

BAB V

PENUTUP

Pada bab terakhir ini akan dibahas mengenai kesimpulan akhir dari penelitian yang dilakukan yaitu terkait dengan pengaruh kualitas produk, harga pada kepercayaan merek dan efeknya terhadap keputusan pembelian ulang pelanggan. Disamping itu juga terdapat beberapa kelemahan penelitian dan saran serta masukan yang diharapkan oleh peneliti dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang terkait yaitu perusahaan air mineral AQUA sendiri dan bagi penelitian yang selanjutnya. Berikut kesimpulan dari penelitian ini diantaranya yaitu :

5.1. Kesimpulan Penelitian

Berdasarkan dari hasil penelitian dan uji yang dilakukan maka dapat ditarik kesimpulan-kesimpulan sebagai berikut yaitu:

1. Berdasarkan hasil uji melalui regresi mediasi dapat dilihat apabila variabel kualitas produk mempengaruhi variabel dependen keputusan pembelian ulang pelanggan dengan melalui variabel mediasi berupa kepercayaan merek, sedangkan untuk variabel independen harga mempengaruhi keputusan pembelian ulang secara langsung tanpa melalui variabel mediator kepercayaan merek.

2. Berdasarkan hasil uji regresi moderasi yang dilakukan dalam penelitian ini didapatkan bahwa variabel kepercayaan merek dan karakteristik responden berupa frekuensi sama sekali tidak memoderasi variabel-variabel independen kualitas produk, harga dan juga variabel dependen keputusan pembelian ulang. Sehingga berapapun nilai rata-rata dari variabel tersebut tidak dipengaruhi oleh nilai dari *potential moderator* yang ada.
3. Berdasarkan hasil uji One Way Anova dan independent sample t-test pada karakteristik responden dapat dilihat bahwa tidak terdapat perbedaan dari sisi karakteristik responden pada bagian jenis kelamin, frekuensi, dan merek alternatif dalam keputusan pembelian ulang produk air mineral AQUA, namun terdapat pengaruh dari karakteristik responden pada sisi faktor utama dan tempat pembelian ulang air mineral AQUA dalam keputusan pembelian ulang pelanggan.
4. Dari hasil pengujian terhadap indikator-indikator yang terdapat dalam masing-masing variabel kualitas produk, harga, kepercayaan merek, dan keputusan pembelian ulang didapatkan beberapa indikator memiliki perbedaan dengan nilai *test value* yang ada,serta beberapa dari indikator-indikator tersebut masih memiliki nilai rata-rata yang lebih rendah dibandingkan dengan *test value* yang ada,yang dimana berarti sebagian besar responden masih cenderung merasa beberapa pernyataan dalam instrumen penelitian dirasa belum dapat dipenuhi dan belum sesuai dengan produk air mineral AQUA.

5.2. Implikasi Manajerial Bagi Perusahaan

Dari hasil kesimpulan yang terdapat diatas maka penulis menyimpulkan suatu implikasi yang sekiranya dapat dijadikan pertimbangan bagi pihak perusahaan air mineral AQUA diantaranya yaitu sebagai berikut :

Untuk manajemen perusahaan air mineral AQUA dari hasil penelitian ini menunjukkan apabila kualitas produk berpengaruh pada keputusan pembelian ulang dari produk air mineral AQUA itu sendiri, selain itu harga dan kepercayaan merek juga memegang peranan yang tak kalah penting meski tidak sekuat dari variabel kualitas produk, beberapa indikator dari uji terhadap karakteristik responden menunjukkan masih terdapat beberapa hal yang menurut konsumen belum dapat dipenuhi oleh pihak AQUA, sekiranya dapat dijadikan pertimbangan tersendiri bagi pihak AQUA, seperti perlunya pengkajian ulang terhadap *packaging* dari AQUA yang dirasa masih belum menarik bagi sebagian responden dalam penelitian ini, disamping itu AQUA juga mungkin perlu melakukan inovasi terobosan yang ditujukan bagi kaum muda, sehingga perspektif dari kaum muda yang ada dapat membantu meningkatkan keputusan pembelian ulang AQUA.

Juga dalam menghadapi persaingan yang ada saat ini dimana merk lain sudah mulai menjadi alternatif bagi konsumen apabila produk AQUA tidak ada, terlebih produk AQUA sempat terkena isu tentang kasus adanya kandungan fluorida yang berbahaya bagi kesehatan tubuh, yang selanjutnya telah diklarifikasi oleh pihak perusahaan bahwa kandungan zat fluorida yang terdapat dalam AQUA masih jauh dibawah batas yang distandarkan oleh menteri kesehatan dan juga WHO. Bagi

sebagian konsumen yang sensitif terhadap isu ini tentunya merek alternatif lain dapat dengan mudah dijadikan pilihan, terlebih dari hasil penelitian didapatkan merek alternatif Nestle dipilih hingga 71 dari 130 responden.

Juga untuk faktor tempat pembelian dan faktor utama (alasan konsumen memilih produk AQUA) yang dimana dari tiga alternatif tempat yang disediakan, dapat dilihat dari hasil uji anova apabila toko kelontong memiliki nilai rata-rata yang jauh lebih rendah dibandingkan hasil test value dan juga kedua tempat lainnya meskipun responden yang memilih sebanyak 44 dari 130 responden, hal ini sekiranya mampu menjadi pertimbangan tersendiri bagi pihak AQUA untuk lebih dapat memperhatikan keberadaan toko kelontong, mungkin dengan memberikan stimulus kepada toko-toko kelontong yang ada sehingga konsumen tertarik untuk membeli produk AQUA yang ada ditoko kelontong, dan produk AQUA dapat meningkat penjualannya, stimulus yang diberikan mungkin salah satunya dengan cara pihak AQUA dapat melakukan kompetisi lomba atau semacamnya yang nantinya *reward* diberikan kepada pihak toko kelontong secara langsung. Sedangkan untuk faktor utama konsumen yang berada dalam kelompok “kemudahan diperoleh” perlu diberikan perhatian khusus dengan cara distribusi intensif yang dimana akan menarik konsumen ini untuk membeli produk AQUA karena produk AQUA akan dapat dengan mudah dijumpai diberbagai tempat.

Meskipun AQUA masih mampu mempertahankan eksistensi / keberadaannya hingga saat ini, namun pihak AQUA harus dapat melakukan inovasi-inovasi dan terobosan yang signifikan untuk dapat terus bersaing menghadapi MEA (Masyarakat Ekonomi ASEAN) ditahun 2015 yang akan datang, dimana

persaingan yang ada tidak hanya dalam lingkup dalam negeri namun sudah memasuki pasar global di wilayah ASEAN, tentunya persaingan yang ada akan bertambah berat jika produk-produk air mineral impor masuk dan turut andil dalam persaingan di dalam negeri seperti yang sudah ada saat ini yaitu air mineral impor asal Prancis yaitu Evian dan Perrier. Oleh karenanya ruang lingkup kompetisi dari AQUA tentunya akan menjadi lebih luas dan kompleks, oleh karenanya AQUA juga perlu melakukan strategi yang dapat mengubah pandangan masyarakat Indonesia yang pada umumnya masih beranggapan jika produk luar negeri jauh lebih baik daripada produk dalam negeri, termasuk dalam produk konsumsi air mineral.

5.3. Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini tentunya terdapat beberapa keterbatasan dari penelitian yang juga turut mempengaruhi hasil akhir dari penelitian ini, keterbatasan penelitian tersebut diantaranya yaitu :

1. Sampel yang diambil untuk penelitian ini hanya berasal dari kalangan mahasiswa/i yang berasal dari kalangan Universitas Atma Jaya Yogyakarta saja di wilayah Babarsari dengan total responden sebesar 130 mahasiswa/i, dimana dari total responden tersebut tentunya masih belum dapat dengan sepenuhnya mewakili populasi dari konsumen yang mengkonsumsi produk air mineral AQUA, sehingga kemungkinan perbedaan hasil dari penelitian dengan kenyataan yang terdapat dilapangan tentunya dapat saja terjadi.

2. Keterbatasan berikutnya yaitu terletak pada variabel yang digunakan yaitu hanya 4 variabel yang terbagi menjadi 3 variabel independen yaitu variabel kualitas produk, variabel harga, dan juga variabel kepercayaan merek dan 1 variabel dependen yaitu keputusan pembelian ulang. Sehingga belum dapat mewakili secara keseluruhan dari gambaran yang ada dilapangan.

