

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **V.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian tentang karakteristik responden, karakteristik box kemasan kado dan persepsi konsumen yang dianalisis dengan alat analisis persentase, regresi linear berganda, T test dan anova dengan responden yang diteliti berjumlah 100 orang, maka penulis dapat mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan ternyata sebagian besar konsumen Kado Kita berjenis kelamin wanita yang jumlahnya 66 orang. Konsumen wanita memang lebih tertarik dengan hal-hal yang berkesan menarik, indah dan penuh dengan keunikan dibandingkan dengan konsumen pria. Sebagian besar responden berusia 19 – 24 tahun sebanyak 71 orang. Berdasarkan profesi sebagian responden berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa yaitu sebanyak 67 orang. Konsumen dengan tipe seperti ini banyak kita jumpai di berbagai pusat perbelanjaan termasuk di Kado Kita. Keinginan yang besar untuk berekspresi dengan membeli barang-barang unik tampaknya menjadi salah satu motivasi bagi pelajar/mahasiswa.

Tipe konsumen seperti ini tampaknya sangat peduli dengan perayaan-perayaan tertentu seperti ulang tahun, natal, paskah, lebaran, valentine dan lain sebagainya. Mereka tidak melewatkan perayaan-perayaan tersebut begitu saja tanpa sesuatu yang berarti karena selalu ingin dikenang.

Konsumen Kado Kita sebagian besar berpendapatan antara Rp. 700.000 – Rp. 1.000.000 yaitu sebanyak 37 orang.

2. Secara keseluruhan karakteristik box kemasan kado (bentuk, warna, ukuran, gambar, bahan dan harga ) mempengaruhi persepsi konsumen secara signifikan.
3. Secara individu, karakteristik box kemasan kado yang berpengaruh terhadap persepsi konsumen adalah gambar, bahan dan harga, tetapi yang memberikan pengaruh yang paling besar adalah gambar.
4. Hasil penelitian dengan menggunakan analisis T test dan Anova menghasilkan kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan dalam persepsi konsumen terhadap karakteristik box kemasan kado pada Kado Kita ditinjau dari perbedaan jenis kelamin, usia, profesi dan tingkat pendapatan. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa karakteristik box kemasan yang menarik dan bervariasi mampu membuat konsumen tertarik pada box kemasan kado baik itu bagi konsumen yang berjenis kelamin pria atau wanita, berbagai tingkat usia, berbagai jenis profesi dan tingkat pendapatan, konsumen cenderung terkesan dan menyukai box kemasan kado.

## V.2 Implikasi Manajerial

Hasil penelitian ini bila dibandingkan dengan hasil penelitian terdahulu memiliki sedikit perbedaan. Hal ini ditunjukkan dengan hanya ada 3 persamaan karakteristik yang dinilai dari kemasan yaitu bentuk, warna dan bahan. Penelitian sebelumnya juga meneliti bagaimana suatu kemasan dapat melindungi isi produk, memperhatikan kenyamanan saat digunakan dan kemasan sebagai alat komunikasi untuk menjelaskan segala sesuatu tentang produk kepada konsumen. Sedangkan pada penelitian ini hanya memfokuskan pada karakteristik kemasan (bentuk, warna, ukuran, gambar, bahan dan harga) saja sehingga menghasilkan perbedaan dalam hasil penelitian. Pengemasan merupakan proses yang berkaitan dengan perancangan dan pembuatan kemasan produk. Tujuan penggunaan kemasan antara lain adalah sebagai pelindung isi produk, memberikan kenyamanan, memberikan daya tarik dan bermanfaat untuk pemakaian ulang. Dari penelitian sebelumnya, konsumen menganggap bahwa perlindungan terhadap isi produk dalam kemasan dan kenyamanan pada saat menggunakan kemasan merupakan faktor penting. Sedangkan pada penelitian ini, konsumen hanya melihat karakteristik kemasan tanpa memperhatikan kenyamanan dan perlindungan terhadap isi produk dalam kemasan.

Kemasan sebagai pelindung produk, misalnya melindungi produk dari kerusakan, kehilangan, berkurangnya kadar/isi, dan sebagainya. Kenyamanan juga merupakan hal yang sangat penting misalnya kemudahan membuka dan menutup saat mengonsumsi suatu produk. Mungkin hanya sebagian konsumen yang menganggap bahwa perlindungan terhadap isi dalam kemasan itu penting yaitu bagi konsumen yang menggunakan barang pecah belah seperti mug atau frame sebagai kado yang dikemas dalam box kemasan kado. Dari hasil ini, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa sebagian konsumen lebih tertarik menggunakan kemasan yang didesain untuk melindungi isi produk dalam kemasan dan juga kenyamanan saat digunakan.

### **V.3 Saran**

1. Pada kenyataannya karakteristik box kemasan kado memang perlu untuk diperbaiki lagi agar lebih bisa menarik perhatian konsumen dan persepsi konsumen terhadap box kemasan kado juga semakin baik. Perbaikan yang bisa dilakukan misalnya dengan menambahkan warna-warna cerah atau kombinasi gambar yang unik dan lucu sehingga konsumen semakin tertarik dan untuk menghindari kejenuhan konsumen pada karakteristik box kemasan.

2. Dengan diketahuinya karakteristik responden yang paling banyak berbelanja box kemasan kado di Kado Kita yaitu wanita, berusia 19 – 24, profesi pelajar/mahasiswa dan tingkat pendapatan antara Rp. 700.000 – Rp. 1.000.000 hendaknya pihak manajemen Kado Kita menekankan strategi pemasarannya untuk melayani konsumen dengan karakteristik tersebut dalam porsi yang lebih besar yaitu membuat box kemasan yang semakin unik dan bervariasi, bermutu tinggi namun harganya masih terjangkau oleh para pelajar dan mahasiswa sehingga persepsi konsumen semakin baik dan efeknya terhadap penjualan, konsumen tidak hanya membeli box kemasan kado saja tetapi juga membeli kado yang kemudian dikemas dalam box kemasan kado sehingga hal ini akan semakin menguntungkan pihak Kado Kita. Karena persepsi konsumen semakin baik maka diharapkan penjualan akan lebih meningkat dan laba yang akan diterima pihak manajemen Kado Kita akan meningkat pula.
3. Bagi pihak manajemen Kado Kita maupun pihak lain yang berkepentingan hendaknya melakukan penelitian lanjutan dari penelitian yang telah dilakukan ini guna mengetahui apa saja faktor-faktor lain yang memberi pengaruh besar terhadap persepsi konsumen Kado Kita. Ini sangat perlu untuk dilakukan untuk peningkatan kinerja dan laba perusahaan dengan strategi pemasaran yang tepat.

