

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 KESIMPULAN**

Berdasarkan bab – bab sebelumnya penelitian ini akan menyimpulkan tentang perbedaan perilaku kognitif dan afektif dalam melakukan pembelian impulsif berdasarkan jenis kelamin. Maka penelitian ini menyimpulkan antara lain :

1. Kesimpulan tentang perilaku kognitif dan afektif berdasarkan jenis kelamin terhadap pembelian impulsif menggunakan alat analisis independent sample T-test.
  - a. Perilaku afektif berdasarkan dorongan yang sangat kuat untuk berbelanja:

Konsumen wanita lebih memiliki dorongan yang kuat dalam berbelanja dibandingkan pria.
  - b. Perilaku afektif berdasarkan perasaan positif dalam berbelanja:

Konsumen pria lebih suka menunjukkan emosi atau perasaan senang berbelanja dibandingkan wanita.
  - c. Perilaku afektif berdasarkan pengaruh suasana hati.

Konsumen wanita lebih senang berbelanja untuk mengurangi stres (mengikuti suasana hati) dibandingkan pria.

d. Perilaku kognitif berdasarkan pertimbangan kognitif.

Konsumen pria lebih sabar dan menggunakan pengalaman dalam membuat keputusan pembelian dibandingkan wanita.

e. Perilaku kognitif berdasarkan pembelian yang tidak terencana.

Konsumen wanita dan pria sama-sama sering melakukan pembelian tidak terencana.

2. Kesimpulan tentang perbedaan kategori produk yang akan dibeli secara impulsif atau tidak direncanakan terlebih dahulu menggunakan alat analisis persentase.

a. Prioritas 1

Antara konsumen pria dan wanita terdapat perbedaan pemilihan kategori produk yang akan dibeli secara impulsif pada prioritas 1. Untuk pria lebih memilih membeli celana pendek, kemeja/seragam kerja, sepatu, elektronika, hardware komputer, software komputer, CD atau DVD musik, perlengkapan olah raga dan majalah/ buku bacaan. Sedangkan untuk wanita lebih memilih Baju/sweater, pakaian dalam, aksesoris, produk hiburan, dan produk kesehatan/kecantikan.

**b. Prioritas 2**

Antara konsumen pria dan wanita terdapat perbedaan pemilihan kategori produk yang akan dibeli secara impulsif pada prioritas 2. Untuk pria lebih memilih membeli baju/sweater, kemeja/seragam kerja, sepatu, elektronika, hardware komputer, software komputer, CD atau DVD musik, perlengkapan olah raga dan majalah/ buku bacaan. Sedangkan untuk wanita lebih memilih untuk membeli celana pendek/rok, pakaian dalam, aksesoris, dan produk kesehatan/kecantikan.

**c. Prioritas 3**

Antara konsumen pria dan wanita terdapat perbedaan pemilihan kategori produk yang akan dibeli secara impulsif pada prioritas 3. Untuk pria lebih memilih membeli baju/sweater, mantel, pakaian dalam, elektronika, hardware komputer, software komputer, CD atau DVD musik, perlengkapan olah raga, produk hiburan dan majalah/ buku bacaan. Sedangkan untuk wanita lebih memilih untuk membeli celana pendek/rok, kemeja/seragam kerja, aksesoris, sepatu, dan produk kesehatan/kecantikan.

## **5.2 IMPLIKASI MANAJERIAL**

Implikasi Manajerial untuk penelitian ini adalah :

1. Variabel afektif terutama dorongan yang sangat kuat dalam berbelanja, perasaan positif dalam belanja, pengaruh suasana hati serta variabel kognitif terutama pertimbangan kognitif dan pembelian tidak terencana merupakan pertimbangan penting dalam perilaku impulsif. Untuk itu pemasar harus sadar akan perilaku impulsif yang dilakukan oleh konsumen agar dapat menciptakan penjualan dan strategi didalam toko sehingga meningkatkan penjualan dengan melakukan teknik – teknik promosi dan penjualan yang tepat. Hal tersebut akan membuat kesan positif dan membujuk para pelanggan yang potensial sehingga mempengaruhi pembuatan keputusan pembelian.
2. Wanita memiliki perasaan positif dalam berbelanja lebih tinggi daripada pria maka perusahaan sebaiknya memberi stimulan secara psikologis yang lebih pada konsumen wanita daripada pria.
3. Wanita memiliki pengaruh suasana hati lebih tinggi daripada pria sehingga perusahaan sebaiknya perusahaan lebih memperhatikan faktor-faktor yang dapat mendukung untuk terjadinya pembelian khususnya bagi konsumen wanita misalnya dengan potongan harga, hadiah atau bonus dan pengaturan layout toko lebih menarik dan memberi kesan nyaman.

4. Pria memiliki pertimbangan kognitif yang lebih tinggi daripada wanita sehingga perusahaan sebaiknya lebih menitikberatkan untuk memberi perhatian khusus pada produk-produk untuk pria atau lebih melakukan personal selling untuk pria dibanding wanita.



## **DAFTAR PUSTAKA**

Assael, Henry (1987), *Consumer Behavior and Marketing Action*, Boston: Kent Publishing Co.

Atmaja, L. S (1997), *Memahami Statistika Bisnis*, Jilid II, Andi Offset, Yogyakarta

Berelson, Bernard, Gary A. Steiner (1964), *Human Behavior: An Inventory of Scientific Findings*, New York: Harcourt Brace Jovanovich, h. 88

Coley, Amanda, Briggite Burgess (2003), *Gender Differences in Cognitive and Affective Impulse Buying*, Journal of fashion marketing and management, Vol. 7 No. 3, 2003, pp. 282-295

Fishbein, Martin (1967), *Attitude and Prediction of Behavior*, New York: John Wiley

Gardner, Meryl (1987), *Effects of Mood States on Consumer Information Processing*, Research in Consumer Behavior, Vol. 2, hal.113-135.

Hadi, Sutrisno (1995), *Analisis Regresi*, Edisi Pertama, Andi Offset, Yogyakarta

Izard, Caroll E.(1977), *Human Emotion*, New York: Plenum Press

Kotler, Philip (2002), *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kesepuluh, terjemahan, Penerbit Prenhallindo

Kotler, Philip dan Armstrong, Garry, (2003), *Dasar-dasar Pemasaran*, Edisi Kesembilan, Jilid I, PT. Indeks Kelompok Gramedia: Jakarta, Alih bahasa Drs. Alexander Sindoro dan Tim MarkPlus

Krech, David, Richard S. Crutchfield, dan Egerton L. Ballachey (1962), *Individual in Society*, New York: McGraw-Hill, Bab. 2

Lamb, Charles W., Hair, Joseph F. Jr., and Carl McDaniel (2000), *Pemasaran*. Edisi I. Buku I. Jakarta: Penerbit Salemba Empat. Terjemahan David Octaveria (2001).

MacInnis, Deborah J., Bernard J. Jaworski (1989), *Information Processing from Advertisements: Towards an Integrative Framework*, *Journal of Marketing*, Vol. 53 (Oktober 1989), hal. 1-23.