5.4. Saran Bagi Penelitian Selanjutnya

Dari hasil penelitian ini, maka penulis memberikan saran untuk penelitian selanjutnya agar dapat lebih menghasilkan penelitian yang jauh lebih baik, diantaranya yaitu sebagai berikut :

1. Penambahan variabel dalam penelitian dan juga pemodifikasian variabel dalam penelitian selanjutnya agar hasil dari keputusan pembelian ulang pelanggan dapat dimaksimalkan dan hasilnya dapat mewakili ruang lingkup yang lebih luas lagi.
2. Pengambilan sample responden sekiranya dapat ditambah dan divariasikan tidak hanya terbatas pada satu wilayah ataupun satu universitas, tetapi dapat dikembangkan lebih lagi sehingga sampel yang didapat benar-benar dapat mewakili dari populasi yang dituju dan hasilnya pun akan dapat mewakili dan mendekati gambaran yang sebenarnya dilapangan.
3. Pada penelitian selanjutnya juga dapat ditambahkan objek lain sebagai pembanding dari objek penelitian, sehingga mampu memberikan gambaran kondisi dari objek yang diteliti lebih akurat lagi.

DAFTAR PUSTAKA

a. *Untuk jurnal/majalah ilmiah*

Zboja, James.J., dan Clay, M.Voorhees., (2006), “The impact of brand Trust and Satisfaction on retailer repurchase intentions”, *Journal of Services Marketing*, Vol. 20 No. 5, pp 381-390

b. *Untuk buku*

Augusty, F., (2006), *Metodologi Penelitian Manajemen*, Edisi 2, Badan Penerbit Universitas Diponegoro, Semarang.

Kotler, Philip., (1997), *Manajemen Pemasaran Analisis Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*, Jilid I, Prenhalindo, Jakarta.

Kotler, dan Armstrong., (diterjemahkan oleh Bob Sabran), (2008), *Prinsip – prinsip Pemasaran*, Edisi 12, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Kotler, dan Keller., (diterjemahkan oleh Bob Sabran), (2009), *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.

Tjiptono, Fandy dkk., (2008), *Pemasaran Strategik*, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Santoso, Singgih., (2012), *Panduan Lengkap SPSS Versi 20*, PT Elex Media Komputindo, Jakarta.

c. *Untuk makalah dan karya ilmiah lainnya yang tidak diterbitkan.*

Arumsari, D., (2012), “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Air Minum Dalam Kemasan (AMDK) Merek AQUA (Studi pada Konsumen Toko Bhakti Mart KPRI Bhakti Praja Provinsi Jawa Tengah)”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomika dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang.

- Baron, R. M., & Kenny, D. A., (1986), The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51, 1173-1182.rf
- Cahyono, Dwi., (2005), “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Minuman Air Mineral AQUA (Studi Kasus Mahasiswa Universitas Sebelas Maret Surakarta)”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.
- David,Tigor., dan M.Tamtama Prawira., (2009), “Implementasi *Experiential Marketing* Dengan *Brand Identity* Dalam Upaya Meningkatkan *Customer Satisfaction* dan *Repeat Buying* McDonald’s Indonesia Store Kemang”.*Group Field Project*,Binus Business School Program Studi Magister Manajemen General Management Binus University Jakarta.
- Hari,Ignatius.S., (2012), “Anteseden Niat Melakukan Pembelian Ulang Produk Secara Online di Indonesia”, *Thesis*, Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Gadjah Mada Yogyakarta.(tidak dipublikasikan).
- Imawan,Amelinda,(2014), “Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Ulang Pelanggan Kopi Kapal Api (Studi pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi)”, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.(tidak dipublikasikan).
- Johanna,Myra.P.,(2006), “Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Ulang (Studi Kasus pada Mandala Airline-Semarang)”,*Tesis*,Program Studi Magister Manajemen Program Pasca Sarjana Universitas Diponegoro Semarang.
- Jeanne,Hapsari.P.,(2009), “Kepuasan Konsumen Dalam Hubungan *Kausal Trust In A Brand* Dengan *Brand Loyalty* Pada Konsumen Air Minum AQUA Di

Yogyakarta”,*Skripsi*,Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.(tidak dipublikasikan).

Prabowo, Aris., (2013), “Analisis Pengaruh Kualitas Produk, *Brand Trust*, *Brand Image* dan Kepuasan Pelanggan Terhadap *Brand Loyalty* Pada Air Mineral AQUA (Studi Kasus Pada Konsumen Air Mineral Aqua di Wilayah Tangerang Selatan)”,*Skripsi*, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta.

Silvia, Esther.G.,(2009), “Atribut Konsumen dan Minat Pembelian Ulang : Studi Pada Waroeng Spesial Sambal Temanggung”,*Skripsi*,Fakultas Ekonomi Universitas Atma Jaya Yogyakarta.(tidak dipublikasikan).

Sri,Anne.M.,(2008), “Analisis Ekuitas Pada Produk Air Minum Dalam Kemasan Mountoya (Studi Kasus PT TOYAMILINDO,Cirebon)”,*Skripsi*, Fakultas Teknik Industri Universitas Kristen Maranatha Bandung.

Sylvi, Yohana.P.A.,(2009), “Pengaruh *Perceived Quality*, *Perceived Value*, *Brand Preference*, *Consumer Satisfaction*, dan *Consumer Loyalty* pada *Repurchase Intention*”.*Skripsi*,Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret Surakarta.

d. Untuk referensi yang diakses dari internet

Diakses dari http://www.aqua.com/tentang_aqua/nilai-luhur (diunduh pada 25/05/2014 21:15)

Diakses dari <http://www.catatansejarah.com/2011/02/sejarah-perusahaan-minuman-aqua.html> (diunduh pada 25/05/2014 21:19)

Diakses dari <http://davidakenny.net/cm/mediate.htm> (diunduh pada 28/08/2014 16:03)

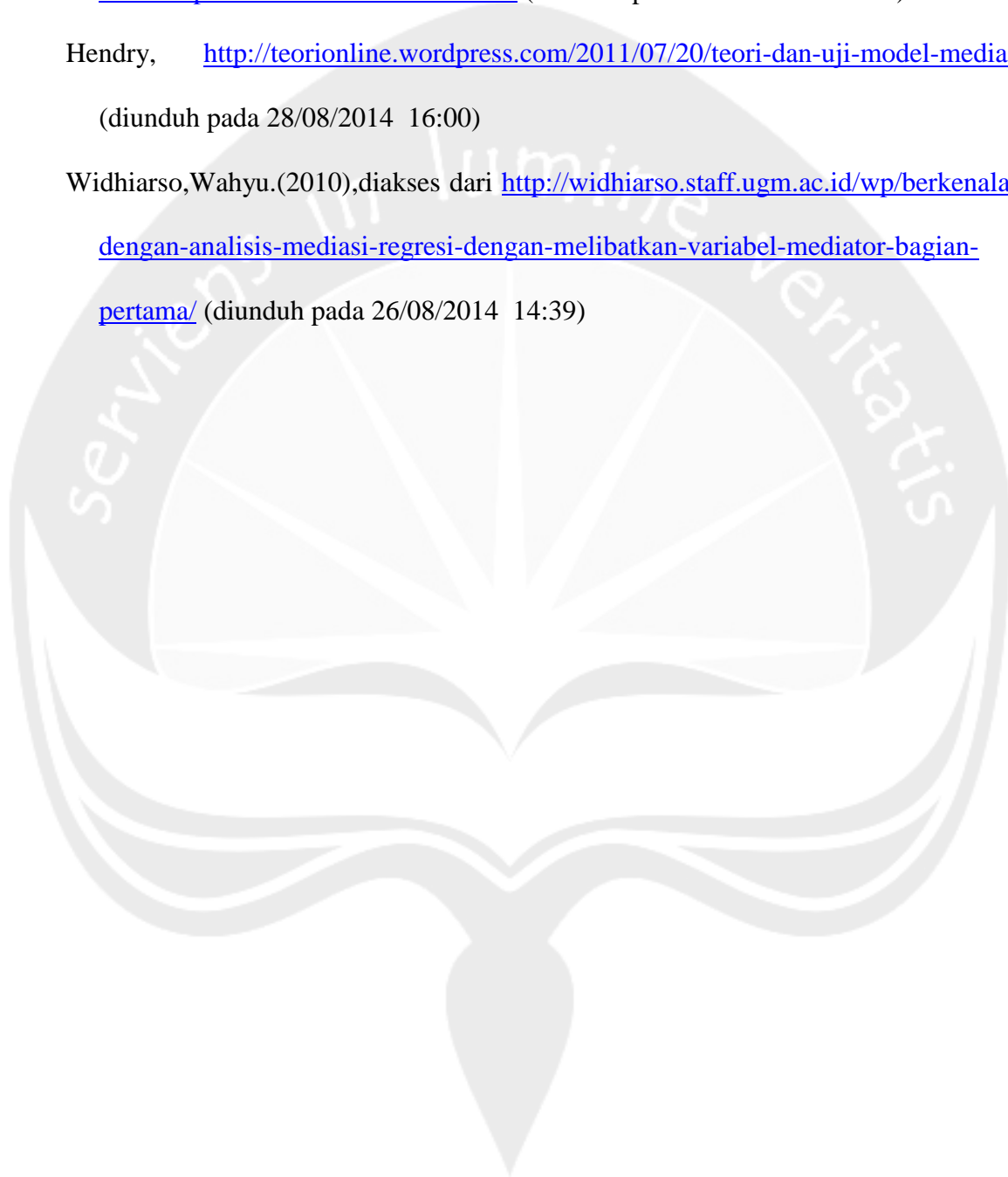
Diakses dari http://www.aqua.com/kabar_aqua/berita-perusahaan/tanggapan-perusahaan-terkait-isu-1 (diunduh pada 07/09/2014 11:25)