#### V.4 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini hanya membatasi pada karakteristik box kemasan kado saja dan tidak meneliti masing-masing variabel secara detail, misalnya:

- Bentuk : kotak, hati, bulat, segitiga.
- Warna : pink, biru, hijau, ungu, kuning, orange.
- Ukuran : besar, sedang, kecil.
- Gambar : hati, boneka, polkadot, lilin.
- Bahan : kertas kado, kertas karton, daur ulang, natural.
- Harga : box kecil harga berkisar Rp. 8000 – Rp. 15.000  
box sedang harga berkisar Rp. 15.000 – Rp. 25.000  
box besar harga di atas Rp. 30.000

## DAFTAR PUSTAKA

Aruman, *The Power of Packaging, Mix*, November 2005.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 1997, *Dasar-dasar Pemasaran: Principles of Marketing*, Edisi 7, Prenhallindo, Jakarta.

Kotler, Philip dan Gary Armstrong, 2003, *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi 9, Indeks.

Lamb, Charles, Joseph F. Hair, Carl Mc Daniel, 2001, *Pemasaran*, jilid 2, Edisi 5, Salemba Empat, Jakarta.

Prastito, Arif, 2004, *Cara Mudah Mengatasi Masalah Statistik dan Rancangan Percobaan dengan SPSS 12*, Elex Media, Komputindo, Jakarta.

Sarwono, Jonathan, 2005, *Riset Pemasaran dengan SPSS*, Andi Offset, Yogyakarta.

Simmamora, Bilson, 2002, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Sugiyono, 2005, *Metode Penelitian Bisnis*, cetakan VIII, CV. Alfabeta, Bandung.

Sutisna, 2003, *Perilaku Konsumen & Komunikasi Pemasaran*, Remaja Rosdakarya Offset, Bandung.

Tjiptono, Chandra, Diana, 2004, *Marketing Scales*, Andi Offset, Yogyakarta.

Tjiptono, Fandy, 1997, *Strategi Pemasaran*, Andi Offset, Yogyakarta.

Triyono, Sigit, *Teknik Menarik Pelanggan Melalui Strategi Merchandising di Bisnis Retail*, Manajemen, Februari 2003.

Triyono, Sigit, *77% Sales Retail Diadakan karena Merchandising*, Manajemen, Maret, 2003.

Kepada  
Yth.Saudara/i  
Di tempat

Dengan Hormat,

Bersama surat ini,perkenankanlah saya:

Nama :Viena Carelina

NPM :01 03 12721

Fakultas :Ekonomi

Jurusan :Manajemen

Universitas :Atma Jaya Yogyakarta

Dengan rendah hati memohon kesediaan Saudara/i untuk meluangkan sedikit waktu guna mengisi kuesioner seperti yang terlampir mengenai analisis pengaruh karakteristik box kemasan kado terhadap persepsi konsumen Kado Kita dengan mengisi pertanyaan dan pernyataan yang saya ajukan dalam kuesioner ini.

Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk tujuan ilmiah (sebagai bahan penelitian skripsi) sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana (S1) pada Fakultas Ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Sebelum dan sesudahnya saya mengucapkan banyak terima kasih atas kesediaannya untuk mengisi kuisisioner ini.

Hormat Saya,

Viena Carelina



## KUESIONER

Apakah anda pernah membeli box kemasan kado di Kado Kita?

- a. Ya
- b. Tidak

### BAGIAN A

Berilah tanda silang (x) pada jawaban yang paling sesuai dengan keadaan saudara/i

1. Jenis Kelamin
  - a. Pria
  - b. Wanita
2. Usia Anda saat ini
  - a. Kurang dari 19 thn
  - b. 19 – 24 thn
  - c. 24 – 30 thn
  - d. Lebih dari 30 thn
3. Profesi Anda saat ini
  - a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. Pelajar/Mahasiswa sambil bekerja
  - c. Pegawai Negeri
  - d. Pegawai Swasta
  - e. Wiraswasta
4. Tingkat pendapatan/uang saku Anda per bulan
  - a. Kurang dari Rp. 400.000,-
  - b. Rp. 400.000 – Rp. 699.000
  - c. Rp. 700.000 – Rp 1.000.000
  - d. Lebih dari Rp. 1.000.000,-

## BAGIAN B

Berilah tanda silang (x) pada jawaban yang paling sesuai dengan keadaan saudara/i, dengan kriteria berikut ini:

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

### 1. Bentuk

No.	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Bentuk box kemasan kado menarik					
2.	Bentuk box kemasan kado bervariasi					
3.	Kado Kita menyediakan bentuk box kemasan kado yang anda inginkan					
4.	Kado Kita menyediakan bentuk box kemasan kado yang sesuai dengan kebutuhan anda					

### 2. Warna

No.	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Warna box kemasan kado menarik					
2.	Warna box kemasan kado bervariasi					
3.	Kado Kita menyediakan warna box kemasan kado yang anda inginkan					
4.	Kado Kita menyediakan bentuk box kemasan kado yang sesuai dengan kebutuhan anda					

### 3. Ukuran

No.	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Ukuran box kemasan kado menarik					
2.	Ukuran box kemasan kado bervariasi					
3.	Kado Kita menyediakan ukuran box kemasan kado yang anda inginkan					
4.	Kado Kita menyediakan ukuran box kemasan kado yang sesuai dengan kebutuhan anda					

### 4. Gambar

No.	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Gambar box kemasan kado menarik					
2.	Gambar box kemasan kado bervariasi					
3.	Kado Kita menyediakan gambar box kemasan kado yang anda inginkan					
4.	Kado Kita menyediakan gambar box kemasan kado yang sesuai dengan kebutuhan anda					