Moschis, George (1985), *The Role of Family Communication In Consumer Socialization of Children and Adolescents*, *Journal of Consumer Research*, Maret 1985, h. 898-913

Santosa, S. & Tjiptono, F. (2001), *Riset Pemasaran, Konsep, dan Aplikasi dengan SPSS*, PT. Elex media Komputindo, Jakarta

Sekaran, Uma (1992), *Research Method for Business: A Skill Building Approach*, Second Edition, Singapore: John Wiley & Sons, Inc.

Shoham, Aviv and BrenLiL, Maja Makovec (2003), *Compulsive Buying Behavior*, *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 20 No. 2, 2003, pp. 127-138

Swastha, Basu Drs.,M.B.A., Drs. Irawan, M.B.A.(2005), *Menejemen Pemasaran Modern*, Penerbit Liberty, Yogyakarta

Kepada

Yth.Bpk / Ibu / Sdr / Sdi Responden

Di Tempat

Dengan Hormat,

Dalam rangka penyusunan skripsi Saya tentang "**Evaluasi Perbedaan Gender Pada Perilaku Kognitif & Afektif dalam Pembelian Impulsif**", maka Saya sangat mengharapkan bantuan Anda untuk mengisi kuisioner ini dengan jujur sesuai dengan pendapat Anda.

Setiap kesanggupan jawaban Anda merupakan bantuan yang sangat berharga bagi Saya dalam menyelesaikan skripsi ini, sebagai tugas akhir di Fakultas Ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta.

Atas bantuan dan kerjasama Anda dalam mengisi kuisioner ini Saya mengucapkan banyak terima kasih.

Hormat Saya,

( Agatha Ayu Ning Tyas )

NIM 020313423

## **Bagian I : Identitas Responden**

Isi dan Lingkarilah setiap pertanyaan yang ada dengan jawaban yang menurut Anda merupakan jawaban yang paling tepat.

1. Apakah Anda pernah berbelanja tanpa direncanakan terlebih dahulu (impulsif) ?  
a. Ya                  b. Tidak
2. Jenis Kelamin  
a. Pria                  b. Wanita

## **Bagian II : Pertanyaan untuk Responden**

Petunjuk : Jawablah pertanyaan – pertanyaan berikut ini dengan memberi tanda ( ✓ ) pada kolom yang sudah tersedia.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

N : Netral

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

### **A. Faktor Afektif**

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	<b><i>Dorongan yang sangat kuat untuk berbelanja</i></b>					
1.	Saya selalu membeli jika saya benar-benar menyukainya					
2.	Saat saya berbelanja, saya cenderung memutuskan apa yang akan saya beli ketika saya berjalan-jalan di toko					
3.	Saya selalu membeli barang-barang dalam jumlah banyak, melebihi kebutuhan					
	<b><i>Perasaan positif dalam berbelanja</i></b>					
4.	Saya merasakan perasaan berdebar ketika saya					

	membeli sesuatu yang baru				
5.	Saya merasa sangat senang ketika melakukan pembelian				
6.	Saya selalu merasa puas hati setelah berbelanja				
	<b>Pengaruh suasana hati</b>				
7.	Kadang, saya membeli sesuatu untuk membuat diri saya tampak lebih baik				
8.	Berbelanja merupakan cara untuk mengurangi stres dalam kehidupan sehari-hari saya				
9.	Kadang-kadang saya menyesal telah membeli sesuatu yang baru				
10.	Saya mengalami perasaan senang dan bersalah ketika melakukan pembelian secara tidak direncana (impulsif)				

### **B. Faktor Kognitif**

No.	Pertanyaan	SS	S	N	TS	STS
	<b>Pertimbangan kognitif</b>					
1.	Anda merasa menjadi seorang pembeli impulsif ketika berpikir tentang perilaku beli Anda secara umum					
2.	Orang-orang yang mengenal Anda menganggap Anda seorang pembeli impulsif					
3.	Saya jarang sekali membeli sesuatu secara tidak terencana					
4.	Saya selalu membuat daftar belanja saat berbelanja dan membeli yang sudah ada di daftar					
	<b>Pembelian tidak terencana</b>					
5.	Jika saya melihat sesuatu yang saya butuhkan, saya membelinya meskipun saya pergi berbelanja untuk tujuan lain					
6.	Saat saya berbelanja, saya membeli barang-barang yang sebenarnya tidak bermaksud untuk membelinya					
7.	Jika saya melihat barang yang sangat menarik hati saya, saya langsung membelinya tanpa berpikir dulu					

C. Urutkan 3 barang yang akan Anda beli secara impulsif (tidak terencana) dari barang-barang yang tersedia di bawah ini dengan memberi angka 1 s/d 3 pada kolom yang sudah disediakan:

Baju / sweater	
Celana pendek / rok	
Kemeja / seragam kerja	
Mantel	
Pakaian dalam	
Assesories	
Sepatu	
Elektronik	
Hardware komputer	
Software komputer	
CD atau DVD musik	
Perlengkapan olah raga	
Produk hiburan	
Produk kesehatan dan kecantikan	
Majalah, buku bacaan	

Terima kasih sudah mengisi seluruh pertanyaan dalam kuesioner ini.



*Serviens in lumine veritatis*

**LAMPIRAN II**

**ANALISA PERSENTASE**

## Frequencies

**Apakah Anda pernah berbelanja tanpa direncanakan terlebih dahulu (impulsif)?**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ya	84	84.0	84.0	84.0
	Tidak	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

### Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	40	47.6	47.6	47.6
	Wanita	44	52.4	52.4	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

## Dorongan yang sangat kuat untuk berbelanja

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	84	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	84	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.642	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Afektif_1	6.17	2.237	.436	.568
Afektif_2	6.60	1.690	.651	.243
Afektif_3	7.38	2.239	.306	.749

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10.07	3.923	1.981	3

## Perasaan positif dalam berbelanja

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	34	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	34	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.679	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Afektif_4	6.94	1.840	.462	.627
Afektif_5	6.21	2.194	.433	.656
Afektif_6	6.37	1.657	.592	.442

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
9.76	3.678	1.918	3

## Pengaruh suasana hati

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	84	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	84	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha		N of Items
.666		4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Afektif_7	10.13	3.224	.575	.510
Afektif_8	10.71	3.460	.393	.641
Afektif_9	10.61	3.543	.512	.559
Afektif_10	10.69	3.927	.330	.673

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.05	5.660	2.379	4

## Pertimbangan Kognitif

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	84	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	84	100.0

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

### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.649	4

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kognitif_1	8.43	1.501	.395	.606
Kognitif_2	8.82	1.594	.491	.548
Kognitif_3	9.05	1.492	.463	.556
Kognitif_4	9.27	1.478	.386	.615

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.86	2.413	1.553	4

## Pembelian tidak terencana

### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	84	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	84	100.0

