

## **BAB V**

### **KESIMPULAN DAN IMPLIKASI MANAJERIAL**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara warna dengan kemampuan identifikasi pada produk minuman rasa buah. Sekarang ini banyak produk makanan dan minuman yang tidak menunjukkan warna aslinya. Persepsi konsumen yang mengidentikan suatu warna dengan rasa tertentu juga berpengaruh pada kemampuan mereka untuk mengidentifikasi suatu rasa. Berdasarkan uraian dari bab 1 hingga bab 4, maka terdapat kesimpulan, implikasi manajerial, serta saran bagi penelitian selanjutnya dari penelitian yang telah dilakukan ini.

#### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan secara menyeluruh, maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Pisang dan jeruk merupakan konsumsi buah tertinggi di Indonesia, namun ketika buah pisang dijadikan minuman rasa buah, maka hanya sedikit konsumen yang bisa mengidentifikasi rasa pisang. Rasa jeruk mudah diidentifikasi karena minuman rasa buah ini lazim dikonsumsi sebagai minuman.
2. Atribut-atribut yang terdapat pada minuman rasa buah (sirup) terkelompok menjadi dimensi praktis, menyegarkan, serta alami dan spesial.

3. Dari analisis korelasi yang dilakukan, sejumlah konsumen menyukai rasa dan warna minuman rasa buah (sirup) yang diberikan kepada mereka, walaupun mereka kurang tepat dalam mengidentifikasi rasa.
4. Tidak terdapat perbedaan persepsi responden mengenai dimensi faktor yang menyatakan bahwa minuman rasa buah (sirup) praktis serta menyegarkan. Namun untuk dimensi faktor alami dan spesial terdapat perbedaan persepsi ditinjau dari segi perbedaan tingkat pendapatan (uang saku).
5. Terdapat perbedaan persepsi responden mengenai dimensi faktor yang menyatakan bahwa minuman rasa buah (sirup) menyegarkan. Dan untuk dimensi faktor yang menyatakan minuman rasa buah (sirup) praktis, serta alami dan spesial tidak terdapat perbedaan persepsi ditinjau dari perbedaan jenis kelamin.

## **5.2. Implikasi Manajerial**

Implikasi manajerial dari pembahasan dalam penelitian tentang pengaruh variasi warna dalam identifikasi rasa ini diharapkan dapat bermanfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan, terutama bagi produsen atau pemasar minuman rasa buah (sirup) kemasan botol. Implikasi manajerial dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Pemberian warna tidak dapat membantu konsumen dalam mengidentifikasi rasa secara pasti.

2. Produsen serta pemasar sebaiknya menggunakan warna kuning cerah pada produk minumannya yang memiliki rasa mangga. Hal ini untuk membedakan dengan rasa orange yang telah dipersepsikan konsumen sebagai rasa jeruk.
3. Pada kemasan (botol) minuman rasa buah yaitu sirup, sebaiknya produsen mencantumkan gambar buah dan atau tulisan sebagai keterangan rasa. Hal ini untuk memudahkan konsumen untuk mengetahui rasa yang terkandung pada minuman buah (sirup) tersebut.

### **5.3. SARAN BAGI PENELITIAN SELANJUTNYA**

Saran bagi penelitian selanjutnya terhadap pengaruh variasi warna :

1. Subjek dari penelitian selanjutnya sebaiknya tidak hanya mahasiswa tetapi konsumen dengan usia lebih muda atau dewasa seperti anak-anak ataupun konsumen yang sudah bekerja. Karena pendapatan yang diterima juga berpengaruh pada keputusan dalam pembelian produk minuman rasa buah.
2. Untuk penelitian yang lebih baik tentang pengaruh variasi warna agar mendapat hasil yang lebih akurat, tidak hanya terbatas pada minuman rasa buah kemasan tapi juga kemasan lain, misalnya kemasan sachet serta diperlukan adanya waktu yang luang dimana responden dapat mencoba masing-masing minuman tersebut.
3. Perilaku identifikasi yang dianalisis harus dikembangkan sehingga tidak terbatas pada demografi, melainkan dapat dikembangkan ke hal-hal lain

yang berhubungan dengan perilaku identifikasi sehingga dapat menambah suatu pengertian yang lebih baik lagi terhadap pengidentifikasian rasa oleh konsumen.

