	5	2	3
85	2	1	1
86	3	2	5
87	4	1	4
88	4	2	5
89	5	2	4
90	5	2	4
91	2	2	4
92	3	2	4
93	3	2	4
94	3	2	4
95	6	2	5
96	4	2	3

Case Summaries : Demografi

	Umur	Jenis kelamin	Pekerjaan
97	5	2	5
98	3	2	5
99	4	2	5
100	2	2	2



Case Summaries : Brand Awareness

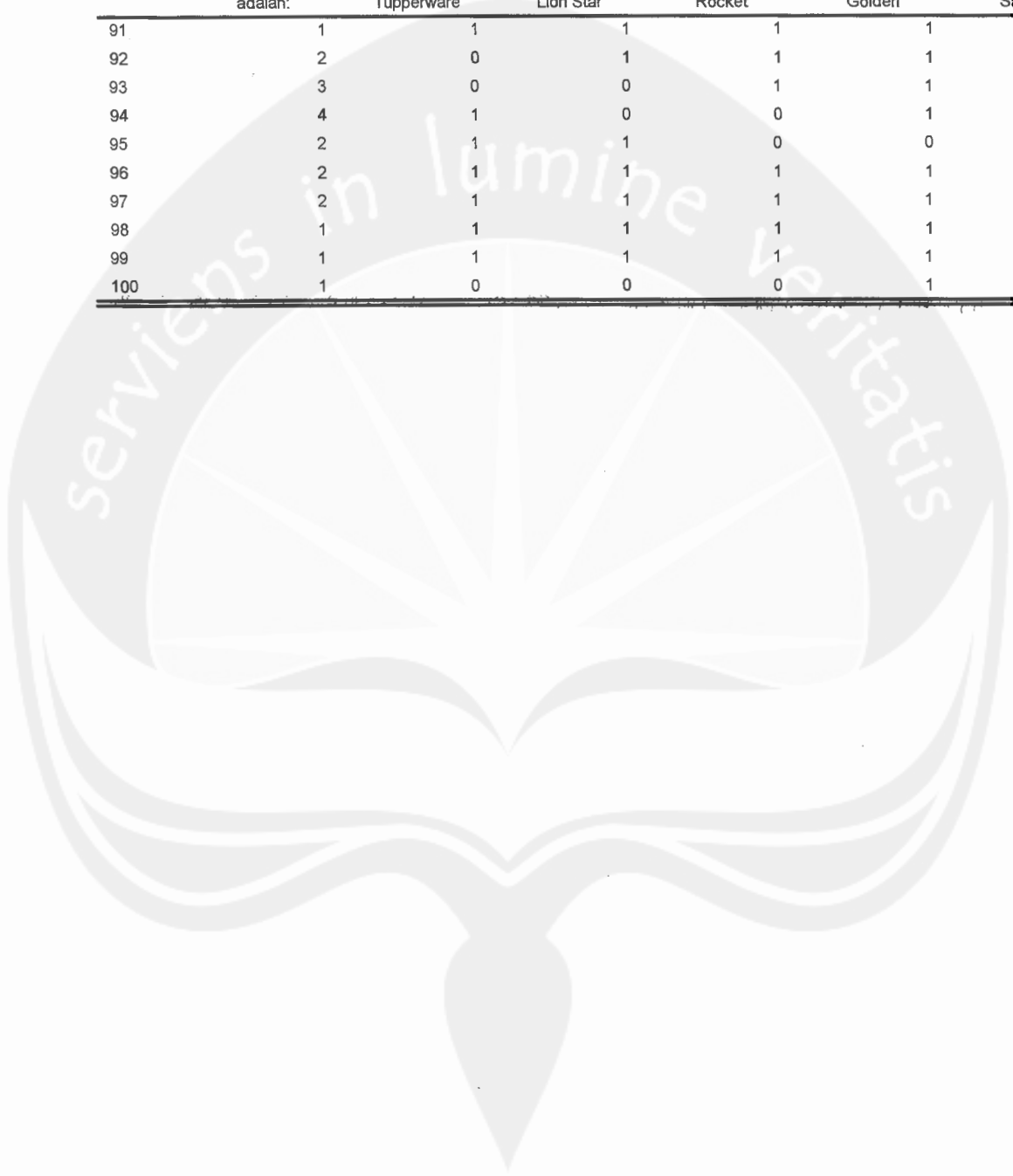
	Merek produk plastik yang ada dalam benak anda adalah:	Apakah anda mengenal plastik merek Tupperware	Apakah anda mengenal plastik merek Lion Star	Apakah anda mengenal plastik merek Rocket	Apakah anda mengenal plastik merek Golden	Apakah anda mengenal plastik merek Sansui
1	1	1	1	1	1	0
2	1	1	1	1	1	0
3	1	1	1	1	1	1
4	1	1	0	0	1	0
5	1	1	1	0	0	0
6	2	0	0	1	1	0
7	1	1	0	1	1	1
8	1	1	1	1	1	0
9	2	1	0	1	0	0
10	2	1	1	1	0	0
11	1	1	1	1	1	0
12	1	1	0	0	1	1
13	1	0	0	0	1	0
14	2	1	1	0	0	0
15	4	1	0	0	0	1
16	1	1	1	1	1	1
17	2	0	1	1	1	0
18	5	0	1	0	1	0
19	1	1	0	0	1	0
20	2	1	0	1	0	1
21	1	1	1	1	1	1
22	3	0	0	1	1	1
23	2	1	1	1	0	0
24	3	1	0	0	0	0
25	1	1	1	1	1	0
26	4	1	0	0	1	1
27	4	1	0	0	0	0
28	1	1	1	1	0	0
29	2	1	1	1	1	0
30	1	1	1	1	1	1
31	1	1	1	1	1	0
32	1	1	1	1	1	1
33	1	1	1	0	0	0
34	1	1	0	1	1	1
35	2	1	0	1	0	0
36	2	1	1	1	0	0
37	1	1	1	1	1	0
38	1	0	0	0	1	0
39	4	1	0	0	0	1
40	2	0	1	1	1	0
41	5	0	1	0	1	0
42	2	1	0	1	0	1
43	3	0	0	1	1	1
44	2	1	1	1	0	0
45	3	1	0	0	0	0

