

## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Berdasarkan data-data yang didapatkan dan telah dibahas pada bab sebelumnya, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Terdapat hubungan pengaruh antara variabel X (kesan pada *website* diadandia.com) terhadap variabel  $Y_1$  (citra perusahaan butik *online* “HIM&HER”). Hubungan pengaruh dijelaskan melalui uji regresi linier sederhana dimana signifikansi variabel X terhadap  $Y_1$  sebesar 0,000 sehingga didapat hasil  $p (0.000) < 0,05$ . Dengan kata lain variabel X memiliki pengaruh dan memberikan kontribusi nyata (signifikan) terhadap variabel  $Y_1$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.
2. Terdapat hubungan pengaruh antara variabel X (kesan pada *website* diadandia.com) terhadap variabel  $Y_2$  (minat beli). Hubungan pengaruh dijelaskan melalui uji regresi linier sederhana dimana signifikansi variabel X terhadap  $Y_2$  sebesar 0,000 sehingga didapat hasil  $p (0.000) < 0,05$ . Dengan kata lain variabel X memiliki pengaruh dan memberikan kontribusi nyata (signifikan) terhadap variabel  $Y_2$  sehingga  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima.

#### **B. SARAN**

Berdasarkan pada kesimpulan yang telah diuraikan di atas, penulis mempunyai saran-saran sebagai berikut :

1. Butik *online* “HIM&HER” semakin berupaya mengembangkan diri dengan melakukan perbaikan atau peningkatan mutu di beberapa bidang yang belum

dikerjakan secara maksimal, seperti kepedulian sosial terhadap komunitas *membrny*. Hal ini dapat dilakukan dengan menjual produk yang ramah lingkungan atau mengajak para member untuk melakukan *recycle, reduce* dan *reused* misalnya.

2. Memaksimalkan peranan media sebagai alat promosi misal melalui iklan ataupun publikasi.
3. Menciptakan loyalitas *member* untuk selalu berbelanja di butik *online* “HIM&HER.”
4. Pengembangan penelitian selanjutnya untuk lebih mendalami faktor-faktor lain yang mempengaruhi citra perusahaan dan minat beli pada toko *online* selain kesan pada *website*.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anoraga, Pandji. 2000. *Manajemen Bisnis*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Baskin, O., C. Aronoff & D. Lattimore. 1997. *Public Relations : The Profession and The Practice* edisi keempat. Madison, WI : Brown & Benchmark
- Churchill, G.A. 2005. *Dasar-Dasar Riset Pemasaran 1*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Cutlip, Scott M., et al .2006. *Effective Public Relations* Edisi Kesembilan. Jakarta : Kencana
- .Engel, J.F., Miniard, P.W., & Blackwell, R.D. (2006). *Consumer behavior (9th ed.)*. USA : Harcourt.
- Ferdinand, Augusty. 2002. *Structural Equation Modeling Dalam Penelitian Manajemen Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis Magister Dan Desertasi Doktor*. Semarang : BP UNDIP
- Fombrun, Charles J. 1999. *Reputation : Realizing Value From The Corporate Image*. Boston : Harvard Bussiness School Press
- Ghozali, Imam,.2001.*Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*. Semarang : BP UNDIP
- Greenlaw, Raymond and Hepp, Ellen. 2002. *In-Line/On-Line: Fundamentals of the Internet and the World Wide Web Second Edition*. New York : McGraw-Hill
- Jefkins, Frank. 1995. *Public Relations*. Jakarta : Erlangga
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran (Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol)*. Jakarta : PT. Prehallindo
- Kotler Philip. 2003. *Marketing Management” 11th edition/International Edition*. New Jersey : Prentice Hall
- Kotler, Philip. 2002. *Manajemen Pemasaran 2, Edisi Milenium*. Jakarta : Prehallindo
- Malhotra, Naresh K. 2005. *Riset Pemasaran : Pendekatan Terapan Jilid 1*. Jakarta : PT. Indeks.

- Mangkunegoro, Anwar Prabu. 1998. *Perilaku Konsumen*. Bandung : PT. Eresco
- Miller, Katherine. 2005. *Communication Theories : Perspective, Processes, And Contexts*. New York : McGraw-Hill
- Nazir, Mohammad. 2003. *Metode Penelitian*. Jakarta : Ghalia Indonesia
- Nur, Wijaya D. 2011. Skripsi : Rancang Bangun *Website* E-news Organisasi APMPI (Aliansi Pers Mahasiswa Politeknik Se-Indonesia) di Politeknik Piksi Ganesha Bandung. Bandung : UNIKOM
- Page, C. and Elzbieta Lepkowska-White. 2002. *Web Equity: A Framework For Building Consumer Value In Online Companies*, *Journal of Consumer Marketing*. (Vol. XIX no. 3). pp.231-248
- Permana, Radhitya. 2008. Skripsi : Pengaruh *Store Atmosphere* Terhadap Keputusan Pembelian Pada Konsumen *Airplane System*. Bandung : Universitas Widyatama
- Peter and Olson.. 1993. *Consumer Behavior & Marketing Strategy*, Third edition..Boston: RichardD. Irwin, Inc
- Purnomo, Herry dan Zacharias, Theo. 2005. *Pengenalan Informatika Perspektif Teknik Dan Lingkungan*. Yogyakarta : Penerbit Andi
- Rakhmat, Jalaluddin. 1991. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin.2003. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaluddin. 1998. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. 2003. *Manajemen Pemasaran Dan Media Komunikasi*, edisi revisi. Jakarta : PT. Grafindo Raja Persada
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Ruslan, Rosady. 2006. *Metode Penelitian : Public Relations & Komunikasi*. Jakarta : PT. Grafindo Raja Persada

