

BAB V

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL

Pada bab lima ini penulis mengambil kesimpulan hasil penelitian yang telah dilakukan. Selanjutnya penulis membuat implikasi manajerial dan mengajukan saran serta memaparkan keterbatasan penelitian.

5.1. Kesimpulan

1. Pengaruh citra pusat perbelanjaan pada hasrat untuk berkunjung dengan *anticipated emotion* sebagai variabel mediasi:
 - a. Citra pusat perbelanjaan mampu memprediksi perubahan *anticipated emotion*. Citra pusat perbelanjaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap *anticipated emotion*.
 - b. Citra pusat perbelanjaan dan *anticipated emotions* mampu memprediksi perubahan hasrat untuk berkunjung. Citra pusat perbelanjaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap hasrat untuk berkunjung. *Anticipated emotions* memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap hasrat untuk berkunjung.
 - c. *Anticipated emotions* kerja merupakan variabel mediasi dari hubungan antara citra pusat perbelanjaan dengan hasrat untuk berkunjung.

2. Pengaruh hasrat untuk berkunjung terhadap niat untuk berkunjung:
 - a. Hasrat untuk berkunjung mampu memprediksi perubahan niat untuk berkunjung.
 - b. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa, hasrat untuk berkunjung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat untuk berkunjung.
3. Pengaruh niat untuk berkunjung terhadap frekuensi kunjungan:
 - a. Niat untuk berkunjung mampu memprediksi perubahan frekuensi kunjungan.
 - b. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa, niat untuk berkunjung memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap frekuensi kunjungan.
4. Perbedaan penilaian konsumen pada citra pusat perbelanjaan, *anticipated emotion*, hasrat untuk berkunjung, niat untuk berkunjung, dan frekuensi kunjungan pada pusat perbelanjaan antara konsumen pria dan wanita:
 - a. Terdapat perbedaan penilaian konsumen pada variabel citra pusat perbelanjaan, *anticipated emotion*, hasrat untuk berkunjung dan frekuensi kunjungan berdasarkan perbedaan jenis kelamin. Konsumen perempuan memiliki penilaian yang lebih baik pada variabel citra pusat perbelanjaan, *anticipated emotion*, hasrat untuk berkunjung dan frekuensi kunjungan dibandingkan konsumen laki-laki.
 - b. Tidak terdapat perbedaan penilaian konsumen pada variabel niat untuk berkunjung berdasarkan perbedaan jenis kelamin. Konsumen laki-laki dan perempuan memiliki penilaian yang sama pada variabel niat untuk berkunjung.

5.3. Implikasi Manajerial

Tingginya frekuensi kunjungan konsumen pada suatu pusat perbelanjaan merupakan salah satu ukuran keberhasilan pihak manajemen suatu pusat perbelanjaan. Semakin tinggi frekuensi kunjungan konsumen pada suatu pusat perbelanjaan memberikan kontribusi pada semakin banyak barang atau jasa yang akan dibeli konsumen (terjual). Pihak manajemen suatu perusahaan harus mampu menstimuli konsumen untuk memiliki hasrat dan niat berkunjung kembali. Hunter (2006) menyatakan bahwa citra suatu pusat perbelanjaan merupakan salah satu faktor yang dapat meningkatkan frekuensi kunjungan. Selain itu,antisipasi emosi yang dialami konsumen saat berbelanja juga merupakan variabel yang memberikan pengaruh pada frekuensi kunjungan. Konsumen merasa gembira, senang, bahagia, girang, puas, bangga dan percaya diri akan lebih sering untuk berkunjung pada suatu pusat perbelanjaan. Citra yang baik dari suatu pusat perbelanjaan juga memberikan kontribusi pada hasrat konsumen untuk berkunjung. Konsumen yang memiliki hubungan emosional dengan suatu pusat perbelanjaan memiliki hasrat yang lebih tinggi untuk berkunjung pada pusat perbelanjaan tersebut. Hasrat konsumen yang semakin tinggi untuk berkunjung akan berdampak pada meningkatnya niat untuk mengunjungi pusat perbelanjaan dan akan memberikan kontribusi positif pada frekuensi (banyaknya) kunjungan konsumen pada suatu pusat perbelanjaan.

Hasil penelitian yang dilakukan pada konsumen pusat perbelanjaan Plaza Ambarrukmo memberikan bukti yang nyata bahwa citra pusat perbelanjaan, *anticipated emotion*, hasrat untuk berkunjung, dan niat untuk berkunjung

memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap meningkatnya frekuensi kunjungan konsumen ke Plaza Ambarrukmo. *Anticipated emotions* merupakan variabel mediasi dari hubungan antara citra pusat perbelanjaan dengan hasrat untuk berkunjung. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak manajemen pusat perbelanjaan Plaza Ambarrukmo untuk mampu menstimuli frekuensi kunjungan konsumen pada pusat perbelanjaan dengan memperhatikan aspek citra pusat perbelanjaan, *anticipated emotion*, hasrat untuk berkunjung, dan niat untuk berkunjung.

5.3. Saran

Hasil penelitian diketahui bahwa citra pusat perbelanjaan, *anticipated emotion*, hasrat untuk berkunjung, dan niat untuk berkunjung memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap meningkatnya frekuensi kunjungan konsumen ke Plaza Ambarrukmo. *Anticipated emotions* berperan sebagai variabel mediasi hubungan antara citra pusat perbelanjaan dengan hasrat untuk berkunjung. Berdasarkan hal tersebut maka penulis merumuskan saran bagi pihak manajemen pusat perbelanjaan Plaza Ambarrukmo sebagai berikut:

Pihak manajemen pusat perbelanjaan Plaza Ambarrukmo harus mampu meningkatkan citra pusat perbelanjaan. Cara yang dapat dilakukan antara lain adalah menyediakan atau melengkapi pusat perbelanjaan dengan toko yang memiliki nama besar atau toko yang memiliki produk dengan nama merek yang kuat, memperbanyak jenis toko dengan variasi produk yang banyak, meningkatkan layanan bagi pengunjung, dan meningkatkan fasilitas pendukung

belanja. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar pengunjung atau konsumen menjadi semakin senang (meningkatkan antisipasi emosi konsumen) saat berbelanja di Plaza Ambarrukmo maupun meningkatkan hasrat konsumen untuk berbelanja di Plaza Ambarrukmo yang pada akhirnya akan menstimuli niat untuk berbelanja dan meningkatkan frekuensi kunjungan.

5.4.Keterbatasan Penelitian

Pada penelitian ini ini penulis menyadari bahwa pada saat melakukan memiliki beberapa macam keterbatasan. Keterbatasan tersebut antara lain adalah sebagai berikut: Secara teknis jumlah sampel penelitian hanya sebanyak 182 orang responden yang dianggap terlalu kecil dari jumlah pengunjung atau konsumen Plaza Ambarrukmo. Secara teoritis, variabel yang digunakan untuk memprediksi frekuensi kunjungan hanya terbatas pada variabel aspek citra pusat perbelanjaan, *anticipated emotion*, hasrat untuk berkunjung, dan niat untuk berkunjung. Berdasarkan kondisi tersebut maka hasil penelitian ini tidaklah mampu merepresentasikan perilaku konsumen yang sebenarnya dalam kegiatan belanja mereka di pusat Plaza Ambarrukmo. Berdasarkan hal tersebut maka penulis menyarankan pada penelitian mendatang untuk memperbanyak jumlah sampel penelitian dan menambahkan variabel penelitian yang sekiranya relevan untuk memprediksi frekuensi kunjungan seperti variabel kepuasan, kepercayaan, peranan kelompok bergaul dan lain sebagainya. Hal ini dilakukan dengan tujuan agar hasil penelitian menjadi semakin komplek dan akurat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ajzen, I., (1988), *Attitudes, Personality, and Behavior*, Milton-Keynes, England: Open University Press & Chicago, IL: Dorsey Press.
- As'ad, M., (2004), *Psikologi Industri (Seri Ilmu Sumber Daya Manusia)*, Penerbit: Liberty, Yogyakarta.
- Assael, H., (2001), *Consumer Behavior and Marketing Action*, 6th ed, Singapore: Thomson Learning.
- Atmaja, S.L., (2004), *Memahami Statistika Bisnis*, Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.
- Pujadi, B., (2010), Studi Tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Terhadap Merek: Kasus pada Merek Pasta Gigi Ciptadent di Semarang, *Tesis S2*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, Tidak dipublikasikan.
- Chang, C.h., dan Tu, C.Y., (2005), Exploring Store Image, Customer Satisfaction and Customer Loyalty Relationship: Evidence from Taiwanese Hypermarket Industry, *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge, Vol. 7 No 2.
- Cooper, D.R., dan Emory, WC., (2004), *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Dichter, E., (1985), What's In An Image, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 2.
- Durianto, D., dan Liana, C., (2004), Analisis Efektivitas Iklan Televisi Softener Soft & Fresh di Jakarta dan Sekitarnya dengan Menggunakan Consumer Decision Model, *Jurnal Ekonomi Perusahaan*, Vol. 11, No. 1.
- Echtner dan Ritchie (1993), The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment, *Journal of Travel Research*, Vol 31.
- Ferdinand, A., (2002), *Structural Equation Modelling dalam Penelitian Manajemen*, Penerbit: Fakultas Ekonomi, UNDIP, Semarang.
- Ferrinadewi E., (2005), Pengaruh Tipe Keterlibatan Konsumen Terhadap Kepercayaan Merek dan Dampaknya Pada Keputusan Pembelian, *Modus*, Vol. 17, No 1.