4. Ada beberapa faktor yang dapat dijadikan dasar untuk menganalisis perilaku identifikasi, antara lain : psikografi (meliputi kepribadian, sikap, motif, watak konsumen), tingkat penggunaan (membeli banyak, sedang sedikit, dan tidak membeli), atau geografi (seperti pemasaran, jauh dekatnya dengan penjual, kota-desa, dan sebagainya).
5. Untuk penelitian selanjutnya sebaiknya tidak hanya terbatas pada rasa dan warna saja, tetapi aroma juga perlu diperhatikan. Sehingga dapat diketahui sebaik manakah kemampuan identifikasi rasa berdasarkan indera penglihatan, indera penciuman, dan indera perasa.

## Daftar Pustaka

- Anwar, Saifuddin. (1997). Reliabilitas dan Validitas. Edisi 3. Pustaka Pelajar : Yogyakarta.
- Atmaja, Lukas Setia. (1997). Memahami Statistika Bisnis. Edisi 1 & 2. Penerbit Andi : Yogyakarta.
- Blythe, Jim. (1997). *The Essence of Consumer Behaviour*. Prentice Hall.
- Engel James F., Blackwell Roger D., dan Paul W. Miniard. (1995). Perilaku Konsumen. Jilid 2. Binarupa Aksara : Jakarta.
- Garber, Lawrence L., Hyatt Eva M., Starr, Richard G. (2000), page 59. *The Effects of Food Color On Perceived Flavor*. Journal of Marketing.
- Gitosudarmo, Indriya. (1994). Manajemen Pemasaran. Edisi Ketiga. BPFE : Yogyakarta.
- Hadi, Sutrisno. (1991). Analisis Butir Untuk Instrumen Angket, Tes dan Skala Nilai Dengan Basica. Penerbit Andi : Yogyakarta.
- Jefkins, Frank. (1995). Periklanan. Edisi 3. Penerbit Erlangga: Jakarta.
- Kahn Barbara E., dan Miller, Elizabeth G. June 2005, page 86, Vol 32. *Shades of Meaning : The Effect of Color and Flavor Names on Consumer Choice*. Journal of Consumer Research.
- Kottler, Philip. (2005). Sepuluh Dosa Pemasaran Mematikan: Sinyal dan Solusi. Penerbit Erlangga : Jakarta.

Kotler Philip, dan Gary Armstrong. (1994). *Dasar-dasar Pemasaran*. Edisi Indonesia.

Intermedia : Jakarta.

Kuncoro, Mudrajat. (2003). *Metode Riset Untuk Bisnis & Ekonomi*. Penerbit

Erlangga : Jakarta.

Lawrence L Garber, Jr, Eva M Hyatt, Richard G. Starr, Jr. (2000). *The Effects Of*

*Food Color On Perceived FlavorI. Journal of Marketing: Theory and Practise.*

Nasution, S. (2004). *Metode Research*. Bumi Aksara : Jakarta.

Neal, C., Quester P., dan Del Hawkins. (1999). *Consumer Behaviour : Implications*

*for Marketing Strategy*. 2<sup>nd</sup> Ed. The McGraww-Hill Companies, Inc.

Nugroho, Bhuono Agung. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian*

*Dengan SPSS*. Penerbit Andi : Yogyakarta.

Palupi, Dyah Hasto. (2000). *Dari Sapi Keramat Hingga Baygon Tiruan*. Majalah

SWA (Oktober), 30-31.

Peter, J. Paul, dan Jerry C. Olson. (2000). *Perilaku Konsumen dan Strategi*

*Pemasaran*. Edisi 4. Penerbit Erlangga : Jakarta.

Santosa, Purbayu Budi, dan Ashari. (2005). *Analisis Statistik dengan Microsoft Excel*

*& SPSS*. Penerbit Andi : Yogyakarta.

Schiffman Leon G., dan Kanuk Leslie Lazar. (2006). *Consumer Behaviour*. 9<sup>th</sup> Ed.

Prentice Hall.

Sulaiman, Wahid. (2002). *Statistik Non-Parametrik*. Penerbit Andi : Yogyakarta.

Surawijaya, Alam. (2005). “ Pengaruh Variasi Warna Pada Kemampuan Identifikasi Rasa Minuman Fanta ”. Skripsi Program Studi Manajemen. Fakultas Ekonomi Universitas Atmajaya Yogyakarta - tidak dipublikasikan.

Swastha, Basu dan Irawan. (1981). Manajemen Pemasaran Modern. AMP YKPN : Yogyakarta.

Swastha, Basu dan T. Hani Handoko. (1997). Manajemen Pemasaran Analisa Perilaku Konsumen. Edisi Pertama. BPFE : Yogyakarta.