### 5. Bahan

No.	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Bahan box kemasan kado berkualitas					
2.	Bahan box kemasan kado bervariasi					
3.	Kado Kita menyediakan bahan box kemasan kado yang anda inginkan					

## 6. Harga

No.	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Harga box kemasan kado terjangkau					
2.	Box kemasan kado tersedia dalam berbagai pilihan harga					
3.	Harga box kemasan sesuai dengan kualitasnya					

## Persepsi Konsumen

No.	Pertanyaan	SS	S	R	TS	STS
1.	Beberapa orang termasuk saya berpikir bahwa box kemasan kado di Kado Kita menarik					
2.	Anda terkesan dengan gambar box kemasan kado di Kado Kita					
3.	Anda menyukai bentuk box kemasan kado yang bervariasi					
4.	Anda menyukai warna box kemasan kado yang cerah					

## Validitas dan reliabilitas "bentuk"

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.824	4

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir 1	1.8667	.50742	30
butir 2	1.8667	.62881	30
butir 3	2.4333	.62606	30
butir 4	2.5000	.68229	30

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir 1	6.8000	2.579	.685	.771
butir 2	6.8000	2.510	.526	.834
butir 3	6.2333	2.323	.649	.778
butir 4	6.1667	2.006	.767	.719

## Validitas dan reliabilitas "warna"

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.859	4

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir 1	1.8667	.43417	30
butir 2	1.8000	.61026	30
butir 3	2.3000	.59596	30
butir 4	2.4000	.49827	30

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir 1	6.5000	2.190	.698	.831
butir 2	6.5667	1.771	.696	.829
butir 3	6.0667	1.720	.768	.794
butir 4	5.9667	2.033	.699	.824

## Validitas dan reliabilitas "ukuran"

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	4

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir 1	2.3000	.46609	30
butir 2	1.9000	.40258	30
butir 3	2.4000	.67466	30
butir 4	2.3333	.75810	30

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir 1	6.6333	2.723	.507	.843
butir 2	7.0333	2.861	.511	.846
butir 3	6.5333	1.775	.829	.694
butir 4	6.6000	1.490	.894	.660

## Validitas dan reliabilitas "gambar"

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.791	4

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir 1	1.9667	.49013	30
butir 2	1.9333	.58329	30
butir 3	2.4667	.50742	30
butir 4	2.4333	.56832	30

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir 1	6.8333	2.075	.383	.834
butir 2	6.8667	1.637	.588	.748
butir 3	6.3333	1.678	.699	.692
butir 4	6.3667	1.482	.759	.652



## Validitas dan reliabilitas "bahan"

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	3

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir 1	2.2667	.69149	30
butir 2	2.1333	.68145	30
butir 3	2.6000	.49827	30

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir 1	4.7333	1.099	.720	.703
butir 2	4.8667	1.223	.619	.812
butir 3	4.4000	1.490	.726	.735

## Validitas dan reliabilitas "harga"

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.684	3

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir 1	3.2333	.85836	30
butir 2	2.2333	.56832	30
butir 3	2.5333	.86037	30

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir 1	4.7667	1.426	.559	.509
butir 2	5.7667	2.116	.527	.604
butir 3	5.4667	1.568	.465	.648

## Validitas dan reliabilitas "persepsi konsumen"

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	4

### Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
butir 1	2.0667	.52083	30
butir 2	2.2000	.55086	30
butir 3	1.9333	.63968	30
butir 4	2.1000	.54772	30

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
butir 1	6.2333	2.116	.616	.782
butir 2	6.1000	2.024	.634	.773
butir 3	6.3667	1.689	.736	.723
butir 4	6.2000	2.097	.583	.796

## Frequencies

### Statistics

		Pernah membeli box di kado kita?	Jenis Kelamin	Usia	Profesi	Tingkat pendapatan/ Uang saku
N	Valid	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0

## Frequency Table

### Pernah membeli box kemasan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ya	100	100.0	100.0	100.0

### Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid pria	34	34.0	34.0	34.0
wanita	66	66.0	66.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid kurang dari 19 tahun	5	5.0	5.0	5.0
19 - 24 tahun	71	71.0	71.0	76.0
24 - 30 tahun	19	19.0	19.0	95.0
lebih dari 30 tahun	5	5.0	5.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

### Profesi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid pelajar/mahasiswa	67	67.0	67.0	67.0
pelajar/mahasiswa sambil bekerja	21	21.0	21.0	88.0
pegawai negeri	5	5.0	5.0	93.0
pegawai swasta	3	3.0	3.0	96.0
wiraswasta	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

**Tingkat pendapatan/Uang saku**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	kurang dari Rp.400.000,-	9	9.0	9.0	9.0
	Rp.400.000 - Rp.699.000,-	36	36.0	36.0	45.0
	Rp.700.000 - Rp.1.000.000,-	37	37.0	37.0	82.0
	lebih dari Rp.1.000.000,-	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



## Regression

### Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
persepsi	8.0200	1.94355	100
bentuk	8.0900	1.96482	100
warna	8.0800	1.82397	100
ukuran	8.8200	2.13381	100
gambar	8.9000	1.95660	100
bahan	6.4800	1.73776	100
harga	7.7300	1.99927	100

### Correlations

		persepsi	bentuk	warna	ukuran	gambar	bahan	harga
Pearson Correlation	persepsi	1.000	.460	.384	.400	.526	.532	.404
	bentuk	.460	1.000	.658	.387	.499	.366	.227
	warna	.384	.658	1.000	.364	.534	.322	.233
	ukuran	.400	.387	.364	1.000	.368	.402	.339
	gambar	.526	.499	.534	.368	1.000	.395	.179
	bahan	.532	.366	.322	.402	.395	1.000	.448
	harga	.404	.227	.233	.339	.179	.448	1.000
Sig. (1-tailed)	persepsi	.	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	bentuk	.000	.	.000	.000	.000	.000	.011
	warna	.000	.000	.	.000	.000	.001	.010
	ukuran	.000	.000	.000	.	.000	.000	.000
	gambar	.000	.000	.000	.000	.	.000	.037
	bahan	.000	.000	.001	.000	.000	.	.000
	harga	.000	.011	.010	.000	.037	.000	.
N	persepsi	100	100	100	100	100	100	100
	bentuk	100	100	100	100	100	100	100
	warna	100	100	100	100	100	100	100
	ukuran	100	100	100	100	100	100	100
	gambar	100	100	100	100	100	100	100
	bahan	100	100	100	100	100	100	100
	harga	100	100	100	100	100	100	100