- Fishbein, M., dan Ajzen, I., (1975). *Belief, Attitude, Intentions and Behavior: an introduction to Theory and Research*, California: Addison-Wesley Publishing Company, Inc.
- Hair Jr., J.F. R.E. Anderson, R.L, Tatham, and W.C. Black., (2004), *Multivariate Data Analysis: With Readings*, 5th ed, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Hunter, G.L., (2006), The Role of Anticipated Emotion, Desire, and Intention in the Relationship Between Image and Shopping Center Visits, *International Journal of Retail & Distribution Management*, Vol. 34, No. 10.
- Irianti, A.R., (2011), Studi Tentang Pengaruh Aktivitas Komunikasi *Negative Word Of Mouth*: Studi Kasus pada Pelanggan Salon Shafira di Kota Bekasi, *Tesis S2*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, Tidak dipublikasikan.
- Isana, A.D., (2013), Analisis Pengaruh Display Produk, Promosi Belowthe Line, Dan Emosi Positif Terhadap Keputusan Pembelian Impulsif Pada Sri Ratu Pemuda Department Store, *Tesis S2*, Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang, Tidak dipublikasikan.
- Jogiyanto, H., (2004), *Metodologi Penelitian Bisnis*, Penerbit: BPFE Universitas Gajah Mada, Yogyakarta.
- Junaedi, S., (2008), *Pengaruh Gender Sebagai Pemoderasi Pengembangan Model Perilaku Konsumen Hijau di Indonesia*, *Kinerja*, Vol 12, No.1.
- Kotler, P., (2003), *Marketing Management*, 11th ed, Upper Saddle River, NJ: Pearson Education International.
- Kotler, P., dan Armstrong, G., (2010), *Dasar-dasar Pemasaran*, Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Kusumo, B., (2013), *Perbedaan Kebutuhan dan Keinginan*, <http://agussale.com/kebutuhan-vs-keinginan/>
- Oliver, R.L., (2006), Customer Satisfaction Research, *Handbook of Marketing Research*, Thousands Oaks, CA. Sage Publications.
- Park, E.J., Kim, E.Y., dan Forney, J.C., (2006), A Structural Model of Fashion-Oriented Impulse Buying Behavior, *Journal of Fashion Marketing and Management*, Vol. 10 No. 4, pp. 433-446

- Perugini, M., dan Bagozzi, R.P., (2001), The Role of Desires and Anticipated Emotion in Goal-directed Behavior: Boardening and Deepening the Theory of Planned Behavior, *British Journal of Social Psychology*, Vol 40.
- Peter, J.P., dan Olson, C.J., (1999), *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Ritchie, F.P., (1993), *The Adolescent, Relationship and Culture*, 7th edition. Boston: Allyn and Bacon.
- Santoso S., dan Tjiptono, T., (2001), *Riset Pemasaran*, Penerbit Elexmedia Komputindo, Jakarta.
- Schiffman L., dan Kanuk L.L., (2008), *Perilaku Konsumen*, Penerbit Indeks, Jakarta.
- Strandvik, T., dan Liljander, V., (1997), “Emotions in Service Satisfaction”, *International Journal of Service Industry Management*, Vol. 8, No. 2.
- Sugiyono., (2009), *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit: CV. Alfabeta, Bandung.
- Suhartanto, D., dan Nuralia, A., (2005), Citra Supermarket: Pengaruhnya Terhadap Perilaku Konsumen, *Modus*, Vol. 18. No. 2.
- Sukoco, B.M., dan Hartawan, R.A., (2011), Pengaruh Pengalaman dan Keterikatan Emosional Pada Merek Terhadap Loyalitas Konsumen, *Jurnal Manajemen Teori dan Terapan*, Vol 4, No. 3.
- Thamrin, S.D., (2003), Studi Mengenai Proses Adopsi paska Masa Tayang Iklan Produk Xon-Ce di Surabaya”, *Jurnal Sain Pemasaran Indonesia*, Vol.11, No 2.
- Tjiptono, F., (2002), *Strategi Pemasaran*, Edisi kedua, Cetakan Keenam, Penerbit Andi Offset, Yogyakarta.
- Umar, H., (2003), *Metodologi Penelitian*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Zeithaml, V.A. dan Bitner, M.J., (1996), *Services Marketing* , McGraw - Hill Co. Inc., Singapore, 1996
- Zimmer, P., dan Golden, G., (1988), Impressions of Retail Stores: A Content Analysis of Customer Images, *Journal of Retailing*, Volume 64, Number 3.



KUESIONER

PERANAN ANTISIPASI EMOSI, MINAT, DAN KEINGINAN DALAM HUBUNGAN ANTARA IMAGE PUSAT PERBELANJAAN DENGAN FREKUENSI KUNJUNGAN KE PUSAT PERBELANJAAN

BAGIAN PERTAMA: KARAKTERISTIK DEMOGRAFI RESPONDEN

Berikut ini merupakan pertanyaan mengenai karakteristik responden. Anda dipersilahkan untuk menjawab dengan memberi tanda silang (X) atau cek list (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

1. Jenis kelamin:
 - a. Laki-laki
 - b. Perempuan
2. Usia Anda saat ini:.....tahun
3. Tingkat pendidikan terakhir Anda:
 - a. SLTA/Sederajat atau dibawahnya
 - b. Diploma (D1 – D3)
 - c. Sarjana Strata 1
 - d. Pasca Sarjana (S2/S3)
4. Pekerjaan Anda saat ini:
 - a. Pelajar atau mahasiswa
 - b. Pegawai (Swasta/PNS)
 - c. Wiraswasta
 - d. Ibu rumah tangga
 - e. Lainnya,.....(sebutkan)
5. Dengan siapa Anda biasa datang ke Plaza Ambarrukmo:
 - a. Sendirian
 - b. Bersama teman
 - c. Bersama keluarga
 - d. Lainnya,.....(sebutkan)

6. Untuk tujuan apa Anda datang Plaza Ambarrukmo:
- Refreshing* (melepas penat)
 - Membeli barang kebutuhan sehari-hari
 - Membeli produk peralatan rumah tangga
 - Membeli produk fashion
 - Bersosialisasi dengan teman-teman
 - Menonton bioskop
 - Memperpanjang SIM di SIM kornor
 - Melihat pameran
 - Berkunjung ke salon
 - Lainnya (sebutkan),/...../
.....
7. Berapa lama rata-rata Anda mengunjungi Plaza Ambarrukmo dalam satu kali kunjungan:
- Kurang dari 1 jam
 - 1 – 2 jam
 - 2 – 3 jam
 - Lebih dari 3 jam
8. Rata-rata uang yang Anda belanjakan dalam sekali kunjungan:
- Kurang dari Rp 100.000
 - Rp 100.000 sampai Rp 200.000
 - > Rp 200.000 sampai Rp 300.000
 - > Rp 300.000 sampai Rp 400.000
 - > Rp 400.000 sampai Rp 500.000
 - > Rp 500.000
9. Berapa kali rata-rata Anda mengunjungi Plaza Ambarrukmo dalam satu bulan:
- 1 kali
 - 2 kali
 - 3 kali
 - Lebih dari 3 kali

BAGIAN KEDUA: KUESIONER PENELITIAN

Berikut ini merupakan kuesioner mengenai citra pusat perbelanjaan, *anticipated emotion*, *desire*, *intention*, dan Frequency of Visits to the Shopping Center. Anda dipersilahkan untuk menjawab dengan memberi tanda silang (X) atau cek list (√) pada salah satu alternatif jawaban yang telah disediakan.

SS = Sangat Setuju; S = Setuju; N = Netral; TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju.

A. Citra Pusat Perbelanjaan

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Toko-toko yang ada di Plaza Ambarrukmo adalah toko-toko yang ternama					
2	Plaza Ambarrukmo memiliki banyak toko yang menjual barang dan jasa yang berbeda.					
3	Kualitas barang/jasa yang dijual di Plaza Ambarrukmo baik.					
4	Saya mudah untuk mencari produk atau jasa yang saya butuhkan di Plaza Ambarrukmo					
5	Harga produk atau jasa di pusat di Plaza Ambarrukmo wajar					
6	Penjualan atau promosi yang dilakukan Plaza Ambarrukmo menarik.					
7	Tata letak (<i>layout</i>) Plaza Ambarrukmo bagus					
8	Plaza Ambarrukmo memiliki fasilitas parkir yang memadai.					
9	Plaza Ambarrukmo menyediakan gerai makanan dan minuman yang baik.					
10	Plaza Ambarrukmo memiliki fasilitas toilet yang baik					
11	Plaza Ambarrukmo sering mengadakan acara-acara khusus atau pameran yang menarik					
12	Suasana di Plaza Ambarrukmo menyenangkan.					
13	Karyawan Plaza Ambarrukmo memberikan layanan (membantu) dengan baik.					
14	Plaza Ambarrukmo juga menyenangkan bagi anak-anak					
15	Plaza Ambarrukmo adalah tempat yang bagus untuk menghabiskan waktu luang yang saya miliki.					
16	Plaza Ambarrukmo memiliki daya tarik tersendiri (unik)					

B. Anticipated emotions

Jika saya berhasil memenuhi rencana saya berbelanja di Plaza Ambarrukmo, saya akan merasa:.....