Diakses dari <http://www.iaei-pusat.org/article/ekonomi-syariah/masyarakat-ekonomi-asean-mea-2015-1?language=id> (diunduh pada 07/09/2014 11:29)

Hasnawaty, Risna., (2012), <http://cangkirparagraf.blogspot.com/2012/10/equil-air-mineral-premium-asli-indonesia.html> (diunduh pada 07/09/2014 11:29)

Hendry, <http://teorionline.wordpress.com/2011/07/20/teori-dan-uji-model-mediiasi/>
(diunduh pada 28/08/2014 16:00)

Widhiarso,Wahyu.(2010),diakses dari <http://widhiarso.staff.ugm.ac.id/wp/berkenalan-dengan-analisis-mediiasi-regresi-dengan-melibatkan-variabel-mediator-bagian-pertama/> (diunduh pada 26/08/2014 14:39)





LAMPIRAN 1

KUESIONER PENELITIAN

Saudara/i yang saya hormati, dalam rangka menyelesaikan Program Strata Satu (S1) Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta, Saya, Marcia Audrey W, mohon waktu dan bantuan dari saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian yang sedang saya lakukan sebagai salah satu komponen dalam menyelesaikan Tugas Akhir yang sedang ditempuh.

Hasil dari kuisisioner penelitian ini tidak akan dipublikasikan dan semata-mata hanya akan ditujukan untuk kepentingan penelitian ini, atas partisipasi dan kerjasamanya saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya,

Marcia Audrey W

A. Petunjuk pengisian Kuesioner

1. Isilah data diri anda sebelum melakukan pengisian kuesioner.
2. Berilah tanda centang (√) pada kolom pernyataan yang sesuai dengan jawaban anda. Serta berilah tanda silang(X) pada jawaban yang sudah disediakan pada kolom data responden.

Berikut ini keterangan alternatif pilihan jawaban yang tersedia yaitu :

- | | |
|--------|--------------------------------|
| a. STS | : Sangat Tidak Setuju (Skor 1) |
| b. TS | : Tidak Setuju (Skor 2) |
| c. N | : Netral (Skor 3) |
| d. S | : Setuju (Skor 4) |
| e. SS | : Sangat Setuju (Skor 5) |

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	AQUA memiliki reputasi merek sebagai air mineral yang berkualitas					
2	AQUA merupakan merek air mineral yang mampu bersaing dengan air mineral lainnya					
3	AQUA merupakan perusahaan yang telah dikenal lama di masyarakat					
4	AQUA adalah perusahaan air mineral yang mampu memberikan inovasi produk bagi konsumen					
5	AQUA telah membuktikan sebagai perusahaan yang tangguh dari segi teknologi pengolahan air mineral					
6	Merek AQUA memiliki tingkat kualitas yang terjamin					
7	AQUA merupakan air mineral yang disukai masyarakat					
8	AQUA merupakan air mineral yang banyak di favoritkan konsumen					
9	Saya akan membeli lagi produk AQUA					
10	Saya tidak akan berpindah merek dari AQUA ke merek lain dimasa yang akan datang					
11	Saya tidak akan mengurangi frekuensi pembelian saya terhadap produk AQUA dimasa yang akan datang					
12	Saya mempertimbangkan produk AQUA sebagai pilihan pertama saya dalam membeli air mineral					
13	Air mineral AQUA merupakan minuman kesehatan bagi konsumen					
14	Air mineral AQUA dapat memperlancar metabolisme dalam tubuh					
15	Air mineral AQUA memiliki kemasan yang protektif					
16	AQUA merupakan air mineral yang berkualitas					
17	AQUA merupakan air mineral yang sesuai dengan uji labolatorium nasional					

18	AQUA merupakan air mineral yang telah memenuhi standar kesehatan					
19	AQUA merupakan air mineral yang bersih dan jernih					
20	AQUA memiliki kemasan yang menarik					
21	AQUA memiliki bentuk atau wadah yang menarik					
22	AQUA merupakan air mineral yang memiliki reputasi yang baik di masyarakat sejak dahulu					
23	AQUA merupakan perusahaan yang bertanggung jawab terhadap kualitas produknya					
24	Menurut saya harga jual AQUA terjangkau					
25	Menurut saya harga AQUA menunjukkan kualitas yang lebih baik dibanding dengan harga minuman merek lainnya					
26	Menurut saya harga jual AQUA sudah sesuai dengan kualitasnya					

B.Data Responden

1. Jenis Kelamin :

- a). Pria
- b). Wanita

2. Dalam 1 minggu anda mengonsumsi AQUA :

- a. ≤ 3 botol / minggu
- b. 4-6 botol / minggu
- c. 7-9 botol / minggu
- d. ≥ 10 botol / minggu

3. Alternatif merk air mineral yang lain apabila produk AQUA yang anda cari tidak dapat anda temukan/ kosong?

- a. Ades
- b. VIT
- c. Prima
- d. Nestle
- e. Merk lainnya(.....)

4. Sebutkan faktor utama Anda memilih mengonsumsi Air mineral Merk AQUA

- a. Kualitas produk
- b. Kebiasaan
- c. Harga
- d. Kemudahan diperoleh
- e. Lainnya (.....)

5. Dimana biasanya anda menemukan produk air mineral AQUA?

- a. Toko kelontong
- b. Pedagang kaki lima
- c. Supermarket / Minimarket
- d. Tempat lainnya (.....)

Terima Kasih



LAMPIRAN 2

Hasil Uji Reliabilitas Kepercayaan Merek

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	130	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,832	,833	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
BT1	4,33	,675	130
BT2	4,48	,574	130
BT3	4,61	,506	130
BT4	3,86	,851	130
BT5	4,12	,733	130
BT6	4,08	,753	130
BT7	4,07	,695	130
BT8	4,05	,781	130

Inter-Item Correlation Matrix

	BT1	BT2	BT3	BT4	BT5	BT6	BT7	BT8
BT1	1,000	,350	,292	,323	,455	,559	,331	,290
BT2	,350	1,000	,623	,168	,385	,291	,344	,323
BT3	,292	,623	1,000	,269	,311	,161	,276	,270
BT4	,323	,168	,269	1,000	,399	,391	,409	,373
BT5	,455	,385	,311	,399	1,000	,503	,334	,396
BT6	,559	,291	,161	,391	,503	1,000	,552	,573
BT7	,331	,344	,276	,409	,334	,552	1,000	,807
BT8	,290	,323	,270	,373	,396	,573	,807	1,000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	4,199	3,862	4,608	,746	1,193	,062	8

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
BT1	29,26	11,621	,538	,399	,815
BT2	29,12	12,289	,481	,469	,822
BT3	28,98	12,744	,430	,437	,827
BT4	29,73	11,082	,485	,289	,826
BT5	29,48	11,166	,582	,390	,809
BT6	29,52	10,732	,659	,549	,798
BT7	29,52	11,011	,663	,683	,798
BT8	29,54	10,638	,649	,689	,799

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
33,59	14,553	3,815	8

Hasil uji reliabilitas kualitas Produk

Case Processing Summary

	N	%
Valid	130	100,0
Cases Excluded ^a	0	,0
Total	130	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,889	,890	11