### Variables Entered/Removed<sup>a</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	harga, gambar, ukuran, bentuk, bahan, warna		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: persepsi

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.679 <sup>a</sup>	.461	.426	1.47258

a. Predictors: (Constant), harga, gambar, ukuran, bentuk, bahan, warna

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	172.291	6	28.715	13.242	.000 <sup>a</sup>
	Residual	201.669	93	2.168		
	Total	373.960	99			

a. Predictors: (Constant), harga, gambar, ukuran, bentuk, bahan, warna

b. Dependent Variable: persepsi

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.524	.907		.578	.565
	bentuk	.173	.105	.175	1.647	.103
	warna	-.046	.114	-.043	-.405	.687
	ukuran	.067	.082	.074	.823	.413
	gambar	.301	.096	.303	3.148	.002
	bahan	.281	.105	.251	2.677	.009
	harga	.178	.085	.183	2.098	.039

a. Dependent Variable: persepsi

## T-Test jenis kelamin

### Group Statistics

jenis kelamin		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
persepsi konsumen	pria	34	2.2680	.36744	.06301
	wanita	66	2.1672	.37027	.04558

### 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
persepsi konsumen	Equal variances assumed	.032	.859	1.293	98	.199	.10079	.07796	-.05392	.25551
	Equal variances not assumed			1.296	67.218	.199	.10079	.07777	-.05443	.25601



## Anova berdasarkan usia

### Descriptives

persepsi

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
kurang dari 19 tahun	5	2.3140	.43174	.19308	1.7779	2.8501	1.61	2.71
19 - 24 tahun	71	2.2107	.37705	.04475	2.1214	2.2999	1.53	3.00
24 - 30 tahun	19	2.1550	.28754	.06597	2.0164	2.2936	1.57	2.74
lebih dari 30 tahun	5	2.1360	.56520	.25276	1.4342	2.8378	1.51	2.75
Total	100	2.2015	.37057	.03706	2.1280	2.2750	1.51	3.00

### Test of Homogeneity of Variances

persepsi

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
2.696	3	96	.050

### ANOVA

persepsi

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.132	3	.044	.313	.816
Within Groups	13.463	96	.140		
Total	13.595	99			

## Anova berdasarkan profesi

### Descriptives

persepsi

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
pelajar/mahasiswa	67	13.3107	2.16169	.26409	12.7835	13.8380	9.17	18.00
pelajar/mahasiswa sambil bekerja	21	13.3581	2.12971	.46474	12.3887	14.3275	9.16	16.42
pegawai negeri	5	10.6320	1.34754	.60264	8.9588	12.3052	9.08	12.08
pegawai swasta	3	12.8333	3.41793	1.97334	4.3427	21.3239	9.50	16.33
wiraswasta	4	14.2275	2.62820	1.31410	10.0455	18.4095	11.34	16.50
Total	100	13.2091	2.22341	.22234	12.7679	13.6503	9.08	18.00

### Test of Homogeneity of Variances

persepsi

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.653	4	95	.626

### ANOVA

persepsi

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	38.938	4	9.734	2.053	.093
Within Groups	450.475	95	4.742		
Total	489.413	99			

## Anova berdasarkan tingkat pendapatan

### Descriptives

persepsi

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
kurang dari Rp.400.000,-	9	2.3348	.42209	.14070	2.0104	2.6593	1.61	3.00
Rp.400.000 - Rp.699.000	38	2.1303	.39320	.08553	1.9973	2.2834	1.53	2.88
Rp.700.000 - Rp.1.000.000	37	2.2704	.31235	.05135	2.1662	2.3745	1.65	3.00
lebih dari Rp.1.000.000	18	2.1357	.39486	.09307	1.9304	2.3321	1.51	2.74
Total	100	2.2015	.37057	.03706	2.1280	2.2750	1.51	3.00

### Test of Homogeneity of Variances

persepsi

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.898	3	96	.445

### ANOVA

persepsi

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.596	3	.199	1.466	.229
Within Groups	12.999	96	.135		
Total	13.595	99			

## CASE SUMMARY IDENTITAS RESPONDEN

pernah membeli box kemasan di kado kita	jenis kelamin	usia	profesi	tingkat pendapatan/uang saku
1	2	2	1	2
1	2	2	1	2
1	1	2	2	3
1	2	2	1	2
1	2	2	1	2
1	2	2	1	2
1	2	2	1	3
1	2	2	1	3
1	2	3	1	3
1	2	2	2	3
1	2	2	1	3
1	2	2	1	2
1	2	2	1	3
1	2	2	1	2
1	2	1	2	1
1	2	1	1	1
1	1	2	1	3
1	2	3	4	4
1	1	4	5	4
1	2	1	1	1
1	2	2	2	4
1	2	2	1	2
1	1	3	3	3
1	2	2	1	3
1	1	1	1	2
1	2	2	1	2
1	2	2	1	4
1	2	2	1	2
1	2	2	1	2
1	2	2	1	3
1	2	2	1	2
1	2	2	1	3
1	2	2	1	3
1	2	2	1	2
1	2	2	1	2
1	1	3	2	3
1	2	3	1	3
1	2	3	1	3
1	2	2	1	2
1	2	2	2	2
1	2	3	2	3
1	1	2	2	2
1	1	4	5	2
1	1	2	2	4
1	1	3	2	4
1	2	2	1	2

1	1	2	1	2
1	1	3	1	4
1	1	2	1	3
1	1	3	5	4
1	1	2	1	2
1	2	2	1	3
1	2	2	1	1
1	2	3	1	3
1	2	2	1	2
1	2	3	4	3
1	2	2	2	2
1	2	2	1	2
1	2	2	1	2
1	1	2	1	3
1	2	2	1	2
1	2	2	1	3
1	2	2	1	4
1	2	2	1	4
1	2	2	2	3
1	1	4	4	4
1	2	3	3	2
1	1	1	1	1
1	1	2	2	3
1	1	2	1	3
1	2	2	1	2
1	1	2	1	1
1	2	2	1	1
1	2	2	1	4
1	2	2	1	1
1	2	2	1	3
1	2	2	1	2
1	2	2	1	2
1	1	2	1	2
1	2	2	1	3
1	1	2	1	2
1	2	2	1	3
1	2	2	1	3
1	2	3	2	4
1	1	4	3	4
1	1	2	1	4
1	1	2	5	4
1	1	2	2	3
1	2	2	1	2
1	1	3	2	4
1	2	3	2	3
1	1	2	2	3
1	1	3	2	3
1	2	2	2	3
1	1	3	2	3
1	2	2	1	2
1	1	2	1	2