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Gembira					
2	Senang					
3	Bahagia					
4	Girang					
5	Puas					
6	Bangga					
7	Percaya diri					

C. Desire

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berharap dapat berbelanja di Plaza Ambarrukmo dalam beberapa minggu ke depan.					
2	Saya ingin berbelanja di Plaza Ambarrukmo dalam beberapa minggu ke depan					

D. Intention

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berencana untuk berbelanja di Plaza Ambarrukmo dalam beberapa minggu ke depan.					
2	Saya berniat untuk berbelanja di Plaza Ambarrukmo dalam beberapa minggu ke depan.					
3	Saya akan melakukan apa pun untuk berbelanja di Plaza Ambarrukmo dalam beberapa minggu ke depan					

E. Frequency of Visits to the Shopping Center

No	PERNYATAAN	1 kali	2 – 3 kali	4- 5 kali	6 – 7 kali	> 7 kali
1	Berapa kali Anda mengunjungi Plaza Ambarrukmo dalam satu bulan terakhir?					



Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	182	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	182	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.818	7

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
PAE.1	23.00	8.276	.575	.794
PAE.2	23.12	9.024	.630	.784
PAE.3	23.13	9.006	.634	.783
PAE.4	23.12	8.721	.665	.777
PAE.5	22.81	9.490	.461	.810
PAE.6	22.89	9.358	.418	.819
PAE.7	22.78	8.835	.575	.791

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
26.81	11.836	3.440	7

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	182	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	182	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.828	16

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
SCI.1	57.26	36.016	.576	.810
SCI.2	57.40	35.811	.534	.812
SCI.3	57.54	36.548	.523	.813
SCI.4	57.35	37.820	.488	.817
SCI.5	57.45	37.817	.362	.823
SCI.6	57.48	37.566	.358	.824
SCI.7	57.46	37.277	.433	.819
SCI.8	57.44	37.850	.409	.820
SCI.9	57.35	36.218	.492	.815
SCI.10	57.57	38.069	.366	.823
SCI.11	57.37	38.047	.374	.822
SCI.12	57.35	38.185	.411	.820
SCI.13	57.39	37.609	.419	.820
SCI.14	57.37	36.897	.498	.815
SCI.15	57.20	37.378	.403	.821
SCI.16	57.40	38.418	.343	.824

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
61.23	42.010	6.481	16

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	182	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	182	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.726	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Des.1	3.79	.412	.582	. ^a
Des.2	3.93	.619	.582	. ^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
7.71	1.620	1.273	2

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	182	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	182	100.0

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

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
.839	3	

Item-Total Statistics				
	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Int.1	7.84	3.232	.624	.855
Int.2	7.97	2.071	.821	.652
Int.3	7.88	2.511	.702	.777

Scale Statistics			
Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.85	5.424	2.329	3



Frequencies

Frequency Table

Jenis kelamin					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	60	33.0	33.0	33.0
	Perempuan	122	67.0	67.0	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Usia					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	<= 20 tahun	85	46.7	46.7	46.7
	21 - 34 tahun	51	28.0	28.0	74.7
	35 - 49 tahun	38	20.9	20.9	95.6
	> 49 tahun	8	4.4	4.4	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Pendidikan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTA/Sederajat/ Dibawahnya	98	53.8	53.8	53.8
	Diploma (D1 - D3)	26	14.3	14.3	68.1
	Sarjana (S1)	44	24.2	24.2	92.3
	Panca Sarjana (S2/S3)	14	7.7	7.7	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Pekerjaan					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	103	56.6	56.6	56.6
	Pegawai (PNS/Swasta)	26	14.3	14.3	70.9
	Wiraswasta	42	23.1	23.1	94.0
	Ibu rumah tangga	11	6.0	6.0	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Sendiri

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	152	83.5	83.5	83.5
	Ya	30	16.5	16.5	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Bersama teman

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	27	14.8	14.8	14.8
	Ya	155	85.2	85.2	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Bersama keluarga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	89	48.9	48.9	48.9
	Ya	93	51.1	51.1	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Lainnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	161	88.5	88.5	88.5
	Ya	21	11.5	11.5	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Refresing

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	22	12.1	12.1	12.1
	Ya	160	87.9	87.9	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Membeli kebutuhan sehari-hari

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	89	48.9	48.9	48.9
	Ya	93	51.1	51.1	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Membeli produk peralatan rumah tangga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	156	85.7	85.7	85.7
	Ya	26	14.3	14.3	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Membeli produk fashion

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	66	36.3	36.3	36.3
	Ya	116	63.7	63.7	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Bersosialisasi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	115	63.2	63.2	63.2
	Ya	67	36.8	36.8	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Menonton bioskop

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	80	44.0	44.0	44.0
	Ya	102	56.0	56.0	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Memperpanjang SIM

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	178	97.8	97.8	97.8
	Ya	4	2.2	2.2	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Melihat pameran

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	153	84.1	84.1	84.1
	Ya	29	15.9	15.9	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Berkunjung ke salon

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	150	82.4	82.4	82.4
	Ya	32	17.6	17.6	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Lainnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak	163	89.6	89.6	89.6
	Ya	19	10.4	10.4	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Rata-rata lama mengunjungi Plaza Ambarrukmo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 1 jam	5	2.7	2.7	2.7
	1 - 2 jam	40	22.0	22.0	24.7
	> 2 - 3 jam	106	58.2	58.2	83.0
	> 3 jam	31	17.0	17.0	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Rata-rata uang yang dibelanjakan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp 100.000	23	12.6	12.6	12.6
	Rp 100.000 - Rp 200.000	57	31.3	31.3	44.0
	> Rp 200.000 - Rp 300.000	32	17.6	17.6	61.5
	> Rp 300.000 - Rp 400.000	16	8.8	8.8	70.3
	> Rp 400.000 - Rp 500.000	19	10.4	10.4	80.8
	> Rp 500.000	35	19.2	19.2	100.0
	Total	182	100.0	100.0	

Frekuensi mengunjungi Plaza Ambarrukmo

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 kali	42	23.1	23.1	23.1
	2 kali	72	39.6	39.6	62.6
	3 kali	43	23.6	23.6	86.3
	> 3 kali	25	13.7	13.7	100.0
	Total	182	100.0	100.0	



Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Shopping Centre ^a Image	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Positive anticipated emotions

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.415 ^a	.172	.168	.44834

a. Predictors: (Constant), Shopping Centre Image

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7.538	1	7.538	37.501	.000 ^a
	Residual	36.182	180	.201		
	Total	43.720	181			

a. Predictors: (Constant), Shopping Centre Image

b. Dependent Variable: Positive anticipated emotions

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.902	.317		6.008	.000
	Shopping Centre Image	.504	.082	.415	6.124	.000

a. Dependent Variable: Positive anticipated emotions



Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Positive anticipated emotions, Shopping Centre Image	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Desire

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.590 ^a	.348	.340	.51677

a. Predictors: (Constant), Positive anticipated emotions, Shopping Centre Image

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.483	2	12.742	47.712	.000 ^a
	Residual	47.803	179	.267		
	Total	73.286	181			

a. Predictors: (Constant), Positive anticipated emotions, Shopping Centre Image

b. Dependent Variable: Desire

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	.463	.400			1.158	.248
	Shopping Centre Image	.213	.104	.135		2.039	.043
	Positive anticipated emotions	.674	.086	.520		7.844	.000

a. Dependent Variable: Desire



Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Desire ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Intention

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.541 ^a	.292	.288	.65490

a. Predictors: (Constant), Desire

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	31.877	1	31.877	74.324	.000 ^a
	Residual	77.200	180	.429		
	Total	109.077	181			

a. Predictors: (Constant), Desire

b. Dependent Variable: Intention

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
		B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1.405	.299			4.698	.000
	Desire	.660	.077	.541		8.621	.000

a. Dependent Variable: Intention



Regression

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Intention ^a	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Frequency of Visits to the Shopping Center

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.461 ^a	.213	.209	.726

a. Predictors: (Constant), Intention

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	25.678	1	25.678	48.704	.000 ^a
	Residual	94.899	180	.527		
	Total	120.577	181			

a. Predictors: (Constant), Intention

b. Dependent Variable: Frequency of Visits to the Shopping Center

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.969	.280		7.037	.000
	Intention	.485	.070	.461	6.979	.000

a. Dependent Variable: Frequency of Visits to the Shopping Center



T-Test

Group Statistics

	Jenis kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Shopping Centre Image	Laki-laki	60	3.7271	.46329	.05981
	Perempuan	122	3.8755	.36536	.03308
Positive anticipated emotions	Laki-laki	60	3.6524	.56618	.07309
	Perempuan	122	3.9169	.42634	.03860
Desire	Laki-laki	60	3.6833	.70691	.09126
	Perempuan	122	3.9426	.58280	.05276
Intention	Laki-laki	60	3.8222	.89457	.11549
	Perempuan	122	4.0109	.70670	.06398
Frequency of Visits to the Shopping Center	Laki-laki	60	3.6667	.89569	.11563
	Perempuan	122	3.9918	.75510	.06836

Independent Samples Test

t-test for Equality of Means				
		t	df	Sig. (2-tailed)
Shopping Centre Image	Equal variances assumed	-2.353	180	.020
	Equal variances not assumed	-2.172	96.222	.032
Positive anticipated emotions	Equal variances assumed	-3.518	180	.001
	Equal variances not assumed	-3.200	92.969	.002
Desire	Equal variances assumed	-2.626	180	.009
	Equal variances not assumed	-2.460	99.610	.016
Intention	Equal variances assumed	-1.548	180	.123
	Equal variances not assumed	-1.429	96.349	.156
Frequency of Visits to the Shopping Center	Equal variances assumed	-2.565	180	.011
	Equal variances not assumed	-2.420	101.412	.017