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

### Reliability Statistics

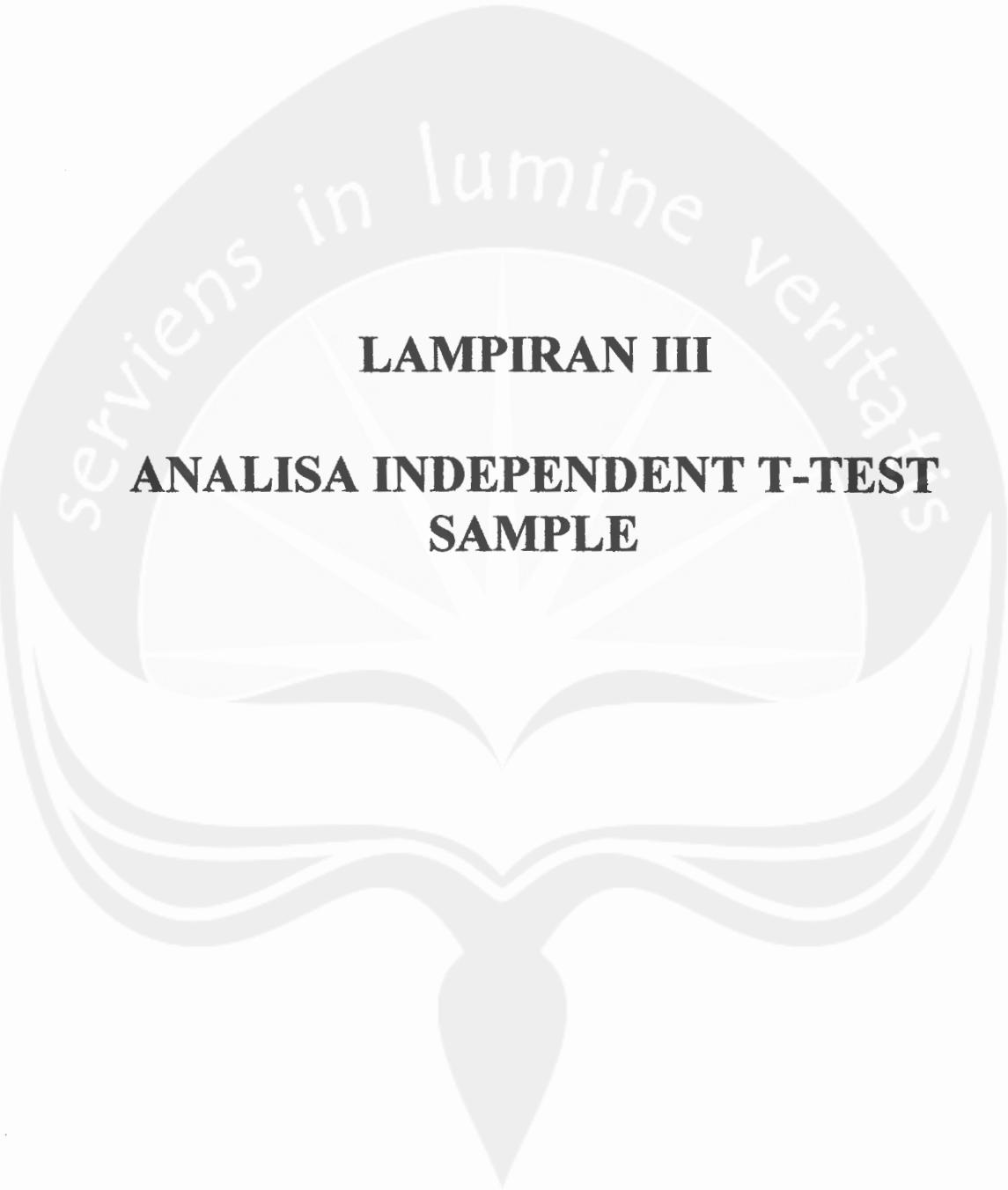
Cronbach's Alpha		N of Items
.691		3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Kognitif_5	5.82	3.281	.315	.799
Kognitif_6	6.48	2.228	.701	.355
Kognitif_7	6.92	1.836	.568	.534

### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
9.61	4.772	2.184	3



### **LAMPIRAN III**

## **ANALISA INDEPENDENT T-TEST SAMPLE**

## T-Test

### Group Statistics

	Jenis Kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Dorongan yang sangat kuat untuk berbelanja	Pria	40	3.2250	.66404	.10499
	Wanita	44	3.4773	.64057	.09657
Perasaan positif dalam berbelanja	Pria	40	3.1083	.61966	.09798
	Wanita	44	3.3864	.63467	.09568
Pengaruh suasana hati	Pria	40	3.3375	.58439	.09240
	Wanita	44	3.6705	.56490	.08516
Pertimbangan kognitif	Pria	40	2.9125	.32792	.05185
	Wanita	44	3.0114	.44446	.06700
Pembelian tidak terencana	Pria	40	3.1583	.73181	.11571
	Wanita	44	3.2500	.73356	.11059

### Independent Samples Test

#### Levene's Test for Equality of Variances

		F	Sig.
Dorongan yang sangat kuat untuk berbelanja	Equal variances assumed	.263	.609
	Equal variances not assumed		
Perasaan positif dalam berbelanja	Equal variances assumed	.002	.968
	Equal variances not assumed		
Pengaruh suasana hati	Equal variances assumed	.002	.960
	Equal variances not assumed		
Pertimbangan kognitif	Equal variances assumed	2.178	.144
	Equal variances not assumed		
Pembelian tidak terencana	Equal variances assumed	.004	.953
	Equal variances not assumed		

### Independent Samples Test

#### t-test for Equality of Means

		t	df	Sig. (2-tailed)
Dorongan yang sangat kuat untuk berbelanja	Equal variances assumed	-1.772	82	.080
	Equal variances not assumed	-1.768	80.587	.081
Perasaan positif dalam berbelanja	Equal variances assumed	-2.028	82	.046
	Equal variances not assumed	-2.030	81.570	.046
Pengaruh suasana hati	Equal variances assumed	-2.654	82	.010
	Equal variances not assumed	-2.650	80.630	.010
Pertimbangan kognitif	Equal variances assumed	-1.150	82	.253
	Equal variances not assumed	-1.167	78.773	.247
Pembelian tidak terencana	Equal variances assumed	-.573	82	.568
	Equal variances not assumed	-.573	81.280	.568

### Independent Samples Test

#### t-test for Equality of Means

		Mean Difference	Std. Error Difference
Dorongan yang sangat kuat untuk berbelanja	Equal variances assumed	-.25227	.14240
	Equal variances not assumed	-.25227	.14265
Perasaan positif dalam berbelanja	Equal variances assumed	-.27803	.13710
	Equal variances not assumed	-.27803	.13695
Pengaruh suasana hati	Equal variances assumed	-.33295	.12545
	Equal variances not assumed	-.33295	.12566
Pertimbangan kognitif	Equal variances assumed	-.09886	.08594
	Equal variances not assumed	-.09886	.08472
Pembelian tidak terencana	Equal variances assumed	-.09167	.16008
	Equal variances not assumed	-.09167	.16006

### Independent Samples Test

t-test for Equality of Means			
95% Confidence Interval of the Difference			
		Lower	Upper
Dorongan yang sangat kuat untuk berbelanja	Equal variances assumed	-.53556	.03101
	Equal variances not assumed	-.53613	.03158
Perasaan positif dalam berbelanja	Equal variances assumed	-.55077	-.00529
	Equal variances not assumed	-.55048	-.00558
Pengaruh suasana hati	Equal variances assumed	-.58252	-.08339
	Equal variances not assumed	-.58299	-.08292
Pertimbangan kognitif	Equal variances assumed	-.26982	.07209
	Equal variances not assumed	-.26751	.06978
Pembelian tidak terencana	Equal variances assumed	-.41011	.22678
	Equal variances not assumed	-.41011	.22678