1	2	3	3	2
1	1	4	3	3
1	1	2	1	4
1	2	2	1	1



## CASE SUMMARY REGRESI BERGANDA

bentuk	warna	ukuran	gambar	bahan	harga	persepsi konsumen
2	2	2	2	2	3.33	2
2	2	2	2	2	3.67	2
2.5	2.5	2.75	2.5	2.67	2.33	2.25
2	1.75	1.75	2	1.67	1.33	1.5
2	2	1.5	2.25	2	2.33	2
1.5	2	2	2	2	2.33	1.5
2.5	2.5	2	3	2.33	3	2
2.5	2.5	2.5	2.5	2.67	2.67	2
2.5	1.25	2	2.5	2.33	2.33	2
3	2.5	2.75	2.5	2.67	3	2.5
2.25	2.5	2.5	2.5	2.67	2.33	2
2	2	2	2	2	3.33	2
2.5	2	2.5	2	3	2.33	2.25
1	1.25	1.5	1.5	2	2.33	1.75
2.25	2.25	2.75	2.5	3	3	2
2.5	2.5	2.75	2.5	3	3	2.25
2.5	2.5	2.75	2	3	2.67	2
1.5	1.5	1.75	1.75	1.33	1.67	1.5
1.5	1.5	3.5	1.5	1.67	1.67	1.75
2	2	2	2.5	3	2.33	2
1.25	1.5	1.5	1.25	1.33	2.33	1.25
2.5	2.5	2.25	2	2.33	2.33	2
2.75	1.75	1.5	1.75	1.33	2.67	1.75
2	2	2.75	2.5	3	4	2.25
2	2	2.25	2	2.67	3	2
1.5	2	2	2.75	2	2.67	2.5
2.5	2.5	2.5	2.5	2.67	2.67	2.5
2.5	2.5	2.5	2.25	2.33	3.33	3.75
2.5	3.25	2.5	3	3	2.33	2.25
3	1.75	2	2	2.33	3.67	2.75
1.75	1.75	2	2	1	1.33	1.5
3	2.5	3	3.5	2.67	2	2.75
1.75	2	2.25	2.5	2.67	2	1.5
2.5	2.75	3	3	3	3	2.75
2	2.5	1.75	2.5	2.67	3	2
2	2	2.25	2	3.33	3.33	2.25
2.5	2.5	2.5	2.5	2	2.67	2
2.5	2	2.5	2.5	1.67	2	2
1.75	2	2.5	2	1.67	2.67	2
3	2.5	2.5	2.5	2	2.67	2
2	2	2.5	2	1.67	2.67	1
2.25	2.75	2.5	2.75	2	2.67	2.5
2.5	3	3	3	2	3	3
2.5	2.5	2.5	2.5	2.33	2.67	2
2	2	2.5	3	1.67	2	2
1.5	1.5	1.5	2	1.67	2	1.25
1.5	2	2	3.25	3	2.67	2.75
2.5	2	2	2.5	2	2	2.5

2.5	3	2.5	3	2.33	4.67	2.25
3	2.5	2.75	2.5	2.33	3.33	2.25
2	2	2	2	2.33	3	1.75
1	1.5	1.75	1.75	1.33	3.33	1.75
1.75	1.5	1.5	2	2.33	2.33	1.75
2	2	2.5	2	2.33	2	2.25
1.25	1.5	1.5	1.25	2	1.67	1.5
1.25	1.25	3	1.5	2	3.67	1.75
1.5	1.5	1.5	2	1.33	2	2
1.5	1.75	1	2	1	2.33	2
1.75	1.75	4	2	1.67	4	2
1.25	2	2	2	2	2	2
2	2	1.5	1.5	2	2.33	1.75
2	1	2.5	2.5	2.67	2.33	2.25
1	1	2	2	2	2	2
1.75	1.75	2.5	2.25	2	2.33	2.25
1.75	2	1.5	2	1.67	1	1
2.5	2.5	2.5	2.5	3	3.33	2
2	1.75	1.75	1.25	1	1.67	1.25
2.25	1.5	1.5	1.75	1	1.67	1.75
1.75	1.5	3.25	2	3	3	2.25
2	2.25	1.75	2	1.67	1.67	2
1.5	1.5	1.75	2	1.33	1.33	1.5
3.5	3.25	3.25	3	2.33	2.67	3
2.25	2	2.25	2	2	3	2
2	1.75	2	2	3	3.67	2.25
2.5	2.5	3	2	2.67	2	2
2.25	2	2.5	2.5	2.33	3	3
2	2	2	3	3	3.33	2.5
1.5	2	2.25	2.5	2	2	2.25
1.5	1.5	2.25	2	2.33	3	2.5
1.75	1.75	1.5	2.5	1.67	1	2.25
2	1.75	1.75	1.75	2	3	2
2	2	2.5	2	2.67	2	2
1.75	2.25	2	2	1	2	1
1.25	2	1.5	1	1	2.33	1.25
2	1.75	2	2	3	3.67	2.25
2.5	1.5	1.5	2.5	2.33	2.33	2
1.5	1.5	1.5	1.5	2.67	3	2
1.5	1.5	2.5	2.5	1.67	2	1.25
2	2	2.5	3	1.67	3	2
2	2	2.5	2	1.67	3	1
2.25	2.75	2.25	2.75	2	2.67	2.5
1.75	1.5	3.25	2	3	3	2.5
1.75	1.75	1.5	2	1.67	2.33	1
2	2	2.5	3	1.67	2.33	1.5
2	2.5	2	3	3	3.33	2.5
1.5	2	2.25	2.5	2	3	2.25
1.75	1.75	1.75	2.5	2	2.33	1.25
1.5	2.25	1.75	1	2	2.33	1.25
2.25	2.5	1.75	2.25	2	2.33	2
2	2	2	2	2.33	2.67	2