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
kinerja1	3,57	,825	130
kinerja2	3,56	,778	130
fitur1	3,83	,738	130
keandalan1	4,03	,704	130
ks1	3,92	,737	130
ks2	3,91	,698	130
dayatahan1	3,98	,742	130
estetika1	3,81	,748	130
estetika2	3,69	,815	130
tkp1	4,22	,693	130
tkp2	3,91	,698	130

Inter-Item Correlation Matrix

	kinerja1	kinerja2	fitur1	keandalan1	ks1	ks2	dayatahan1	estetika1	estetika2	tkp1	tkp2
kinerja1	1,000	,561	,452	,477	,424	,469	,490	,267	,262	,340	,334
kinerja2	,561	1,000	,599	,577	,476	,510	,547	,400	,385	,349	,396
fitur1	,452	,599	1,000	,592	,387	,391	,460	,446	,377	,345	,421
keandalan1	,477	,577	,592	1,000	,573	,558	,640	,321	,314	,431	,463
ks1	,424	,476	,387	,573	1,000	,557	,550	,209	,227	,355	,467
ks2	,469	,510	,391	,558	,557	1,000	,625	,292	,304	,346	,507
dayatahan1	,490	,547	,460	,640	,550	,625	1,000	,313	,283	,402	,550
estetika1	,267	,400	,446	,321	,209	,292	,313	1,000	,767	,230	,233
estetika2	,262	,385	,377	,314	,227	,304	,283	,767	1,000	,324	,304
tkp1	,340	,349	,345	,431	,355	,346	,402	,230	,324	1,000	,490
tkp2	,334	,396	,421	,463	,467	,507	,550	,233	,304	,490	1,000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3,856	3,562	4,215	,654	1,184	,038	11

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
kinerja1	38,85	26,209	,584	,399	,881
kinerja2	38,85	25,692	,701	,541	,874
fitur1	38,58	26,369	,648	,508	,877
keandalan1	38,38	26,145	,721	,589	,873
ks1	38,50	26,686	,604	,450	,880
ks2	38,51	26,593	,659	,511	,877
dayatahan1	38,44	25,954	,705	,579	,874
estetika1	38,61	27,341	,502	,630	,886
estetika2	38,72	26,899	,504	,621	,887
tkp1	38,20	27,619	,512	,327	,885
tkp2	38,51	27,027	,594	,451	,880

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
42,42	31,826	5,641	11

Hasil Uji Reliabilitas Harga

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	130	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,706	,722	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
harga1	3,97	,704	130
harga2	3,63	,837	130
harga3	3,92	,605	130

Inter-Item Correlation Matrix

	harga1	harga2	harga3
harga1	1,000	,336	,486
harga2	,336	1,000	,571
harga3	,486	,571	1,000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3,841	3,631	3,969	,338	1,093	,034	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
harga1	7,55	1,644	,449	,241	,704
harga2	7,89	1,275	,516	,331	,649
harga3	7,60	1,591	,650	,424	,498

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11,52	2,949	1,717	3

Hasil Uji Reliabilitas Keputusan Pembelian Ulang

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	130	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,851	,852	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
RP1	3,98	,777	130
RP2	3,11	,909	130
RP3	3,26	,885	130
RP4	3,65	1,003	130

Inter-Item Correlation Matrix

	RP1	RP2	RP3	RP4
RP1	1,000	,562	,535	,421
RP2	,562	1,000	,803	,621
RP3	,535	,803	1,000	,603
RP4	,421	,621	,603	1,000

Summary Item Statistics

	Mean	Minimum	Maximum	Range	Maximum / Minimum	Variance	N of Items
Item Means	3,500	3,108	3,985	,877	1,282	,156	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
RP1	10,02	6,108	,569	,339	,858
RP2	10,89	4,857	,803	,692	,761
RP3	10,74	5,016	,781	,670	,772
RP4	10,35	5,037	,635	,419	,841

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14,00	8,899	2,983	4



LAMPIRAN 3

NO	BT1	BT2	BT3	BT4	BT5	BT6	BT7	BT8	RP1	RP2	RP3	RP4	KNR J1	KNR J2	IST MW 1	AND AL1
1	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	3	4	3	4	4	4
2	5	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	4
3	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4	5	4	4
5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	2	2	5	4	4	4	5
6	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4	5
7	4	5	5	3	4	4	3	3	2	2	3	2	2	2	3	4
8	5	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4
9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5
10	4	5	5	4	3	5	5	5	3	3	3	3	3	3	5	3
11	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	4
12	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4
13	5	5	4	4	4	4	5	5	4	3	3	4	4	3	3	4
14	5	5	5	5	5	5	4	4	3	3	3	3	4	4	4	5
15	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	4
16	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5
17	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3	3	4	2	3	2	3
18	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	3	3	3	4	4
19	4	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
22	5	5	5	3	4	5	4	5	3	2	2	2	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	3	4
24	4	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4
25	5	5	5	3	3	5	5	5	5	3	3	1	3	3	3	4
26	5	4	5	5	3	4	4	4	5	3	3	4	5	2	2	3
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
28	4	4	4	2	5	4	4	5	4	3	3	5	3	3	4	4
29	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4
31	4	5	5	3	5	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4
32	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	4	3
33	5	5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	3	3	4	4
34	4	5	4	2	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
35	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	3	3	5	5
36	3	5	5	3	5	3	3	3	3	1	2	1	4	3	3	3
37	5	5	5	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	3	5	4
38	4	3	5	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4
39	3	4	5	4	4	3	3	4	5	4	3	3	3	3	3	3
40	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3	4
41	5	5	5	5	5	2	3	2	3	1	1	1	1	2	3	3
42	4	4	5	4	4	3	3	4	2	1	1	3	3	3	4	4

43	3	5	5	4	2	2	4	4	3	1	1	1	1	1	3	1
44	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
45	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	3	5	3	3	3	4
46	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	3	4	5
47	4	5	5	2	4	3	5	5	5	3	3	5	5	5	5	5
48	4	5	5	4	5	4	4	5	5	3	3	4	3	3	4	5
49	4	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4
50	4	4	4	4	4	3	3	3	4	2	2	2	3	3	3	2
51	4	4	5	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	2	3
52	5	5	5	4	4	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3
53	5	5	4	4	4	5	3	4	4	3	4	5	4	3	4	5
54	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
55	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
56	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5
58	5	5	5	4	4	4	4	4	5	3	4	2	3	3	4	4
59	4	5	5	3	3	3	4	4	4	2	2	2	3	3	2	3
60	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
61	3	5	5	5	4	3	5	5	3	3	3	4	3	3	3	3
62	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4	2	3
63	3	3	3	5	4	5	5	5	4	4	4	3	3	3	3	4
64	4	4	4	3	4	3	4	3	5	5	5	3	3	4	4	4
65	4	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	4	4	5	4
66	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	4	4
67	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	4	5
68	4	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
69	5	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	3	4	4
70	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
71	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	3	4	3	3	4	4
72	5	4	4	5	4	4	5	5	4	3	5	4	4	3	4	4
73	5	5	5	4	5	5	5	5	4	3	4	3	4	3	4	4
74	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
75	4	5	4	3	3	4	3	3	4	3	3	4	4	3	4	4
76	4	4	4	4	4	4	3	3	4	2	2	3	3	3	4	4
77	5	5	5	2	5	3	4	5	5	3	2	2	4	3	4	3
78	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	3	3	3	5
79	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
80	3	5	5	5	3	4	4	4	4	3	3	5	3	5	4	5
81	2	5	5	2	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4
82	5	4	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3
83	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
84	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4
85	5	5	5	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	3	3	4
86	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4

87	4	4	5	5	5	4	3	3	3	2	3	2	4	4	5	5
88	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	3	5	5	5
89	5	4	4	4	3	4	4	4	5	2	3	4	3	4	5	4
90	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4
91	5	4	4	3	4	5	5	5	5	3	5	4	3	3	3	5
92	4	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	3	4	4
94	4	3	4	3	3	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
95	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
96	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4
97	4	4	4	3	4	4	4	3	4	3	3	4	3	3	3	4
98	4	5	5	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4
99	5	5	5	3	4	5	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4
100	5	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
101	4	4	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	4
102	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
103	5	5	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5
104	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5
105	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5
106	5	4	5	4	5	5	4	3	4	2	2	4	4	4	4	4
107	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4
108	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
109	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4
110	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
111	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	3	2	4	4	3	4
112	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5
113	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	5	5	5
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
115	5	5	5	4	5	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4
116	4	4	4	3	4	3	3	3	4	2	2	2	3	4	4	3
117	4	5	5	3	5	5	3	4	5	3	3	4	3	4	4	4
118	5	5	5	3	3	4	4	2	4	1	2	2	2	4	4	4
119	3	4	4	3	3	3	4	3	2	2	2	2	3	3	3	3
120	3	5	5	3	3	3	5	4	1	1	1	2	3	4	4	3
121	3	4	5	4	3	4	4	4	3	2	2	3	4	3	2	3
122	5	4	5	2	4	4	3	3	4	2	2	2	4	4	4	4
123	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
124	4	3	5	4	3	3	3	4	4	3	3	5	4	2	4	3
125	5	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4	4
126	4	5	5	4	4	3	4	4	3	3	3	4	4	3	3	4
127	4	4	5	5	3	4	5	5	4	2	3	3	3	3	4	4
128	3	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5
129	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	4	4
130	4	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	3	3	4	4