Walizer, Michael. H dan Paul Wienir. (1993). Metode dan Analisis Penelitian Mencari Hubungan. Penerbit Erlangga : Jakarta.

[www.faculty.washington.edu/chudler/coltaste.html](http://www.faculty.washington.edu/chudler/coltaste.html), 25 September 2006.



**LAMPIRAN**



## KUESIONER Bagian I

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberikan tanda silang (X) atau mengisi titik-titik untuk setiap pertanyaan di bawah ini.

1. Jenis kelamin anda?
  - a. Laki-laki
  - b. Perempuan
2. Usia anda saat ini :..... tahun
3. Uang saku atau pendapatan anda per bulan?
  - a.  $\leq$  Rp 250.000
  - b. Rp 250.100 – Rp 500.000,-
  - c. Rp 500.100 – Rp 750.000,-
  - d. Rp 750.100 – Rp 1.000.000,-
  - e.  $\geq$  Rp 1.000.100,-
4. Apa rasa yang disukai dari minuman rasa buah (sirup) yang pernah anda coba?
  - a. jeruk
  - b. strawberry
  - c. melon
  - d. cocopandan
  - e. Sebutkan rasa lainnya.....
5. Apakah anda sering mengonsumsi minuman rasa buah (sirup)?
  - a. ya
  - b. tidak
6. Hal apa yang anda perhatikan ketika melakukan pembelian terhadap suatu produk minuman rasa buah (sirup)?
  - a. merek
  - b. rasa
  - c. warna

## KUESIONER Bagian II

### (Eksperimen)

Isilah pertanyaan di bawah ini berdasarkan minuman rasa buah yang Anda coba :

Pertanyaan	Minuman I	Minuman II
1. Warna Minuman?		
2. Minuman dengan rasa buah apa?		
3. Apakah anda suka rasa minuman tersebut?	Ya/Tidak **	Ya/Tidak **
4. Apakah anda suka warna minuman tersebut?	Ya/Tidak **	Ya/Tidak **

\*\* Coret yang tidak perlu

### KUESIONER Bagian III

#### PERNYATAAN BERDASARKAN MINUMAN RASA BUAH

Berilah tanda silang (X) pada jawaban yang anda pilih!

No	PERNYATAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Minuman rasa buah ini memiliki banyak variasi rasa					
2	Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang alami					
3	Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang menyegarkan					
4	Minuman rasa buah ini menghilangkan rasa haus					
5	Minuman rasa buah ini dapat dinikmati kapan pun					
6	Minuman rasa buah ini dapat disajikan bersama makanan					
7	Minuman rasa buah ini enak dinikmati jika dingin					
8	Minuman rasa buah ini dapat dikonsumsi siapapun					
9	Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang spesial					
10	Minuman rasa buah ini mengandung bahan-bahan alami					
11	Minuman rasa buah ini rasanya asam					
12	Minuman rasa buah ini rasanya manis					

#### Keterangan

STS :Sangat tidak setuju

TS :Tidak setuju

N :Netral

SS :Sangat setuju

S :Setuju

## LAMPIRAN

### ANALISIS KORELASI MINUMAN RASA BUAH (SIRUP)

#### BERWARNA KUNING

##### 1. Analisis Korelasi Warna Minuman Dengan Rasa Buah Dari Sirup

Correlations

		warna minuman	rasa buah
warna minuman	Pearson Correlation	1	,222*
	Sig. (2-tailed)	,	,042
	N	84	84
rasa buah	Pearson Correlation	,222*	1
	Sig. (2-tailed)	,042	,
	N	84	84

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

##### 2. Analisis Korelasi Warna Minuman Dengan yang Menyukai Warna Minuman Rasa Buah

Correlations

		warna minuman	menyukai warna minuman rasa buah
warna minuman	Pearson Correlation	1	,013
	Sig. (2-tailed)	,	,908
	N	84	84
menyukai warna minuman rasa buah	Pearson Correlation	,013	1
	Sig. (2-tailed)	,908	,
	N	84	84

### 3. Analisis Korelasi Rasa Buah Dengan yang Menyukai Rasa Minuman Rasa Buah

Correlations

		rasa buah	menyukai rasa minuman rasa buah
rasa buah	Pearson Correlation	1	-,041
	Sig. (2-tailed)	,	,711
	N	84	84
menyukai rasa minuman rasa buah	Pearson Correlation	-,041	1
	Sig. (2-tailed)	,711	,
	N	84	84