## CASE SUMMARY BENTUK

butir	butir2	butir3	butir4	total	mean
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
1	1	2	2	6	1.5
2	2	3	3	10	2.5
3	2	2	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
3	3	3	3	12	3
2	2	2	3	9	2.25
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
1	1	1	1	4	1
2	2	2	3	9	2.25
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
1	1	2	2	6	1.5
1	1	2	2	6	1.5
2	2	2	2	8	2
1	1	2	1	5	1.25
2	2	3	3	10	2.5
2	1	4	4	11	2.75
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
1	1	2	2	6	1.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
2	4	3	3	12	3
2	1	2	2	7	1.75
2	4	3	3	12	3
2	1	2	2	7	1.75
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
1	1	4	4	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
1	1	2	3	7	1.75
2	2	4	4	12	3
1	1	3	3	8	2
3	2	2	2	9	2.25
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
1	1	3	3	8	2
1	1	2	2	6	1.5
1	1	2	2	6	1.5

2	2	3	3	10	2.5
3	2	3	2	10	2.5
3	3	3	3	12	3
2	2	2	2	8	2
1	1	1	1	4	1
2	1	2	2	7	1.75
2	2	2	2	8	2
1	2	1	1	5	1.25
1	2	1	1	5	1.25
1	1	2	2	6	1.5
1	1	2	2	6	1.5
1	2	2	2	7	1.75
2	1	1	1	5	1.25
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
1	1	1	1	4	1
2	1	2	2	7	1.75
1	2	2	2	7	1.75
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
1	2	4	2	9	2.25
2	1	2	2	7	1.75
1	2	3	2	8	2
1	1	2	2	6	1.5
3	5	3	3	14	3.5
2	2	3	2	9	2.25
2	2	2	2	8	2
3	2	2	3	10	2.5
2	2	2	3	9	2.25
2	2	2	2	8	2
1	1	2	2	6	1.5
1	1	2	2	6	1.5
2	3	1	1	7	1.75
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	1	2	2	7	1.75
1	1	2	1	5	1.25
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
1	1	2	2	6	1.5
1	1	2	2	6	1.5
1	1	3	3	8	2
1	1	3	3	8	2
3	2	2	2	9	2.25
2	1	2	2	7	1.75
2	1	2	2	7	1.75
1	1	3	3	8	2
2	2	2	2	8	2
1	1	2	2	6	1.5
1	2	2	2	7	1.75

1	1	2	2	6	1.5
1	2	3	3	9	2.25
2	2	2	2	8	2



## CASE SUMMARY WARNA

butir 1	butir 2	butir 3	butir 4	total	mean
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
2	1	2	2	7	1.75
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
1	1	1	2	5	1.25
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
1	1	1	2	5	1.25
2	2	2	3	9	2.25
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
1	1	2	2	6	1.5
1	1	2	2	6	1.5
2	2	2	2	8	2
1	1	2	2	6	1.5
2	2	3	3	10	2.5
2	1	2	2	7	1.75
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
3	4	3	3	13	3.25
2	1	2	2	7	1.75
2	1	2	2	7	1.75
2	4	2	2	10	2.5
2	2	2	2	8	2
3	2	3	3	11	2.75
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
1	1	4	4	10	2.5
1	1	3	3	8	2
1	1	3	3	8	2
1	1	4	4	10	2.5
1	1	3	3	8	2
3	2	3	3	11	2.75
3	3	3	3	12	3
2	2	3	3	10	2.5
1	1	3	3	8	2
1	1	2	2	6	1.5
2	2	2	2	8	2

2	2	2	2	8	2
2	2	4	4	12	3
2	3	3	2	10	2.5
2	2	2	2	8	2
1	2	2	1	6	1.5
2	1	1	2	6	1.5
2	2	2	2	8	2
2	2	1	1	6	1.5
1	2	1	1	5	1.25
1	1	2	2	6	1.5
1	2	2	2	7	1.75
2	2	1	2	7	1.75
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
1	1	1	1	4	1
1	1	1	1	4	1
2	1	2	2	7	1.75
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
1	2	2	2	7	1.75
1	1	2	2	6	1.5
1	1	2	2	6	1.5
2	2	3	2	9	2.25
1	1	2	2	6	1.5
3	3	4	3	13	3.25
2	2	2	2	8	2
2	1	2	2	7	1.75
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
1	1	2	2	6	1.5
2	3	1	1	7	1.75
1	2	2	2	7	1.75
2	2	2	2	8	2
2	1	3	3	9	2.25
2	1	3	2	8	2
2	1	2	2	7	1.75
1	1	2	2	6	1.5
1	1	2	2	6	1.5
1	1	2	2	6	1.5
1	1	3	3	8	2
1	1	3	3	8	2
3	2	3	3	11	2.75
1	1	2	2	6	1.5
2	1	2	2	7	1.75
1	1	3	3	8	2
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
1	2	2	2	7	1.75

2	1	3	3	9	2.25
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2



## CASE SUMMARY UKURAN

butir 1	butir 2	butir 3	butir 4	total	mean
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
3	2	3	3	11	2.75
2	1	2	2	7	1.75
2	2	1	1	6	1.5
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
3	2	3	3	11	2.75
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
2	2	1	1	6	1.5
3	2	3	3	11	2.75
3	2	3	3	11	2.75
3	2	3	3	11	2.75
2	1	2	2	7	1.75
3	3	4	4	14	3.5
2	2	2	2	8	2
2	1	2	1	6	1.5
3	2	2	2	9	2.25
2	1	2	1	6	1.5
3	2	3	3	11	2.75
3	2	2	2	9	2.25
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	4	3	3	12	3
2	1	3	3	9	2.25
3	3	3	3	12	3
2	1	2	2	7	1.75
3	2	2	2	9	2.25
1	1	4	4	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
1	1	4	4	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
3	2	2	3	10	2.5
3	3	3	3	12	3
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
1	1	2	2	6	1.5
2	2	2	2	8	2