Case Summaries

	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Sendiri	Bersama teman	Bersama keluarga	Lainnya
1	2	18	1	1	1	1	1	0
2	1	19	1	1	0	0	1	0
3	2	19	1	1	0	1	0	0
4	2	19	1	1	0	0	1	0
5	2	19	1	1	0	1	0	0
6	1	21	1	1	0	1	0	0
7	1	22	1	1	0	1	0	1
8	2	19	1	1	0	1	0	0
9	1	19	1	1	0	1	0	0
10	2	18	1	1	0	0	1	0
11	1	21	1	1	0	1	1	0
12	1	20	1	1	0	0	1	0
13	1	20	1	1	0	0	1	0
14	2	18	1	1	0	1	0	0
15	2	18	1	1	0	1	0	0
16	2	19	1	1	1	1	1	0
17	1	19	1	1	0	1	0	0
18	2	19	3	1	1	1	1	1
19	1	22	1	1	0	0	1	0
20	2	19	1	1	0	1	0	0
21	1	19	1	1	0	1	0	0
22	1	19	1	1	0	1	0	0
23	2	19	1	1	0	1	0	0
24	2	19	1	1	0	1	1	0
25	1	19	1	1	0	1	1	0
26	1	24	3	1	0	1	0	0
27	2	20	1	1	1	1	0	0
28	2	19	1	1	0	0	0	1
29	1	20	1	1	0	0	0	1
30	2	19	1	1	0	1	0	0
31	1	22	1	1	1	0	0	0
32	2	19	1	1	1	1	1	0
33	1	19	1	1	0	1	1	0
34	1	19	1	1	0	1	1	0
35	2	20	1	1	0	1	0	0
36	2	20	1	1	0	1	0	0
37	1	20	1	1	0	1	1	0
38	1	19	1	1	0	1	0	0
39	1	20	1	1	0	1	0	0
40	2	20	1	1	1	1	1	1
41	1	20	1	1	0	0	0	1
42	1	20	1	1	0	1	0	0
43	1	20	1	1	0	1	0	0
44	1	19	1	1	0	1	0	0
45	2	18	1	1	0	1	0	0
46	1	19	1	1	0	1	0	0
47	1	19	1	1	0	1	1	0
48	1	20	1	1	0	1	0	0
49	2	20	1	1	1	1	0	0
50	2	19	1	1	0	1	0	0
51	2	21	1	1	0	0	0	1
52	1	23	1	1	0	1	0	0
53	1	21	1	1	0	1	0	0
54	1	19	1	1	0	1	1	0
55	1	20	3	1	0	1	0	0
56	1	20	3	1	0	1	0	0
57	2	20	1	1	0	0	1	0
58	1	20	3	1	0	1	0	0
59	1	19	1	1	0	1	0	0
60	1	19	1	1	1	1	0	0
61	1	19	1	1	0	1	0	0
62	1	23	1	1	0	1	0	0
63	1	23	1	1	0	1	0	1
64	2	18	1	1	1	1	1	0
65	2	19	1	1	1	1	0	1

Case Summaries

	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Sendiri	Bersama teman	Bersama keluarga	Lainnya
66	1	19	1	1	0	1	1	0
67	1	19	1	1	0	1	1	0
68	2	19	1	1	0	1	1	0
69	1	19	1	1	1	1	1	0
70	2	19	1	1	1	1	1	0
71	2	20	1	1	0	1	1	0
72	2	20	1	1	0	1	0	0
73	2	19	1	1	0	1	1	1
74	2	19	1	1	1	1	1	0
75	1	19	1	1	0	1	1	0
76	2	20	1	1	0	1	1	0
77	2	20	1	1	0	1	1	0
78	2	20	1	1	0	1	0	0
79	1	20	1	1	0	1	0	0
80	1	21	3	1	0	1	0	0
81	2	19	1	1	0	0	1	0
82	1	20	1	1	0	1	1	0
83	1	19	1	1	0	1	1	0
84	2	19	1	1	0	1	0	0
85	2	21	1	1	0	1	1	1
86	2	19	1	1	0	1	1	0
87	2	19	1	1	0	1	1	0
88	2	21	1	1	0	1	1	0
89	2	20	1	1	1	1	1	0
90	1	19	1	1	1	1	1	0
91	2	17	1	1	0	1	1	0
92	2	19	1	1	0	1	0	0
93	2	20	1	1	0	1	0	0
94	1	20	1	1	0	1	0	0
95	1	21	1	1	0	1	1	0
96	1	20	1	1	0	1	0	0
97	2	23	2	2	0	1	0	0
98	2	29	4	2	0	0	1	0
99	2	28	3	2	0	1	0	0
100	2	29	2	2	0	1	0	0
101	2	27	3	2	0	1	0	0
102	2	32	2	2	1	1	1	0
103	2	45	4	4	0	0	1	0
104	2	37	3	2	0	1	0	0
105	2	52	4	3	0	0	1	0
106	1	30	2	3	0	1	0	0
107	2	31	2	3	0	1	0	0
108	1	49	3	3	0	1	1	1
109	2	35	2	3	0	1	1	0
110	2	28	2	3	0	1	0	0
111	2	42	3	1	0	0	1	0
112	2	52	3	2	0	1	1	0
113	2	31	3	1	0	0	1	0
114	2	17	1	1	0	0	1	0
115	2	26	3	4	0	1	0	0
116	2	33	2	4	0	1	0	0
117	2	37	3	2	1	1	1	0
118	2	32	3	2	0	1	0	0
119	2	35	3	2	1	1	1	1
120	1	43	2	2	0	0	1	0
121	2	51	4	2	0	1	1	0
122	1	50	4	3	0	1	1	0
123	1	30	2	3	0	1	0	0
124	2	54	4	4	0	1	1	0
125	2	29	2	3	0	1	1	0
126	2	34	2	3	0	1	1	0
127	2	39	3	3	0	1	1	0
128	2	38	4	4	1	1	1	0
129	2	28	3	4	0	0	0	1
130	1	29	3	3	0	0	0	1

Case Summaries

	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Sendiri	Bersama teman	Bersama keluarga	Lainnya
131	2	32	3	2	0	1	0	0
132	2	35	4	3	1	0	1	0
133	2	34	3	3	1	1	1	0
134	2	35	3	2	0	1	1	0
135	2	39	4	3	0	1	1	0
136	2	21	1	1	0	1	0	0
137	2	28	2	2	0	1	0	0
138	2	40	2	3	0	1	1	0
139	2	35	2	3	0	1	1	0
140	2	32	2	3	0	1	0	0
141	2	53	2	4	1	1	1	1
142	2	53	4	3	0	0	1	1
143	2	20	1	1	0	1	0	0
144	2	20	1	1	0	1	0	0
145	2	19	1	1	0	1	0	0
146	1	21	1	3	0	1	0	0
147	2	23	3	3	0	1	0	0
148	2	42	3	3	0	1	1	0
149	2	35	3	3	0	1	1	0
150	1	45	3	3	1	1	0	0
151	2	49	4	3	0	1	1	0
152	2	39	2	3	0	0	0	1
153	2	32	1	3	0	1	0	0
154	2	36	3	3	0	1	1	0
155	2	37	3	3	0	1	1	0
156	2	29	3	2	0	0	0	0
157	2	33	3	3	0	1	0	0
158	2	34	2	4	0	0	1	0
159	2	35	3	2	0	1	0	0
160	2	41	2	4	0	1	0	0
161	2	32	3	3	1	1	0	0
162	2	44	3	3	0	1	0	0
163	2	36	4	3	0	1	1	0
164	2	37	3	3	0	1	0	1
165	2	43	4	2	1	1	1	0
166	2	51	3	3	1	1	1	1
167	2	29	3	2	0	1	1	0
168	2	34	3	2	0	1	1	0
169	2	38	4	3	0	1	1	0
170	2	47	2	2	1	1	1	0
171	2	42	3	4	1	1	1	0
172	2	35	2	2	0	1	1	0
173	2	33	2	3	0	1	0	0
174	2	32	2	2	0	1	1	1
175	2	39	3	3	1	1	1	0
176	1	41	3	2	0	1	1	0
177	2	40	1	4	0	1	1	0
178	2	45	3	3	0	1	1	0
179	2	32	3	3	0	1	0	0
180	1	33	2	3	0	1	0	0
181	2	39	3	3	0	1	1	0
182	2	38	2	2	0	0	1	0