S. SPEC 1	S. SPEC 2	D. TAHAN1	ESTE TIKA1	ESTE TIKA2	T.K. PERS EPSI1	T.K. PERS EPSI2	HARGA1	HARGA2	HARGA3	rata2 bt	Rata2 rp	rata2 kp	rata2 harga
5	5	4	5	5	3	5	2	4	2	4,88	3,75	4,27	2,67
4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	4,00	3,75	4,18	4,33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,75	4,25	4,00	4,00
4	4	4	5	5	5	4	4	4	4	4,50	3,25	4,36	4,00
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,63	3,25	4,18	4,00
4	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4,25	3,25	4,00	3,67
3	3	3	4	4	5	4	4	2	3	3,88	2,25	3,36	3,00
4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4,25	3	3,45	3,67
5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5,00	4,75	4,91	4,33
3	4	4	5	4	4	4	3	3	3	4,50	3	3,82	3,00
4	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4,00	3,25	3,45	4,00
5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4,63	4	4,55	5,00
4	5	4	3	3	4	5	5	4	4	4,50	3,5	3,82	4,33
4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4,75	3	4,36	3,67
4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4,63	3,25	3,64	4,00
5	3	4	4	4	3	3	3	3	5	3,38	3	3,82	3,67
3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3,25	3,5	3,27	3,33
4	4	4	3	3	4	4	3	3	5	3,75	3,5	3,64	3,67
3	3	4	3	3	4	4	4	3	4	3,50	3,25	3,27	3,67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5,00	5,00
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4,00	3,25	3,91	3,67
4	4	4	3	3	5	5	4	3	4	4,50	2,25	4,00	3,67
3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4,00	3,75	3,55	4,00
3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	3,75	3,75	3,73	3,00
3	4	4	3	3	5	5	3	2	3	4,50	3	3,64	2,67
3	3	4	3	3	4	3	4	5	5	4,25	3,75	3,18	4,67
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5,00	4,25	4,00	4,00
4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4,00	3,75	4,09	4,00
3	3	2	3	2	3	3	2	2	3	3,25	3	2,73	2,33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	3,25	3,91	4,00
4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4,50	4,5	4,09	4,67
4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3,88	3,25	3,55	4,00
5	4	5	3	3	5	5	5	4	4	4,75	4	4,00	4,33
4	5	4	3	3	4	4	4	5	5	3,88	3,5	3,91	4,67
4	3	4	5	5	4	4	4	4	4	4,13	3,75	4,09	4,00
4	2	2	4	4	5	1	4	1	3	3,75	1,75	3,18	2,67
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,38	3,75	4,00	4,00
4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	3,50	3	3,64	4,00
3	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3,75	3,75	3,09	3,00
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,88	3,25	3,73	3,67
4	4	2	3	3	5	3	5	1	3	4,00	1,5	3,00	3,00
4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3,88	1,75	3,55	3,33

1	1	1	3	3	2	2	2	2	2	3,63	1,5	1,73	2,00
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,13	4	4,00	4,00
4	3	4	4	4	5	4	3	5	5	4,75	3,75	3,73	4,33
5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4,88	4,75	4,45	4,00
3	5	4	3	3	5	5	4	4	4	4,13	4	4,36	4,00
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4,50	3,75	3,82	4,00
4	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4,75	3,75	4,36	4,33
4	3	4	4	2	4	4	4	3	3	3,63	2,5	3,27	3,33
5	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3,75	3,25	3,55	3,67
3	4	3	3	3	3	3	4	3	4	4,00	2,75	3,00	3,67
4	3	4	2	2	4	4	4	4	4	4,25	4	3,55	4,00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5,00	5,00
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4,00	4,00
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4,00	4,00
5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5,00	4,5	4,45	4,00
3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	4,38	3,5	3,27	3,67
3	3	3	4	4	3	3	5	4	4	3,88	2,5	3,09	4,33
4	4	3	4	4	4	4	3	3	3	4,13	3,25	3,91	3,00
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4,38	3,25	3,36	4,00
3	4	4	3	3	3	4	3	3	3	3,88	3	3,36	3,00
4	4	5	4	3	3	3	4	4	4	4,13	3,75	3,55	4,00
4	3	3	3	5	5	5	4	4	4	3,63	4,5	3,91	4,00
4	4	4	5	3	3	3	3	4	4	3,63	3,25	3,91	3,67
3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3,38	3,5	3,64	3,67
5	5	5	4	4	5	4	2	3	3	5,00	3,5	4,45	2,67
4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4,25	3,5	4,00	4,33
4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4,50	4,25	3,91	4,00
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	3,5	4,00	4,00
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5,00	3,75	3,82	4,00
5	5	4	3	4	5	4	5	4	4	4,50	4	4,09	4,33
4	4	5	2	2	4	4	4	3	4	4,88	3,5	3,64	3,67
3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3,75	3,5	3,64	3,00
3	4	4	4	5	3	3	4	4	4	3,63	3,5	3,73	4,00
4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	3,75	2,75	3,64	3,67
5	3	4	3	3	4	4	4	2	4	4,25	3	3,64	3,33
5	5	4	4	4	5	4	4	4	3	4,75	4,5	4,09	3,67
4	4	4	4	4	4	3	5	3	3	3,75	3,25	3,91	3,67
4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4,13	3,75	4,18	4,33
4	4	3	4	4	2	3	4	2	4	3,25	3,5	3,55	3,33
4	4	3	4	4	4	4	4	3	5	3,75	3,25	3,55	4,00
4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4,38	3,75	3,91	4,00
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4,75	4,5	4,18	4,33
4	3	4	3	3	4	4	4	3	3	4,25	3,5	3,45	3,33
5	4	4	2	2	4	4	4	3	4	3,75	4	3,45	3,67

5	4	5	4	4	5	5	5	3	4	4,13	2,5	4,55	4,00
3	4	4	4	3	5	3	3	3	3	5,00	4	4,00	3,00
3	3	4	5	5	5	5	2	4	4	4,00	3,5	4,18	3,33
4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3,88	3	3,91	4,00
5	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4,38	4,25	3,82	3,67
3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3,38	3,25	3,45	4,00
4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4,00	3,5	3,36	4,00
3	3	4	4	2	3	4	4	3	4	3,50	3,5	3,45	3,67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5,00	5,00
3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5,00	4,25	3,91	4,00
4	4	4	3	3	4	4	5	3	4	3,75	3,5	3,55	4,00
3	3	4	3	3	4	3	4	4	4	4,00	3	3,27	4,00
3	3	4	3	3	4	4	5	3	5	4,38	3,5	3,45	4,33
3	4	4	4	5	4	3	5	4	4	4,38	3,5	3,91	4,33
4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4,13	3,5	4,00	4,67
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5,00	5,00
4	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4,63	4,25	4,55	4,33
4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4,50	4	4,55	4,00
4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4,38	3,5	4,18	4,33
3	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4,38	3	4,00	4,00
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	3,25	4,00	4,00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5,00	5,00
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	3	4,00	4,00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5,00	5	5,00	5,00
4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4,25	2,75	3,73	4,00
5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5,00	4,25	4,73	4,00
5	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5,00	4,25	4,73	4,33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	4	4,00	4,00
4	4	5	5	4	5	4	4	3	4	4,50	3,5	4,18	3,67
3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3,50	2,5	3,18	3,67
5	4	5	3	3	4	4	4	4	3	4,25	3,75	3,91	3,67
4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	3,88	2,25	3,82	3,67
3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	3,38	2	3,27	3,67
4	4	4	4	4	4	3	4	2	3	3,88	1,25	3,73	3,00
3	4	2	3	3	4	3	3	2	4	3,88	2,5	3,09	3,00
4	4	4	4	3	5	3	4	4	4	3,75	2,5	3,91	4,00
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4,75	5	5,00	5,00
3	4	3	4	4	5	4	4	3	4	3,63	3,75	3,64	3,67
4	4	4	2	2	5	4	3	3	3	4,00	3	3,73	3,00
3	3	4	2	2	4	3	3	3	3	4,13	3,25	3,18	3,00
4	4	3	5	3	4	4	4	3	3	4,38	3	3,73	3,33
5	3	3	3	2	5	4	3	3	4	4,00	4	4,09	3,33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00	3,5	3,82	4,00
3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	4,50	4	3,73	4,33