- Sarwono, Jonathan. 2007. Analisis Jalur Untuk Riset Bisnis. Yogyakarta : Andi Offset
- Sendjaja, Sasa Djuarsa. 2004. Teori Komunikasi. Jakarta : pusat penerbitan universitas terbuka
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. 2002. Dasar-Dasar *Public Relations*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sulaiman, Wahid. 2004. Analisis Regresi Menggunakan SPSS Contoh Kasus Dan Pemecahannya. Yogyakarta : Andi Offset
- Shirley, Harrison.1995. *Public Relations: An Inroduction*. London : Thomson Learning
- Sutanta, Edhy. 2005. Pengantar Teknologi Informasi. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Utami, Christina Whidya. 2006. Manajemen Ritel : Strategi dan Implementasi Ritel Modern. Jakarta : Salemba Empat
- <http://diadandia.com/>
-

## Kuesioner

Saya, Priscilla Paula Wenno, mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Atma Jaya Yogyakarta, sedang melakukan penelitian mengenai pengaruh kesan pada *website* terhadap citra perusahaan dan minat beli. Oleh karena itu, saya mohon kesediaan Anda untuk meluangkan waktu mengisi lengkap kuesioner ini. Data yang Anda berikan dalam kuesioner ini hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian ini saja serta terjamin kerahasiannya. Atas kerjasama dan bantuan Anda, saya ucapkan terima kasih.

### I. Deskripsi Responden

**Berikut ini merupakan pertanyaan mengenai deskripsi responden dilihat dari data demografis dan status sosial responden.**

Usia : a. kurang dari 17 tahun

b. 17 – 27 tahun

c. 28 – 38 tahun

d. lebih dari 38 tahun

Jenis Kelamin : a. Pria

b. Perempuan

Pendidikan terakhir : a. SD      b. SMP      c. SMA

d. Diploma      e. Sarjana      f. lainnya : ...

Pekerjaan : a. Karyawan      b. wiraswasta      c. lainnya : ...

Pendapatan : a. Kurang dari Rp. 1.000.000

b. Rp 1.000.000 – Rp. 2.000.000

c. Rp 2.000.000 – Rp. 3.000.000

d. Lebih dari Rp.3.000.000

Seberapa sering Anda mengakses situs diadandia.com?

a. Setiap hari

b. 3-4 kali seminggu

c. 1-2 kali seminggu

d. jarang

## II. Pengaruh Kesan Pada *Website* Terhadap Citra Perusahaan Dan Minat Beli

Berikut ini merupakan pertanyaan mengenai kesan pada *website* diadandia.com. Responden diminta menjawab setiap pernyataan dengan menekan tombol kiri *mouse* pada salah satu kolom yang telah disediakan (kecuali pertanyaan nomor 1) yaitu :

**SS = Sangat Setuju**

**S = Setuju**

**TT = Tidak Tahu**

**TS = Tidak Setuju**

**STS = Sangat Tidak Setuju**

No	PERNYATAAN	SS	S	TT	TS	STS
<i>MARKETER AND NON-MARKETER COMMUNICATIONS</i>						
1.	Saya mendapatkan informasi mengenai <i>website</i> diadandia.com dari iklan					
2.	Saya mendapatkan informasi mengenai <i>website</i> diadandia.com melalui promosi <i>online</i>					
3.	Saya mendapatkan informasi mengenai <i>website</i> diadandia.com dari rekomendasi seseorang					
4.	Saya mendapatkan informasi mengenai <i>website</i> diadandia.com dari melalui penjualan langsung					
5.	Saya mendapatkan informasi mengenai <i>website</i> diadandia.com melalui publikasi					
<i>SITE DESIGN</i>						
6.	<i>Website</i> diadandia.com dapat diakses setiap saat					
7.	Saya tidak kesulitan untuk menemukan barang atau informasi yang saya inginkan sesuai petunjuk					
8.	Dalam <i>website</i> diadandia.com tersedia berbagai informasi mengenai produk secara lengkap					
9.	Saya bisa membandingkan produk yang satu dengan yang lainnya dengan mudah pada <i>website</i> ini					
10.	Saya senang menjelajahi <i>website</i> diadandia.com					
11.	<i>Website</i> diadandia.com dapat dibuka kurang dari 10 detik					
12.	Saya tidak kesulitan untuk menggunakan berbagai fasilitas dalam <i>website</i> diadandia.com seperti chat box					
13.	Saya tidak kesulitan untuk mengidentifikasi produk yang sesuai dengan spesifikasi saya					
<i>VENDOR CHARACTERISTIC</i>						
14.	Saya dapat menghubungi layanan pelanggan dengan mudah					
15.	Segala informasi tentang konsumen terjaga kerahasiannya					
16.	<i>Website</i> diadandia.com aman untuk diakses					
17.	Saya yakin dapat mempercayai <i>website</i> diadandia.com sebagai tempat berbelanja <i>online</i>					
<i>PRODUCT/ SERVICE CHARACTERISTICS</i>						
18.	Produk-produk yang ditawarkan dalam <i>website</i>					

	diadandia.com memiliki kualitas yang baik					
19.	<i>Website</i> diadandia.com menyediakan beragam pilihan produk					
20.	Harga produk yang ditawarkan cukup terjangkau					

Berikut ini merupakan pertanyaan mengenai citra perusahaan yang diperoleh responden setelah mengakses *website* diadandia.com. Responden diminta menjawab setiap pernyataan dengan menekan tombol kiri *mouse* pada salah satu kolom yang telah disediakan yaitu :

