

BAB IV

PENUTUP

4.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil analisis faktor diketahui bahwa ada 4 faktor penyebab konsumen berpindah merek oli. Keempat faktor tersebut adalah promosi, performa, harga, dan produsen.
2. Dari hasil analisis *arithmetic mean* dapat diketahui urutan pertimbangan faktor-faktor penyebab konsumen berpindah merek oli. Adapun urutannya adalah sebagai berikut:
 1. Performa
 2. Produsen
 3. Harga
 4. Promosi
3. Perilaku konsumen berpindah merek oli ditinjau dari jenis motor hanya berbeda pada faktor promosi dan harga. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang dinyatakan oleh Kotler dan Armstrong (2004) yaitu bahwa perilaku konsumsi seseorang dapat dipengaruhi oleh faktor psikologis, salah satunya adalah kepercayaan. Kegiatan promosi mempunyai tujuan untuk menarik dan memberikan kepercayaan kepada konsumen akan produk yang ditawarkan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa faktor psikologis seseorang yaitu

kepercayaan akan berpengaruh terhadap tanggapan mereka akan suatu kegiatan promosi. Setiap konsumen mempunyai tingkat kepercayaan yang berbeda terhadap promosi, sehingga wajar apabila kelompok konsumen pengguna motor 2-tak dan 4-tak berbeda pertimbangannya akan faktor promosi sebagai pertimbangan untuk berpindah merek oli. Pada umumnya penggunaan oli untuk motor jenis 2-tak cenderung lebih banyak atau lebih boros dibandingkan motor 4-tak. Hal inilah yang menyebabkan mengapa konsumen pengguna motor 2-tak akan lebih mempertimbangkan faktor harga apabila ingin berpindah merek oli dari pada konsumen motor 4-tak.

4. Perilaku konsumen berpindah merek oli ditinjau dari tingkat usia hanya berbeda pada faktor harga. Hasil penelitian ini sejalan dengan teori yang diungkapkan oleh Kotler dan Armstrong (2004) bahwa usia akan mempengaruhi perilaku konsumen. Pada masing-masing tingkatan usia dan tahap daur hidup seseorang biasanya akan terjadi perbedaan perilaku konsumen. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen usia 16-25 tahun mempunyai pertimbangan karena faktor harga yang berbeda dengan konsumen usia >45 tahun 2,73 sebagai pertimbangan untuk beralih merek oli.
5. Perilaku konsumen berpindah merek oli ditinjau dari jenis pekerjaan berbeda pada faktor promosi, harga, dan produsen. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori yang menyatakan bahwa pola konsumsi seseorang juga dipengaruhi oleh jenis pekerjaannya (Kotler dan Armstrong, 2004). Kelompok-kelompok pekerjaan tertentu memiliki kecenderungan minat yang berbeda atas suatu produk atau jasa. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki

perbedaan pertimbangan untuk beralih merek oli karena faktor promosi, harga, dan produsen ditinjau dari jenis pekerjaan. Perbedaan jenis pekerjaan biasanya juga menyebabkan perbedaan tingkat pendapatan dan gaya hidup seseorang. Jenis pekerjaan tertentu misalnya pegawai negeri identik dengan penghasilan yang pas-pasan, sehingga wajar apabila mereka lebih mempertimbangkan faktor harga sewaktu akan beralih merek oli dibandingkan konsumen dengan jenis pekerjaan wiraswasta. Perbedaan jenis pekerjaan menentukan kelas sosial seseorang dalam suatu kelompok tertentu.

6. Perilaku konsumen berpindah merek oli ditinjau dari tingkat pengeluaran hanya berbeda pada faktor promosi dan performa. Kotler dan Armstrong (2004) menyatakan keadaan ekonomi seseorang akan besar pengaruhnya terhadap pilihan produk. Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa ada perbedaan pertimbangan untuk beralih merek oli karena faktor performa ditinjau dari tingkat pengeluaran konsumen. Hal ini karena konsumen dengan pendapatan yang lebih tinggi cenderung lebih mementingkan faktor kenyamanan berkendara yang didukung oleh performa mesin yang handal. Hasil penelitian ini juga dapat didekati melalui teori motivasi pembelian primer dan selektif oleh (Schiffman dan Kanuk, 1994). Perbedaan perilaku berpindah merek oli karena faktor performa dan produsen karena perbedaan motif pembelian selektif (*selective buying motive*) yaitu motif yang mempengaruhi keputusan tentang model dan merek dari kelas-kelas produk, atau macam penjual yang dipilih untuk suatu pembelian.

4.2. Keterbatasan

Penulis menyadari adanya keterbatasan waktu, biaya, dan kemampuan yang dimiliki dalam melakukan penelitian ini antara lain:

1. Dalam penelitian ini, hanya diambil 100 orang responden padahal dalam suatu penelitian seharusnya digunakan lebih banyak responden untuk menjamin keakuratan hasil penelitian.
2. Untuk mengetahui perilaku konsumen berpindah merek oli, peneliti hanya mengambil faktor-faktor yang berkaitan dengan atribut-atribut produk. Dalam penelitian ini, penulis tidak mempertimbangkan faktor-faktor lain seperti ketidakpuasan konsumen yang mungkin saja dapat menjadi faktor penyebab konsumen berpindah merek.

4.3. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan keterbatasan yang dimiliki penulis seperti yang tersebut di atas maka penulis ingin memberikan saran yang mungkin berguna bagi perusahaan maupun bagi penelitian selanjutnya:

1. Bagi perusahaan
 - a. Dari urutan pertimbangan faktor penyebab konsumen berpindah merek oli terlihat bahwa faktor performa mesin merupakan faktor utama. Untuk itu pihak perusahaan selalu mengedepankan kualitas mutu oli terutama dalam membuat performa mesin menjadi lebih baik. Peningkatan kualitas mutu oli tersebut melalui teknologi dan inovasi yang harus diciptakan diyakini akan membantu mempertahankan loyalitas pelanggan dan membantu

menambah pelanggan baru serta meningkatkan ekuitas merek oli itu sendiri karena nama baik perusahaan sebagai produsen produk oli berkualitas juga menjadi pertimbangan konsumen untuk beralih merek oli. Kepercayaan konsumen terhadap kredibilitas perusahaan hendaknya selalu dijaga untuk tetap mempertahankan loyalitas pelanggan.