Case Summaries

	Refresing	Membeli kebutuhan sehari-hari	Membeli produk peralatan rumah tangga	Membeli produk fashion	Bersosialisasi	Menonton bioskop
1	1	1	0	1	0	1
2	1	0	0	1	1	0
3	1	0	0	0	1	1
4	1	0	0	1	1	0
5	1	0	0	0	0	0
6	1	1	0	1	1	0
7	0	0	0	1	1	1
8	0	0	0	0	1	0
9	1	0	0	1	1	0
10	1	0	0	1	1	1
11	1	0	0	1	0	0
12	1	1	0	0	0	0
13	1	0	0	0	0	0
14	1	0	0	1	0	0
15	1	0	0	1	1	1
16	1	1	0	1	1	1
17	1	0	0	1	0	1
18	1	1	0	1	0	1
19	0	0	1	0	0	0
20	1	0	0	0	1	0
21	1	0	0	1	1	0
22	1	0	0	1	0	0
23	1	0	0	1	1	1
24	1	1	0	0	0	0
25	1	1	0	1	1	1
26	1	0	0	1	0	1
27	1	0	0	1	1	0
28	0	0	0	1	1	1
29	1	0	0	0	0	0
30	1	0	0	0	0	0
31	0	0	0	1	0	0
32	1	0	0	1	0	1
33	1	1	0	0	1	1
34	1	0	0	1	1	1
35	1	1	0	1	0	1
36	1	0	0	0	0	1
37	0	0	0	0	1	1
38	1	0	0	1	0	0
39	1	0	0	0	1	0
40	1	0	0	1	1	1
41	1	0	0	0	0	0
42	1	0	0	1	0	0
43	1	0	0	0	0	0
44	1	0	0	0	1	0
45	1	0	0	1	1	1
46	1	0	0	0	1	1
47	1	0	0	1	1	1
48	1	1	0	0	1	1
49	1	0	0	1	0	0
50	1	0	0	1	0	1
51	1	0	0	0	0	0
52	1	0	0	1	0	1
53	0	0	0	1	0	0
54	1	1	0	0	0	0
55	0	0	0	0	1	0
56	1	0	0	1	1	1
57	1	0	0	0	0	0
58	1	0	0	0	0	0
59	1	0	0	1	0	0
60	1	1	0	1	1	1
61	1	0	0	0	1	0
62	1	0	0	0	1	1
63	1	0	0	1	0	1
64	1	1	0	1	0	1
65	1	0	0	1	0	1

Case Summaries

	Refresing	Membeli kebutuhan sehari-hari	Membeli produk peralatan rumah tangga	Membeli produk fashion	Bersosialisasi	Menonton bioskop
66	1	1	1	1	1	1
67	1	1	1	1	1	1
68	1	1	1	1	1	1
69	1	1	0	1	1	1
70	1	1	0	1	0	1
71	1	1	1	1	0	1
72	1	1	0	0	1	0
73	1	0	0	1	0	0
74	1	1	0	0	1	1
75	1	1	1	1	0	1
76	1	1	0	1	1	1
77	0	1	0	1	1	1
78	1	1	0	1	0	1
79	1	0	0	0	0	0
80	1	0	0	1	0	1
81	1	0	0	1	0	1
82	0	0	0	1	1	1
83	1	0	0	1	0	1
84	1	0	0	1	0	1
85	1	1	1	1	1	1
86	1	0	0	0	0	1
87	1	1	0	1	0	1
88	1	1	0	1	1	1
89	1	0	0	1	1	1
90	1	1	1	1	0	1
91	1	1	1	1	1	1
92	1	0	0	0	1	1
93	1	1	0	1	1	1
94	1	0	0	0	0	0
95	1	1	0	1	1	1
96	0	0	0	0	1	0
97	1	1	0	0	0	0
98	0	1	1	1	0	0
99	1	1	1	1	0	0
100	0	1	0	1	0	0
101	1	1	0	1	1	1
102	1	1	0	1	0	1
103	1	0	0	0	0	0
104	1	1	0	1	0	1
105	1	1	1	0	0	0
106	1	0	0	1	0	0
107	1	1	0	0	0	0
108	0	1	1	1	0	1
109	0	1	0	0	1	0
110	1	1	0	1	0	0
111	1	1	0	1	0	1
112	1	1	0	1	0	0
113	1	1	0	0	0	0
114	1	0	0	0	0	0
115	1	1	0	1	0	0
116	1	0	0	1	1	1
117	1	1	0	1	1	1
118	1	0	0	1	0	1
119	1	1	0	1	0	1
120	0	0	1	0	0	0
121	1	1	0	0	0	0
122	1	1	0	1	0	0
123	1	0	0	0	0	0
124	1	1	0	1	0	1
125	1	1	0	0	0	0
126	1	1	0	1	0	1
127	1	0	0	0	0	1
128	1	1	0	0	0	0
129	0	0	0	0	0	1
130	1	0	0	0	0	0

Case Summaries

	Refresing	Membeli kebutuhan sehari-hari	Membeli produk peralatan rumah tangga	Membeli produk fashion	Bersosialisasi	Menonton bioskop
131	1	1	0	1	0	0
132	0	1	0	1	0	0
133	1	0	0	1	0	1
134	1	1	1	0	1	1
135	1	0	0	1	0	1
136	1	1	0	1	0	1
137	1	1	0	0	0	1
138	0	1	0	0	0	1
139	1	1	0	0	0	0
140	1	1	0	1	0	0
141	1	1	0	1	1	1
142	1	1	0	1	0	0
143	1	0	0	0	0	0
144	1	0	0	1	0	0
145	1	0	0	0	0	0
146	1	0	0	1	1	1
147	1	0	0	0	1	1
148	1	0	0	1	0	1
149	1	1	0	0	0	1
150	1	1	0	1	0	0
151	1	0	0	0	0	1
152	1	1	0	0	0	0
153	1	0	0	1	0	1
154	0	1	0	1	0	0
155	1	1	0	1	0	0
156	0	1	1	1	1	0
157	1	1	0	1	1	1
158	1	0	1	1	0	0
159	1	0	0	0	0	0
160	1	0	0	0	0	0
161	1	1	0	1	1	1
162	1	1	0	0	1	0
163	1	1	0	0	0	1
164	1	1	0	0	0	1
165	1	1	0	1	0	1
166	1	0	0	1	0	1
167	1	1	1	1	1	1
168	1	1	1	1	1	1
169	1	1	1	1	1	1
170	1	1	1	1	1	1
171	1	1	1	1	0	1
172	1	1	1	1	0	1
173	1	1	0	0	1	0
174	1	1	0	1	0	0
175	1	1	0	0	1	1
176	1	1	1	1	0	1
177	1	1	0	1	1	1
178	0	1	0	1	0	1
179	1	1	1	0	0	1
180	1	0	0	1	0	0
181	1	1	1	1	0	1
182	1	1	0	1	0	1

Case Summaries

	Memperpanjang SIM	Melihat pameran	Berkunjung ke salon	Lainnya	Rata-rata lama mengunjungi Plaza Ambarrukmo	Rata-rata uang yang dibelanjakan
1	1	1	1	1	3	2
2	0	0	0	0	4	6
3	0	0	0	0	3	2
4	0	0	0	0	2	2
5	0	0	0	0	4	1
6	0	0	0	0	3	1
7	0	0	1	0	3	4
8	0	0	0	0	2	1
9	0	0	0	0	2	2
10	0	0	0	0	4	2
11	0	0	0	0	3	2
12	0	0	0	0	2	2
13	0	0	0	0	2	1
14	0	0	0	0	3	2
15	0	0	0	0	3	1
16	0	0	0	0	3	2
17	0	0	0	0	3	2
18	0	1	1	1	4	3
19	0	0	0	0	3	5
20	0	0	0	0	3	3
21	0	0	0	0	3	2
22	0	0	0	0	3	2
23	0	0	0	0	3	2
24	0	0	0	0	3	4
25	0	0	0	0	2	3
26	0	0	0	0	2	2
27	0	0	0	0	1	3
28	0	0	0	0	3	2
29	0	0	0	0	2	2
30	0	0	0	0	3	1
31	0	0	0	0	3	3
32	0	1	0	0	4	3
33	0	0	0	0	2	1
34	1	0	0	0	3	2
35	0	0	0	0	4	2
36	0	0	0	0	4	1
37	0	0	0	0	3	1
38	0	0	0	0	2	3
39	0	1	0	0	3	2
40	0	0	1	0	4	6
41	0	0	0	0	3	2
42	0	0	0	0	2	1
43	0	0	0	0	3	2
44	0	0	0	0	3	2
45	0	0	0	0	3	2
46	0	0	0	1	3	1
47	0	0	0	0	3	2
48	0	0	0	0	4	6
49	0	0	0	0	4	4
50	0	0	0	0	3	2
51	0	0	0	0	3	1
52	0	0	0	0	3	1
53	0	0	0	0	1	6
54	0	0	0	1	3	2
55	0	0	0	0	1	1
56	0	1	0	0	2	2
57	0	0	0	0	2	2
58	0	0	0	0	2	2
59	0	0	0	0	2	1
60	0	0	0	0	4	1
61	0	0	0	0	2	1
62	0	0	0	0	3	2
63	0	0	0	0	3	2
64	0	1	0	1	2	3
65	0	1	1	1	4	3