**LAMPIRAN IV**

**TABEL FREKUENSI  
& CROSS TABULASI**

## Frequency Table

**Afektif\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	5	6.0	6.0	6.0
	Netral	16	19.0	19.0	25.0
	Setuju	45	53.6	53.6	78.6
	Sangat Setuju	18	21.4	21.4	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

**Afektif\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Tidak Setuju	12	14.3	14.3	15.5
	Netral	23	27.4	27.4	42.9
	Setuju	42	50.0	50.0	92.9
	Sangat Setuju	6	7.1	7.1	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

**Afektif\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	9	10.7	10.7	10.7
	Tidak Setuju	23	27.4	27.4	38.1
	Netral	39	46.4	46.4	84.5
	Setuju	11	13.1	13.1	97.6
	Sangat Setuju	2	2.4	2.4	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

**Afektif\_4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.6	3.6	3.6
	Tidak Setuju	30	35.7	35.7	39.3
	Netral	31	36.9	36.9	76.2
	Setuju	19	22.6	22.6	98.8
	Sangat Setuju	1	1.2	1.2	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

### Afektif\_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	8.3	8.3	8.3
	Netral	29	34.5	34.5	42.9
	Setuju	43	51.2	51.2	94.0
	Sangat Setuju	5	6.0	6.0	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

### Afektif\_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Tidak Setuju	12	14.3	14.3	15.5
	Netral	29	34.5	34.5	50.0
	Setuju	37	44.0	44.0	94.0
	Sangat Setuju	5	6.0	6.0	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

### Afektif\_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Tidak Setuju	1	1.2	1.2	2.4
	Netral	24	28.6	28.6	31.0
	Setuju	36	42.9	42.9	73.8
	Sangat Setuju	22	26.2	26.2	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

### Afektif\_8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3.6	3.6	3.6
	Tidak Setuju	11	13.1	13.1	16.7
	Netral	31	36.9	36.9	53.6
	Setuju	33	39.3	39.3	92.9
	Sangat Setuju	6	7.1	7.1	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

### Afektif\_9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	11	13.1	13.1	13.1
	Netral	29	34.5	34.5	47.6
	Setuju	40	47.6	47.6	95.2
	Sangat Setuju	4	4.8	4.8	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

### Afektif\_10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	16	19.0	19.0	19.0
	Netral	24	28.6	28.6	47.6
	Setuju	42	50.0	50.0	97.6
	Sangat Setuju	2	2.4	2.4	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

## Frequency Table

**Kognitif\_1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Tidak Setuju	16	19.0	19.0	20.2
	Netral	34	40.5	40.5	60.7
	Setuju	32	38.1	38.1	98.8
	Sangat Setuju	1	1.2	1.2	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

**Kognitif\_2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.4	2.4	2.4
	Tidak Setuju	25	29.8	29.8	32.1
	Netral	37	44.0	44.0	76.2
	Setuju	20	23.8	23.8	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

**Kognitif\_3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.4	2.4	2.4
	Tidak Setuju	29	34.5	34.5	36.9
	Netral	32	38.1	38.1	75.0
	Setuju	21	25.0	25.0	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

**Kognitif\_4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1.2	1.2	1.2
	Tidak Setuju	26	31.0	31.0	32.1
	Netral	35	42.9	42.9	75.0
	Setuju	21	25.0	25.0	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

### Kognitif\_5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	8.3	8.3	8.3
	Netral	15	17.9	17.9	26.2
	Setuju	51	60.7	60.7	86.9
	Sangat Setuju	11	13.1	13.1	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

### Kognitif\_6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2.4	2.4	2.4
	Tidak Setuju	19	22.6	22.6	25.0
	Netral	30	35.7	35.7	60.7
	Setuju	32	38.1	38.1	98.8
	Sangat Setuju	1	1.2	1.2	100.0
Total		84	100.0	100.0	

### Kognitif\_7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	10	11.9	11.9	11.9
	Tidak Setuju	34	40.5	40.5	52.4
	Netral	16	19.0	19.0	71.4
	Setuju	20	23.8	23.8	95.2
	Sangat Setuju	4	4.8	4.8	100.0
Total		84	100.0	100.0	

## Prioritas 1 \* Jenis Kelamin

Crosstab

Prioritas 1			Jenis Kelamin		
			Pria	Wanita	Total
Baju / Sweater	Count	13	15	28	
	% within Prioritas 1	46.4%	53.6%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	32.5%	34.1%	33.3%	
	% of Total	15.5%	17.9%	33.3%	
Celana pendek / Rok	Count	2	1	3	
	% within Prioritas 1	66.7%	33.3%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	5.0%	2.3%	3.6%	
	% of Total	2.4%	1.2%	3.6%	
Kemeja / Seragam kerja	Count	4	3	7	
	% within Prioritas 1	57.1%	42.9%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	10.0%	6.8%	8.3%	
	% of Total	4.8%	3.6%	8.3%	
Pakaian dalam	Count	1	6	7	
	% within Prioritas 1	14.3%	85.7%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	2.5%	13.6%	8.3%	
	% of Total	1.2%	7.1%	8.3%	
Aksesoris	Count	1	5	6	
	% within Prioritas 1	16.7%	83.3%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	2.5%	11.4%	7.1%	
	% of Total	1.2%	6.0%	7.1%	
Sepatu	Count	2	2	4	
	% within Prioritas 1	50.0%	50.0%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	5.0%	4.5%	4.8%	
	% of Total	2.4%	2.4%	4.8%	
Elektronika	Count	4	1	5	
	% within Prioritas 1	80.0%	20.0%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	10.0%	2.3%	6.0%	
	% of Total	4.8%	1.2%	6.0%	
Hardware komputer	Count	4	0	4	
	% within Prioritas 1	100.0%	.0%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	10.0%	.0%	4.8%	
	% of Total	4.8%	.0%	4.8%	

### Crosstab

			Jenis Kelamin		
			Pria	Wanita	Total
Prioritas 1	Software komputer	Count	1	0	1
		% within Prioritas 1	100.0%	.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	2.5%	.0%	1.2%
		% of Total	1.2%	.0%	1.2%
	CD atau DVD musik	Count	1	0	1
		% within Prioritas 1	100.0%	.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	2.5%	.0%	1.2%
		% of Total	1.2%	.0%	1.2%
	Perlengkapan olah raga	Count	1	1	2
		% within Prioritas 1	50.0%	50.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	2.5%	2.3%	2.4%
		% of Total	1.2%	1.2%	2.4%
	Produk hiburan	Count	0	1	1
		% within Prioritas 1	.0%	100.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	.0%	2.3%	1.2%
		% of Total	.0%	1.2%	1.2%
	Produk kesehatan dan kecantikan	Count	1	5	6
		% within Prioritas 1	16.7%	83.3%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	2.5%	11.4%	7.1%
		% of Total	1.2%	6.0%	7.1%
	Majalah, buku bacaan	Count	5	4	9
		% within Prioritas 1	55.6%	44.4%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	12.5%	9.1%	10.7%
		% of Total	6.0%	4.8%	10.7%
	Total	Count	40	44	84
		% within Prioritas 1	47.6%	52.4%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	47.6%	52.4%	100.0%