- b. Perusahaan oli hendaknya mempertimbangkan segmentasi pasar berdasarkan usia terutama dalam hal harga. Perusahaan dapat menetapkan harga produk yang berbeda berdasarkan tingkat usia tertentu. Misalnya untuk kalangan usia remaja yang pada umumnya berpenghasilan relatif lebih sedikit biasanya cenderung memilih oli dengan harga yang relatif murah dibandingkan konsumen usia dewasa.
- c. Perusahaan oli hendaknya juga mempertimbangkan segmentasi pasar berdasarkan jenis pekerjaan konsumen terutama dalam hal promosi dan harga. Perusahaan hendaknya membuat format promosi yang berbeda tergantung jenis pekerjaan konsumen. Misalnya untuk pekerjaan dengan penghasilan yang lebih tinggi jenis oli yang ditawarkan adalah produk oli dengan harga yang relatif tinggi untuk jenis yang sama. Demikian juga dengan faktor promosi harus dipertimbangkan format promosi yang akan disampaikan, hal ini karena jenis pekerjaan menunjukkan tingkat intelektualitas konsumen yang berdampak pada tingkat selektifitas mereka memilih merek oli.

2. Bagi penelitian selanjutnya

Penelitian ini baru memperhatikan sebagian faktor penyebab konsumen berpindah merek oli. Masih ada faktor-faktor lain yang mungkin juga penting namun belum dibahas dalam penelitian ini. Penelitian lebih lanjut diharapkan dapat melengkapi hasil penelitian ini dengan mempertimbangkan aspek yang telah disampaikan pada kesimpulan diatas.



DAFTAR PUSTAKA

- Durianto, D., Sugiarto, dan Sitinjak, T., 2001, “ Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas dan Perilaku Merek “, hal. 126-130, PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Junaidi, S. dan Dharmmesta, B.S., 2002, “ Pengaruh Ketidakpuasan Konsumen, Karakteristik Kategori Produk, dan Kebutuhan Mencari Variasi Terhadap Keputusan Perpindahan Merek “, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 17, 1, 91-104
- Kotler, P. and Armstrong, G., 2004, “ Principles Of Marketing “, 10 ed., pp. 177-206, Prentice Hall, Inc., New Jersey
- Malhotra, N.K., 2004, “ Marketing Research An Applied Orientation “, 4 ed., pp. 314-334, 448-451, 467-478, 558-577, Prentice Hall, Inc., New Jersey
- Mendenhall, W., Reinmuth, J.E., and Weaver, R., 1995, “ Statistics For Management and Economics “, 6 ed., pp. 452-464, PWS Kent Publishing Company
- Purwani, K. dan Dharmmesta, B.S., 2002, “ Perilaku Beralih Merek Konsumen Dalam Pembelian Produk Otomotif “, Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia, 17, 3, 288-303
- Santoso S., 2000, “ Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik “, hal. 89-107, 269-291, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta
- Santoso, S. dan Tjiptono, F., 2001, “ Riset Pemasaran Konsep dan Aplikasi dengan SPSS “, hal. 165-176, 248-292, PT. Elex Media Komputindo, Jakarta

Umar, H. 2002, “ Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen “, hal. 178-217,

PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta

Schiffman , L.G. and Kanuk, L.K., 1994, “ Consumer Behavior “, 7 ed.,

pp. 63-78, 122-138, 160-190, 263-293, 297-319, 322-333,

Prentice Hall, New Jersey



Kuisisioner

Bagian I

Berilah tanda silang (X) pada tempat yang telah disediakan sesuai dengan keadaan Anda saat ini!

1. Apakah Anda pernah berganti merk oli?
 - a). Ya
 - b). Tidak

2. Merk oli yang sekarang Anda pakai?
 - a). Pertamina
 - b). Shell
 - c). Top 1
 - d). STP
 - e). Castrol
 - f). Lainnya :

3. Merek oli yang sebelumnya Anda pakai?
 - a). Pertamina
 - b). Shell
 - c). Top 1
 - d). STP
 - e). Castrol
 - f). Lainnya :

4. Jenis motor Anda?
 - a). 2 Tak
 - b). 4 Tak

5. Usia Anda :

6. Status pekerjaan?
 - a). Belum bekerja (pelajar / mahasiswa)
 - b). Pegawai negeri
 - c). Pegawai swasta
 - d). Wiraswasta

7. Berapakah jumlah **pengeluaran** Anda per bulan?
 - a). < Rp. 250.000
 - b). Rp. 250.000 – Rp. 500.000
 - c). Rp. 500.000 – Rp. 1.000.000
 - d). Rp. 1.000.000 – Rp. 2.500.000
 - e). Rp. 2.500.000 – Rp. 5.000.000
 - f). > Rp. 5.000.000

Bagian II

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang sesuai dengan jawaban Anda!

Keterangan :

- SS = Sangat Setuju
S = Setuju
R = Ragu-ragu
TS = Tidak Setuju
STS = Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1.	Oli yang bagus (keawetan oli) membuat jangka waktu Anda berganti oli kembali menjadi lebih lama, faktor ini dapat mempengaruhi Anda untuk berganti merk oli					
2.	Oli yang bagus membuat tarikan motor menjadi lebih kencang sehingga menjadi faktor penting bagi Anda untuk berganti merk oli					
3.	Tarikan motor menjadi lebih enak adalah faktor penting bagi Anda untuk berganti merk oli					
4.	Performa mesin motor Anda merupakan faktor penting bagi Anda untuk berganti merk oli					
5.	Oli yang bagus pasti berasal dari luar negeri sehingga mempengaruhi Anda untuk berganti merk oli					
6.	Oli dari dalam negeri ada juga yang bagus dan menjadi salah satu faktor penting bagi Anda untuk berganti merk oli					
7.	Keawetan mesin bagi Anda merupakan faktor penting bagi Anda untuk berganti merk oli					
8.	Harga oli sesuai dengan kualitasnya (semakin mahal semakin bagus) sehingga mempengaruhi Anda untuk berganti merk oli					
9.	Harga oli yang murah menjadi faktor penting bagi anda untuk berganti merk oli					
10.	Faktor iklan di TV yang mempengaruhi anda untuk berganti merk oli.					

No.	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
11.	Kecepatan berpacu motor Anda merupakan faktor penting yang mempengaruhi Anda untuk berganti merk oli					
12.	Akselerasi menjadi lebih baik dan lebih bertenaga merupakan faktor penting bagi Anda untuk berganti merk oli					
13.	Undian hadiah yang diberikan suatu merk oli juga dapat mempengaruhi Anda untuk berganti merk oli					
14.	Adanya diskon / hadiah langsung yang diberikan dapat mempengaruhi Anda untuk berganti merk ke oli lain					
15.	Suatu produk oli dengan kualitas yang relatif sama dan harganya lebih murah namun berbeda merk dengan yang biasa Anda pakai, dapat juga mempengaruhi anda untuk berganti merk oli.					
16.	Informasi dari teman yang mempengaruhi Anda untuk berganti merk oli					
17.	Informasi dari keluarga yang mempengaruhi Anda untuk berganti merk oli					
18.	Informasi dari penjual yang mempengaruhi Anda untuk berganti merk oli					

Atas waktu dan perhatiannya saya ucapkan terima kasih sebanyak-banyaknya.