**SS = Sangat Setuju**

**S = Setuju**

**TT = Tidak Tahu**

**TS = Tidak Setuju**

**STS = Sangat Tidak Setuju**

No	PERNYATAAN	SS	S	TT	TS	STS
<i>PERSONALITY</i>						
1.	Butik <i>online</i> “Him&Her” menjual berbagai macam produk <i>couple stuff</i>					
<i>REPUTATION</i>						
2.	Butik <i>online</i> “Him&Her” selalu melakukan kreasi dan inovasi produk					
3.	Butik <i>online</i> “Him&Her” selalu memberikan informasi tentang produk-produk terbarunya					
4.	Butik <i>online</i> “Him&Her” menjual produk yang layak, tidak terdapat cacat atau rusak					
5.	Butik <i>online</i> “Him&Her” melayani pembeli dengan ramah dan sopan					
6.	Saya mempercayai Butik <i>online</i> “Him&Her” sebagai tempat berbelanja					
7.	Saya merasa bangga memakai produk dari Butik <i>online</i> “Him&Her”					
8.	Butik <i>online</i> “Him&Her” menunjukkan kepedulian social terhadap komunitas <i>members</i> nya					
9.	Butik <i>online</i> “Him&Her” menunjukkan kepedulian terhadap lingkungan dengan menggunakan produk ramah lingkungan					
<i>VALUE</i>						
10.	Butik <i>online</i> “Him&Her” responsif terhadap pertanyaan pelanggan					
11.	Butik <i>online</i> “Him&Her” responsif terhadap keluhan pelanggan					
12.	Butik <i>online</i> “Him&Her” responsif terhadap permintaan pelanggan					
13.	Saya bisa memahami prosedur pembelian dengan mudah					



14.	Saya dapat menghubungi Butik <i>online</i> “Him&Her” kapan saja (mudah dihubungi)					
15.	Butik <i>online</i> “Him&Her” menyediakan informasi pendukung seperti artikel tips					
<b>CORPORATE IDENTITY</b>						
16.	Butik <i>online</i> “Him&Her” mempunyai logo berupa bunga mawar berwarna merah					
17.	Butik <i>online</i> “Him&Her” menggunakan perpaduan warna merah jambu dan biru dalam keseluruhan <i>websitenya</i>					
18.	Butik <i>online</i> “Him&Her” mempunyai slogan “ <i>extraordinary couple stuff</i> ”					

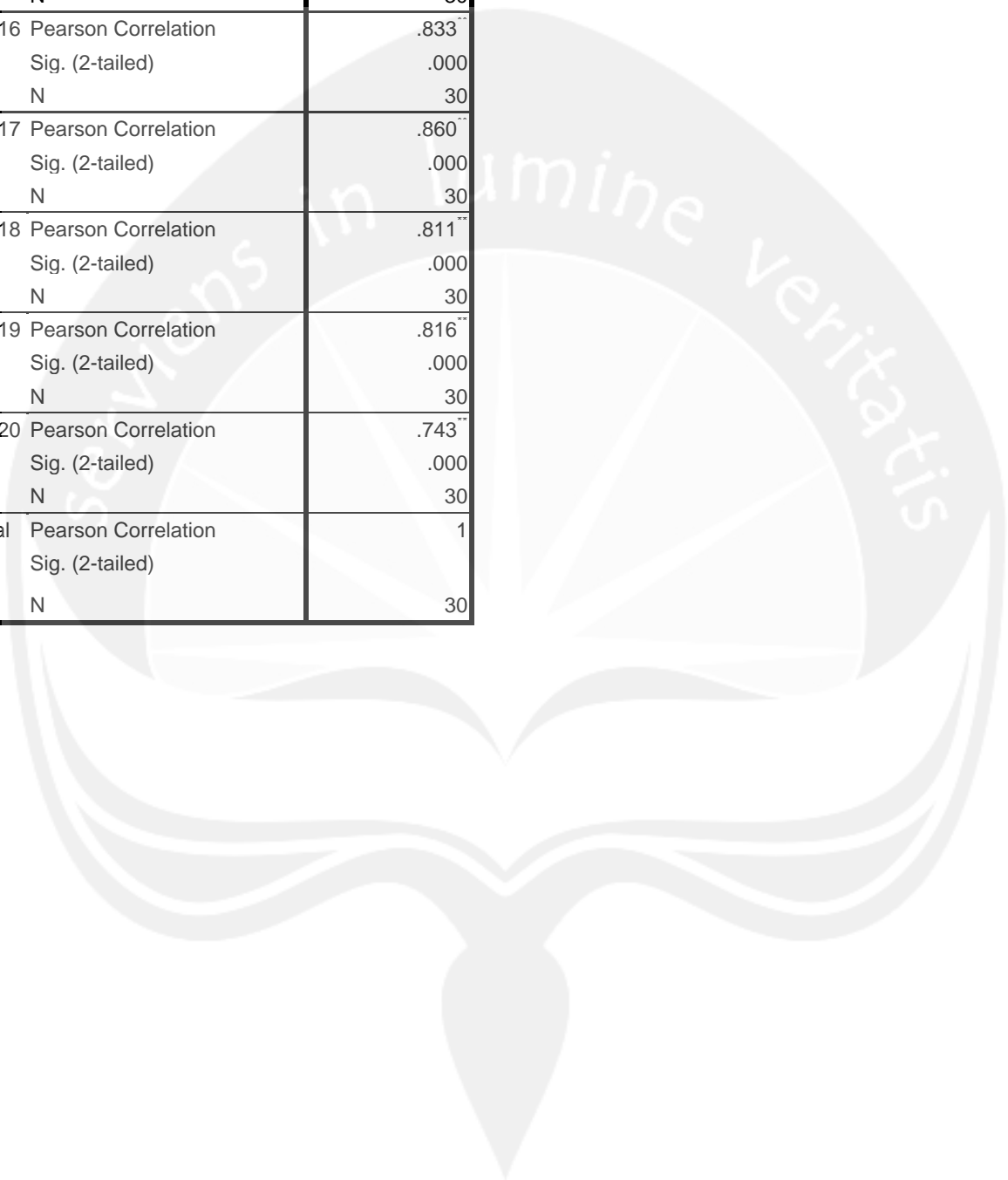
Berikut ini merupakan pertanyaan mengenai minat beli responden setelah mengakses *website* [diadandia.com](http://diadandia.com). Responden diminta menjawab setiap pernyataan dengan menekan tombol kiri *mouse* pada salah satu kolom yang telah disediakan.