## Prioritas 2 \* Jenis Kelamin

**Crosstab**

Prioritas 2			Jenis Kelamin		
			Pria	Wanita	Total
Baju / Sweater	Count	5	5	10	
	% within Prioritas 2	50.0%	50.0%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	12.5%	11.4%	11.9%	
	% of Total	6.0%	6.0%	11.9%	
Celana pendek / Rok	Count	2	5	7	
	% within Prioritas 2	28.6%	71.4%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	5.0%	11.4%	8.3%	
	% of Total	2.4%	6.0%	8.3%	
Kemeja / Seragam kerja	Count	3	1	4	
	% within Prioritas 2	75.0%	25.0%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	7.5%	2.3%	4.8%	
	% of Total	3.6%	1.2%	4.8%	
Pakaian dalam	Count	0	5	5	
	% within Prioritas 2	.0%	100.0%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	.0%	11.4%	6.0%	
	% of Total	.0%	6.0%	6.0%	
Aksesoris	Count	2	7	9	
	% within Prioritas 2	22.2%	77.8%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	5.0%	15.9%	10.7%	
	% of Total	2.4%	8.3%	10.7%	
Sepatu	Count	8	8	16	
	% within Prioritas 2	50.0%	50.0%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	20.0%	18.2%	19.0%	
	% of Total	9.5%	9.5%	19.0%	
Elektronika	Count	3	0	3	
	% within Prioritas 2	100.0%	.0%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	7.5%	.0%	3.6%	
	% of Total	3.6%	.0%	3.6%	
Hardware komputer	Count	1	0	1	
	% within Prioritas 2	100.0%	.0%	100.0%	
	% within Jenis Kelamin	2.5%	.0%	1.2%	
	% of Total	1.2%	.0%	1.2%	

### Crosstab

			Jenis Kelamin		
			Pria	Wanita	Total
Prioritas 2	Software komputer	Count	2	0	2
		% within Prioritas 2	100.0%	.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	5.0%	.0%	2.4%
		% of Total	2.4%	.0%	2.4%
	CD atau DVD musik	Count	7	3	10
		% within Prioritas 2	70.0%	30.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	17.5%	6.8%	11.9%
		% of Total	8.3%	3.6%	11.9%
	Perlengkapan olah raga	Count	1	1	2
		% within Prioritas 2	50.0%	50.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	2.5%	2.3%	2.4%
		% of Total	1.2%	1.2%	2.4%
	Produk hiburan	Count	1	0	1
		% within Prioritas 2	100.0%	.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	2.5%	.0%	1.2%
		% of Total	1.2%	.0%	1.2%
	Produk kesehatan dan kecantikan	Count	1	8	9
		% within Prioritas 2	11.1%	88.9%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	2.5%	18.2%	10.7%
		% of Total	1.2%	9.5%	10.7%
	Majalah, buku bacaan	Count	4	1	5
		% within Prioritas 2	80.0%	20.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	10.0%	2.3%	6.0%
		% of Total	4.8%	1.2%	6.0%
Total		Count	40	44	84
		% within Prioritas 2	47.6%	52.4%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	47.6%	52.4%	100.0%

## Prioritas 3 \* Jenis Kelamin

Crosstab

			Jenis Kelamin		
			Pria	Wanita	Total
Prioritas 3	Baju / Sweater	Count	3	3	6
		% within Prioritas 3	50.0%	50.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	7.5%	6.8%	7.1%
		% of Total	3.6%	3.6%	7.1%
	Celana pendek / Rok	Count	1	4	5
		% within Prioritas 3	20.0%	80.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	2.5%	9.1%	6.0%
		% of Total	1.2%	4.8%	6.0%
	Kemeja / Seragam kerja	Count	2	4	6
		% within Prioritas 3	33.3%	66.7%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	5.0%	9.1%	7.1%
		% of Total	2.4%	4.8%	7.1%
	Mantel	Count	1	0	1
		% within Prioritas 3	100.0%	.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	2.5%	.0%	1.2%
		% of Total	1.2%	.0%	1.2%
	Pakaian dalam	Count	2	1	3
		% within Prioritas 3	66.7%	33.3%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	5.0%	2.3%	3.6%
		% of Total	2.4%	1.2%	3.6%
	Aksesoris	Count	3	6	9
		% within Prioritas 3	33.3%	66.7%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	7.5%	13.6%	10.7%
		% of Total	3.6%	7.1%	10.7%
	Sepatu	Count	5	11	16
		% within Prioritas 3	31.3%	68.8%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	12.5%	25.0%	19.0%
		% of Total	6.0%	13.1%	19.0%
	Elektronika	Count	3	0	3
		% within Prioritas 3	100.0%	.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	7.5%	.0%	3.6%
		% of Total	3.6%	.0%	3.6%

### Crosstab

			Jenis Kelamin		
			Pria	Wanita	Total
Prioritas 3	Hardware komputer	Count	2	0	2
		% within Prioritas 3	100.0%	.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	5.0%	.0%	2.4%
		% of Total	2.4%	.0%	2.4%
	Software komputer	Count	1	1	2
		% within Prioritas 3	50.0%	50.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	2.5%	2.3%	2.4%
		% of Total	1.2%	1.2%	2.4%
	CD atau DVD musik	Count	5	0	5
		% within Prioritas 3	100.0%	.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	12.5%	.0%	6.0%
		% of Total	6.0%	.0%	6.0%
	Perlengkapan olah raga	Count	2	0	2
		% within Prioritas 3	100.0%	.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	5.0%	.0%	2.4%
		% of Total	2.4%	.0%	2.4%
	Produk hiburan	Count	3	2	5
		% within Prioritas 3	60.0%	40.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	7.5%	4.5%	6.0%
		% of Total	3.6%	2.4%	6.0%
	Produk kesehatan dan kecantikan	Count	3	8	11
		% within Prioritas 3	27.3%	72.7%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	7.5%	18.2%	13.1%
		% of Total	3.6%	9.5%	13.1%
	Majalah, buku bacaan	Count	4	4	8
		% within Prioritas 3	50.0%	50.0%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	10.0%	9.1%	9.5%
		% of Total	4.8%	4.8%	9.5%
	Total	Count	40	44	84
		% within Prioritas 3	47.6%	52.4%	100.0%
		% within Jenis Kelamin	100.0%	100.0%	100.0%
		% of Total	47.6%	52.4%	100.0%

## Frequency Table

### Prioritas 1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid					
	Baju / Sweater	28	33.3	33.3	33.3
	Celana pendek / Rok	3	3.6	3.6	36.9
	Kemeja / Seragam kerja	7	8.3	8.3	45.2
	Pakaian dalam	7	8.3	8.3	53.6
	Aksesoris	6	7.1	7.1	60.7
	Sepatu	4	4.8	4.8	65.5
	Elektronika	5	6.0	6.0	71.4
	Hardware komputer	4	4.8	4.8	76.2
	Software komputer	1	1.2	1.2	77.4
	CD atau DVD musik	1	1.2	1.2	78.6
	Perlengkapan olah raga	2	2.4	2.4	81.0
	Produk hiburan	1	1.2	1.2	82.1
	Produk kesehatan dan kecantikan	6	7.1	7.1	89.3
	Majalah, buku bacaan	9	10.7	10.7	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