DATA PENELITIAN

No.	Data Responden							Faktor-faktor Brand Switching																	
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	1	3	6	2	22	1	3	5	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	
2	1	5	6	2	26	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4
3	1	3	6	2	23	1	1	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	5	2	4	4	4	2	3
4	1	6	1	2	41	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4
5	1	2	3	1	22	1	3	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4
6	1	1	2	2	25	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4
7	1	5	3	1	27	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4
8	1	3	2	2	16	1	1	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	1	2	5	2	39	2	5	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5
10	1	3	4	2	32	3	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5
11	1	1	6	2	24	2	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	5
12	1	3	5	2	20	1	2	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	2	2	2	3
13	1	5	3	2	25	1	2	2	3	4	5	3	4	5	4	4	3	2	3	2	2	4	2	2	2
14	1	2	1	2	20	1	2	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	2	2	4	4	3	3
15	1	1	2	1	27	2	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5
16	1	3	5	1	19	1	2	5	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	5	4
17	1	1	5	1	20	1	3	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	5
18	1	3	2	1	20	1	3	3	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	3	4	5	4	4	5
19	1	5	3	1	22	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4
20	1	4	5	2	23	1	3	4	5	5	5	5	4	5	4	4	2	5	5	4	3	4	3	2	5
21	1	1	3	2	24	3	1	4	3	5	4	3	3	4	2	2	2	4	5	4	4	2	3	4	3
22	1	1	3	2	24	3	1	4	3	5	4	3	3	4	2	2	2	4	5	4	4	2	3	4	3
23	1	2	5	2	25	4	2	3	4	4	4	4	4	5	2	2	2	4	4	2	2	4	4	2	2
24	1	1	6	2	53	4	2	4	3	4	3	5	4	3	2	1	1	2	3	1	2	1	5	2	2
25	1	3	6	2	20	1	2	2	4	4	3	2	2	4	4	3	2	3	4	1	1	4	3	2	2
26	1	6	1	2	25	3	2	5	5	5	5	4	3	5	4	4	1	2	4	2	3	4	2	2	2
27	1	6	3	2	29	4	3	4	5	5	5	2	2	5	2	2	2	5	5	2	2	2	2	2	5
28	1	2	3	2	24	1	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	2	2	4	4	4	4
29	1	4	2	2	47	2	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	3	5	5	3	3	4	3	1	4
30	1	2	3	2	21	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	4	4	2	4
31	1	6	3	2	25	1	3	4	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	2	3	4	5	3	4
32	1	2	3	1	19	1	2	3	4	4	3	3	2	4	4	2	2	2	4	2	2	4	3	1	2
33	1	6	3	2	44	3	2	2	4	4	4	2	2	4	3	3	2	4	4	3	3	4	4	2	4
34	1	6	1	2	43	4	2	3	4	3	4	5	4	4	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4
35	1	5	1	1	25	3	3	4	5	5	5	2	1	1	3	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3
36	1	2	6	2	25	3	3	3	2	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3
37	1	6	5	2	29	4	2	5	5	5	5	5	4	5	3	3	3	3	4	2	2	3	3	2	3
38	1	2	1	2	24	3	4	5	5	4	4	3	4	5	2	2	5	5	5	5	5	2	5	5	2
39	1	3	5	2	25	1	2	3	5	5	5	5	3	5	3	3	3	4	4	2	2	3	4	2	3
40	1	6	6	2	21	1	2	5	5	5	5	4	3	5	3	3	2	5	5	2	2	4	4	1	4
41	1	6	1	2	45	3	2	3	4	4	2	3	3	4	3	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2
42	1	2	1	2	27	3	2	1	2	2	2	3	3	2	2	4	2	2	4	4	2	4	4	2	4
43	1	1	5	2	23	1	2	4	5	4	4	5	4	5	4	2	2	4	4	2	2	4	5	2	2
44	1	3	1	2	23	4	2	3	4	4	5	5	3	5	4	2	4	3	4	4	4	4	4	3	2
45	1	1	5	2	39	4	1	4	4	4	4	5	4	4	5	1	4	2	4	4	4	2	4	2	4
46	1	4	3	2	41	4	3	4	4	4	5	5	4	4	1	3	2	4	4	2	2	2	2	4	3
47	1	5	1	2	37	3	3	2	3	3	4	3	3	4	2	2	2	3	4	3	3	3	4	2	2
48	1	1	2	2	20	4	2	3	4	2	5	5	5	4	2	2	2	4	4	4	5	5	4	5	4
49	1	2	1	2	39	2	5	3	3	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	4	3	2	5