Case Summaries

	Memperpanjang SIM	Melihat pameran	Berkunjung ke salon	Lainnya	Rata-rata lama mengunjungi Plaza Ambarrukmo	Rata-rata uang yang dibelanjakan
66	0	1	0	0	3	2
67	0	1	0	0	3	3
68	0	1	1	0	3	3
69	0	0	1	1	3	2
70	0	1	0	0	3	2
71	0	0	0	0	3	2
72	0	0	0	0	2	1
73	0	0	0	0	3	2
74	0	0	0	0	3	2
75	0	1	0	0	3	2
76	0	1	1	0	4	5
77	0	0	1	1	4	6
78	0	0	0	0	2	2
79	0	0	0	0	3	2
80	0	0	0	0	3	2
81	0	0	0	0	3	2
82	0	0	0	0	2	3
83	0	0	0	0	3	3
84	0	0	0	0	3	3
85	0	0	0	0	3	2
86	0	1	0	0	2	2
87	0	0	0	0	2	1
88	0	0	0	0	3	3
89	0	0	0	1	4	1
90	0	0	0	1	4	1
91	0	1	1	1	4	3
92	0	0	0	0	3	4
93	0	0	0	0	2	2
94	0	0	0	0	2	5
95	0	0	0	0	3	2
96	0	0	0	0	3	2
97	0	0	0	0	3	4
98	0	0	0	0	3	3
99	0	0	0	0	3	3
100	0	0	0	0	3	3
101	0	1	0	0	3	3
102	1	1	1	1	3	2
103	0	0	0	0	4	6
104	0	0	0	0	3	6
105	0	0	0	0	2	5
106	0	0	0	0	4	5
107	0	0	0	0	3	5
108	0	0	1	0	3	4
109	0	0	0	0	2	5
110	0	0	0	0	2	6
111	0	0	0	0	4	2
112	0	0	1	0	3	6
113	0	0	0	0	2	2
114	0	0	0	0	2	1
115	0	0	1	0	3	2
116	0	0	0	0	3	6
117	0	0	0	0	3	6
118	0	0	1	0	3	4
119	0	1	1	1	4	3
120	0	0	0	0	3	5
121	0	0	0	0	3	6
122	0	0	0	0	3	6
123	0	0	0	0	3	6
124	0	0	0	0	3	6
125	0	0	1	0	3	4
126	0	0	0	0	2	3
127	0	0	0	0	2	2
128	0	0	0	0	1	5
129	0	0	0	0	3	2
130	0	0	0	0	2	5

Case Summaries

	Memperpanjang SIM	Melihat pameran	Berkunjung ke salon	Lainnya	Rata-rata lama mengunjungi Plaza Ambarrukmo	Rata-rata uang yang dibelanjakan
131	0	0	0	0	3	3
132	0	0	1	0	3	3
133	0	1	0	0	4	3
134	0	0	1	0	3	6
135	1	0	0	0	3	6
136	0	0	0	0	4	2
137	0	0	0	0	4	3
138	0	0	1	0	3	6
139	0	0	0	0	2	5
140	0	1	0	0	3	4
141	0	0	1	0	4	6
142	0	0	1	0	3	5
143	0	0	0	0	2	1
144	0	0	0	0	3	2
145	0	0	0	0	3	2
146	0	0	0	0	3	4
147	0	0	1	1	3	5
148	0	0	0	0	3	6
149	0	0	0	0	4	6
150	0	0	0	0	4	4
151	0	0	1	0	3	5
152	0	0	0	0	3	6
153	0	0	0	0	3	6
154	0	0	0	0	1	6
155	0	0	1	1	3	6
156	0	0	0	0	2	4
157	0	1	0	0	3	3
158	0	0	0	0	2	2
159	0	0	0	0	3	6
160	0	0	0	0	2	6
161	0	0	0	0	4	6
162	0	0	0	0	2	6
163	0	0	0	0	3	6
164	0	0	0	0	3	5
165	0	1	0	1	2	3
166	0	1	1	1	4	5
167	0	1	0	0	3	4
168	0	1	0	0	3	3
169	0	1	1	0	3	3
170	0	0	1	1	3	4
171	0	1	0	0	3	5
172	0	0	0	0	3	3
173	0	0	0	0	3	5
174	0	0	0	0	3	3
175	0	0	1	0	3	6
176	0	1	0	0	3	4
177	0	1	1	0	4	6
178	0	0	1	1	4	5
179	0	0	0	0	2	4
180	0	0	0	0	3	6
181	0	0	1	0	3	6
182	0	0	0	0	3	6

Case Summaries

	Frekuensi mengunjungi Plaza Ambarukmo	SCI.1	SCI.2	SCI.3	SCI.4	SCI.5	SCI.6	SCI.7	SCI.8
1	3	4	3	3	4	4	3	4	4
2	4	5	4	4	4	4	4	5	5
3	3	4	3	4	4	4	4	4	3
4	2	4	3	3	4	3	4	3	3
5	2	3	4	4	4	5	5	3	4
6	2	4	5	5	5	5	4	4	3
7	3	2	3	2	3	3	2	5	5
8	2	5	5	4	4	5	5	4	4
9	3	4	4	4	4	4	4	4	5
10	2	3	3	3	3	3	3	3	5
11	3	4	5	4	4	3	3	4	3
12	1	4	4	4	4	3	4	5	5
13	1	4	4	3	3	3	3	3	4
14	3	4	4	4	4	4	4	4	3
15	2	5	5	4	5	4	5	4	3
16	2	5	5	5	4	5	5	5	3
17	2	2	1	2	2	3	2	5	3
18	4	5	5	4	4	4	3	5	4
19	2	4	4	3	4	4	4	4	4
20	4	4	4	4	4	4	4	3	3
21	3	5	5	5	5	5	4	3	4
22	3	4	4	5	4	4	4	4	4
23	3	3	3	4	3	3	3	4	4
24	4	3	2	3	3	3	4	4	4
25	4	4	3	3	4	4	4	3	3
26	1	4	4	4	4	4	5	3	4
27	1	3	3	3	2	3	2	2	2
28	2	4	3	3	3	3	3	3	4
29	3	5	4	4	4	4	3	3	4
30	1	4	3	3	4	3	3	4	4
31	1	4	3	3	4	4	3	4	4
32	3	3	4	4	3	3	4	2	3
33	3	4	3	4	4	5	5	4	3
34	1	4	3	3	4	3	4	3	3
35	1	3	4	4	4	5	5	3	4
36	1	4	5	5	5	5	4	4	3
37	1	2	3	2	3	3	2	3	3
38	3	5	5	4	4	5	5	4	4
39	3	4	4	4	4	3	4	3	3
40	4	3	3	3	3	3	3	3	5
41	1	4	5	4	4	3	3	4	3
42	1	4	4	4	4	3	4	5	5
43	4	4	4	3	3	3	3	3	4
44	2	4	4	4	4	4	4	4	3
45	2	5	5	4	5	4	5	4	3
46	2	2	2	1	3	2	2	5	3
47	3	3	3	3	3	3	2	3	3
48	3	5	5	4	4	4	3	5	4
49	3	4	4	3	4	4	4	4	4
50	2	4	4	4	4	4	4	3	3
51	2	5	5	5	5	5	4	3	4
52	1	4	4	4	4	5	4	4	4
53	1	3	3	4	3	3	3	3	4
54	1	3	2	3	3	3	4	4	4
55	1	4	3	3	4	4	4	3	3
56	4	4	4	4	4	4	5	3	4
57	1	4	3	3	4	4	3	4	4
58	4	5	4	4	4	4	4	5	5
59	1	4	3	4	4	5	5	4	3
60	4	4	3	3	4	3	4	3	3
61	1	3	4	4	4	5	5	3	4
62	2	4	5	5	5	5	4	4	3
63	2	2	3	2	3	3	2	5	5
64	4	5	5	4	4	5	5	4	4
65	3	4	4	4	4	3	4	5	5

Case Summaries

	Frekuensi mengunjungi Plaza Ambarukmo	SCI.1	SCI.2	SCI.3	SCI.4	SCI.5	SCI.6	SCI.7	SCI.8
66	4	3	3	3	3	3	3	3	5
67	4	4	5	4	4	3	3	4	3
68	4	4	4	4	4	3	4	5	5
69	2	4	4	3	3	3	3	3	4
70	2	4	4	4	4	4	4	4	3
71	2	5	5	4	5	4	5	4	3
72	1	5	5	5	4	5	5	5	3
73	2	3	3	3	3	3	2	3	3
74	3	5	5	4	4	4	3	5	4
75	3	4	4	3	4	4	4	4	4
76	4	4	4	4	4	4	4	3	3
77	4	5	5	5	5	5	4	3	4
78	2	4	4	4	5	4	4	4	4
79	2	3	3	3	3	3	3	4	4
80	1	3	2	3	3	3	4	4	4
81	2	4	3	3	4	4	4	3	3
82	1	4	4	4	4	4	5	3	4
83	2	3	3	3	3	3	2	5	5
84	2	4	3	3	3	3	3	3	4
85	2	5	4	4	4	4	3	3	4
86	2	4	3	3	4	3	3	4	4
87	2	4	3	3	4	4	3	4	4
88	4	5	4	4	4	4	4	5	5
89	3	4	3	4	4	4	4	4	3
90	2	4	3	3	4	3	4	5	5
91	3	3	4	4	4	5	5	3	4
92	2	4	5	5	5	5	4	4	3
93	1	2	3	2	3	3	2	3	3
94	2	5	5	4	4	5	5	4	4
95	2	4	4	4	4	3	4	3	3
96	3	3	3	3	3	3	3	3	5
97	2	4	5	4	4	3	3	4	3
98	2	4	4	4	4	3	4	5	5
99	2	4	4	3	3	3	3	3	4
100	4	4	3	3	4	4	3	3	3
101	3	5	4	4	4	4	4	5	5
102	3	4	3	4	4	4	4	4	3
103	2	4	3	3	4	3	4	5	5
104	3	3	4	4	4	5	5	3	4
105	2	4	5	5	5	5	4	4	3
106	2	2	3	2	3	3	2	3	3
107	2	5	5	4	4	5	5	4	4
108	3	4	4	4	4	3	4	5	5
109	1	3	3	3	3	3	3	3	5
110	3	4	5	4	4	3	3	4	3
111	2	4	4	4	4	3	4	5	5
112	3	4	4	3	3	3	3	3	4
113	1	4	4	4	4	4	4	4	3
114	2	5	5	4	5	4	5	4	3
115	3	5	5	5	4	5	5	5	5
116	2	5	4	4	5	5	5	5	5
117	2	5	5	4	4	4	3	5	4
118	2	4	4	3	4	4	4	4	4
119	2	4	4	4	4	4	4	4	4
120	2	5	5	5	5	5	4	3	4
121	4	4	4	5	4	4	4	4	4
122	3	3	3	4	3	3	3	3	4
123	3	2	2	1	2	2	2	4	4
124	3	4	3	3	4	4	4	3	3
125	2	4	4	4	4	4	5	3	4
126	2	5	4	4	4	4	4	4	4
127	1	4	3	3	3	3	3	3	4
128	1	5	4	4	4	4	3	3	4
129	2	4	3	3	4	3	3	4	4
130	3	4	3	3	4	4	3	1	2