### Prioritas 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid					
	Baju / Sweater	10	11.9	11.9	11.9
	Celana pendek / Rok	7	8.3	8.3	20.2
	Kemeja / Seragam kerja	4	4.8	4.8	25.0
	Pakaian dalam	5	6.0	6.0	31.0
	Aksesoris	9	10.7	10.7	41.7
	Sepatu	16	19.0	19.0	60.7
	Elektronika	3	3.6	3.6	64.3
	Hardware komputer	1	1.2	1.2	65.5
	Software komputer	2	2.4	2.4	67.9
	CD atau DVD musik	10	11.9	11.9	79.8
	Perlengkapan olah raga	2	2.4	2.4	82.1
	Produk hiburan	1	1.2	1.2	83.3
	Produk kesehatan dan kecantikan	9	10.7	10.7	94.0
	Majalah, buku bacaan	5	6.0	6.0	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

**Prioritas 3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Baju / Sweater	6	7.1	7.1	7.1
	Celana pendek / Rok	5	6.0	6.0	13.1
	Kemeja / Seragam kerja	6	7.1	7.1	20.2
	Mantel	1	1.2	1.2	21.4
	Pakaian dalam	3	3.6	3.6	25.0
	Aksesoris	9	10.7	10.7	35.7
	Sepatu	16	19.0	19.0	54.8
	Elektronika	3	3.6	3.6	58.3
	Hardware komputer	2	2.4	2.4	60.7
	Software komputer	2	2.4	2.4	63.1
	CD atau DVD musik	5	6.0	6.0	69.0
	Perlengkapan olah raga	2	2.4	2.4	71.4
	Produk hiburan	5	6.0	6.0	77.4
	Produk kesehatan dan kecantikan	11	13.1	13.1	90.5
	Majalah, buku bacaan	8	9.5	9.5	100.0
	Total	84	100.0	100.0	

---

**LAMPIRAN V**

**DATA JAWABAN RESPONDEN**

**Case Summaries**

	<b>Impulsif</b>	<b>Gender</b>	<b>Afektif_1</b>	<b>Afektif_2</b>	<b>Afektif_3</b>	<b>Afektif_4</b>	<b>Afektif_5</b>	<b>Afektif_6</b>
1	1	2	4	4	2	4	4	4
2	1	1	4	4	3	4	4	4
3	1	2	4	2	1	2	3	3
4	1	2	4	4	4	4	4	4
5	1	1	2	1	1	2	2	3
6	1	2	5	3	1	4	4	4
7	1	2	5	4	4	4	4	4
8	1	2	5	5	1	2	3	3
9	1	2	3	2	2	1	2	2
10	1	1	5	4	2	2	4	4
11	1	1	3	3	3	3	4	4
12	1	1	3	3	2	1	4	2
13	1	2	4	4	3	3	3	3
14	1	2	4	4	3	2	3	3
15	1	2	4	3	3	4	4	5
16	1	2	4	4	4	5	4	4
17	1	2	4	4	3	4	4	4
18	1	2	4	4	4	3	4	3
19	1	1	4	4	3	4	4	4
20	1	1	4	3	3	3	4	3
21	1	2	4	4	3	3	4	4
22	1	2	4	2	3	2	4	3
23	1	2	5	4	4	2	3	3
24	1	2	3	2	2	2	4	4
25	1	1	4	4	3	3	3	2
26	1	1	5	2	1	2	3	3
27	1	1	4	4	3	3	4	4
28	1	1	5	5	2	2	5	3
29	1	1	2	2	2	4	3	4
30	1	2	2	2	1	4	4	4
31	1	1	4	4	3	4	3	4
32	1	1	4	4	3	1	5	5
33	1	1	3	3	2	3	3	3
34	1	1	5	3	1	3	5	3
35	1	1	4	2	2	2	4	1
36	1	2	5	4	4	3	5	5
37	1	1	4	3	3	2	3	3
38	1	1	3	3	3	2	2	3
39	1	2	4	3	3	3	3	3
40	1	2	4	4	3	3	4	4
41	1	2	3	3	3	3	3	3
42	1	2	4	4	3	2	4	4
43	1	1	4	4	2	4	4	4
44	1	1	4	4	3	3	3	3
45	1	2	4	2	2	3	3	4
46	1	1	4	4	5	4	4	4
47	1	1	4	4	4	4	4	4
48	1	1	5	4	3	3	4	4

**Case Summaries**

	Impulsif	Gender	Afektif_1	Afektif_2	Afektif_3	Afektif_4	Afektif_5	Afektif_6
49	1	2	4	4	2	2	3	3
50	1	2	5	4	2	3	3	2
51	1	2	4	3	3	4	3	4
52	1	1	3	3	3	2	2	2
53	1	2	4	3	3	4	4	4
54	1	2	4	4	3	4	5	5
55	1	2	4	4	3	4	4	4
56	1	2	3	4	3	2	4	4
57	1	1	4	3	4	3	4	4
58	1	2	5	5	2	2	4	2
59	1	2	4	4	4	3	4	4
60	1	2	3	4	3	3	3	2
61	1	1	5	5	4	3	3	3
62	1	2	5	5	5	3	4	4
63	1	1	3	3	3	2	3	2
64	1	1	4	3	2	2	3	2
65	1	1	3	4	2	4	4	4
66	1	1	3	3	3	3	3	3
67	1	1	3	3	2	3	3	3
68	1	1	4	3	3	3	3	3
69	1	2	2	2	2	3	3	3
70	1	1	5	4	2	2	3	4
71	1	1	4	4	3	3	3	3
72	1	2	5	5	1	3	4	4
73	1	1	2	2	1	2	2	4
74	1	1	4	3	3	2	4	3
75	1	2	5	4	2	3	4	3
76	1	1	3	3	3	2	3	4
77	1	1	4	2	2	2	2	3
78	1	1	3	3	3	2	2	2
79	1	2	4	4	3	2	4	2
80	1	2	4	4	3	2	4	4
81	1	2	4	4	4	3	4	5
82	1	2	5	4	2	3	4	4
83	1	2	4	4	2	2	4	3
84	1	2	4	4	3	2	4	2