No.	Data Responden							Faktor-faktor Brand Switching																	
	1	2	3	4	5	6	7	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
50	1	5	3	1	31	2	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	2	3
51	1	4	3	2	40	4	6	4	5	5	5	5	5	4	2	2	1	4	4	3	3	3	3	2	1
52	1	3	1	2	26	4	2	4	4	1	3	4	4	2	3	3	5	2	2	5	4	3	4	2	4
53	1	1	5	2	28	3	6	4	4	4	4	3	2	4	3	4	4	4	4	2	2	4	5	2	4
54	1	2	1	2	20	3	1	2	4	4	2	2	2	4	2	2	2	4	4	2	2	2	4	2	2
55	1	6	1	2	44	3	2	3	4	5	2	5	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	4	4	4
56	1	5	3	1	22	3	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4	3	2	4	3	2	4
57	1	3	1	2	33	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	4	4	3	3	3
58	1	1	6	2	42	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
59	1	6	4	2	42	4	6	5	5	5	4	5	5	5	4	3	2	5	5	1	1	3	3	2	2
60	1	2	1	2	21	1	1	3	5	4	2	3	2	4	4	3	3	2	4	3	3	4	4	2	3
61	1	2	4	2	22	1	3	4	5	5	5	4	4	5	4	4	3	4	5	3	3	4	3	4	4
62	1	6	4	2	42	3	4	4	5	5	2	5	5	1	1	1	1	5	1	1	1	1	1	1	1
63	1	4	1	2	18	1	1	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3	4
64	1	4	3	2	40	3	4	3	2	4	5	5	5	5	4	4	4	2	4	4	4	5	4	4	4
65	1	3	5	1	26	3	3	4	4	4	3	4	2	5	4	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3
66	1	6	5	2	22	1	1	4	4	4	5	3	4	5	3	3	3	4	4	3	3	4	4	3	3
67	1	3	1	2	24	3	2	2	2	1	3	2	4	2	4	2	5	4	3	4	4	3	3	5	2
68	1	6	2	2	46	4	4	1	2	2	2	2	3	2	3	3	1	4	4	3	3	4	4	3	3
69	1	3	6	2	27	4	1	3	4	4	4	4	2	4	2	2	2	5	4	2	3	2	4	2	2
70	1	3	6	2	22	1	3	3	4	4	5	2	2	5	2	2	2	4	4	2	2	3	4	2	2
71	1	3	1	2	30	3	3	5	4	4	4	2	3	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2
72	1	3	6	2	21	1	2	3	4	4	4	5	3	5	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2
73	1	6	6	2	36	3	3	2	2	2	4	1	4	4	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2
74	1	3	4	1	22	1	4	3	5	5	3	2	3	5	3	3	3	5	5	3	3	5	3	3	3
75	1	3	1	1	41	4	1	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2
76	1	2	5	2	19	1	2	2	3	2	2	4	4	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	2	2
77	1	4	6	2	27	3	4	4	5	5	4	5	4	4	2	2	1	4	5	1	1	2	2	2	2
78	1	5	1	1	37	4	2	1	4	1	3	2	2	2	2	4	5	2	4	4	5	4	4	5	5
79	1	3	5	2	34	4	4	4	5	5	5	4	5	5	3	5	3	5	5	3	3	3	3	5	3
80	1	1	4	2	38	2	4	4	5	2	2	5	5	5	1	1	4	5	4	5	5	4	5	5	5
81	1	3	1	2	18	1	2	4	4	2	4	4	2	4	2	3	4	4	4	2	2	3	2	2	3
82	1	5	1	2	19	1	2	3	4	3	3	5	5	5	4	3	1	4	4	3	2	3	2	3	3
83	1	6	1	2	27	4	6	4	4	4	5	3	3	5	2	2	2	2	4	2	2	4	4	2	4
84	1	3	1	2	28	1	1	4	5	5	5	4	3	5	4	2	2	5	5	2	2	2	2	2	4
85	1	5	3	2	19	1	3	3	3	4	4	5	3	5	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	3
86	1	2	3	2	21	4	2	4	4	3	5	4	4	4	4	3	2	4	4	2	2	3	3	2	3
87	1	1	5	2	24	1	3	4	4	4	4	5	4	4	2	2	2	3	4	2	4	4	5	1	2
88	1	2	6	2	20	1	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	4	5	3	3	5	5	3	3	3
89	1	3	1	2	17	1	1	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	5	3	3	4	3	3	4
90	1	3	5	2	20	1	2	2	4	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	2	3	4	4	2	4
91	1	3	6	2	25	4	2	4	4	5	5	4	4	5	3	3	1	3	3	1	1	2	3	3	3
92	1	5	3	2	18	1	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	1	1	3	4	3	4
93	1	3	6	2	20	1	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	2	3	3	3	3	4
94	1	6	3	2	24	1	4	4	4	2	2	2	2	4	2	4	2	2	4	2	2	2	4	2	4
95	1	3	1	2	50	3	3	4	5	5	5	4	3	4	2	2	2	4	4	2	2	3	3	2	2
96	1	1	6	2	53	4	2	3	4	4	4	5	3	5	2	3	3	4	4	3	3	3	3	2	2
97	1	3	6	2	20	1	2	2	2	2	4	2	3	4	2	2	2	2	4	2	2	2	4	2	2
98	1	6	1	2	25	3	2	3	5	5	3	2	3	5	3	3	3	5	5	3	3	5	3	3	3
99	1	6	3	2	29	4	3	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	3	2
100	1	2	3	2	24	1	2	2	3	2	2	4	4	3	3	4	2	3	3	2	2	3	3	2	2

Frequency Table

Merk Oli Sekarang

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pertamina	15	15.0	15.0	15.0
	Shell	18	18.0	18.0	33.0
	Top 1	29	29.0	29.0	62.0
	STP	7	7.0	7.0	69.0
	Castrol	12	12.0	12.0	81.0
	Lainnya	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Merek Oli Sebelumnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pertamina	28	28.0	28.0	28.0
	Shell	7	7.0	7.0	35.0
	Top 1	23	23.0	23.0	58.0
	STP	6	6.0	6.0	64.0
	Castrol	17	17.0	17.0	81.0
	Lainnya	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jenis Motor

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2 tak	15	15.0	15.0	15.0
	4 tak	85	85.0	85.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	16 - 25 tahun	60	60.0	60.0	60.0
	26 - 35 tahun	17	17.0	17.0	77.0
	36 - 45 tahun	18	18.0	18.0	95.0
	> 45 tahun	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Belum bekerja (pegawai/mahasiswa)	40	40.0	40.0	40.0
	Pegawai negeri	8	8.0	8.0	48.0
	Pegawai swasta	25	25.0	25.0	73.0
	Wiraswasta	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pengeluaran per Bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 250.000	15	15.0	15.0	15.0
	Rp 250.000 - Rp 500.000	35	35.0	35.0	50.0
	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	25	25.0	25.0	75.0
	Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000	16	16.0	16.0	91.0
	Rp 2.500.000 - Rp 5.000.000	5	5.0	5.0	96.0
	> Rp 5.000.000	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Factor Analysis

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.843
Bartlett's Test of Sphericity	939.435
df	153
Sig.	.000

Communalities

	Initial	Extraction
item_1	1.000	.595
item_2	1.000	.578
item_3	1.000	.717
item_4	1.000	.492
item_5	1.000	.766
item_6	1.000	.697
item_7	1.000	.586
item_8	1.000	.781
item_9	1.000	.774
item_10	1.000	.712
item_11	1.000	.569
item_12	1.000	.710
item_13	1.000	.809
item_14	1.000	.811
item_15	1.000	.652
item_16	1.000	.374
item_17	1.000	.666
item_18	1.000	.594