## LAMPIRAN

### ANALISIS KORELASI MINUMAN RASA BUAH (SIRUP)

#### BERWARNA HIJAU

##### 1. Analisis Korelasi Warna Minuman Dengan Rasa Buah Dari Sirup

Correlations

		warna minuman	rasa buah
warna minuman	Pearson Correlation	1	,223*
	Sig. (2-tailed)	,	,027
	N	98	98
rasa buah	Pearson Correlation	,223*	1
	Sig. (2-tailed)	,027	,
	N	98	98

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

##### 2. Analisis Korelasi Warna Minuman Dengan yang Menyukai Warna Minuman Rasa Buah

Correlations

		warna minuman	menyukai warna minuman rasa buah
warna minuman	Pearson Correlation	1	-,015
	Sig. (2-tailed)	,	,880
	N	98	98
menyukai warna minuman rasa buah	Pearson Correlation	-,015	1
	Sig. (2-tailed)	,880	,
	N	98	98

### 3. Analisis Korelasi Rasa Buah Dengan yang Menyukai Rasa Minuman Rasa

#### Buah

Correlations

		rasa buah	menyukai rasa minuman rasa buah
rasa buah	Pearson Correlation	1	-,162
	Sig. (2-tailed)	,	,112
	N	98	98
menyukai rasa minuman rasa buah	Pearson Correlation	-,162	1
	Sig. (2-tailed)	,112	,
	N	98	98

## LAMPIRAN

### ANALISIS KORELASI MINUMAN RASA BUAH (SIRUP) BERWARNA MERAH

#### 1. Analisis Korelasi Warna Minuman Dengan Rasa Buah Dari Sirup

Correlations

		warna minuman	rasa buah
warna minuman	Pearson Correlation	1	-,121
	Sig. (2-tailed)	.	,208
	N	110	110
rasa buah	Pearson Correlation	-,121	1
	Sig. (2-tailed)	,208	.
	N	110	110

#### 2. Analisis Korelasi Warna Minuman Dengan yang Menyukai Warna Minuman Rasa Buah

Correlations

		warna minuman	menyukai warna minuman rasa buah
warna minuman	Pearson Correlation	1	-,102
	Sig. (2-tailed)	.	,291
	N	110	110
menyukai warna minuman rasa buah	Pearson Correlation	-,102	1
	Sig. (2-tailed)	,291	.
	N	110	110



### 3. Analisis Korelasi Rasa Buah Dengan yang Menyukai Rasa Minuman Rasa

#### Buah

Correlations

		rasa buah	menyukai rasa minuman rasa buah
rasa buah	Pearson Correlation	1	,070
	Sig. (2-tailed)	,	,470
	N	110	110
menyukai rasa minuman rasa buah	Pearson Correlation	,070	1
	Sig. (2-tailed)	,470	,
	N	110	110

## LAMPIRAN

### FAKTOR ANALISIS ATRIBUT MINUMAN RASA BUAH

#### Descriptive Statistics

Atribut Minuman Rasa Buah	Mean	Std. Deviation	Analysis N
Minuman rasa buah ini memiliki banyak variasi rasa	3.48	0.998	146
Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang alami	2.90	1.013	146
Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang menyegarkan	3.51	0.927	146
Minuman rasa buah ini menghilangkan rasa haus	3.09	1.150	146
Minuman rasa buah ini dapat dinikmati kapan pun	3.69	1.007	146
Minuman rasa buah ini dapat disajikan bersama makanan	3.86	0.892	146
Minuman rasa buah ini enak dinikmati jika dingin	4.36	0.886	146
Minuman rasa buah ini dapat dikonsumsi siapapun	3.45	1.226	146
Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang spesial	2.84	0.887	146
Minuman rasa buah ini mengandung bahan-bahan alami	2.84	0.847	146
Minuman rasa buah ini rasanya asam	2.38	1.005	146
Minuman rasa buah ini rasanya manis	3.86	0.739	146

### Rotated Component Matrix

	Component		
	1	2	3
Minuman rasa buah ini memiliki banyak variasi rasa		.494	
Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang alami		.677	
Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang menyegarkan		.737	
Minuman rasa buah ini menghilangkan rasa haus		.667	
Minuman rasa buah ini dapat dinikmati kapan pun	.526		
Minuman rasa buah ini dapat disajikan bersama makanan	.694		
Minuman rasa buah ini enak dinikmati jika dingin	.578		
Minuman rasa buah ini dapat dikonsumsi siapapun	.583		
Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang spesial	.594		
Minuman rasa buah ini mengandung bahan-bahan alami	.541		
Minuman rasa buah ini rasanya asam			.782
Minuman rasa buah ini rasanya manis			.713

Extraction Method : Principal Component Analysis.