NO	PERNYATAAN	YA	TIDAK
<b>MINAT TRANSAKSIONAL</b>			
1.	Saya ingin membeli produk-produk di Butik <i>online</i> “Him&Her”		
<b>MINAT REFRENSIAL</b>			
2.	Saya akan merekomendasikan produk-produk di Butik <i>online</i> “Him&Her” kepada orang lain		
<b>MINAT PREFERENSIAL</b>			
3.	Saya akan selalu berbelanja produk tertentu misal cincin atau gelang di Butik <i>online</i> “Him&Her”		
<b>MINAT EKSPLORATIF</b>			
4.	Saya akan mencari informasi tentang suatu produk secara lengkap sebelum transaksi pembelian		

## Correlations

	Total
KW1 Pearson Correlation	.613**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
KW2 Pearson Correlation	.661**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
KW3 Pearson Correlation	.536**
Sig. (2-tailed)	.002
N	30
KW4 Pearson Correlation	.463**
Sig. (2-tailed)	.010
N	30
KW5 Pearson Correlation	.485**
Sig. (2-tailed)	.007
N	30
KW6 Pearson Correlation	.870**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
KW7 Pearson Correlation	.850**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
KW8 Pearson Correlation	.863**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
KW9 Pearson Correlation	.740**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
KW10 Pearson Correlation	.784**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
KW11 Pearson Correlation	.789**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
KW12 Pearson Correlation	.721**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
KW13 Pearson Correlation	.819**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
KW14 Pearson Correlation	.875**

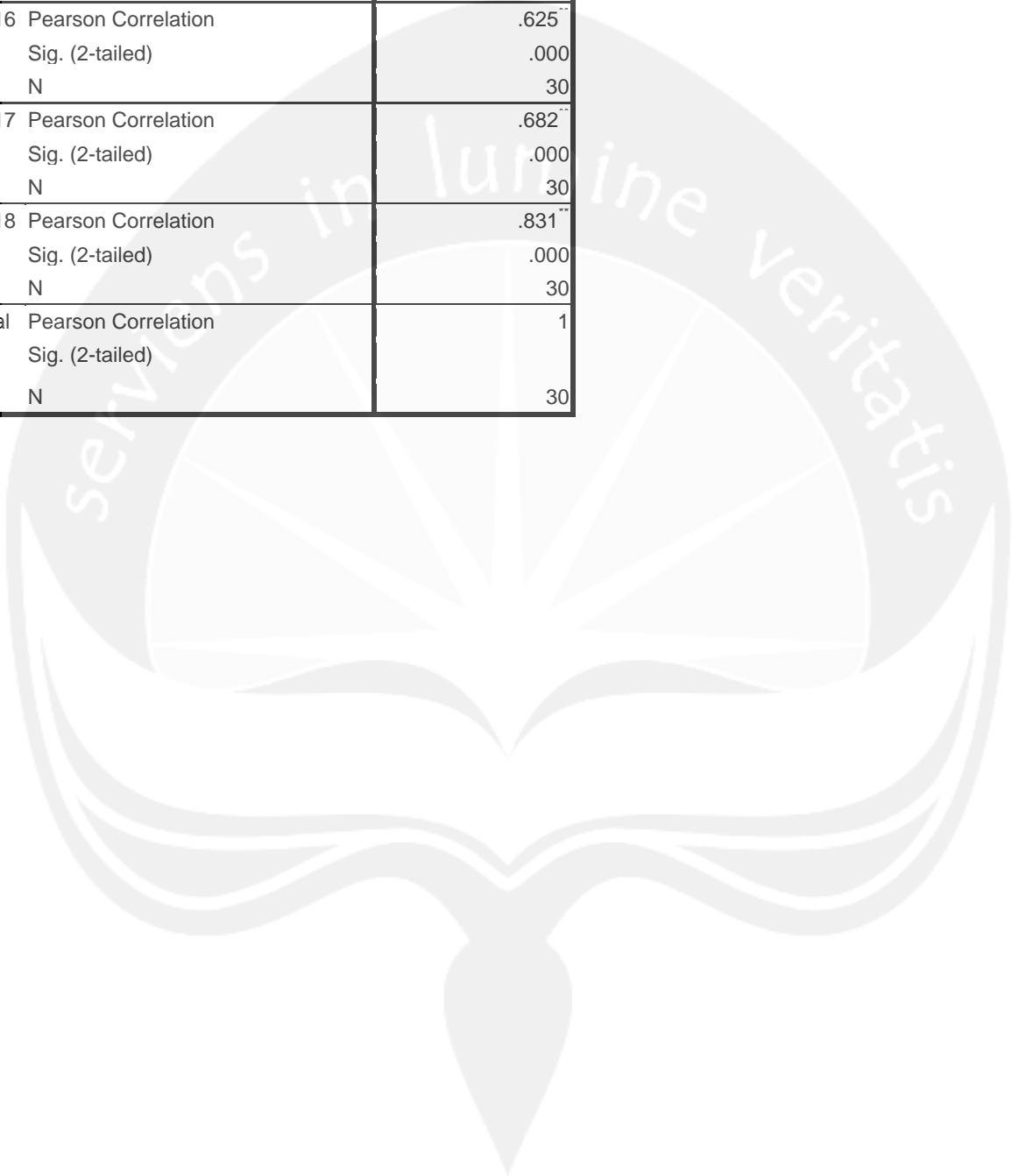
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
KW15	Pearson Correlation	.823**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
KW16	Pearson Correlation	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
KW17	Pearson Correlation	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
KW18	Pearson Correlation	.811**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
KW19	Pearson Correlation	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
KW20	Pearson Correlation	.743**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30