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Anti-image Matrices

	item_1	item_2	item_3	item_4	item_5	item_6	item_7	item_8	item_9	item_10	item_11	
Anti-image Covariance	item_1	.439	-.152	-.083	-.122	-.102	.003	.039	-.008	-.014	-.042	.019
	item_2	-.152	.437	-.120	.095	-.066	.050	-.065	.060	.031	-.044	-.083
	item_3	-.083	-.120	.377	-.116	.020	.022	-.069	-.100	-.014	.079	-.113
	item_4	-.122	.095	-.116	.507	-.030	-.031	-.110	.031	.033	-.051	.054
	item_5	-.102	-.066	.020	-.030	.474	-.250	-.027	-.028	-.047	.045	-.051
	item_6	.003	.050	.022	-.031	-.250	.513	-.051	-.060	.060	.031	-.071
	item_7	.039	-.065	-.069	-.110	-.027	.468	-.027	.002	-.006	-.006	-.002
	item_8	-.008	.060	-.100	.031	-.028	-.027	.418	-.155	-.108	-.108	.058
	item_9	-.014	.031	-.014	.033	-.047	.002	-.155	.430	-.049	-.049	.001
	item_10	-.042	-.044	.079	-.051	.045	-.006	-.108	-.049	.309	-.044	-.044
	item_11	.019	-.083	-.113	.054	-.051	-.002	.058	.001	-.044	.475	-.133
	item_12	-.031	-.012	.005	-.086	.080	-.157	-.026	-.003	.084	-.133	-.133
	item_13	-.036	.046	.010	.046	.002	-.007	.004	.011	-.018	-.024	-.024
	item_14	.023	-.004	-.014	-.018	-.054	.009	.020	.050	-.087	.016	.016
	item_15	.106	-.078	.012	-.083	.017	-.012	-.080	-.125	-.012	-.014	-.014
	item_16	-.048	.061	.032	.143	-.047	-.138	.022	.050	-.054	.064	.064
	item_17	-.026	.024	-.007	-.011	.101	.038	.054	-.081	-.046	-.068	-.068
	item_18	.004	-.066	.051	-.042	.008	.054	-.050	-.103	-.023	-.017	-.017
Anti-image Correlation	item_1	.842 ^a	-.346	-.203	-.259	-.223	.006	.085	-.020	-.033	-.114	.042
	item_2	-.346	.798 ^a	-.295	.203	-.144	.105	-.145	.140	.072	-.120	-.182
	item_3	-.203	-.295	.820 ^a	-.266	.047	.050	-.165	-.251	-.035	.231	-.267
	item_4	-.259	.203	-.266	.805 ^a	-.060	-.060	-.227	.067	.071	-.128	.110
	item_5	-.223	-.144	.047	-.060	.756 ^a	-.506	-.056	-.064	-.103	.117	-.107
	item_6	.006	.105	.050	-.060	-.506	.759 ^a	-.103	-.130	.127	.079	-.143
	item_7	.085	-.145	-.165	-.227	-.056	-.103	.862 ^a	-.061	.005	-.015	-.004
	item_8	-.020	.140	-.251	.067	-.064	-.130	-.061	.840 ^a	-.365	-.300	.131
	item_9	-.033	.072	-.035	.071	-.103	.127	.005	-.365	.837 ^a	-.134	.001
	item_10	-.114	-.120	.231	-.128	.117	.079	-.015	-.300	-.134	.869 ^a	-.116
	item_11	.042	-.182	-.267	.110	-.107	-.143	-.004	.131	.001	-.116	.881 ^a
	item_12	-.069	-.027	.011	-.178	.172	.115	-.339	-.060	-.007	.223	-.285
	item_13	-.109	.140	.034	.130	.006	-.012	-.021	.034	.034	-.066	-.071
	item_14	.075	-.014	-.048	-.054	-.167	.069	.030	.164	-.335	.048	.048
	item_15	.242	-.179	.029	-.178	.036	-.051	-.026	-.188	-.032	-.030	-.030
	item_16	-.093	.116	.067	.254	-.087	-.004	-.255	.043	-.122	.118	.118
	item_17	-.062	.058	-.019	-.025	.234	-.309	.090	.132	-.198	-.158	-.158
	item_18	.008	-.145	.122	-.085	.017	-.040	.115	-.112	-.061	-.037	-.037

Anti-image Matrices

	item_12	item_13	item_14	item_15	item_16	item_17	item_18
Anti-image Covariance							
item_1							
item_2							
item_3							
item_4							
item_5							
item_6							
item_7							
item_8							
item_9							
item_10							
item_11							
item_12							
item_13							
item_14							
item_15							
item_16							
item_17							
item_18							
Anti-image Correlation							
item_1							
item_2							
item_3							
item_4							
item_5							
item_6							
item_7							
item_8							
item_9							
item_10							
item_11							
item_12							
item_13							
item_14							
item_15							
item_16							
item_17							
item_18							

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of Squared Loadings		Rotation Sums of Squared Loadings	
	Total	% of Variance	Total	% of Variance	Total	% of Variance
1	6.511	36.175	6.511	36.175	3.893	21.630
2	2.846	15.812	2.846	15.812	3.837	21.319
3	1.330	7.387	1.330	7.387	2.439	13.548
4	1.198	6.654	1.198	6.654	1.715	9.530
5	.957	5.318				
6	.760	4.223				
7	.727	4.040				
8	.573	3.182				
9	.481	2.670				
10	.429	2.384				
11	.372	2.065				
12	.356	1.980				
13	.350	1.944				
14	.319	1.771				
15	.255	1.416				
16	.218	1.211				
17	.184	1.023				
18	.134	.745				
		100.000				

Extraction Method: Principal Component Analysis.



Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
item_1	.578	.477	.183	.011
item_2	.506	.560	.036	-.084
item_3	.491	.682	-.098	-.037
item_4	.538	.439	-.094	-.024
item_5	.499	.308	.443	.474
item_6	.511	.094	.494	.427
item_7	.574	.446	-.128	-.204
item_8	.642	-.078	-.428	.424
item_9	.608	-.193	-.487	.362
item_10	.698	-.473	-.013	.033
item_11	.645	.295	.173	-.191
item_12	.587	.286	-.229	-.481
item_13	.659	-.520	.264	-.188
item_14	.682	-.490	.272	-.180
item_15	.694	-.258	-.297	.126
item_16	.465	-.321	.034	-.232
item_17	.657	-.406	.218	-.148
item_18	.702	-.253	-.192	-.024

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 4 components extracted.

Rotated Component Matrix^a

	Component			
	1	2	3	4
item_1	.113	.664	.056	.373
item_2	.009	.729	.057	.206
item_3	-.132	.807	.143	.167
item_4	.045	.649	.215	.149
item_5	.069	.312	.119	.806
item_6	.241	.172	.105	.773
item_7	.120	.739	.158	.016
item_8	.161	.202	.829	.168
item_9	.217	.124	.842	.058
item_10	.711	.038	.436	.124
item_11	.341	.637	.020	.216
item_12	.303	.732	.117	-.263
item_13	.880	.032	.120	.138
item_14	.875	.064	.124	.161
item_15	.456	.188	.638	.036
item_16	.586	.104	.128	-.062
item_17	.780	.106	.150	.155
item_18	.546	.239	.489	.007

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 6 iterations.

Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4
1	.621	.571	.459	.277
2	-.620	.741	-.190	.176
3	.293	-.088	-.686	.661
4	-.380	-.342	.532	.675

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Reliability (Produsen)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEM_5	3.8400	1.0798	100.0
2.	ITEM_6	3.5500	.9886	100.0

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEM_5	3.5500	.9773	.5942	.
ITEM_6	3.8400	1.1661	.5942	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 2

Alpha = .7437

Reliability (Harga)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEM_8	3.2400	1.0552	100.0
2.	ITEM_9	3.2100	1.0569	100.0
3.	ITEM_15	3.5100	1.0492	100.0

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEM_8	6.7200	3.4966	.6794	.7313
ITEM_9	6.7500	3.4419	.6967	.7133
ITEM_15	6.4500	3.6843	.6222	.7891

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 3

Alpha = .8146

Reliability (Promosi)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEM_10	2.9800	1.2059	100.0
2.	ITEM_13	2.8700	1.1429	100.0
3.	ITEM_14	3.0000	1.1459	100.0
4.	ITEM_16	3.5100	.9374	100.0
5.	ITEM_17	2.8600	1.1722	100.0
6.	ITEM_18	3.2300	1.0904	100.0

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEM_10	15.4700	18.8779	.7479	.8487
ITEM_13	15.5800	18.8723	.8047	.8387
ITEM_14	15.4500	18.7753	.8137	.8371
ITEM_16	14.9400	23.1075	.4642	.8910
ITEM_17	15.5900	19.5373	.7004	.8571
ITEM_18	15.2200	21.0218	.5959	.8738

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 6

Alpha = .8799

Reliability (Performa)

***** Method 1 (space saver) will be used for this analysis *****

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	ITEM_1	3.5600	1.0082	100.0
2.	ITEM_2	4.0500	.9031	100.0
3.	ITEM_3	3.9700	1.0960	100.0
4.	ITEM_4	4.0100	.9999	100.0
5.	ITEM_7	4.1700	.9646	100.0
6.	ITEM_11	3.7800	1.0404	100.0
7.	ITEM_12	4.0300	.8097	100.0

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
ITEM_1	24.0100	18.8585	.6354	.8382
ITEM_2	23.5200	19.4844	.6446	.8375
ITEM_3	23.6000	17.6162	.7198	.8253
ITEM_4	23.5600	19.2994	.5851	.8455
ITEM_7	23.4000	19.1919	.6292	.8391
ITEM_11	23.7900	18.9959	.5912	.8450
ITEM_12	23.5400	20.4529	.5913	.8453

Reliability Coefficients

N of Cases = 100.0

N of Items = 7

Alpha = .8593

Arithmetic Mean

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Produsen	100	1.00	5.00	3.8950	.92358
Harga	100	1.00	5.00	3.3200	.90008
Promosi	100	1.00	5.00	3.0750	.88458
Performa	100	1.00	5.00	3.9386	.72054
Valid N (listwise)	100				



T-Test

Group Statistics

Jenis Motor	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Produsen	2 tak	3.6333	1.09327	.28228
	4 tak	3.7059	.89740	.09734
Harga	2 tak	3.9556	.56155	.14439
	4 tak	3.2078	.90410	.09806
Promosi	2 tak	3.6889	.91040	.23507
	4 tak	2.9667	.83958	.09107
Performa	2 tak	4.0476	.62891	.16233
	4 tak	3.9193	.73720	.07996

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
Produsen	1.708	.194	-.279	98	.781	-.0725	.25987	-.58825	.44315
Harga	4.697	.033	-2.43	17.485	.811	-.0725	.29859	-.70119	.55609
Promosi	1.265	.264	3.092	98	.003	.7477	.24184	.26780	1.22763
Performa	.436	.511	4.272	18.448	.010	.7222	.17504	.38957	1.10585
			.634	98	.528	.1283	.20240	-.27337	.52995
			.709	21.403	.486	.1283	.18100	-.24770	.50428

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
Produsen	< Rp 250.000	15	3.2667	.92324	.23838	1.00	4.50
	Rp 250.000 - Rp 500.000	35	3.6571	.82043	.13868	2.00	5.00
	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	25	3.6400	.96307	.19261	1.50	5.00
	Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000	16	4.0000	1.00000	.25000	2.00	5.00
	Rp 2.500.000 - Rp 5.000.000	5	4.4000	.22361	.10000	4.00	4.50
	> Rp 5.000.000	4	3.8750	1.31498	.65749	2.50	5.00
	Total	100	3.6950	.92358	.09236	1.00	5.00
Harga	< Rp 250.000	15	3.0222	1.07988	.27882	1.00	5.00
	Rp 250.000 - Rp 500.000	35	3.2000	.59519	.10061	1.33	4.33
	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	25	3.4133	.93432	.18686	2.00	5.00
	Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000	16	3.5000	1.19876	.29969	1.00	4.67
	Rp 2.500.000 - Rp 5.000.000	5	4.2667	.43461	.19437	3.67	4.67
	> Rp 5.000.000	4	3.0000	.60858	.30429	2.33	3.67
	Total	100	3.3200	.90008	.09001	1.00	5.00
Promosi	< Rp 250.000	15	2.9556	.86480	.22329	1.00	5.00
	Rp 250.000 - Rp 500.000	35	2.8286	.75243	.12718	1.83	4.67
	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	25	3.1067	.74981	.14996	2.00	4.67
	Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000	16	3.5833	1.15630	.28908	1.00	4.83
	Rp 2.500.000 - Rp 5.000.000	5	3.8667	.71102	.31796	2.83	4.50
	> Rp 5.000.000	4	2.4583	.58333	.29167	1.83	3.17
	Total	100	3.0750	.88458	.08846	1.00	5.00
Performa	< Rp 250.000	15	3.8190	.92970	.24005	1.00	4.86
	Rp 250.000 - Rp 500.000	35	3.6612	.72603	.12272	2.14	5.00
	Rp 500.000 - Rp 1.000.000	25	4.1029	.52249	.10450	2.86	4.86
	Rp 1.000.000 - Rp 2.500.000	16	4.1429	.70180	.17545	2.43	4.86
	Rp 2.500.000 - Rp 5.000.000	5	4.4571	.43331	.19378	3.71	4.86
	> Rp 5.000.000	4	4.3214	.41033	.20516	4.00	4.86
	Total	100	3.9386	.72054	.07205	1.00	5.00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Produsen	Between Groups	6.981	5	1.396	1.694	.144
	Within Groups	77.467	94	.824		
	Total	84.448	99			
Harga	Between Groups	7.461	5	1.492	1.928	.097
	Within Groups	72.744	94	.774		
	Total	80.204	99			
Promosi	Between Groups	11.154	5	2.231	3.162	.011
	Within Groups	66.312	94	.705		
	Total	77.465	99			
Performa	Between Groups	6.180	5	1.236	2.569	.032
	Within Groups	45.218	94	.481		
	Total	51.398	99			