**Case Summaries**

<b>Afektif_7</b>	<b>Afektif_8</b>	<b>Afektif_9</b>	<b>Afektif_10</b>	<b>Kognitif_1</b>	<b>Kognitif_2</b>	<b>Kognitif_3</b>
1	5	3	5	2	4	4
2	3	3	3	4	4	3
3	4	3	3	4	3	2
4	3	3	4	4	4	3
5	4	2	4	3	4	3
6	2	1	4	4	3	2
7	4	5	4	4	4	2
8	4	4	4	4	4	2
9	4	3	3	4	4	2
10	3	3	2	2	4	3
11	4	4	3	3	4	2
12	5	3	4	3	5	3
13	4	4	4	4	3	2
14	4	3	5	2	2	2
15	4	4	4	3	4	4
16	5	5	4	2	3	3
17	3	3	3	2	2	3
18	4	4	4	4	4	3
19	3	2	2	3	4	3
20	4	4	4	4	3	4
21	4	4	3	3	4	3
22	4	2	3	2	2	3
23	4	5	4	2	3	4
24	3	1	2	4	1	1
25	4	3	2	3	4	3
26	5	3	3	5	2	4
27	5	4	3	4	4	3
28	3	3	3	4	4	1
29	4	4	3	3	2	2
30	4	4	4	4	3	4
31	3	3	3	3	4	1
32	5	4	3	2	3	3
33	3	3	3	3	3	3
34	4	5	3	4	4	2
35	5	4	4	4	2	4
36	5	5	5	5	3	4
37	3	3	4	4	2	3
38	4	3	3	3	3	3
39	5	4	3	4	4	3
40	5	5	4	4	3	3
41	5	4	4	4	3	2
42	4	4	4	4	3	3
43	3	3	2	3	3	3
44	4	4	3	2	3	3
45	5	4	4	4	2	4
46	3	4	4	4	4	2
47	4	4	4	3	3	4
48	4	3	4	4	4	3

**Case Summaries**

	Afektif_7	Afektif_8	Afektif_9	Afektif_10	Kognitif_1	Kognitif_2	Kognitif_3
49	5	4	4	4	4	2	3
50	3	3	4	2	4	4	4
51	4	4	4	3	3	3	2
52	5	4	4	4	2	3	3
53	4	3	3	3	3	2	4
54	5	4	4	4	4	4	2
55	4	3	2	2	4	4	2
56	4	4	4	4	3	2	4
57	4	4	4	3	4	4	2
58	4	4	4	4	4	4	2
59	4	2	3	3	4	3	2
60	5	4	2	4	2	2	4
61	5	3	4	4	4	3	2
62	5	4	3	2	4	2	4
63	4	2	4	4	2	2	2
64	4	2	4	4	3	2	2
65	5	2	4	4	2	1	4
66	5	2	4	4	2	2	3
67	3	3	2	2	3	3	2
68	3	3	2	2	3	3	2
69	3	3	4	4	3	2	3
70	3	3	3	3	3	3	3
71	3	3	2	2	3	3	2
72	5	4	5	4	3	2	3
73	4	2	4	4	4	4	3
74	3	3	3	4	3	3	3
75	4	4	3	3	3	4	2
76	3	4	3	3	3	3	3
77	1	1	2	2	3	3	2
78	3	2	3	3	3	4	3
79	4	2	4	4	2	3	4
80	3	3	3	3	2	2	4
81	3	3	3	3	2	2	4
82	3	3	3	3	3	3	3
83	5	4	4	4	3	3	4
84	4	4	4	4	4	4	2

**Case Summaries**

	Kognitif_4	Kognitif_5	Kognitif_6	Kognitif_7	Baju	Celana_pendek	Kemeja
1	4	5	4	4	0	0	3
2	3	4	3	2	3	0	0
3	3	4	2	1	0	0	0
4	3	4	3	2	0	0	1
5	2	4	1	1	0	0	3
6	1	4	2	1	3	2	0
7	2	5	4	5	0	0	0
8	2	4	2	2	0	0	0
9	4	4	3	2	0	0	0
10	2	4	2	4	0	0	0
11	3	4	4	3	1	0	2
12	3	5	3	4	0	0	0
13	3	4	4	2	0	0	0
14	3	3	3	2	1	0	0
15	3	4	4	4	0	0	0
16	4	4	4	5	1	2	0
17	3	2	3	4	1	0	0
18	3	2	1	1	2	1	0
19	3	4	4	3	0	0	0
20	3	5	4	3	0	0	0
21	2	4	4	4	1	0	3
22	2	4	3	2	0	0	3
23	3	5	3	2	2	0	0
24	3	4	2	1	1	0	0
25	3	2	4	3	1	0	0
26	3	3	2	1	1	0	0
27	2	4	2	2	0	0	0
28	2	5	2	1	0	0	3
29	2	3	2	2	2	0	0
30	4	4	4	4	0	0	0
31	3	4	4	3	2	0	0
32	3	4	4	3	3	1	0
33	4	4	3	1	2	0	0
34	3	4	4	4	1	0	0
35	4	2	2	2	0	1	2
36	4	4	4	4	0	0	0
37	3	4	4	4	0	0	0
38	3	4	3	2	1	3	0
39	4	5	4	4	0	0	2
40	2	4	4	4	1	0	0
41	4	4	3	2	2	3	0
42	3	4	4	2	1	0	0
43	2	4	3	4	0	0	0
44	2	5	4	5	1	0	2
45	4	4	4	2	2	0	0
46	2	5	5	5	2	0	1
47	2	2	3	4	0	0	0
48	2	3	4	4	3	0	0

**Case Summaries**

	Kognitif_4	Kognitif_5	Kognitif_6	Kognitif_7	Baju	Celana_pendek	Kemeja
49	4	4	2	2	1	0	0
50	4	4	2	2	0	0	0
51	3	4	4	4	0	3	0
52	4	4	4	2	1	0	0
53	4	4	4	4	1	0	0
54	3	4	4	2	0	0	0
55	2	4	3	3	3	0	0
56	4	4	2	2	1	2	0
57	3	4	4	3	0	0	0
58	2	3	3	2	1	0	0
59	3	4	3	2	0	0	0
60	4	3	3	2	1	0	0
61	3	4	3	2	0	0	1
62	3	5	4	3	3	2	0
63	2	4	2	1	0	0	0
64	2	4	2	1	1	0	0
65	4	3	2	2	2	0	1
66	4	3	3	2	0	2	1
67	3	3	3	2	0	0	0
68	3	3	2	2	1	0	0
69	3	2	2	2	0	0	1
70	3	4	4	3	3	0	0
71	3	4	3	2	1	0	0
72	2	5	4	3	0	2	1
73	3	4	3	2	0	0	0
74	2	4	3	3	0	0	0
75	2	4	3	3	2	3	0
76	4	3	3	3	1	2	0
77	2	2	3	2	1	0	0
78	3	4	4	4	1	0	0
79	4	4	3	3	0	0	3
80	2	4	4	4	0	3	0
81	2	3	3	2	0	0	0
82	3	3	3	4	1	0	0
83	4	3	3	3	1	0	0
84	2	3	2	2	1	0	0