Case Summaries : Brand Awareness

	Merek produk plastik yang ada dalam benak anda adalah:	Apakah anda mengenal plastik merek Tupperware	Apakah anda mengenal plastik merek Lion Star	Apakah anda mengenal plastik merek Rocket	Apakah anda mengenal plastik merek Golden	Apakah anda mengenal plastik merek Sansui
46	1	1	1	1	1	0
47	4	1	0	0	1	1
48	1	1	1	1	0	0
49	2	1	1	1	1	0
50	1	1	1	1	1	1
51	1	1	1	1	1	0
52	1	1	1	1	1	1
53	1	1	1	0	0	0
54	1	1	1	1	1	0
55	2	1	0	1	0	0
56	2	1	1	1	0	0
57	2	1	1	0	0	0
58	4	1	0	0	0	1
59	5	0	1	0	1	0
60	2	1	0	1	0	1
61	2	1	1	1	0	0
62	3	1	0	0	0	0
63	2	1	1	1	1	0
64	1	1	1	1	0	0
65	2	1	1	1	1	0
66	2	1	1	1	1	0
67	2	1	1	1	1	0
68	1	1	0	0	1	0
69	2	0	0	1	1	0
70	1	1	0	1	1	1
71	2	1	0	1	0	0
72	2	1	1	1	0	0
73	1	1	0	0	1	0
74	2	0	0	1	1	0
75	1	1	1	1	1	0
76	1	1	0	0	1	1
77	2	1	1	0	0	0
78	1	1	1	1	1	1
79	1	1	0	0	1	0
80	4	1	0	0	0	0
81	1	1	0	0	1	0
82	1	1	0	1	1	1
83	2	1	0	0	1	1
84	2	1	1	1	1	1
85	1	1	0	0	1	0
86	2	1	1	1	1	1
87	4	1	0	0	0	0
88	1	1	1	1	1	1
89	1	1	1	1	1	1
90	2	0	0	1	1	0

Case Summaries : Brand Awareness

	Merek produk plastik yang ada dalam benak anda adalah:	Apakah anda mengenal plastik merek Tupperware	Apakah anda mengenal plastik merek Lion Star	Apakah anda mengenal plastik merek Rocket	Apakah anda mengenal plastik merek Golden	Apakah anda mengenal plastik merek Sansui
91	1	1	1	1	1	0
92	2	0	1	1	1	0
93	3	0	0	1	1	1
94	4	1	0	0	1	1
95	2	1	1	0	0	0
96	2	1	1	1	1	0
97	2	1	1	1	1	0
98	1	1	1	1	1	1
99	1	1	1	1	1	0
100	1	0	0	0	1	0