Case Summaries

	Frekuensi mengunjungi Plaza Ambarukmo	SCI.1	SCI.2	SCI.3	SCI.4	SCI.5	SCI.6	SCI.7	SCI.8
131	1	5	4	4	4	4	4	3	3
132	1	4	3	4	4	5	5	4	4
133	3	4	3	3	4	3	4	3	3
134	3	3	4	4	4	5	5	3	4
135	1	4	5	5	5	5	4	4	3
136	2	3	3	3	3	3	3	4	4
137	1	5	5	4	4	5	5	4	4
138	2	4	4	4	4	3	4	4	4
139	3	3	3	3	3	3	3	3	5
140	3	4	5	4	4	3	3	4	3
141	4	4	4	4	4	3	4	5	5
142	1	4	4	3	3	3	3	3	4
143	1	4	4	4	4	4	4	4	3
144	2	5	5	4	5	4	5	4	3
145	2	5	5	5	4	5	5	5	3
146	2	2	2	2	3	2	2	3	3
147	2	5	5	4	4	4	3	5	4
148	3	4	4	3	4	4	4	4	4
149	3	4	4	4	4	4	4	5	5
150	4	5	5	5	5	5	4	3	4
151	2	4	4	5	5	5	3	3	4
152	1	3	3	3	3	3	3	4	4
153	1	3	2	3	3	3	4	4	4
154	1	4	3	3	4	4	4	3	3
155	2	4	4	4	4	4	5	3	4
156	1	5	4	4	5	5	5	3	3
157	4	4	3	3	3	3	3	3	4
158	1	5	4	4	4	4	3	3	4
159	4	4	3	3	4	3	3	4	4
160	1	4	3	3	4	4	3	4	4
161	2	5	4	4	4	4	4	5	5
162	1	4	3	4	4	4	4	4	3
163	2	4	3	3	4	3	4	3	3
164	2	3	4	4	4	5	5	3	4
165	2	4	5	5	5	5	4	4	3
166	3	3	3	4	4	4	3	4	4
167	2	5	5	4	4	5	5	4	4
168	4	4	4	4	4	3	4	3	3
169	2	3	3	3	3	3	3	3	5
170	2	4	5	4	4	3	3	4	3
171	2	4	4	4	4	3	4	5	5
172	2	4	4	3	3	3	3	3	4
173	1	4	4	4	4	4	4	4	3
174	2	5	5	4	5	4	5	4	3
175	3	5	5	5	4	5	5	5	3
176	3	5	4	4	5	4	4	4	4
177	2	5	5	4	4	4	3	5	4
178	4	4	4	3	4	4	4	4	4
179	2	4	4	4	4	4	4	3	3
180	2	4	4	4	4	4	4	3	4
181	1	4	4	5	4	4	4	4	4
182	2	3	3	4	3	2	3	4	4

Case Summaries

	SCI.9	SCI.10	SCI.11	SCI.12	SCI.13	SCI.14	SCI.15	SCI.16	PAE.1	PAE.2
1	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
2	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	3
4	3	3	3	4	4	4	5	4	3	3
5	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
6	5	3	3	4	5	5	5	4	4	4
7	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4
8	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
9	4	5	4	4	4	4	4	3	2	2
10	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4
11	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
12	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4
13	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
14	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
15	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3
16	3	3	3	3	4	4	5	4	5	4
17	3	3	3	3	3	2	3	2	2	2
18	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
19	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
20	3	3	3	3	3	5	5	5	5	4
21	4	2	4	4	4	3	4	3	4	3
22	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
23	3	4	4	4	4	3	4	3	3	4
24	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
25	2	3	4	3	3	5	5	4	3	4
26	5	4	4	3	2	1	2	2	3	3
27	2	2	2	3	2	3	3	3	3	3
28	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
29	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
30	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4
31	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
32	3	3	3	3	3	3	5	5	5	4
33	2	2	3	4	4	4	4	4	3	3
34	3	3	3	4	4	4	5	4	3	3
35	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
36	5	3	3	4	5	5	5	4	4	4
37	3	3	3	3	3	5	5	5	3	3
38	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
39	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3
40	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4
41	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
42	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4
43	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
44	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
45	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3
46	3	3	3	3	3	1	1	1	2	2
47	3	3	3	4	4	2	3	2	3	3
48	4	4	4	4	5	4	5	5	4	4
49	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
50	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4
51	4	2	4	4	4	3	4	3	4	3
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
54	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
55	2	3	4	3	3	5	5	4	3	4
56	5	4	4	3	2	4	4	4	3	3
57	5	4	4	4	4	4	5	4	5	5
58	5	5	5	5	5	3	4	2	5	4
59	2	2	3	4	4	3	3	3	3	3
60	3	3	3	4	4	4	5	4	3	3
61	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
62	5	3	3	4	5	5	5	4	4	4
63	4	5	5	5	4	3	3	4	4	4
64	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
65	4	5	5	5	4	3	3	5	3	3

Case Summaries

	SCI.9	SCI.10	SCI.11	SCI.12	SCI.13	SCI.14	SCI.15	SCI.16	PAE.1	PAE.2
66	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4
67	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
68	5	5	4	4	4	4	5	5	5	4
69	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
70	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
71	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3
72	3	3	3	3	3	5	5	4	5	4
73	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
74	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
75	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
76	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4
77	4	2	4	4	4	3	4	3	2	1
78	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4
80	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
81	2	3	4	3	3	5	5	4	3	4
82	5	4	4	3	2	4	4	4	3	3
83	5	5	5	5	5	3	3	4	3	3
84	4	4	4	4	4	3	4	4	2	2
85	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
86	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4
87	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
89	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
90	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3
91	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
92	5	3	3	4	5	5	5	4	4	4
93	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
94	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
95	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3
96	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4
97	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
98	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4
99	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
100	3	3	3	3	3	3	2	3	4	4
101	5	5	5	5	5	3	3	3	5	5
102	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
103	5	5	5	5	5	4	5	4	3	3
104	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
105	5	3	3	4	5	5	5	4	4	4
106	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
107	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
108	5	5	5	5	5	3	3	5	3	3
109	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4
110	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
111	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4
112	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
113	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3
114	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3
115	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4
116	4	4	5	4	4	4	3	4	5	5
117	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
118	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
119	5	4	4	4	4	3	3	3	5	4
120	4	2	4	4	4	3	4	3	4	3
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
122	4	4	4	4	4	3	4	3	2	3
123	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2
124	2	3	4	3	3	5	5	4	3	4
125	5	4	4	3	2	3	3	5	3	3
126	4	3	3	3	3	5	5	5	3	3
127	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
128	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
129	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4
130	2	2	1	2	2	4	5	4	4	4

Case Summaries

	SCI.9	SCI.10	SCI.11	SCI.12	SCI.13	SCI.14	SCI.15	SCI.16	PAE.1	PAE.2
131	3	3	3	3	3	5	5	5	5	4
132	5	4	4	4	4	5	5	5	3	3
133	3	3	3	4	4	4	5	4	4	4
134	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
135	5	3	3	4	5	5	5	4	4	4
136	3	4	4	3	4	3	3	4	4	4
137	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
138	5	4	4	4	4	3	3	5	5	5
139	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4
140	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
141	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4
142	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
143	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
144	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3
145	3	3	3	3	3	5	5	4	5	4
146	3	2	3	3	3	2	3	2	3	3
147	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4
148	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
149	5	5	5	5	5	3	3	3	5	4
150	4	2	4	4	4	3	4	3	4	3
151	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
152	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4
153	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
154	2	3	4	3	3	5	5	4	3	4
155	5	4	4	3	2	4	4	4	3	3
156	3	3	3	3	3	5	5	5	3	3
157	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4
158	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
159	5	4	4	5	5	4	4	4	3	4
160	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5
161	4	5	5	5	4	5	5	5	5	4
162	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3
163	3	3	3	4	4	4	5	4	3	3
164	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4
165	5	3	3	4	4	5	5	5	4	4
166	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4
167	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4
168	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5
169	3	4	5	4	5	4	4	4	5	4
170	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
171	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4
172	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4
173	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3
174	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3
175	3	3	3	3	3	5	5	4	5	4
176	4	3	3	3	3	5	4	5	3	3
177	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4
178	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4
179	3	3	3	3	3	3	3	3	5	4
180	4	4	4	4	4	4	2	3	4	3
181	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
182	4	4	4	4	4	3	4	3	5	4