## Correlations

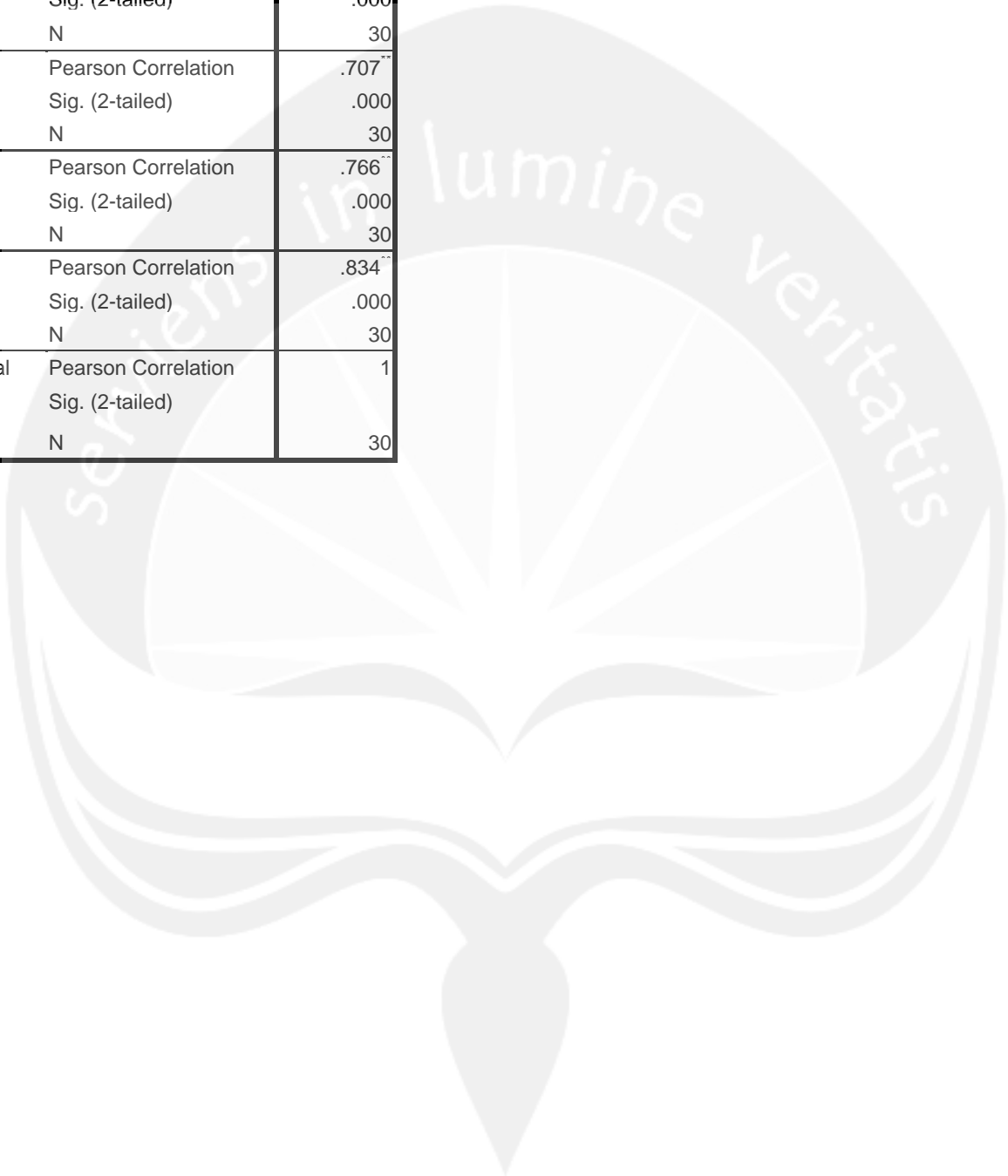
	Total
CP1 Pearson Correlation	.621**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
CP2 Pearson Correlation	.658**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
CP3 Pearson Correlation	.561**
Sig. (2-tailed)	.001
N	30
CP4 Pearson Correlation	.732**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
CP5 Pearson Correlation	.767**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
CP6 Pearson Correlation	.755**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
CP7 Pearson Correlation	.639**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
CP8 Pearson Correlation	.561**
Sig. (2-tailed)	.001
N	30
CP9 Pearson Correlation	.610**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
CP10 Pearson Correlation	.814**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
CP11 Pearson Correlation	.792**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
CP12 Pearson Correlation	.731**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
CP13 Pearson Correlation	.642**
Sig. (2-tailed)	.000
N	30
CP14 Pearson Correlation	.791**

	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
CP15	Pearson Correlation	.402
	Sig. (2-tailed)	.027
	N	30
CP16	Pearson Correlation	.625
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
CP17	Pearson Correlation	.682
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
CP18	Pearson Correlation	.831
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30



## Correlations

		Total
M1	Pearson Correlation	.659**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
M2	Pearson Correlation	.707**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
M3	Pearson Correlation	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
M4	Pearson Correlation	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	30
Total	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	30



## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### 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
.953	20

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KW1	66.5667	158.392	.553	.954
KW2	66.0000	157.448	.608	.953
KW3	66.1667	161.454	.472	.955
KW4	66.9667	167.068	.414	.954
KW5	66.8000	164.234	.424	.955
KW6	65.5333	155.292	.850	.948
KW7	65.4000	161.283	.835	.949
KW8	65.4333	156.944	.844	.949
KW9	65.4667	159.568	.707	.950
KW10	65.8333	156.282	.752	.950
KW11	65.7333	159.720	.764	.950
KW12	65.7333	162.754	.693	.951
KW13	65.4333	161.495	.800	.950
KW14	65.6667	156.230	.857	.948
KW15	65.9333	161.168	.805	.950
KW16	65.4333	157.633	.811	.949
KW17	65.3667	158.516	.843	.949
KW18	65.4333	158.944	.788	.949
KW19	65.3333	159.816	.795	.949
KW20	65.8333	154.075	.698	.951