Case Summaries : Brand Awareness

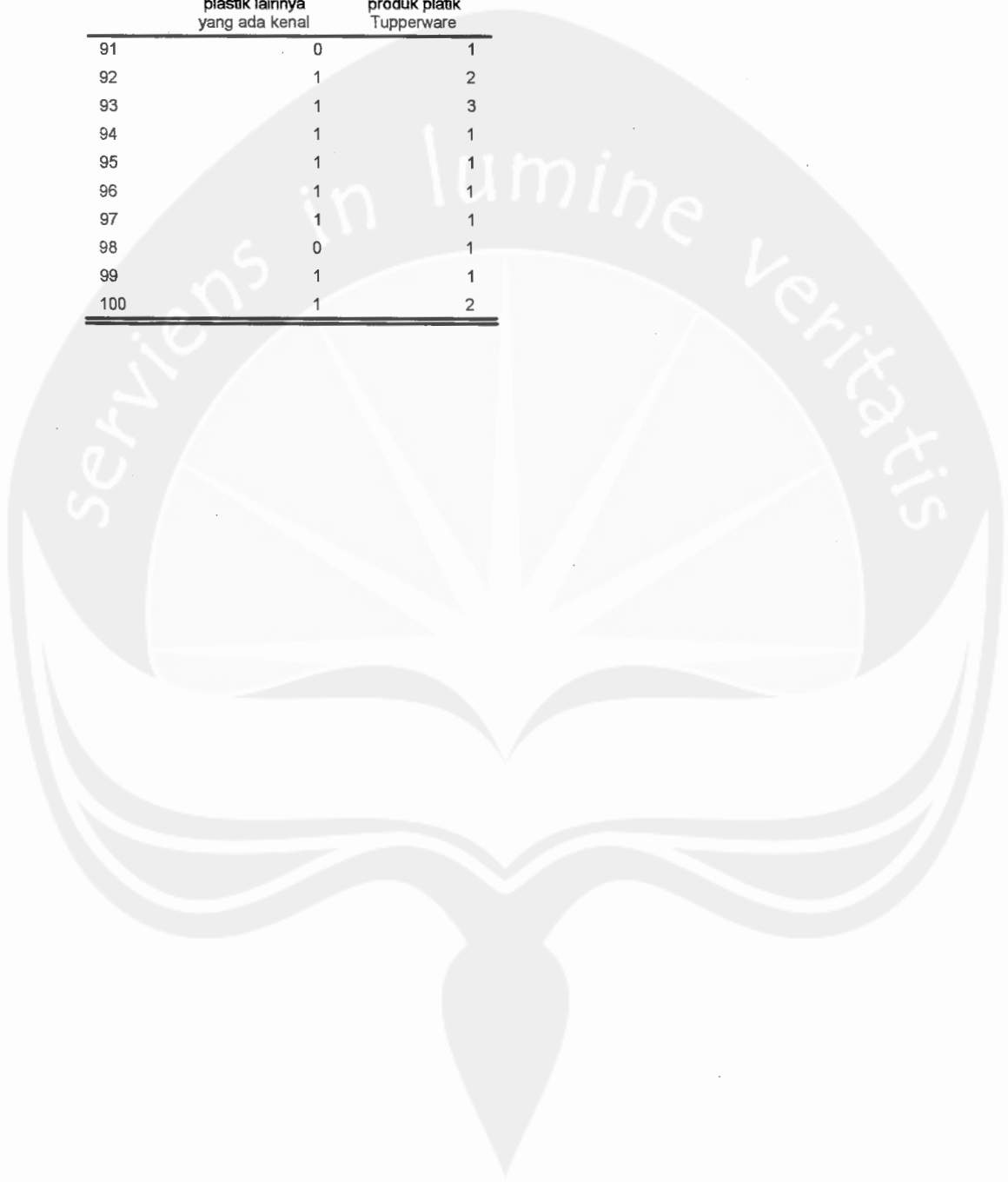
	Merek produk plastik lainnya yang ada kenal	Apakah anda mengenal produk plastik Tupperware
1	1	1
2	0	1
3	0	1
4	0	1
5	1	1
6	0	2
7	0	1
8	1	1
9	1	1
10	0	1
11	0	1
12	1	1
13	1	3
14	0	1
15	0	1
16	1	1
17	1	2
18	0	2
19	1	1
20	0	1
21	0	1
22	1	2
23	0	1
24	0	1
25	0	1
26	1	1
27	0	1
28	0	1
29	1	1
30	1	1
31	0	1
32	0	1
33	1	1
34	0	1
35	1	1
36	0	1
37	0	1
38	1	2
39	0	1
40	1	2
41	0	2
42	0	1
43	1	3
44	0	1
45	0	1

Case Summaries : Brand Awareness

	Merek produk plastik lainnya yang ada kenai	Apakah anda mengenal produk plastik Tupperware
46	0	1
47	1	1
48	0	1
49	1	1
50	1	1
51	0	1
52	0	1
53	1	1
54	1	1
55	1	1
56	0	1
57	0	1
58	0	1
59	0	3
60	0	1
61	0	1
62	0	1
63	0	1
64	0	1
65	1	1
66	1	1
67	0	1
68	0	1
69	0	3
70	0	1
71	1	1
72	0	1
73	0	1
74	0	2
75	1	1
76	1	1
77	0	1
78	1	1
79	1	1
80	0	1
81	0	1
82	0	1
83	1	1
84	1	1
85	1	1
86	0	1
87	0	1
88	1	1
89	0	1
90	0	2