2	2	2	2	8	2
3	2	3	2	10	2.5
3	3	3	2	11	2.75
2	2	2	2	8	2
1	2	2	2	7	1.75
1	1	2	2	6	1.5
2	2	3	3	10	2.5
1	2	2	1	6	1.5
2	2	4	4	12	3
1	1	2	2	6	1.5
1	1	1	1	4	1
4	4	4	4	16	4
2	2	2	2	8	2
2	1	1	2	6	1.5
3	2	3	2	10	2.5
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
2	2	1	1	6	1.5
2	2	3	3	10	2.5
2	1	2	2	7	1.75
1	1	2	2	6	1.5
3	4	3	3	13	3.25
1	2	2	2	7	1.75
2	1	2	2	7	1.75
3	3	4	3	13	3.25
2	2	2	3	9	2.25
2	2	2	2	8	2
4	2	3	3	12	3
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
3	2	2	2	9	2.25
4	1	2	2	9	2.25
2	2	1	1	6	1.5
2	1	2	2	7	1.75
3	2	2	3	10	2.5
1	1	3	3	8	2
2	1	2	1	6	1.5
2	2	2	2	8	2
1	1	2	2	6	1.5
1	1	2	2	6	1.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
3	2	2	2	9	2.25
3	4	3	3	13	3.25
1	1	2	2	6	1.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
3	2	2	2	9	2.25
2	1	2	2	7	1.75



2	1	2	2	7	1.75
1	2	2	2	7	1.75
2	2	2	2	8	2



## CASE SUMMARY GAMBAR

butir 1	butir 2	butir 3	butir 4	total	mean
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
3	2	2	2	9	2.25
2	2	2	2	8	2
3	3	3	3	12	3
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
1	1	2	2	6	1.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
2	1	2	2	7	1.75
1	1	2	2	6	1.5
2	2	3	3	10	2.5
1	1	2	1	5	1.25
2	2	2	2	8	2
2	1	2	2	7	1.75
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
3	2	3	3	11	2.75
2	2	3	3	10	2.5
1	2	3	3	9	2.25
2	4	3	3	12	3
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	4	4	4	14	3.5
2	2	3	3	10	2.5
3	3	3	3	12	3
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
1	1	4	4	10	2.5
1	1	4	4	10	2.5
1	1	3	3	8	2
1	1	4	4	10	2.5
1	1	3	3	8	2
3	2	3	3	11	2.75
3	3	3	3	12	3
2	2	3	3	10	2.5
2	2	4	4	12	3
1	1	3	3	8	2
3	3	4	3	13	3.25

2	2	3	3	10	2.5
2	2	4	4	12	3
2	3	3	2	10	2.5
2	2	2	2	8	2
1	2	2	2	7	1.75
2	2	2	2	8	2
1	1	3	3	8	2
1	2	1	1	5	1.25
2	2	1	1	6	1.5
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
1	1	2	2	6	1.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	2	2	8	2
2	3	2	2	9	2.25
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
1	1	2	1	5	1.25
2	1	2	2	7	1.75
2	2	2	2	8	2
1	2	3	2	8	2
2	2	2	2	8	2
3	3	3	3	12	3
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
3	3	3	3	12	3
3	3	2	2	10	2.5
3	1	2	2	8	2
3	3	2	2	10	2.5
1	2	2	2	7	1.75
2	2	2	2	8	2
2	1	3	2	8	2
1	1	1	1	4	1
2	2	2	2	8	2
2	2	3	3	10	2.5
1	1	2	2	6	1.5
2	2	3	3	10	2.5
2	2	4	4	12	3
1	1	3	3	8	2
3	2	3	3	11	2.75
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	4	4	12	3
3	3	3	3	12	3
3	3	2	2	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5

1	1	1	1	4	1
1	2	3	3	9	2.25
2	2	2	2	8	2



## CASE SUMMARY BAHAN

butir1	butir2	butir3	total	mean
2	2	2	6	2
2	2	2	6	2
3	2	3	8	2.666667
1	2	2	5	1.666667
2	2	2	6	2
2	2	2	6	2
2	2	3	7	2.333333
3	2	3	8	2.666667
2	2	3	7	2.333333
3	2	3	8	2.666667
3	2	3	8	2.666667
2	2	2	6	2
3	3	3	9	3
2	2	2	6	2
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
3	3	3	9	3
1	1	2	4	1.333333
2	1	2	5	1.666667
3	3	3	9	3
1	1	2	4	1.333333
2	2	3	7	2.333333
1	1	2	4	1.333333
3	3	3	9	3
3	2	3	8	2.666667
2	2	2	6	2
3	2	3	8	2.666667
2	2	3	7	2.333333
2	4	3	9	3
2	2	3	7	2.333333
1	1	1	3	1
2	4	2	8	2.666667
3	2	3	8	2.666667
3	3	3	9	3
3	3	2	8	2.666667
3	4	3	10	3.333333
1	1	4	6	2
1	1	3	5	1.666667
1	1	3	5	1.666667
1	1	4	6	2
1	1	3	5	1.666667
2	2	2	6	2
2	2	2	6	2
2	2	3	7	2.333333
1	1	3	5	1.666667
1	1	3	5	1.666667
3	3	3	9	3

2	2	2	6	2
2	3	2	7	2.333333
2	2	3	7	2.333333
3	2	2	7	2.333333
1	1	2	4	1.333333
2	2	3	7	2.333333
2	2	3	7	2.333333
2	2	2	6	2
2	2	2	6	2
1	1	2	4	1.333333
1	1	1	3	1
1	2	2	5	1.666667
2	2	2	6	2
2	2	2	6	2
3	2	3	8	2.666667
2	2	2	6	2
2	2	2	6	2
2	2	1	5	1.666667
3	3	3	9	3
1	1	1	3	1
1	1	1	3	1
3	2	4	9	3
1	2	2	5	1.666667
2	1	1	4	1.333333
2	2	3	7	2.333333
2	2	2	6	2
3	3	3	9	3
3	2	3	8	2.666667
2	2	3	7	2.333333
3	3	3	9	3
2	2	2	6	2
3	1	3	7	2.333333
1	2	2	5	1.666667
2	2	2	6	2
3	2	3	8	2.666667
1	1	1	3	1
1	1	1	3	1
3	3	3	9	3
2	3	2	7	2.333333
3	3	2	8	2.666667
1	1	3	5	1.666667
1	1	3	5	1.666667
1	1	3	5	1.666667
2	2	2	6	2
3	2	4	9	3
2	2	1	5	1.666667
1	1	3	5	1.666667
3	3	3	9	3
2	2	2	6	2
2	2	2	6	2