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
Produsen	Belum bekerja (pegawai/mahasiswa)	40	3.7375	.80054	.12658	2.00	5.00
	Pegawai negeri	8	4.2500	.65465	.23146	3.00	5.00
	Pegawai swasta	25	3.1400	1.02591	.20518	1.00	5.00
	Wiraswasta	27	3.9815	.84900	.16339	2.00	5.00
	Total	100	3.6950	.92358	.09236	1.00	5.00
Harga	Belum bekerja (pegawai/mahasiswa)	40	3.6083	.69548	.10996	2.00	5.00
	Pegawai negeri	8	3.8750	.85333	.30170	2.00	4.67
	Pegawai swasta	25	2.8533	1.00037	.20007	1.00	4.33
	Wiraswasta	27	3.1605	.88371	.17007	1.33	4.67
	Total	100	3.3200	.90008	.09001	1.00	5.00
Promosi	Belum bekerja (pegawai/mahasiswa)	40	3.0250	.78133	.12354	1.83	5.00
	Pegawai negeri	8	3.8542	.80887	.28598	2.83	4.83
	Pegawai swasta	25	2.8467	.95005	.19001	1.00	4.50
	Wiraswasta	27	3.1296	.90030	.17326	1.83	4.83
	Total	100	3.0750	.88458	.08846	1.00	5.00
Performa	Belum bekerja (pegawai/mahasiswa)	40	4.0393	.63062	.09971	2.57	5.00
	Pegawai negeri	8	4.2679	.42128	.14895	3.71	4.86
	Pegawai swasta	25	3.6343	.85424	.17085	1.00	4.71
	Wiraswasta	27	3.9735	.72089	.13874	2.43	4.86
	Total	100	3.9386	.72054	.07205	1.00	5.00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Produsen	Between Groups	12.453	3	4.151	5.535	.002
	Within Groups	71.994	96	.750		
	Total	84.447	99			
Harga	Between Groups	11.921	3	3.974	5.587	.001
	Within Groups	68.283	96	.711		
	Total	80.204	99			
Promosi	Between Groups	6.341	3	2.114	2.853	.041
	Within Groups	71.124	96	.741		
	Total	77.465	99			
Performa	Between Groups	3.621	3	1.207	2.425	.070
	Within Groups	47.777	96	.498		
	Total	51.398	99			

Oneway

Descriptives

		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	Minimum	Maximum
Produsen	16 - 25 tahun	60	3.6750	.83273	.10750	1.50	5.00
	26 - 35 tahun	17	3.4706	.89216	.21638	2.00	5.00
	36 - 45 tahun	18	3.9444	1.23537	.29118	1.00	5.00
	> 45 tahun	5	3.8000	.83666	.37417	2.50	4.50
	Total	100	3.6950	.92358	.09236	1.00	5.00
Harga	16 - 25 tahun	60	3.5333	.78642	.10153	2.00	5.00
	26 - 35 tahun	17	3.1176	.89707	.21757	2.00	4.33
	36 - 45 tahun	18	2.9630	1.06574	.25120	1.00	4.67
	> 45 tahun	5	2.7333	1.01105	.45216	1.33	4.00
	Total	100	3.3200	.90008	.09001	1.00	5.00
Promosi	16 - 25 tahun	60	3.1583	.82477	.10648	1.83	5.00
	26 - 35 tahun	17	2.9314	.85200	.20664	1.50	4.50
	36 - 45 tahun	18	3.0833	1.16351	.27424	1.00	4.83
	> 45 tahun	5	2.5333	.34157	.15275	2.17	2.83
	Total	100	3.0750	.88458	.08846	1.00	5.00
Performa	16 - 25 tahun	60	4.0119	.61980	.08002	2.43	5.00
	26 - 35 tahun	17	4.0756	.73907	.17925	2.14	4.86
	36 - 45 tahun	18	3.6111	.88851	.20942	1.00	4.86
	> 45 tahun	5	3.7714	.98250	.43939	2.43	4.86
	Total	100	3.9386	.72054	.07205	1.00	5.00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Produsen	Between Groups	2.055	3	.685	.798	.498
	Within Groups	82.392	96	.858		
	Total	84.448	99			
Harga	Between Groups	7.442	3	2.481	3.273	.024
	Within Groups	72.762	96	.758		
	Total	80.204	99			
Promosi	Between Groups	2.236	3	.745	.951	.419
	Within Groups	75.230	96	.784		
	Total	77.465	99			
Performa	Between Groups	2.712	3	.904	1.782	.156
	Within Groups	48.686	96	.507		
	Total	51.398	99			