Case Summaries : Brand Awareness

	Merek produk plastik lainnya yang ada kenal	Apakah anda mengenal produk plastik Tupperware
91	0	1
92	1	2
93	1	3
94	1	1
95	1	1
96	1	1
97	1	1
98	0	1
99	1	1
100	1	2



Case Summaries : Brand Association

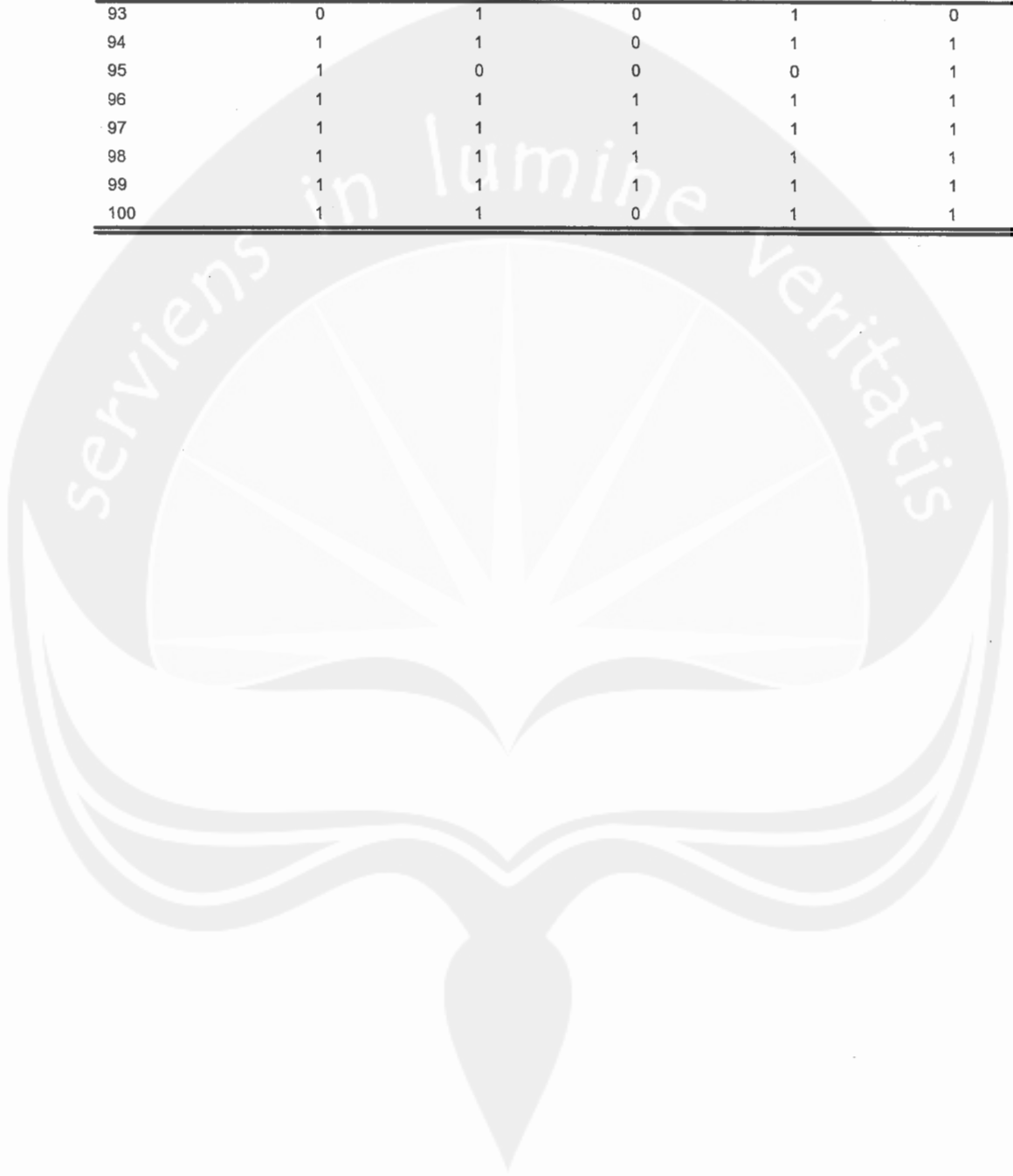
	Produk plastik Tupperware berkesan eksklusif	Produk plastik Tupperware awet dan tahan lama	Produk plastik Tupperware harganya terjangkau	Proud plastik Tupperware memiliki banyak model	Produk plastik Tupperware ramah lingkungan	Produk plastik Tupperware praktis digunakan
1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	0	0	0	1
3	0	1	0	1	0	1
4	1	1	1	1	1	1
5	1	0	0	0	1	0
6	1	0	0	1	0	1
7	1	1	0	1	1	1
8	1	1	1	1	1	1
9	0	1	0	1	1	0
10	1	1	0	1	0	1
11	1	1	0	1	1	1
12	0	1	0	1	1	1
13	1	1	0	1	1	1
14	0	1	1	1	0	1
15	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	1	1	1
17	1	1	0	1	0	1
18	1	1	1	1	1	1
19	1	1	1	1	1	1
20	1	1	0	1	1	1
21	1	1	1	1	1	1
22	0	1	0	1	0	1
23	1	1	1	1	1	1
24	1	1	1	1	1	1
25	1	1	1	1	1	1
26	1	1	0	1	1	1
27	1	1	1	1	1	1
28	1	1	0	1	1	1
29	1	1	1	1	1	1
30	1	0	0	1	0	1
31	1	1	0	0	0	1
32	0	1	0	1	0	1
33	1	0	0	0	1	0
34	1	1	0	1	1	1
35	0	1	0	1	1	0
36	1	1	0	1	0	1
37	1	1	0	1	1	1
38	1	1	0	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1
40	1	1	0	1	0	1
41	1	1	1	1	1	1
42	1	1	0	1	1	1
43	0	1	0	1	0	1
44	1	1	1	1	1	1
45	1	1	1	1	1	1
46	1	1	1	1	1	1