## Case Summaries

**Case Summaries**

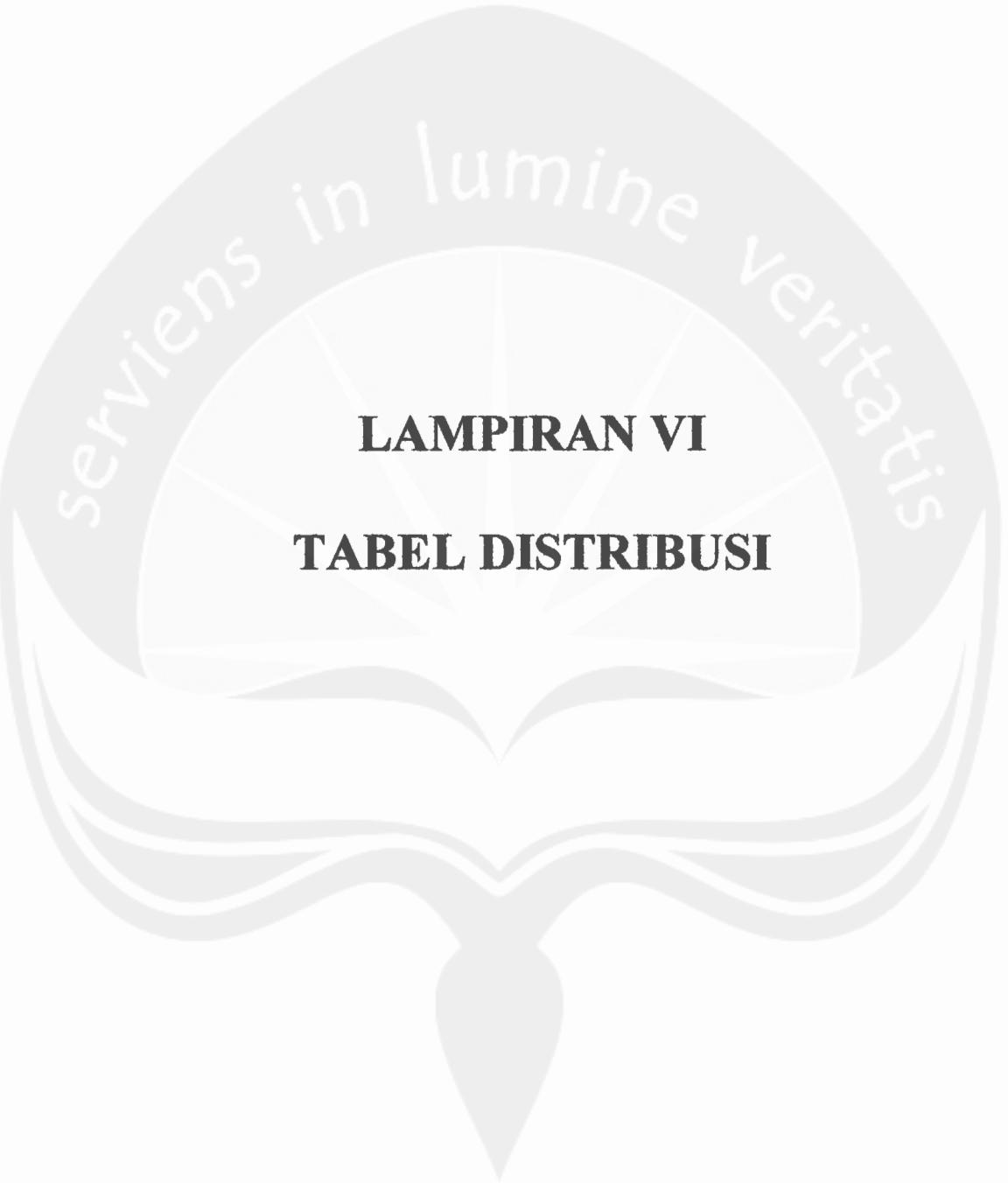
	Mantel	Pakaian_dalam	Assesories	Sepatu	Elektronik	Hardware	Software	CD
49	0	0	3	0	0	0	0	0
50	0	2	0	1	0	0	0	0
51	0	1	0	0	0	0	0	0
52	0	0	0	2	0	3	0	0
53	0	0	2	3	0	0	0	0
54	0	0	0	3	0	0	0	2
55	0	0	0	2	0	0	0	0
56	0	0	0	3	0	0	0	0
57	0	0	0	0	0	1	0	2
58	0	0	2	3	0	0	0	0
59	0	0	0	0	0	0	0	0
60	0	0	0	2	0	0	0	0
61	0	0	0	0	0	0	0	3
62	0	0	1	0	0	0	0	0
63	0	0	0	3	2	1	0	0
64	0	0	0	0	3	2	0	0
65	0	0	0	3	0	0	0	0
66	0	0	0	3	0	0	0	0
67	0	1	0	0	0	0	0	0
68	0	0	0	2	0	3	0	0
69	0	0	0	2	0	0	0	0
70	0	0	0	0	0	0	2	0
71	0	3	0	0	0	0	0	0
72	0	0	0	3	0	0	0	0
73	0	0	0	0	0	0	3	2
74	0	0	2	0	0	0	0	3
75	0	0	1	0	0	0	0	0
76	0	0	0	0	0	0	0	0
77	0	0	0	0	2	0	0	3
78	0	0	0	0	0	0	0	2
79	0	1	0	0	0	0	0	0
80	0	0	1	0	0	0	0	0
81	0	0	2	1	0	0	0	0
82	0	0	2	3	0	0	0	0
83	0	0	3	2	0	0	0	0
84	0	0	2	0	0	0	0	0

**Case Summaries**

	Perlengkapan	Hiburan	Kesehatan	Majalah
1	0	0	1	0
2	0	2	0	1
3	0	0	3	0
4	0	0	0	0
5	0	0	0	1
6	0	0	0	0
7	0	0	0	0
8	0	0	2	3
9	0	1	2	3
10	0	0	0	0
11	0	0	0	0
12	0	3	0	0
13	0	3	2	1
14	0	0	0	0
15	0	0	3	0
16	0	0	0	0
17	0	0	0	0
18	0	0	0	0
19	0	3	0	0
20	3	0	0	0
21	0	0	0	0
22	0	0	0	1
23	0	0	0	1
24	0	0	3	2
25	0	0	0	2
26	0	0	0	0
27	0	0	0	0
28	2	0	1	0
29	0	0	0	1
30	0	3	2	1
31	0	0	0	0
32	0	3	0	0
33	0	0	3	0
34	0	0	0	3
35	0	0	0	0
36	0	0	3	0
37	0	0	0	3
38	0	0	0	0
39	0	0	1	0
40	0	0	0	0
41	0	0	0	0
42	0	0	0	0
43	0	0	0	3
44	0	0	0	0
45	0	0	1	0
46	0	0	0	0
47	0	0	0	0
48	0	0	0	2

**Case Summaries**

<b>Perlengkapan</b>	<b>Hiburan</b>	<b>Kesehatan</b>	<b>Majalah</b>
49	0	0	2
50	0	0	3
51	2	0	0
52	0	0	0
53	0	0	0
54	0	0	1
55	0	0	1
56	0	0	0
57	0	0	0
58	0	0	0
59	1	2	0
60	0	0	3
61	0	0	0
62	0	0	0
63	0	0	0
64	0	0	0
65	0	0	0
66	0	0	0
67	0	3	0
68	0	0	0
69	0	0	3
70	1	0	0
71	0	2	0
72	0	0	0
73	0	0	0
74	0	0	1
75	0	0	0
76	3	0	0
77	0	0	0
78	0	3	0
79	0	0	2
80	0	0	2
81	0	0	0
82	0	0	3
83	0	0	0
84	0	0	0



## **LAMPIRAN VI**

## **TABEL DISTRIBUSI**

**TABEL DISTRIBUSI R**

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

**TABEL DISTRIBUSI T 5%**

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