JENIS KLMIN	FREK	MRK ALTRNTIF	FKTR UTMA	TMPT
0	2	2	2	3
0	3	3	2	3
1	4	3	4	2
1	1	3	4	1
0	2	1	1	3
1	3	3	4	3
0	1	1	4	3
1	3	3	2	1
1	4	3	1	1
1	1	2	4	1
1	1	2	1	1
1	3	2	1	3
1	4	2	4	3
0	2	2	1	3
0	1	1	2	2
0	1	2	4	2
0	1	3	2	1
0	3	3	2	3
1	2	3	4	4
1	2	3	1	3
1	2	3	2	1
0	1	2	4	1
1	1	3	1	3
0	1	1	2	1
1	4	3	4	3
0	1	1	2	3
0	4	3	2	3
1	2	1	1	3
1	2	1	2	1
0	1	3	1	3
0	1	3	1	1
0	1	1	1	3
0	2	1	2	3
0	1	2	1	3
1	1	3	2	3
1	1	1	1	1
0	1	1	1	3
0	1	3	4	3
1	4	3	2	3
0	3	3	4	2
1	2	3	4	1
1	1	3	2	3

1	1	3	2	3
1	1	2	4	3
0	1	1	1	3
0	1	1	1	3
1	2	3	2	3
1	2	3	2	2
1	1	2	2	3
1	4	3	4	2
1	3	3	2	3
0	2	1	2	1
0	2	3	4	1
0	2	1	2	3
0	2	3	3	2
1	2	1	3	3
1	1	2	4	3
1	4	3	2	1
1	4	3	2	4
0	4	2	1	3
1	4	3	3	4
1	1	3	4	1
0	4	2	1	1
0	3	2	3	4
0	4	2	2	2
0	1	1	1	3
0	1	3	2	3
1	2	3	2	3
1	2	3	2	3
1	4	3	1	3
0	1	3	4	1
0	1	3	1	3
1	1	3	1	1
1	2	2	2	3
0	2	1	2	3
1	1	3	4	1
1	2	2	2	1
1	2	1	2	3
0	4	2	2	1
0	3	2	4	1
1	1	3	4	3
1	4	3	4	3
1	2	3	2	1
1	2	1	4	3
1	4	3	4	2
1	4	2	1	3

1	3	3	1	1
1	2	1	4	1
1	2	1	4	3
1	1	2	1	3
1	1	2	2	3
0	3	3	4	3
0	1	3	4	2
1	3	1	2	3
1	3	3	2	1
0	2	1	2	1
0	2	1	2	1
1	1	3	4	3
0	2	3	2	1
0	2	3	2	1
0	3	3	4	1
1	1	3	1	3
1	4	2	2	3
0	2	3	1	3
0	2	2	4	1
0	4	3	2	1
0	2	3	4	1
0	4	3	2	3
1	3	3	2	1
1	1	3	1	3
1	2	3	4	1
0	1	2	2	3
1	2	2	3	3
1	2	2	4	2
0	1	1	2	1
0	4	3	2	3
0	1	1	1	3
0	1	3	4	1
0	1	3	4	1
0	1	3	4	1
1	2	3	2	1
0	2	1	1	3
1	2	3	2	3
1	4	1	4	3
1	2	3	1	3
1	1	3	2	3
1	2	1	4	2
1	2	1	2	3
1	3	3	4	3

HASIL OUTPUT SPSS UJI REGRESI MEDIASI

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KPU	3,5000	,74579	130
KP	3,8562	,51287	130
HARGA	3,8412	,57205	130

Correlations

		KPU	KP	HARGA
Pearson Correlation	KPU	1,000	,669	,601
	KP	,669	1,000	,608
	HARGA	,601	,608	1,000
Sig. (1-tailed)	KPU	.	,000	,000
	KP	,000	.	,000
	HARGA	,000	,000	.
N	KPU	130	130	130
	KP	130	130	130
	HARGA	130	130	130

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KP		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= ,050, Probability-of-F- to-remove >= ,100). Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= ,050, Probability-of-F- to-remove >= ,100).
2	HARGA		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= ,050, Probability-of-F- to-remove >= ,100).

a. Dependent Variable: KPU

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,669 ^a	,447	,443	,55681
2	,712 ^b	,507	,499	,52790

a. Predictors: (Constant), KP

b. Predictors: (Constant), KP, HARGA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,065	1	32,065	103,423	,000 ^b
	Residual	39,685	128	,310		
	Total	71,750	129			
2	Regression	36,358	2	18,179	65,232	,000 ^c
	Residual	35,392	127	,279		
	Total	71,750	129			

a. Dependent Variable: KPU

b. Predictors: (Constant), KP

c. Predictors: (Constant), KP, HARGA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,249	,372		-,669	,505
	KP	,972	,096	,669	10,170	,000
2	(Constant)	-,741	,374		-1,981	,050
	KP	,700	,114	,481	6,132	,000
	HARGA	,402	,102	,308	3,925	,000

a. Dependent Variable: KPU

Excluded Variables^a

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics	
					Tolerance	
1	HARGA	,308 ^b	3,925	,000	,329	,631

a. Dependent Variable: KPU

b. Predictors in the Model: (Constant), KP

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
BT	4,1990	,47686	130
KP	3,8562	,51287	130
HARGA	3,8412	,57205	130

Correlations

		BT	KP	HARGA
Pearson Correlation	BT	1,000	,658	,411
	KP	,658	1,000	,608
	HARGA	,411	,608	1,000
Sig. (1-tailed)	BT	.	,000	,000
	KP	,000	.	,000
	HARGA	,000	,000	.
N	BT	130	130	130
	KP	130	130	130
	HARGA	130	130	130

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KP		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= ,050, Probability-of-F- to-remove >= ,100).

a. Dependent Variable: BT

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,658 ^a	,433	,428	,36051

a. Predictors: (Constant), KP

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12,698	1	12,698	97,705	,000 ^b
	Residual	16,636	128	,130		
	Total	29,334	129			

a. Dependent Variable: BT

b. Predictors: (Constant), KP

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,840	,241	7,643	,000
	KP	,612	,062	9,885	,000

a. Dependent Variable: BT

Excluded Variables^a

Model	Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
					Tolerance
1	HARGA	,018 ^b	,211	,833	,019

a. Dependent Variable: BT

b. Predictors in the Model: (Constant), KP

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KPU	3,5000	,74579	130
KP	3,8562	,51287	130
HARGA	3,8412	,57205	130
BT	4,1990	,47686	130

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	KP		Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= ,050, Probability-of-F- to-remove >= ,100).

2	HARGA	Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= ,050, Probability-of-F- to-remove >= ,100). Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= ,050, Probability-of-F- to-remove >= ,100).
3	BT	Stepwise (Criteria: Probability-of-F- to-enter <= ,050, Probability-of-F- to-remove >= ,100).

a. Dependent Variable: KPU

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,669 ^a	,447	,443	,55681
2	,712 ^b	,507	,499	,52790
3	,731 ^c	,534	,523	,51486

a. Predictors: (Constant), KP

b. Predictors: (Constant), KP, HARGA

c. Predictors: (Constant), KP, HARGA, BT

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,065	1	32,065	103,423	,000 ^b
	Residual	39,685	128	,310		
	Total	71,750	129			
2	Regression	36,358	2	18,179	65,232	,000 ^c
	Residual	35,392	127	,279		
	Total	71,750	129			
3	Regression	38,350	3	12,783	48,225	,000 ^d
	Residual	33,400	126	,265		
	Total	71,750	129			

a. Dependent Variable: KPU

- b. Predictors: (Constant), KP
- c. Predictors: (Constant), KP, HARGA
- d. Predictors: (Constant), KP, HARGA, BT