2	2	2	6	2
2	2	2	6	2
3	2	2	7	2.333333



## CASE SUMMARY HARGA

butir 1	butir 2	butir 3	total	mean
4	3	3	10	3.333333
4	3	4	11	3.666667
3	2	2	7	2.333333
2	1	1	4	1.333333
2	2	3	7	2.333333
2	2	3	7	2.333333
3	3	3	9	3
3	2	3	8	2.666667
3	2	2	7	2.333333
3	3	3	9	3
3	2	2	7	2.333333
4	4	2	10	3.333333
2	2	3	7	2.333333
3	2	2	7	2.333333
4	2	3	9	3
4	2	3	9	3
3	2	3	8	2.666667
2	2	1	5	1.666667
2	2	1	5	1.666667
3	2	2	7	2.333333
4	2	1	7	2.333333
3	2	2	7	2.333333
4	2	2	8	2.666667
5	3	4	12	4
4	2	3	9	3
3	2	3	8	2.666667
3	2	3	8	2.666667
4	2	4	10	3.333333
3	2	2	7	2.333333
5	3	3	11	3.666667
2	1	1	4	1.333333
2	2	2	6	2
2	1	3	6	2
3	3	3	9	3
3	2	4	9	3
4	3	3	10	3.333333
4	2	2	8	2.666667
2	2	2	6	2
4	2	2	8	2.666667
4	2	2	8	2.666667
4	2	2	8	2.666667
3	2	3	8	2.666667
3	3	3	9	3
2	3	3	8	2.666667
2	2	2	6	2



2	2	2	6	2
5	4	5	14	4.666667
4	3	3	10	3.333333
3	3	3	9	3
4	4	2	10	3.333333
3	2	2	7	2.333333
2	2	2	6	2
2	1	2	5	1.666667
4	4	3	11	3.666667
2	2	2	6	2
3	2	2	7	2.333333
5	4	3	12	4
2	2	2	6	2
3	2	2	7	2.333333
2	2	3	7	2.333333
2	2	2	6	2
4	2	1	7	2.333333
1	1	1	3	1
4	3	3	10	3.333333
2	2	1	5	1.666667
2	2	1	5	1.666667
3	2	4	9	3
2	2	1	5	1.666667
1	1	2	4	1.333333
3	2	3	8	2.666667
3	3	3	9	3
3	4	4	11	3.666667
2	2	2	6	2
4	2	3	9	3
4	3	3	10	3.333333
2	2	2	6	2
4	2	3	9	3
1	1	1	3	1
4	2	3	9	3
2	2	2	6	2
3	2	1	6	2
4	2	1	7	2.333333
3	4	4	11	3.666667
3	2	2	7	2.333333
3	3	3	9	3
2	2	2	6	2
3	3	3	9	3
4	3	2	9	3
3	2	3	8	2.666667
3	2	4	9	3
3	2	2	7	2.333333
3	2	2	7	2.333333
4	3	3	10	3.333333
3	3	3	9	3
3	2	2	7	2.333333

4	2	1	7	2.333333
3	2	2	7	2.333333
4	2	2	8	2.666667



## CASE SUMMARY PERSEPSI KONSUMEN

butir 1	butir 2	butir 3	butir 4	total	mean
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	3	2	9	2.25
1	2	1	2	6	1.5
2	2	2	2	8	2
2	2	1	1	6	1.5
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
3	3	2	2	10	2.5
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
3	2	2	2	9	2.25
2	2	2	1	7	1.75
2	2	2	2	8	2
2	2	2	3	9	2.25
2	2	2	2	8	2
1	2	1	2	6	1.5
2	2	1	2	7	1.75
2	2	2	2	8	2
1	1	1	2	5	1.25
2	2	2	2	8	2
2	2	1	2	7	1.75
2	3	2	2	9	2.25
2	2	2	2	8	2
2	3	2	3	10	2.5
3	3	2	2	10	2.5
3	4	4	4	15	3.75
2	3	2	2	9	2.25
3	2	3	3	11	2.75
2	1	1	2	6	1.5
4	4	2	1	11	2.75
2	2	1	1	6	1.5
3	3	2	3	11	2.75
1	2	3	2	8	2
2	2	2	3	9	2.25
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
1	1	1	1	4	1
3	3	2	2	10	2.5
2	2	3	5	12	3
2	3	2	1	8	2
2	2	2	2	8	2

2	1	1	1	5	1.25
2	3	2	4	11	2.75
2	3	2	3	10	2.5
2	3	1	3	9	2.25
3	2	2	2	9	2.25
2	2	2	1	7	1.75
1	2	2	2	7	1.75
2	2	1	2	7	1.75
2	2	2	3	9	2.25
1	1	2	2	6	1.5
4	1	1	1	7	1.75
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	2	1	2	7	1.75
3	2	2	2	9	2.25
2	2	2	2	8	2
2	2	3	2	9	2.25
1	1	1	1	4	1
2	2	2	2	8	2
1	2	1	1	5	1.25
1	2	2	2	7	1.75
2	2	2	3	9	2.25
2	2	2	2	8	2
2	2	1	1	6	1.5
3	3	3	3	12	3
2	2	2	2	8	2
2	2	3	2	9	2.25
2	2	2	2	8	2
2	4	3	3	12	3
2	3	2	3	10	2.5
2	3	2	2	9	2.25
2	3	2	3	10	2.5
2	2	2	3	9	2.25
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
1	1	1	1	4	1
2	1	1	1	5	1.25
2	2	3	2	9	2.25
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2
2	1	1	1	5	1.25
2	2	2	2	8	2
1	1	1	1	4	1
3	3	2	2	10	2.5
2	2	3	3	10	2.5
1	1	1	1	4	1
2	2	1	1	6	1.5
2	3	2	3	10	2.5

2	3	2	2	9	2.25
1	2	1	1	5	1.25
2	1	1	1	5	1.25
2	2	2	2	8	2
2	2	2	2	8	2