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

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
.928	18

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
CP1	63.9333	71.720	.573	.925
CP2	64.2000	69.269	.598	.925
CP3	64.5667	70.461	.486	.928
CP4	64.2000	70.234	.694	.922
CP5	64.3667	69.068	.730	.921
CP6	64.1333	70.051	.720	.922
CP7	64.4333	72.530	.600	.925
CP8	64.9333	72.409	.508	.926
CP9	64.9000	72.852	.569	.925
CP10	64.4000	68.248	.783	.920
CP11	64.7667	67.633	.754	.921
CP12	64.3667	70.102	.692	.922
CP13	64.0667	71.513	.596	.925
CP14	64.3000	67.045	.750	.921
CP15	65.0333	72.723	.310	.933
CP16	64.4000	72.869	.586	.925
CP17	64.3667	69.689	.631	.924
CP18	64.6000	66.662	.798	.919



## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### 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
.728	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
M1	2.2000	1.131	.414	.723
M2	2.1667	1.109	.504	.678
M3	2.3667	.930	.513	.675
M4	2.2667	.892	.660	.576

**TABEL KORELASI PEARSON PRODUCT MOMENT  
PADA  $\alpha$  5 %**

N	2-tailed	1-tailed	N	2-tailed	1-tailed
3	0.9969	0.9877	53	0.2704	0.2282
4	0.9500	0.9000	54	0.2679	0.2261
5	0.8783	0.8054	55	0.2654	0.2240
6	0.8114	0.7293	56	0.2630	0.2219
7	0.7545	0.6694	57	0.2607	0.2199
8	0.7067	0.6215	58	0.2584	0.2180
9	0.6664	0.5822	59	0.2562	0.2161
10	0.6319	0.5494	60	0.2540	0.2143
11	0.6021	0.5214	61	0.2519	0.2125
12	0.5760	0.4973	62	0.2499	0.2107
13	0.5529	0.4762	63	0.2479	0.2090
14	0.5324	0.4575	64	0.2459	0.2074
15	0.5140	0.4409	65	0.2440	0.2057
16	0.4973	0.4259	66	0.2421	0.2041
17	0.4821	0.4124	67	0.2403	0.2026
18	0.4683	0.4000	68	0.2385	0.2011
19	0.4555	0.3887	69	0.2368	0.1996
20	0.4438	0.3783	70	0.2351	0.1981
21	0.4329	0.3687	71	0.2334	0.1967
22	0.4227	0.3598	72	0.2318	0.1953
23	0.4132	0.3515	73	0.2302	0.1940
24	0.4044	0.3438	74	0.2286	0.1926
25	0.3961	0.3365	75	0.2271	0.1913
26	0.3882	0.3297	76	0.2256	0.1900
27	0.3809	0.3233	77	0.2241	0.1888
28	0.3739	0.3172	78	0.2226	0.1876
29	0.3673	0.3115	79	0.2212	0.1864
30	0.3610	0.3061	80	0.2198	0.1852
31	0.3550	0.3009	81	0.2185	0.1840
32	0.3494	0.2960	82	0.2171	0.1829
33	0.3440	0.2913	83	0.2158	0.1817
34	0.3388	0.2869	84	0.2145	0.1806
35	0.3338	0.2826	85	0.2132	0.1796
36	0.3291	0.2785	86	0.2120	0.1785
37	0.3246	0.2746	87	0.2107	0.1775
38	0.3202	0.2709	88	0.2095	0.1764
39	0.3160	0.2673	89	0.2084	0.1754
40	0.3120	0.2638	90	0.2072	0.1744
41	0.3081	0.2605	91	0.2060	0.1735
42	0.3044	0.2573	92	0.2049	0.1725
43	0.3008	0.2542	93	0.2038	0.1716
44	0.2973	0.2512	94	0.2027	0.1707
45	0.2940	0.2483	95	0.2016	0.1697
46	0.2907	0.2455	96	0.2006	0.1688
47	0.2876	0.2429	97	0.1995	0.1680
48	0.2845	0.2403	98	0.1985	0.1671
49	0.2816	0.2377	99	0.1975	0.1662
50	0.2787	0.2353	100	0.1965	0.1654
51	0.2759	0.2329	101	0.1955	0.1646
52	0.2732	0.2306	102	0.1946	0.1638

## Regression

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kesan pada Website <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Citra Perusahaan

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.771 <sup>a</sup>	.594	.593	.24924

a. Predictors: (Constant), Kesan pada Website

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32.906	1	32.906	529.694	.000 <sup>a</sup>
	Residual	22.488	362	.062		
	Total	55.394	363			

a. Predictors: (Constant), Kesan pada Website

b. Dependent Variable: Citra Perusahaan

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.937	.122		7.655	.000
	Kesan pada Website	.813	.035	.771	23.015	.000

a. Dependent Variable: Citra Perusahaan

## Regression

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Kesan pada Website <sup>a</sup>		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Minat Beli

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.432 <sup>a</sup>	.186	.184	.84750

a. Predictors: (Constant), Kesan pada Website

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	59.539	1	59.539	82.894	.000 <sup>a</sup>
	Residual	260.008	362	.718		
	Total	319.547	363			

a. Predictors: (Constant), Kesan pada Website

b. Dependent Variable: Minat Beli

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-1.063	.416		-2.553	.011
	Kesan pada Website	1.093	.120	.432	9.105	.000