Rotation Method : Varimax with Kaiser Normalization.

<sup>a</sup>. Rotation converged in 5 iterations.

### Communalities

	Initial	Extraction
Minuman rasa buah ini memiliki banyak variasi rasa	1.000	.371
Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang alami	1.000	.594
Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang menyegarkan	1.000	.596
Minuman rasa buah ini menghilangkan rasa haus	1.000	.473
Minuman rasa buah ini dapat dinikmati kapan pun	1.000	.300
Minuman rasa buah ini dapat disajikan bersama makanan	1.000	.524
Minuman rasa buah ini enak dinikmati jika dingin	1.000	.360
Minuman rasa buah ini dapat dikonsumsi siapapun	1.000	.350
Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang spesial	1.000	.483
Minuman rasa buah ini mengandung bahan-bahan alami	1.000	.503
Minuman rasa buah ini rasanya asam	1.000	.624

Extraction Method : Principal Component Analysis.

### Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues		Extraction Sums of squared Loadings		Rotation Sums of Squared Loadings	
	Total	% of Variance	Total	% of Variance	Total	% of Variance
1	3.314	27.614	3.314	27.614	2.372	19.764
2	1.338	11.149	1.338	11.149	2.050	17.083
3	1.107	9.224	1.107	9.224	1.337	11.140
4	1.017	8.476				
5	.934	7.785				
6	.782	6.516				
7	.750	6.251				
8	.726	6.051				
9	.583	4.855				
10	.557	4.641				
11	.480	4.000				
12	.413	3.438				
		Cumulative %		Cumulative %		Cumulative %
		27.614		27.614		19.764
		38.763		38.763		36.846
		47.987		47.987		47.987
		56.463				
		64.248				
		70.765				
		77.015				
		83.066				
		87.921				
		92.562				
		96.562				
		100.000				

Extraction Method : Principal Component Analysis.

### Component Matrix

	Component		
	1	2	3
Minuman rasa buah ini memiliki banyak variasi rasa	.545		
Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang alami	.697		
Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang menyegarkan	.655		
Minuman rasa buah ini menghilangkan rasa haus			.406
Minuman rasa buah ini dapat dinikmati kapan pun	.488		.591
Minuman rasa buah ini dapat disajikan bersama makanan	.653		
Minuman rasa buah ini enak dinikmati jika dingin			-.431
Minuman rasa buah ini dapat dikonsumsi siapapun	.500		
Minuman rasa buah ini memiliki rasa yang spesial	.651		
Minuman rasa buah ini mengandung bahan-bahan alami	.655	.783	
Minuman rasa buah ini rasanya asam		-.710	

Extraction Method :Principal Component Analysis.  
a. 3 components extracted.

### Component Transformation Matrix

Component	1	2	3
1	.757	.654	.017
2	-.066	.051	.997
3	-.650	.755	-.082

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

### KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.786
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	288.587
	df	66
	Sig.	.000

## LAMPIRAN

### RELIABILITAS Faktor\_1

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

#### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	P_5	3,6918	1,0073	146,0
2.	P_6	3,8630	,8916	146,0
3.	P_7	4,3630	,8858	146,0
4.	P_8	3,4452	1,2263	146,0
5.	P_9	2,8356	,8869	146,0
6.	P_10	2,8356	,8471	146,0

  

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	21,0342	12,6402	3,5553	6

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
P_5	17,3425	9,3854	,3630	,6390
P_6	17,1712	9,0670	,5174	,5873
P_7	16,6712	10,2636	,2805	,6633
P_8	17,5890	8,4920	,3700	,6467
P_9	18,1986	9,3603	,4594	,6069
P_10	18,1986	9,5948	,4436	,6136

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 146,0

N of Items = 6

Alpha = ,6682



## LAMPIRAN

### RELIABILITAS Faktor\_2

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

#### RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	P_1	3,4795	,9981	146,0
2.	P_2	2,9041	1,0125	146,0
3.	P_3	3,5068	,9266	146,0
4.	P_4	3,0890	1,1502	146,0

Statistics for	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
SCALE	12,9795	7,8410	2,8002	4

#### Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
P_1	9,5000	5,2724	,3431	,5877
P_2	10,0753	4,6770	,4883	,4808
P_3	9,4726	4,9682	,4876	,4903
P_4	9,8904	4,9672	,3024	,6303