Case Summaries

	PAE.3	PAE.4	PAE.5	PAE.6	PAE.7	Des.1	Des.2	Int.1	Int.2
1	5	5	3	2	5	5	4	4	3
2	4	4	4	3	4	4	4	4	5
3	4	4	5	5	3	3	3	4	3
4	3	4	5	5	5	5	3	5	5
5	3	4	4	4	4	4	4	4	5
6	4	3	5	4	5	4	4	4	5
7	4	3	3	3	3	3	3	3	3
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	1	3	3	3	3	3	3	3	3
10	4	4	5	5	5	4	5	5	5
11	4	4	4	4	4	4	4	4	3
12	4	4	5	5	5	5	5	5	5
13	4	4	4	4	4	4	3	4	4
14	3	3	4	4	4	5	4	4	3
15	3	2	4	3	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	5	5	4	5	3
17	2	2	3	3	3	2	3	2	2
18	4	4	4	5	5	5	4	4	5
19	4	4	4	5	5	4	4	5	5
20	4	4	4	3	3	3	3	3	3
21	3	4	4	4	3	3	4	3	2
22	4	4	3	3	3	3	3	4	3
23	3	4	4	4	4	4	4	5	5
24	3	2	3	4	4	4	4	4	4
25	4	4	5	5	4	5	5	4	3
26	4	4	4	4	4	4	4	4	5
27	3	3	4	4	4	4	3	4	3
28	4	4	4	4	4	4	4	4	4
29	4	4	4	4	4	3	4	5	5
30	3	4	4	4	4	4	4	4	4
31	4	4	3	4	4	5	4	4	3
32	4	4	4	3	4	4	4	4	5
33	4	4	5	4	4	3	3	4	3
34	3	4	5	5	5	5	3	5	5
35	3	4	4	4	4	4	4	4	5
36	4	3	5	4	5	4	4	4	5
37	3	2	3	3	3	3	3	3	3
38	4	4	4	4	4	4	4	4	4
39	3	2	3	3	3	3	3	3	3
40	4	4	5	5	5	4	5	5	5
41	4	4	4	4	4	4	4	4	3
42	4	4	5	5	5	5	5	5	5
43	4	4	4	4	4	4	3	4	4
44	3	3	4	4	4	5	4	4	3
45	3	2	4	3	4	4	4	4	4
46	2	2	4	4	5	4	4	5	3
47	3	3	3	3	3	2	3	2	2
48	4	4	4	5	5	5	4	4	5
49	4	4	4	5	5	4	4	5	5
50	4	4	4	3	3	3	3	3	3
51	3	4	4	4	3	3	4	3	2
52	4	4	3	3	3	3	3	4	2
53	3	4	4	4	4	4	4	5	5
54	4	4	3	4	4	4	4	4	4
55	4	4	5	5	4	5	5	4	3
56	4	4	4	4	4	4	4	4	5
57	5	5	3	2	5	5	4	4	3
58	4	4	4	3	4	4	4	4	5
59	3	2	2	2	2	2	2	2	3
60	3	4	5	5	5	5	3	5	5
61	3	4	4	4	4	4	4	4	5
62	4	3	5	4	5	4	4	4	5
63	4	3	3	3	3	3	3	3	3
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4
65	3	2	3	3	3	3	3	3	3

Case Summaries

	PAE.3	PAE.4	PAE.5	PAE.6	PAE.7	Des.1	Des.2	Int.1	Int.2
66	4	4	5	5	5	4	5	5	5
67	4	4	4	4	4	4	4	4	3
68	4	4	5	5	5	5	5	5	5
69	4	4	4	4	4	4	3	4	4
70	3	3	4	4	4	5	4	4	3
71	3	2	4	3	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	5	5	4	5	3
73	3	3	3	3	3	2	3	2	2
74	4	4	4	5	5	5	4	4	5
75	4	4	4	5	5	4	4	5	5
76	4	4	4	3	3	3	3	3	3
77	1	2	4	4	3	3	4	3	2
78	4	4	3	3	3	3	3	3	3
79	3	4	4	4	4	4	4	5	5
80	2	2	3	4	4	4	4	4	4
81	4	4	5	5	4	5	5	4	3
82	4	4	4	4	4	4	4	4	5
83	3	3	4	4	4	4	3	4	3
84	2	2	4	3	3	4	4	4	4
85	4	4	4	4	4	3	4	5	5
86	3	4	4	4	4	4	4	4	4
87	4	4	3	4	4	5	4	4	3
88	5	5	4	3	4	4	4	4	5
89	4	4	5	4	4	3	3	4	3
90	3	4	5	5	5	5	3	5	5
91	3	4	4	4	4	4	4	4	5
92	4	3	5	4	5	4	4	4	5
93	4	3	3	3	3	3	3	3	3
94	4	4	4	4	4	4	4	4	4
95	3	2	3	3	3	3	3	3	3
96	4	4	5	5	5	4	5	5	5
97	4	4	4	4	4	4	4	4	3
98	4	4	5	5	5	5	5	5	5
99	4	4	4	4	4	4	3	4	4
100	4	4	3	4	4	5	4	4	3
101	5	5	4	3	4	4	4	4	5
102	4	4	5	4	4	3	3	4	3
103	3	4	5	5	5	5	3	5	5
104	3	4	4	4	4	4	4	4	5
105	4	3	5	4	5	4	4	4	5
106	4	3	3	3	3	3	3	3	3
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4
108	3	2	3	3	3	3	3	3	3
109	4	4	5	5	5	4	5	5	5
110	4	4	4	4	4	4	4	4	3
111	4	4	5	5	5	5	5	5	5
112	4	4	4	4	4	4	3	4	4
113	3	3	4	4	4	5	4	4	3
114	4	3	4	3	4	4	4	4	4
115	4	4	4	4	5	5	4	5	3
116	5	5	5	5	5	5	5	5	5
117	4	4	4	5	5	5	4	4	5
118	4	4	4	5	5	4	4	5	5
119	4	4	4	3	3	3	3	3	3
120	3	4	4	4	3	3	4	3	2
121	4	4	3	3	3	3	3	5	4
122	3	3	3	3	3	4	4	5	5
123	3	3	3	3	3	4	4	4	4
124	4	4	5	5	4	5	5	4	3
125	4	4	4	4	4	4	4	4	5
126	3	3	4	4	4	4	3	4	3
127	4	4	4	4	4	4	4	4	4
128	4	4	4	4	4	3	4	3	3
129	3	4	4	4	4	4	4	4	4
130	4	4	3	4	4	2	2	4	3

[illegible]

	Int.3	Frequency of Visits to the Shopping Center
1	3	4
2	5	4
3	3	3
4	5	4
5	5	5
6	5	5
7	3	4
8	5	4
9	3	3
10	4	4
11	4	3
12	3	5
13	5	3
14	4	4
15	4	4
16	3	4
17	2	2
18	5	3
19	5	5
20	3	4
21	4	3
22	2	4
23	5	3
24	4	4
25	3	4
26	5	3
27	4	4
28	4	4
29	5	4
30	3	4
31	3	5
32	5	3
33	3	3
34	5	4
35	5	5
36	5	5
37	3	3
38	4	4
39	3	3
40	4	5
41	4	3
42	3	5
43	5	4
44	4	5
45	4	4
46	3	2
47	2	2
48	5	4
49	5	5
50	3	2
51	2	4
52	3	4
53	5	3
54	4	4
55	3	4
56	5	5
57	3	4
58	5	3
59	3	3
60	5	3
61	5	5
62	5	5
63	3	4
64	5	4
65	3	5

	Int.3	Frequency of Visits to the Shopping Center
66	4	4
67	4	3
68	3	5
69	5	4
70	4	4
71	4	4
72	3	4
73	2	3
74	5	4
75	5	5
76	3	2
77	4	3
78	3	4
79	5	3
80	4	4
81	3	4
82	5	5
83	4	4
84	4	3
85	5	4
86	3	4
87	3	4
88	5	4
89	3	3
90	5	4
91	5	5
92	5	5
93	3	2
94	4	5
95	3	3
96	4	4
97	4	3
98	3	5
99	5	4
100	3	4
101	5	3
102	3	3
103	5	4
104	5	5
105	5	5
106	3	3
107	4	4
108	3	3
109	4	4
110	4	3
111	3	5
112	5	4
113	4	4
114	4	4
115	3	4
116	5	5
117	5	4
118	5	5
119	3	4
120	4	3
121	5	4
122	5	4
123	4	4
124	3	5
125	5	5
126	4	4
127	4	3
128	3	4
129	3	5
130	3	2

	Int.3	Frequency of Visits to the Shopping Center
131	5	3
132	3	3
133	5	3
134	5	5
135	5	5
136	3	4
137	4	4
138	3	3
139	4	5
140	4	4
141	3	5
142	5	4
143	4	4
144	4	4
145	3	4
146	2	2
147	5	5
148	5	5
149	3	4
150	4	3
151	3	4
152	5	3
153	4	4
154	3	3
155	5	5
156	4	4
157	4	3
158	3	4
159	3	3
160	3	5
161	5	4
162	3	3
163	5	3
164	5	5
165	5	5
166	3	4
167	5	4
168	3	3
169	4	4
170	4	3
171	5	5
172	5	4
173	4	4
174	4	4
175	3	4
176	2	3
177	5	5
178	5	5
179	3	4
180	4	3
181	5	4
182	5	3



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