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,249	,372		-,669	,505
	KP	,972	,096	,669	10,170	,000
2	(Constant)	-,741	,374		-1,981	,050
	KP	,700	,114	,481	6,132	,000
	HARGA	,402	,102	,308	3,925	,000
3	(Constant)	-1,372	,431		-3,180	,002
	KP	,492	,135	,338	3,648	,000
	HARGA	,396	,100	,304	3,972	,000
	BT	,346	,126	,221	2,742	,007

a. Dependent Variable: KPU

Excluded Variables^a

Model		Beta In	t	Sig.	Partial Correlation	Collinearity Statistics
						Tolerance
1	HARGA	,308 ^b	3,925	,000	,329	,631
	BT	,227 ^b	2,666	,009	,230	,567
2	BT	,221 ^c	2,742	,007	,237	,567

- a. Dependent Variable: KPU
- b. Predictors in the Model: (Constant), KP
- c. Predictors in the Model: (Constant), KP, HARGA

HASIL OUTPUT SPSS REGRESI MODERASI

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KPU	3,5000	,74579	130
KP	3,8562	,51287	130
BT	4,1990	,47686	130
kualits_brndtrust	16,3521	3,70748	130

Correlations

		KPU	KP	BT	kualits_brndtrus t
Pearson Correlation	KPU	1,000	,669	,569	,688
	KP	,669	1,000	,658	,923
	BT	,569	,658	1,000	,892
	kualits_brndtrust	,688	,923	,892	1,000
Sig. (1-tailed)	KPU	.	,000	,000	,000
	KP	,000	.	,000	,000
	BT	,000	,000	.	,000
N	kualits_brndtrust	,000	,000	,000	.
	KPU	130	130	130	130
	KP	130	130	130	130
	BT	130	130	130	130
	kualits_brndtrust	130	130	130	130

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kualits_brndtrust, BT, KP ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: KPU

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,696 ^a	,485	,473	,54157

a. Predictors: (Constant), kualits_brndtrust, BT, KP

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	34,794	3	11,598	39,544	,000 ^b
	Residual	36,956	126	,293		
	Total	71,750	129			

a. Dependent Variable: KPU

b. Predictors: (Constant), kualits_brndtrust, BT, KP

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized	t	Sig.
		B	Std. Error	Coefficients		
		Beta				
1	(Constant)	3,391	2,971		1,141	,256
	KP	-,357	,771	-,245	-,463	,644
	BT	-,656	,705	-,420	-,931	,354
	kualits_brndtrust	,259	,178	1,289	1,461	,146

a. Dependent Variable: KPU

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kualpro_frekuensi, KP, Frekuensi ^b		Enter

a. Dependent Variable: KPU

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,676 ^a	,458	,445	,55574

a. Predictors: (Constant), kualpro_frekuensi, KP, Frekuensi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	32,836	3	10,945	35,440	,000 ^b
	Residual	38,914	126	,309		
	Total	71,750	129			

a. Dependent Variable: KPU

b. Predictors: (Constant), kualpro_frekuensi, KP, Frekuensi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	-,942	,774		-1,217	,226
	KP	1,122	,202	,772	5,561	,000
	Frekuensi	,340	,332	,499	1,023	,308
	kualpro_frekuensi	-,074	,087	-,429	-,852	,396

a. Dependent Variable: KPU

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	kualpro_frekuensi, KP, Frekuensi ^b		Enter

a. Dependent Variable: BT

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,659 ^a	,434	,420	,36304

a. Predictors: (Constant), kualpro_frekuensi, KP, Frekuensi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12,727	3	4,242	32,188	,000 ^b
	Residual	16,607	126	,132		
	Total	29,334	129			

a. Dependent Variable: BT

b. Predictors: (Constant), kualpro_frekuensi, KP, Frekuensi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	1,755	,506		3,471	,001
KP	,641	,132	,689	4,861	,000
Frekuensi	,041	,217	,095	,191	,849
kualpro_frekuensi	-,014	,057	-,127	-,247	,806

a. Dependent Variable: BT

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KPU	3,5000	,74579	130
BT	4,1990	,47686	130
Frekuensi	2,1077	1,09436	130
frekuensi_brndtrst	8,8404	4,68427	130

Correlations

		KPU	BT	Frekuensi	frekuensi_brndtrs
Pearson Correlation	KPU	1,000	,569	,095	,208
	BT	,569	1,000	-,019	,185
	Frekuensi	,095	-,019	1,000	,973
	frekuensi_brndtrst	,208	,185	,973	1,000
Sig. (1-tailed)	KPU	.	,000	,141	,009
	BT	,000	.	,415	,017
	Frekuensi	,141	,415	.	,000
	frekuensi_brndtrst	,009	,017	,000	.
N	KPU	130	130	130	130
	BT	130	130	130	130
	Frekuensi	130	130	130	130
	frekuensi_brndtrst	130	130	130	130

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	frekuensi_brndtrs t, BT, Frekuensi ^b		Enter

a. Dependent Variable: KPU

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,579 ^a	,335	,319	,61546

a. Predictors: (Constant), frekuensi_brndtrst, BT, Frekuensi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	24,023	3	8,008	21,140	,000 ^b
	Residual	47,727	126	,379		
	Total	71,750	129			

a. Dependent Variable: KPU

b. Predictors: (Constant), frekuensi_brndtrst, BT, Frekuensi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,523	1,002		-,522	,603
	BT	,922	,238	,590	3,882	,000
	Frekuensi	,133	,438	,196	,304	,762
	frekuensi_brndtrst	-,015	,104	-,092	-,140	,889

a. Dependent Variable: KPU

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	harga_frekuensi , HARGA, Frekuensi ^b		Enter

a. Dependent Variable: KPU

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,612 ^a	,375	,360	,59679

a. Predictors: (Constant), harga_frekuensi, HARGA, Frekuensi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26,873	3	8,958	25,151	,000 ^b
	Residual	44,877	126	,356		
	Total	71,750	129			

a. Dependent Variable: KPU

b. Predictors: (Constant), harga_frekuensi, HARGA, Frekuensi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-,536	,748		-,717	,475
	HARGA	1,035	,196	,794	5,288	,000
	Frekuensi	,523	,331	,768	1,581	,116
	harga_frekuensi	-,128	,086	-,761	-1,486	,140

a. Dependent Variable: KPU

HASIL OUTPUT SPSS ONE WAY ANOVA BERDASARKAN FAKTOR UTAMA

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
					KP	kualitas produk			31
	kebiasaan	52	3,8063	,57526	,07977	3,6462	3,9665	1,73	5,00
	harga	5	4,0000	,48749	,21801	3,3947	4,6053	3,36	4,73
	kemudahan diperoleh	42	3,7402	,34754	,05363	3,6319	3,8485	3,00	4,45
	Total	130	3,8562	,51287	,04498	3,7672	3,9452	1,73	5,00
HARGA	kualitas produk	31	4,0758	,58764	,10554	3,8603	4,2914	2,67	5,00
	kebiasaan	52	3,8015	,60906	,08446	3,6320	3,9711	2,00	5,00
	harga	5	4,0660	,14758	,06600	3,8828	4,2492	4,00	4,33
	kemudahan diperoleh	42	3,6905	,49025	,07565	3,5377	3,8432	2,67	4,67
	Total	130	3,8412	,57205	,05017	3,7420	3,9405	2,00	5,00
BT	kualitas produk	31	4,3347	,45114	,08103	4,1692	4,5002	3,38	5,00
	kebiasaan	52	4,2019	,50193	,06960	4,0622	4,3417	3,25	5,00
	harga	5	4,2000	,51992	,23251	3,5544	4,8456	3,63	5,00
	kemudahan diperoleh	42	4,0952	,44926	,06932	3,9552	4,2352	3,25	5,00
	Total	130	4,1990	,47686	,04182	4,1163	4,2818	3,25	5,00
KPU	kualitas produk	31	3,7500	,76376	,13718	3,4698	4,0302	1,75	5,00
	kebiasaan	52	3,5337	,69492	,09637	3,3402	3,7271	1,50	5,00
	harga	5	4,0000	,46771	,20917	3,4193	4,5807	3,25	4,50
	kemudahan diperoleh	42	3,2143	,73371	,11321	2,9856	3,4429	1,25	4,50
	Total	130	3,5000	,74579	,06541	3,3706	3,6294	1,25	5,00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KP	Between Groups	2,266	3	,755	3,006	,033
	Within Groups	31,665	126	,251		
	Total	33,931	129			
HARGA	Between Groups	2,995	3	,998	3,207	,025
	Within Groups	39,220	126	,311		
	Total	42,215	129			
BT	Between Groups	1,023	3	,341	1,518	,213
	Within Groups	28,311	126	,225		
	Total	29,334	129			
KPU	Between Groups	6,675	3	2,225	4,308	,006
	Within Groups	65,075	126	,516		
	Total	71,750	129			