Lampiran 4

TABEL NILAI-NILAI t

d.b.	Tarf Signifikasi							
	50 %	40 %	20 %	10 %	5 %	2 %	1 %	0,1 %
1	1.000	1.376	3.078	6.314	12.706	31.821	63.657	636.691
2	0.816	1.061	1.886	2.920	4.303	6.965	9.925	31.598
3	0.765	0.978	1.638	2.353	3.182	4.541	5.841	12.941
4	0.741	0.941	1.533	2.132	2.776	3.747	4.604	8.610
5	0.727	0.920	1.476	2.015	2.571	3.365	4.032	6.859
6	0.718	0.906	1.440	1.943	2.447	3.143	3.707	5.959
7	0.711	0.896	1.415	1.895	2.365	2.998	3.499	5.405
8	0.706	0.889	1.397	1.860	2.306	2.896	3.355	5.041
9	0.703	0.883	1.383	1.833	2.262	2.821	3.250	4.781
10	0.700	0.879	1.372	1.812	2.228	2.764	3.169	4.587
11	0.697	0.876	1.363	1.796	2.201	2.718	3.106	4.437
12	0.695	0.873	1.356	1.782	2.179	2.681	3.055	4.318
13	0.694	0.870	1.350	1.771	2.160	2.650	3.012	4.221
14	0.692	0.868	1.345	1.761	2.145	2.624	2.977	4.140
15	0.691	0.866	1.341	1.753	2.131	2.602	2.947	4.073
16	0.690	0.865	1.337	1.746	2.120	2.583	2.921	4.015
17	0.689	0.863	1.333	1.740	2.110	2.567	2.898	3.965
18	0.688	0.862	1.330	1.734	2.101	2.552	2.878	3.922
19	0.688	0.861	1.328	1.729	2.093	2.539	2.861	3.883
20	0.687	0.860	1.325	1.725	2.086	2.528	2.845	3.850
21	0.686	0.859	1.323	1.721	2.080	2.518	2.831	3.819
22	0.686	0.858	1.321	1.717	2.074	2.508	2.819	3.792
23	0.685	0.858	1.319	1.714	2.069	2.500	2.807	3.767
24	0.685	0.857	1.318	1.711	2.064	2.492	2.797	3.745
25	0.684	0.856	1.316	1.708	2.060	2.485	2.787	3.725
26	0.684	0.856	1.315	1.706	2.056	2.479	2.779	3.707
27	0.684	0.855	1.314	1.703	2.052	2.473	2.771	3.690
28	0.683	0.855	1.313	1.701	2.048	2.467	2.763	3.674
29	0.683	0.854	1.311	1.699	2.045	2.462	2.756	3.659
30	0.683	0.854	1.110	1.697	2.042	2.457	2.750	3.646
40	0.681	0.851	1.303	1.684	2.021	2.423	2.704	3.551
60	0.689	0.848	1.296	1.671	2.000	2.390	2.660	3.460
120	0.677	0.845	1.289	1.658	1.980	2.358	2.617	3.373
co	0.674	0.842	1.282	1.645	1.960	2.326	2.576	3.291

Lanjutan

TABEL NILAI-NILAI F
Baris Atas Untuk $p = 0,05$ dan
Baris Bawah Untuk $p = 0,01$

db	Pembilang																							
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	14	16	20	24	30	40	50	75	100	200	300	
65	3.99	3.14	2.75	2.51	2.36	2.24	2.15	2.08	2.02	1.98	1.94	1.90	1.85	1.80	1.73	1.68	1.63	1.57	1.54	1.49	1.46	1.42	1.39	1.37
	7.04	4.95	4.10	3.62	3.31	3.09	2.93	2.79	2.70	2.61	2.54	2.47	2.37	2.30	2.18	2.09	2.00	1.90	1.84	1.76	1.71	1.64	1.60	1.56
70	3.98	3.13	2.74	2.50	2.35	2.23	2.14	2.07	2.01	1.97	1.93	1.89	1.84	1.79	1.72	1.67	1.62	1.56	1.53	1.47	1.45	1.40	1.37	1.35
	7.01	4.92	4.06	3.60	3.29	3.07	2.91	2.77	2.67	2.59	2.51	2.45	2.35	2.28	2.15	2.07	1.98	1.88	1.82	1.74	1.69	1.62	1.56	1.53
80	3.96	3.11	2.72	2.48	2.33	2.21	2.12	2.05	1.99	1.95	1.91	1.88	1.82	1.77	1.70	1.65	1.60	1.54	1.51	1.45	1.42	1.38	1.35	1.32
	6.96	4.88	4.04	3.58	3.25	3.04	2.87	2.74	2.64	2.55	2.48	2.41	2.32	2.24	2.11	2.03	1.94	1.84	1.78	1.70	1.65	1.57	1.52	1.49
100	3.94	3.09	2.70	2.46	2.30	2.19	2.10	2.03	1.97	1.92	1.88	1.85	1.79	1.75	1.68	1.63	1.57	1.51	1.48	1.42	1.39	1.34	1.30	1.28
	6.90	4.82	3.98	3.51	3.20	2.99	2.82	2.69	2.59	2.51	2.45	2.36	2.26	2.19	2.06	1.98	1.89	1.79	1.73	1.64	1.59	1.51	1.46	1.43
125	3.92	3.07	2.63	2.44	2.29	2.17	2.08	2.01	1.95	1.90	1.86	1.83	1.77	1.72	1.65	1.60	1.55	1.49	1.45	1.39	1.36	1.31	1.27	1.25
	6.84	4.78	3.94	3.47	3.17	2.95	2.79	2.65	2.56	2.47	2.40	2.33	2.23	2.15	2.03	1.94	1.85	1.75	1.68	1.59	1.54	1.48	1.40	1.37
150	3.91	3.06	2.67	2.43	2.27	2.16	2.07	2.00	1.94	1.89	1.85	1.82	1.76	1.71	1.64	1.59	1.54	1.47	1.44	1.37	1.34	1.29	1.25	1.22
	6.81	4.75	3.91	3.44	3.13	2.92	2.76	2.62	2.53	2.44	2.37	2.30	2.20	2.12	2.00	1.91	1.83	1.72	1.66	1.56	1.51	1.43	1.37	1.33
200	3.89	3.04	2.65	2.41	2.26	2.14	2.05	1.98	1.92	1.87	1.83	1.80	1.74	1.69	1.62	1.57	1.52	1.45	1.42	1.35	1.32	1.26	1.22	1.19
	6.76	4.71	3.83	3.41	3.11	2.90	2.73	2.60	2.50	2.41	2.34	2.28	2.17	2.09	1.97	1.88	1.79	1.69	1.62	1.58	1.48	1.39	1.33	1.28
400	3.86	3.02	2.62	2.39	2.23	2.12	2.03	1.96	1.90	1.85	1.81	1.78	1.72	1.67	1.60	1.54	1.49	1.42	1.38	1.32	1.28	1.22	1.16	1.13
	6.70	4.86	3.83	3.36	3.06	2.85	2.69	2.55	2.40	2.37	2.29	2.23	2.12	2.04	1.92	1.84	1.74	1.64	1.57	1.47	1.42	1.32	1.24	1.19
1000	3.85	3.00	2.61	2.38	2.22	2.10	2.02	1.95	1.89	1.84	1.80	1.76	1.70	1.65	1.58	1.53	1.47	1.41	1.36	1.30	1.26	1.19	1.13	1.08
	6.68	4.62	3.80	3.34	3.04	2.82	2.66	2.53	2.43	2.34	2.26	2.20	2.09	2.01	1.89	1.81	1.71	1.61	1.54	1.41	1.38	1.28	1.19	1.11
?	3.84	2.99	2.60	2.37	2.21	2.09	2.01	1.94	1.88	1.83	1.79	1.75	1.69	1.64	1.57	1.52	1.46	1.40	1.35	1.28	1.24	1.17	1.11	1.00
	6.6	4.60	3.78	3.32	3.02	2.80	2.64	2.51	2.41	2.32	2.24	2.18	2.07	1.99	1.87	1.79	1.69	1.59	1.52	1.41	1.36	1.25	1.15	1.00