#### Reliability Coefficients

N of Cases = 146,0

N of Items = 4

Alpha = ,6186

LAMPIRAN

RELIABILITAS Faktor\_3

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

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	P_11	2,3836	1,0052	146,0
2.	P_12	3,8630	,7393	146,0

  

Statistics for SCALE	Mean	Variance	Std Dev	N of Variables
	6,2466	1,1802	1,0864	2

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Alpha if Item Deleted
P_11	3,8630	,5466	,2536	.
P_12	2,3836	1,0105	-,2536	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 146,0                      N of Items = 2  
Alpha = ,6388

## LAMPIRAN ANOVA

### PERSEPSI RESPONDEN TERHADAP DIMENSI ATRIBUT MINUMAN RASA BUAH DITINJAU DARI SEGI PENDAPATAN / UANG SAKU

Test of Homogeneity of Variances

	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
faktor_1	2.069	4	141	.088
faktor_2	.821	4	141	.514
faktor_3	1.074	4	141	.372

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
faktor_1	Between Groups	1.556	4	.389	1.329	.262
	Within Groups	41.289	141	.293		
	Total	42.846	145			
faktor_2	Between Groups	2.778	4	.695	1.434	.226
	Within Groups	68.280	141	.484		
	Total	71.059	145			
faktor_3	Between Groups	.416	4	.104	.346	.847
	Within Groups	42.365	141	.300		
	Total	42.781	145			

**Descriptives**

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
<b>faktor_1</b>								
<Rp 250.000	38	3.61	.615	.100	3.41	3.82	2	5
Rp 250.100- Rp 500.000	58	3.49	.550	.072	3.35	3.64	2	5
Rp 500.100 - Rp 750.000	28	3.48	.383	.072	3.33	3.63	3	4
Rp 750.100 - Rp 1.000.000	17	3.27	.589	.143	2.97	3.58	1	4
> Rp 1.000.100	5	3.30	.361	.162	2.85	3.75	3	4
Total	146	3.49	.544	.045	3.40	3.58	1	5
<b>faktor_2</b>								
<Rp 250.000	38	3.23	.622	.101	3.03	3.43	2	5
Rp 250.100- Rp 500.000	58	3.27	.688	.090	3.09	3.45	2	5
Rp 500.100 - Rp 750.000	28	3.26	.826	.156	2.94	3.58	1	5
Rp 750.100 - Rp 1.000.000	17	3.38	.516	.125	3.12	3.65	2	4
> Rp 1.000.100	5	2.55	1.037	.464	1.26	3.84	1	4
Total	146	3.24	.700	.058	3.13	3.36	1	5
<b>faktor_3</b>								
<Rp 250.000	38	3.14	.492	.080	2.98	3.31	2	4
Rp 250.100- Rp 500.000	58	3.12	.595	.078	2.96	3.28	2	5
Rp 500.100 - Rp 750.000	28	3.09	.528	.100	2.88	3.29	2	4
Rp 750.100 - Rp 1.000.000	17	3.21	.588	.143	2.90	3.51	2	4
> Rp 1.000.100	5	2.90	.224	.100	2.62	3.18	3	3
Total	146	3.12	.543	.045	3.03	3.21	2	5

## LAMPIRAN T-TEST

### PERSEPSI RESPONDEN TERHADAP DIMENSI ATRIBUT MINUMAN RASA BUAH DITINJAU DARI SEGI JENIS KELAMIN

Group Statistics

	jenis kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
faktor_1	laki-laki	72	3.45	.602	.071
	perempuan	74	3.53	.480	.056
faktor_2	laki-laki	72	3.04	.746	.088
	perempuan	74	3.44	.593	.069
faktor_3	laki-laki	72	3.09	.520	.061
	perempuan	74	3.16	.567	.066

**Independent Samples Test**

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
								Lower	Upper
<b>faktor_1</b>									
Equal variances assumed	1.659	.200	-.942	144	.348	-.085	.090	-.263	.093
Equal variances not assumed			-.939	135.506	.349	-.085	.090	-.263	.094
<b>faktor_2</b>									
Equal variances assumed	1.072	.302	-3.599	144	.000	-.401	.111	-.621	-.181
Equal variances not assumed			-3.588	135.409	.000	-.401	.112	-.622	-.180
<b>faktor_3</b>									
Equal variances assumed	2.227	.138	-.723	144	.471	-.065	.090	-.243	.113
Equal variances not assumed			-.724	143.490	.470	-.065	.090	-.243	.113