Case Summaries : Brand Association

	Produk plastik Tupperware berkesan eksklusif	Produk plastik Tupperware awet dan tahan lama	Produk plastik Tupperware harganya terjangkau	Proudk plastik Tupperware memiliki banyak model	Produk plastik Tupperware ramah lingkungan	Produk plastik Tupperware praktis digunakan
47	1	1	0	1	1	1
48	1	1	0	1	1	1
49	1	1	1	1	1	1
50	1	0	0	1	0	1
51	1	1	0	0	0	1
52	0	1	0	1	0	1
53	1	0	0	0	1	0
54	1	1	1	1	1	1
55	0	1	0	1	1	0
56	1	1	0	1	0	1
57	0	1	1	1	0	1
58	1	1	1	1	1	1
59	1	1	1	1	1	1
60	1	1	0	1	1	1
61	1	1	1	1	1	1
62	1	1	1	1	1	1
63	1	1	1	1	1	1
64	1	1	0	1	1	1
65	1	1	1	1	1	1
66	1	1	1	1	1	1
67	1	1	0	0	0	1
68	1	1	1	1	1	1
69	1	0	0	1	0	1
70	1	1	0	1	1	1
71	0	1	0	1	1	0
72	1	1	0	1	0	1
73	1	1	1	1	1	1
74	1	0	0	1	0	1
75	1	1	1	1	1	1
76	0	1	0	1	1	1
77	0	1	1	1	0	1
78	1	1	1	1	1	1
79	1	1	1	1	1	1
80	1	1	1	1	1	1
81	1	1	1	1	1	1
82	1	1	0	1	1	1
83	0	1	0	1	1	1
84	1	1	1	1	1	1
85	1	1	1	1	1	1
86	1	1	1	1	1	1
87	1	1	1	1	1	1
88	1	0	0	1	0	1
89	0	1	0	1	0	1
90	1	0	0	1	0	1
91	1	1	0	1	1	1
92	1	1	0	1	0	1

Case Summaries : Brand Association

	Produk plastik Tupperware berkesan eksklusif	Produk plastik Tupperware awet dan tahan lama	Produk plastik Tupperware harganya terjangkau	Proudk plastik Tupperware memiliki banyak model	Produk plastik Tupperware ramah lingkungan	Produk plastik Tupperware praktis digunakan
93	0	1	0	1	0	1
94	1	1	0	1	1	1
95	1	0	0	0	1	0
96	1	1	1	1	1	1
97	1	1	1	1	1	1
98	1	1	1	1	1	1
99	1	1	1	1	1	1
100	1	1	0	1	1	1