a. Dependent Variable: Minat Beli

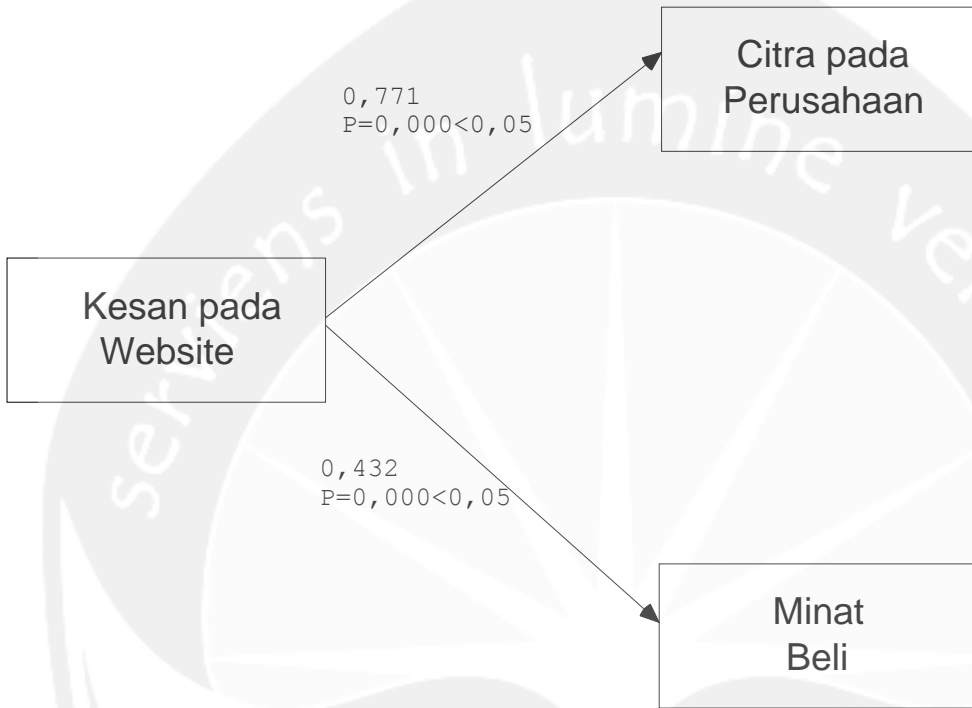
## Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Citra pada Website	364	3.00	4.80	3.4473	.37042
Citra Perusahaan	364	2.94	5.00	3.7393	.39064
Minat Beli	364	.00	4.00	2.7060	.93824
Valid N (listwise)	364				



## Hasil Analisis Jalur



## Frequency Table

### berapakah usia anda??

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17 - 27 tahun	2	.5	.5	.5
17 - 27 tahun	11	3.0	3.0	3.6
17 - 27 tahun	218	59.9	59.9	63.5
28 - 38 tahun	72	19.8	19.8	83.2
kurang dari 17 tahun	60	16.5	16.5	99.7
lebih dari 38 tahun	1	.3	.3	100.0
Total	364	100.0	100.0	

### Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Perempuan	253	69.5	69.5	69.5
Pria	111	30.5	30.5	100.0
Total	364	100.0	100.0	

### Pendidikan terakhir

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Diploma	72	19.8	19.8	19.8
Sarjana	123	33.8	33.8	53.6
SMA	109	29.9	29.9	83.5
SMP	60	16.5	16.5	100.0
Total	364	100.0	100.0	

**Pekerjaan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	belum bekerja	12	3.3	3.3	3.3
	Karyawan	192	52.7	52.7	56.0
	pelajar	48	13.2	13.2	69.2
	sekolah	12	3.3	3.3	72.5
	wiraswasta	100	27.5	27.5	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**Pendapatan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	. Kurang dari Rp. 1.000.000	96	26.4	26.4	26.4
	. Rp 1.000.000 – Rp. 2.000.000	183	50.3	50.3	76.6
	Lebih dari Rp.3.000.000	37	10.2	10.2	86.8
	Rp 2.000.000 – Rp. 3.000.000	48	13.2	13.2	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**Seberapa sering Anda mengakses situs diadandia.com?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1-2 kali seminggu	72	19.8	19.8	19.8
	3-4 kali seminggu	13	3.6	3.6	23.4
	jarang	279	76.6	76.6	100.0
	Total	364	100.0	100.0	