Case Summaries : Brand Loyalty

	Anda berpindah merek produk plastik karena pengaruh harganya	Keputusan pembelian produk plastik Tupperware karena kebiasaan	Produk plastik Tupperware dapat memberikan kepuasan	Anda menyarankan produk plastik Tupperware kepada orang lain
1	2	4	4	4
2	4	3	4	4
3	3	4	3	3
4	5	4	5	4
5	4	4	3	4
6	5	3	4	4
7	3	3	3	3
8	3	2	4	4
9	2	3	3	4
10	5	3	3	4
11	4	4	4	5
12	2	3	1	4
13	3	1	4	4
14	3	3	4	3
15	4	3	4	4
16	3	5	4	4
17	4	1	4	4
18	4	4	5	5
19	2	3	4	4
20	4	4	5	5
21	4	5	5	5
22	2	3	3	4
23	4	5	5	5
24	2	3	4	4
25	2	5	5	5
26	3	3	5	5
27	2	4	4	4
28	3	4	4	4
29	2	3	3	3
30	4	3	3	3
31	4	3	4	4
32	3	4	3	3
33	4	4	3	4
34	3	3	3	3
35	2	3	3	4
36	5	3	3	4
37	4	4	4	5
38	3	4	4	4
39	4	3	4	4
40	4	4	4	4
41	4	4	5	5
42	4	4	5	5
43	2	3	3	4
44	4	5	5	5
45	2	3	4	4

Case Summaries : Brand Loyalty

	Anda berpindah merek produk plastik karena pengaruh harganya	Keputusan pembelian produk plastik Tupperware karena kebiasaan	Produk plastik Tupperware dapat memberikan kepuasan	Anda menyarankan produk plastik Tupperware kepada orang lain
46	2	5	5	5
47	3	3	5	5
48	3	4	4	4
49	2	3	3	3
50	4	3	3	3
51	4	3	4	4
52	3	4	3	3
53	4	4	3	4
54	4	2	4	4
55	4	3	3	4
56	5	3	3	4
57	3	3	4	3
58	4	3	4	4
59	3	4	5	5
60	4	4	5	5
61	4	5	5	5
62	3	3	4	4
63	3	5	5	5
64	3	4	4	4
65	3	3	3	3
66	4	4	4	4
67	4	3	4	4
68	5	4	5	4
69	5	3	4	4
70	3	3	3	3
71	2	3	3	4
72	5	3	3	4
73	5	4	5	4
74	5	3	4	4
75	3	2	4	4
76	2	3	4	4
77	3	3	4	3
78	3	5	4	4
79	3	3	4	4
80	3	4	4	4
81	5	4	5	4
82	3	3	3	3
83	2	3	4	4
84	3	5	4	4
85	2	3	4	4
86	1	5	5	5
87	2	4	4	4
88	4	3	3	3
89	3	4	3	3
90	5	3	4	4

Case Summaries : Brand Loyalty

	Anda berpindah merek produk plastik karena pengaruh harganya	Keputusan pembelian produk plastik Tupperware karena kebiasaan	Produk plastik Tupperware dapat memberikan kepuasan	Anda menyarankan produk plastik Tupperware kepada orang lain
91	4	4	4	5
92	4	4	4	4
93	3	3	3	4
94	3	3	5	5
95	4	4	3	4
96	3	2	4	4
97	3	4	4	4
98	3	5	5	5
99	3	4	4	4
100	3	4	4	4

TABEL DISTRIBUSI R

DF	5%	DF	5%	DF	5%	DF	5%
1	0.997	51	0.271	101	0.194	151	0.159
2	0.950	52	0.268	102	0.193	152	0.158
3	0.878	53	0.266	103	0.192	153	0.158
4	0.811	54	0.263	104	0.191	154	0.157
5	0.754	55	0.261	105	0.190	155	0.157
6	0.707	56	0.259	106	0.189	156	0.156
7	0.666	57	0.256	107	0.188	157	0.156
8	0.632	58	0.254	108	0.187	158	0.155
9	0.602	59	0.252	109	0.187	159	0.155
10	0.576	60	0.250	110	0.186	160	0.154
11	0.553	61	0.248	111	0.185	161	0.154
12	0.532	62	0.246	112	0.184	162	0.153
13	0.514	63	0.244	113	0.183	163	0.153
14	0.497	64	0.242	114	0.182	164	0.152
15	0.482	65	0.240	115	0.182	165	0.152
16	0.468	66	0.239	116	0.181	166	0.151
17	0.456	67	0.237	117	0.180	167	0.151
18	0.444	68	0.235	118	0.179	168	0.151
19	0.433	69	0.234	119	0.179	169	0.150
20	0.423	70	0.232	120	0.178	170	0.150
21	0.413	71	0.230	121	0.177	171	0.149
22	0.404	72	0.229	122	0.176	172	0.149
23	0.396	73	0.227	123	0.176	173	0.148
24	0.388	74	0.226	124	0.175	174	0.148
25	0.381	75	0.224	125	0.174	175	0.148
26	0.374	76	0.223	126	0.174	176	0.147
27	0.367	77	0.221	127	0.173	177	0.147
28	0.361	78	0.220	128	0.172	178	0.146
29	0.355	79	0.219	129	0.172	179	0.146
30	0.349	80	0.217	130	0.171	180	0.146
31	0.344	81	0.216	131	0.170	181	0.145
32	0.339	82	0.215	132	0.170	182	0.145
33	0.334	83	0.213	133	0.169	183	0.144
34	0.329	84	0.212	134	0.168	184	0.144
35	0.325	85	0.211	135	0.168	185	0.144
36	0.320	86	0.210	136	0.167	186	0.143
37	0.316	87	0.208	137	0.167	187	0.143
38	0.312	88	0.207	138	0.166	188	0.142
39	0.308	89	0.206	139	0.165	189	0.142
40	0.304	90	0.205	140	0.165	190	0.142
41	0.301	91	0.204	141	0.164	191	0.141
42	0.297	92	0.203	142	0.164	192	0.141
43	0.294	93	0.202	143	0.163	193	0.141
44	0.291	94	0.201	144	0.163	194	0.140
45	0.288	95	0.200	145	0.162	195	0.140
46	0.285	96	0.199	146	0.161	196	0.139
47	0.282	97	0.198	147	0.161	197	0.139
48	0.279	98	0.197	148	0.160	198	0.139
49	0.276	99	0.196	149	0.160	199	0.138
50	0.273	100	0.195	150	0.159	200	0.138

TABEL DISTRIBUSI CHI SQUARE

DF	5%	DF	5%	DF	5%	DF	5%
1	3.840	51	68.670	101	125.460	151	180.680
2	5.990	52	69.830	102	126.570	152	181.770
3	7.810	53	70.990	103	127.690	153	182.860
4	9.490	54	72.150	104	128.800	154	183.960
5	11.070	55	73.310	105	129.920	155	185.050
6	12.590	56	74.470	106	131.030	156	186.150
7	14.070	57	75.620	107	132.140	157	187.240
8	15.510	58	76.780	108	133.260	158	188.330
9	16.920	59	77.930	109	134.370	159	189.420
10	18.310	60	79.080	110	135.480	160	190.520
11	19.680	61	80.230	111	136.590	161	191.610
12	21.030	62	81.380	112	137.700	162	192.700
13	22.360	63	82.530	113	138.810	163	193.790
14	23.680	64	83.680	114	139.920	164	194.880
15	25.000	65	84.820	115	141.030	165	195.970
16	26.300	66	85.960	116	142.140	166	197.060
17	27.590	67	87.110	117	143.250	167	198.150
18	28.870	68	88.250	118	144.350	168	199.240
19	30.140	69	89.390	119	145.460	169	200.330
20	30.410	70	90.530	120	146.570	170	201.420
21	32.670	71	91.670	121	147.670	171	202.510
22	33.920	72	92.810	122	148.780	172	203.600
23	35.170	73	93.950	123	149.880	173	204.690
24	36.420	74	95.080	124	150.990	174	205.780
25	37.650	75	96.220	125	152.090	175	206.870
26	38.890	76	97.350	126	153.200	176	207.950
27	40.110	77	98.480	127	154.300	177	209.040
28	41.340	78	99.620	128	155.400	178	210.130
29	42.560	79	100.750	129	156.510	179	211.220
30	43.770	80	101.880	130	157.610	180	212.300
31	44.990	81	103.010	131	158.710	181	213.390
32	46.190	82	104.140	132	159.810	182	214.480
33	47.400	83	105.270	133	160.910	183	215.560
34	48.600	84	106.390	134	162.020	184	216.650
35	49.800	85	107.520	135	163.120	185	217.730
36	51.000	86	108.650	136	164.220	186	218.820
37	52.190	87	109.770	137	165.320	187	219.910
38	53.380	88	110.900	138	166.420	188	220.990
39	54.570	89	112.020	139	167.510	189	222.080
40	55.760	90	113.150	140	168.610	190	223.160
41	56.940	91	114.270	141	169.710	191	224.240
42	58.120	92	115.390	142	170.810	192	225.330
43	59.300	93	116.510	143	171.910	193	226.410
44	60.480	94	117.630	144	173.000	194	227.500
45	61.660	95	118.750	145	174.100	195	228.580
46	62.830	96	119.870	146	175.200	196	229.660
47	64.000	97	120.990	147	176.290	197	230.750
48	65.170	98	122.110	148	177.390	198	231.830
49	66.340	99	123.230	149	178.490	199	232.910
50	67.500	100	124.340	150	179.580	200	233.990