## Frequency Table

**KW1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	13	3.6	3.6	3.6
	Tidak setuju	253	69.5	69.5	73.1
	Tidak tahu	12	3.3	3.3	76.4
	Setuju	48	13.2	13.2	89.6
	Sangat setuju	38	10.4	10.4	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	146	40.1	40.1	40.1
	Tidak tahu	12	3.3	3.3	43.4
	Setuju	157	43.1	43.1	86.5
	Sangat setuju	49	13.5	13.5	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	157	43.1	43.1	43.1
	Tidak tahu	24	6.6	6.6	49.7
	Setuju	171	47.0	47.0	96.7
	Sangat setuju	12	3.3	3.3	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	12	3.3	3.3	3.3
	Tidak setuju	315	86.5	86.5	89.8
	Tidak tahu	25	6.9	6.9	96.7
	Sangat setuju	12	3.3	3.3	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	12	3.3	3.3	3.3
	Tidak setuju	302	83.0	83.0	86.3
	Tidak tahu	12	3.3	3.3	89.6
	Setuju	26	7.1	7.1	96.7
	Sangat setuju	12	3.3	3.3	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tahu	72	19.8	19.8	19.8
	Setuju	230	63.2	63.2	83.0
	Sangat setuju	62	17.0	17.0	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tahu	25	6.9	6.9	6.9
	Setuju	302	83.0	83.0	89.8
	Sangat setuju	37	10.2	10.2	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	13	3.6	3.6	3.6
	Tidak tahu	24	6.6	6.6	10.2
	Setuju	290	79.7	79.7	89.8
	Sangat setuju	37	10.2	10.2	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	74	20.3	20.3	20.3
	Tidak setuju	144	39.6	39.6	59.9
	Tidak tahu	60	16.5	16.5	76.4
	Setuju	60	16.5	16.5	92.9
	Sangat setuju	26	7.1	7.1	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	12	3.3	3.3	3.3
	Tidak setuju	60	16.5	16.5	19.8
	Tidak tahu	96	26.4	26.4	46.2
	Setuju	159	43.7	43.7	89.8
	Sangat setuju	37	10.2	10.2	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	12	3.3	3.3	3.3
	Tidak tahu	156	42.9	42.9	46.2
	Setuju	171	47.0	47.0	93.1
	Sangat setuju	25	6.9	6.9	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tahu	217	59.6	59.6	59.6
	Setuju	121	33.2	33.2	92.9
	Sangat setuju	26	7.1	7.1	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	24	6.6	6.6	6.6
	Tidak tahu	37	10.2	10.2	16.8
	Setuju	265	72.8	72.8	89.6
	Sangat setuju	38	10.4	10.4	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	13	3.6	3.6	3.6
	Tidak setuju	12	3.3	3.3	6.9
	Tidak tahu	85	23.4	23.4	30.2
	Setuju	217	59.6	59.6	89.8
	Sangat setuju	37	10.2	10.2	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tahu	265	72.8	72.8	72.8
	Setuju	73	20.1	20.1	92.9
	Sangat setuju	26	7.1	7.1	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW16**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	13	3.6	3.6	3.6
	Tidak tahu	72	19.8	19.8	23.4
	Setuju	230	63.2	63.2	86.5
	Sangat setuju	49	13.5	13.5	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW17**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tahu	24	6.6	6.6	6.6
	Setuju	278	76.4	76.4	83.0
	Sangat setuju	62	17.0	17.0	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW18**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tahu	49	13.5	13.5	13.5
	Setuju	253	69.5	69.5	83.0
	Sangat setuju	62	17.0	17.0	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW19**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tahu	24	6.6	6.6	6.6
	Setuju	229	62.9	62.9	69.5
	Sangat setuju	111	30.5	30.5	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**KW20**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	96	26.4	26.4	26.4
	Tidak tahu	49	13.5	13.5	39.8
	Setuju	133	36.5	36.5	76.4
	Sangat setuju	86	23.6	23.6	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tahu	25	6.9	6.9	6.9
	Setuju	169	46.4	46.4	53.3
	Sangat setuju	170	46.7	46.7	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tahu	109	29.9	29.9	29.9
	Setuju	96	26.4	26.4	56.3
	Sangat setuju	159	43.7	43.7	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	12	3.3	3.3	3.3
	Tidak setuju	25	6.9	6.9	10.2
	Tidak tahu	144	39.6	39.6	49.7
	Setuju	110	30.2	30.2	79.9
	Sangat setuju	73	20.1	20.1	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tahu	37	10.2	10.2	10.2
	Setuju	253	69.5	69.5	79.7
	Sangat setuju	74	20.3	20.3	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP5**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tahu	97	26.6	26.6	26.6
	Setuju	192	52.7	52.7	79.4
	Sangat setuju	75	20.6	20.6	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP6**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	13	3.6	3.6	3.6
	Tidak tahu	12	3.3	3.3	6.9
	Setuju	253	69.5	69.5	76.4
	Sangat setuju	86	23.6	23.6	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP7**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	12	3.3	3.3	3.3
	Tidak tahu	110	30.2	30.2	33.5
	Setuju	217	59.6	59.6	93.1
	Sangat setuju	25	6.9	6.9	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP8**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	12	3.3	3.3	3.3
	Tidak setuju	12	3.3	3.3	6.6
	Tidak tahu	266	73.1	73.1	79.7
	Setuju	61	16.8	16.8	96.4
	Sangat setuju	13	3.6	3.6	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP9**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tahu	266	73.1	73.1	73.1
	Setuju	72	19.8	19.8	92.9
	Sangat setuju	26	7.1	7.1	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP10**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	12	3.3	3.3	3.3
	Tidak setuju	37	10.2	10.2	13.5
	Tidak tahu	96	26.4	26.4	39.8
	Setuju	181	49.7	49.7	89.6
	Sangat setuju	38	10.4	10.4	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP11**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	25	6.9	6.9	6.9
	Tidak tahu	205	56.3	56.3	63.2
	Setuju	109	29.9	29.9	93.1
	Sangat setuju	25	6.9	6.9	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP12**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	12	3.3	3.3	3.3
	Tidak setuju	12	3.3	3.3	6.6
	Tidak tahu	121	33.2	33.2	39.8
	Setuju	181	49.7	49.7	89.6
	Sangat setuju	38	10.4	10.4	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP13**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	13	3.6	3.6	3.6
	Tidak tahu	12	3.3	3.3	6.9
	Setuju	253	69.5	69.5	76.4
	Sangat setuju	86	23.6	23.6	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP14**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak setuju	37	10.2	10.2	10.2
	Tidak tahu	97	26.6	26.6	36.8
	Setuju	132	36.3	36.3	73.1
	Sangat setuju	98	26.9	26.9	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP15**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	24	6.6	6.6	6.6
	Tidak setuju	97	26.6	26.6	33.2
	Tidak tahu	109	29.9	29.9	63.2
	Setuju	97	26.6	26.6	89.8
	Sangat setuju	37	10.2	10.2	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP16**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak tahu	72	19.8	19.8	19.8
	Setuju	254	69.8	69.8	89.6
	Sangat setuju	38	10.4	10.4	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP17**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	13	3.6	3.6	3.6
	Tidak setuju	12	3.3	3.3	6.9
	Tidak tahu	36	9.9	9.9	16.8
	Setuju	266	73.1	73.1	89.8
	Sangat setuju	37	10.2	10.2	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**CP18**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat tidak setuju	13	3.6	3.6	3.6
	Tidak tahu	144	39.6	39.6	43.1
	Setuju	134	36.8	36.8	79.9
	Sangat setuju	73	20.1	20.1	100.0
	Total	364	100.0	100.0	



**M1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak	24	6.6	6.6	6.6
	Ya	340	93.4	93.4	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**M2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak	61	16.8	16.8	16.8
	Ya	303	83.2	83.2	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**M3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak	278	76.4	76.4	76.4
	Ya	86	23.6	23.6	100.0
	Total	364	100.0	100.0	

**M4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulativ e Percent
Valid	Tidak	108	29.7	29.7	29.7
	Ya	256	70.3	70.3	100.0
	Total	364	100.0	100.0	