TABEL DISTRIBUSI T 5%

DF	10%	5%	DF	10%	5%	DF	10%	5%	DF	10%	5%
1	6.314	12.706	51	1.675	2.008	101	1.660	1.984	151	1.655	1.976
2	2.920	4.303	52	1.675	2.007	102	1.660	1.983	152	1.655	1.976
3	2.353	3.182	53	1.674	2.006	103	1.660	1.983	153	1.655	1.976
4	2.132	2.776	54	1.674	2.005	104	1.660	1.983	154	1.655	1.975
5	2.015	2.571	55	1.673	2.004	105	1.659	1.983	155	1.655	1.975
6	1.943	2.447	56	1.673	2.003	106	1.659	1.983	156	1.655	1.975
7	1.895	2.365	57	1.672	2.002	107	1.659	1.982	157	1.655	1.975
8	1.860	2.306	58	1.672	2.002	108	1.659	1.982	158	1.655	1.975
9	1.833	2.262	59	1.671	2.001	109	1.659	1.982	159	1.654	1.975
10	1.812	2.228	60	1.671	2.000	110	1.659	1.982	160	1.654	1.975
11	1.796	2.201	61	1.670	2.000	111	1.659	1.982	161	1.654	1.975
12	1.782	2.179	62	1.670	1.999	112	1.659	1.981	162	1.654	1.975
13	1.771	2.160	63	1.669	1.998	113	1.658	1.981	163	1.654	1.975
14	1.761	2.145	64	1.669	1.998	114	1.658	1.981	164	1.654	1.975
15	1.753	2.131	65	1.669	1.997	115	1.658	1.981	165	1.654	1.974
16	1.746	2.120	66	1.668	1.997	116	1.658	1.981	166	1.654	1.974
17	1.740	2.110	67	1.668	1.996	117	1.658	1.980	167	1.654	1.974
18	1.734	2.101	68	1.668	1.995	118	1.658	1.980	168	1.654	1.974
19	1.729	2.093	69	1.667	1.995	119	1.658	1.980	169	1.654	1.974
20	1.725	2.086	70	1.667	1.994	120	1.658	1.980	170	1.654	1.974
21	1.721	2.080	71	1.667	1.994	121	1.658	1.980	171	1.654	1.974
22	1.717	2.074	72	1.666	1.993	122	1.657	1.980	172	1.654	1.974
23	1.714	2.069	73	1.666	1.993	123	1.657	1.979	173	1.654	1.974
24	1.711	2.064	74	1.666	1.993	124	1.657	1.979	174	1.654	1.974
25	1.708	2.060	75	1.665	1.992	125	1.657	1.979	175	1.654	1.974
26	1.706	2.056	76	1.665	1.992	126	1.657	1.979	176	1.654	1.974
27	1.703	2.052	77	1.665	1.991	127	1.657	1.979	177	1.654	1.973
28	1.701	2.048	78	1.665	1.991	128	1.657	1.979	178	1.653	1.973
29	1.699	2.045	79	1.664	1.990	129	1.657	1.979	179	1.653	1.973
30	1.697	2.042	80	1.664	1.990	130	1.657	1.978	180	1.653	1.973
31	1.696	2.040	81	1.664	1.990	131	1.657	1.978	181	1.653	1.973
32	1.694	2.037	82	1.664	1.989	132	1.656	1.978	182	1.653	1.973
33	1.692	2.035	83	1.663	1.989	133	1.656	1.978	183	1.653	1.973
34	1.691	2.032	84	1.663	1.989	134	1.656	1.978	184	1.653	1.973
35	1.690	2.030	85	1.663	1.988	135	1.656	1.978	185	1.653	1.973
36	1.688	2.028	86	1.663	1.988	136	1.656	1.978	186	1.653	1.973
37	1.687	2.026	87	1.663	1.988	137	1.656	1.977	187	1.653	1.973
38	1.686	2.024	88	1.662	1.987	138	1.656	1.977	188	1.653	1.973
39	1.685	2.023	89	1.662	1.987	139	1.656	1.977	189	1.653	1.973
40	1.684	2.021	90	1.662	1.987	140	1.656	1.977	190	1.653	1.973
41	1.683	2.020	91	1.662	1.986	141	1.656	1.977	191	1.653	1.972
42	1.682	2.018	92	1.662	1.986	142	1.656	1.977	192	1.653	1.972
43	1.681	2.017	93	1.661	1.986	143	1.656	1.977	193	1.653	1.972
44	1.680	2.015	94	1.661	1.986	144	1.656	1.977	194	1.653	1.972
45	1.679	2.014	95	1.661	1.985	145	1.655	1.976	195	1.653	1.972
46	1.679	2.013	96	1.661	1.985	146	1.655	1.976	196	1.653	1.972
47	1.678	2.012	97	1.661	1.985	147	1.655	1.976	197	1.653	1.972
48	1.677	2.011	98	1.661	1.984	148	1.655	1.976	198	1.653	1.972
49	1.677	2.010	99	1.660	1.984	149	1.655	1.976	199	1.653	1.972
50	1.676	2.009	100	1.660	1.984	150	1.655	1.976	200	1.653	1.972