BERDASARKAN TEMPAT PEMBELIAN

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
KP	toko kelontong	44	3,7648	,46558	,07019	3,6232	3,9063	2,73	5,00
	pedagang kaki lima	12	3,7575	,27350	,07895	3,5837	3,9313	3,27	4,09
	supermarket/mini market	74	3,9266	,56053	,06516	3,7968	4,0565	1,73	5,00
	Total	130	3,8562	,51287	,04498	3,7672	3,9452	1,73	5,00
HARGA	toko kelontong	44	3,7505	,55731	,08402	3,5810	3,9199	2,33	5,00
	pedagang kaki lima	12	3,7500	,28973	,08364	3,5659	3,9341	3,33	4,00
	supermarket/mini market	74	3,9100	,60955	,07086	3,7688	4,0512	2,00	5,00
	Total	130	3,8412	,57205	,05017	3,7420	3,9405	2,00	5,00
BT	toko kelontong	44	4,1818	,44904	,06770	4,0453	4,3183	3,25	5,00
	pedagang kaki lima	12	4,0521	,41785	,12062	3,7866	4,3176	3,38	4,75
	supermarket/mini market	74	4,2331	,50185	,05834	4,1168	4,3494	3,25	5,00
	Total	130	4,1990	,47686	,04182	4,1163	4,2818	3,25	5,00
KPU	toko kelontong	44	3,1989	,78426	,11823	2,9604	3,4373	1,25	5,00
	pedagang kaki lima	12	3,5208	,50518	,14583	3,1999	3,8418	2,50	4,25
	supermarket/mini market	74	3,6757	,70435	,08188	3,5125	3,8389	1,50	5,00
	Total	130	3,5000	,74579	,06541	3,3706	3,6294	1,25	5,00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KP	Between Groups	,852	2	,426	1,635	,199
	Within Groups	33,080	127	,260		
	Total	33,931	129			
HARGA	Between Groups	,812	2	,406	1,246	,291
	Within Groups	41,402	127	,326		
	Total	42,215	129			
BT	Between Groups	,358	2	,179	,785	,458
	Within Groups	28,976	127	,228		
	Total	29,334	129			
KPU	Between Groups	6,279	2	3,140	6,090	,003
	Within Groups	65,471	127	,516		
	Total	71,750	129			

**HASIL UJI INDEPENDENT SAMPLE T-TEST
BERDASARKAN JENIS KELAMIN**

Group Statistics

	JenisKelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
KP	laki-laki	59	3,8908	,44420	,05783
	perempuan	71	3,8275	,56515	,06707
HARGA	laki-laki	59	3,9215	,52218	,06798
	perempuan	71	3,7745	,60597	,07191
KPU	laki-laki	59	3,5042	,71993	,09373
	perempuan	71	3,4965	,77170	,09158
BT	laki-laki	59	4,1928	,50819	,06616
	perempuan	71	4,2042	,45279	,05374

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
KP	Equal variances assumed	2,122	,148	,700	128	,485	,06338	,09053	-,11574	,24251
	Equal variances not assumed			,716	127,632	,475	,06338	,08856	-,11185	,23862
HARGA	Equal variances assumed	1,713	,193	1,465	128	,145	,14702	,10033	-,05150	,34554
	Equal variances not assumed			1,486	127,818	,140	,14702	,09896	-,04880	,34283
KPU	Equal variances assumed	,738	,392	,059	128	,953	,00776	,13189	-,25321	,26873
	Equal variances not assumed			,059	126,260	,953	,00776	,13104	-,25157	,26708
BT	Equal variances assumed	1,636	,203	-,136	128	,892	-,01143	,08433	-,17828	,15543
	Equal variances not assumed			-,134	117,423	,894	-,01143	,08523	-,18022	,15737

BERDASARKAN FREKUENSI PEMBELIAN

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
KP	<= 3botol/minggu	48	3,7881	,53992	,07793	3,6313	3,9449	1,73	5,00
	4-6 botol/minggu	43	3,9412	,49633	,07569	3,7884	4,0939	2,73	5,00
	7-9 botol/minggu	16	3,9606	,45007	,11252	3,7208	4,2005	3,45	5,00
	>=10 botol/minggu	23	3,7670	,52026	,10848	3,5420	3,9919	3,09	5,00
	Total	130	3,8562	,51287	,04498	3,7672	3,9452	1,73	5,00
HARGA	<= 3botol/minggu	48	3,7575	,60623	,08750	3,5815	3,9335	2,00	5,00
	4-6 botol/minggu	43	3,8679	,56841	,08668	3,6930	4,0428	2,33	5,00
	7-9 botol/minggu	16	4,1050	,46566	,11642	3,8569	4,3531	3,67	5,00
	>=10 botol/minggu	23	3,7826	,54605	,11386	3,5465	4,0187	2,67	5,00
	Total	130	3,8412	,57205	,05017	3,7420	3,9405	2,00	5,00
BT	<= 3botol/minggu	48	4,1797	,51758	,07471	4,0294	4,3300	3,25	5,00
	4-6 botol/minggu	43	4,2733	,45337	,06914	4,1337	4,4128	3,25	5,00
	7-9 botol/minggu	16	4,0547	,42320	,10580	3,8292	4,2802	3,38	5,00
	>=10 botol/minggu	23	4,2011	,46883	,09776	3,9984	4,4038	3,50	5,00
	Total	130	4,1990	,47686	,04182	4,1163	4,2818	3,25	5,00
KPU	<= 3botol/minggu	48	3,3229	,85670	,12365	3,0742	3,5717	1,25	5,00
	4-6 botol/minggu	43	3,6686	,67197	,10248	3,4618	3,8754	1,50	5,00
	7-9 botol/minggu	16	3,5625	,60896	,15224	3,2380	3,8870	2,50	5,00
	>=10 botol/minggu	23	3,5109	,67200	,14012	3,2203	3,8015	2,50	5,00
	Total	130	3,5000	,74579	,06541	3,3706	3,6294	1,25	5,00

ANOVA

	Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.	
KP	Between Groups	,890	3	,297	1,132	,339
	Within Groups	33,041	126	,262		
	Total	33,931	129			
HARGA	Between Groups	1,559	3	,520	1,611	,190
	Within Groups	40,655	126	,323		
	Total	42,215	129			
BT	Between Groups	,588	3	,196	,860	,464
	Within Groups	28,746	126	,228		
	Total	29,334	129			
KPU	Between Groups	2,793	3	,931	1,701	,170
	Within Groups	68,957	126	,547		
	Total	71,750	129			

BERDASARKAN MEREK ALTERNATIF

Descriptives

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum	
					Lower Bound	Upper Bound			
KP	ades	31	3,8477	,49369	,08867	3,6667	4,0288	2,73	5,00
	VIT,prima,club,cleo,total	28	4,0296	,35955	,06795	3,8902	4,1691	3,45	4,73
	nestle	71	3,7915	,56045	,06651	3,6589	3,9242	1,73	5,00
	Total	130	3,8562	,51287	,04498	3,7672	3,9452	1,73	5,00
HARGA	ades	31	3,7852	,61789	,11098	3,5585	4,0118	2,33	5,00
	VIT,prima,club,cleo,total	28	3,8693	,53069	,10029	3,6635	4,0751	2,67	5,00
	nestle	71	3,8546	,57352	,06806	3,7189	3,9904	2,00	5,00
	Total	130	3,8412	,57205	,05017	3,7420	3,9405	2,00	5,00
BT	ades	31	4,2258	,51176	,09191	4,0381	4,4135	3,25	5,00
	VIT,prima,club,cleo,total	28	4,2589	,46514	,08790	4,0786	4,4393	3,38	5,00
	nestle	71	4,1637	,46942	,05571	4,0526	4,2748	3,25	5,00
	Total	130	4,1990	,47686	,04182	4,1163	4,2818	3,25	5,00
KPU	ades	31	3,6613	,70872	,12729	3,4013	3,9213	1,75	5,00
	VIT,prima,club,cleo,total	28	3,6161	,55060	,10405	3,4026	3,8296	2,25	4,50
	nestle	71	3,3838	,81376	,09658	3,1912	3,5764	1,25	5,00
	Total	130	3,5000	,74579	,06541	3,3706	3,6294	1,25	5,00

ANOVA

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
KP	Between Groups	1,141	2	,571	2,210	,114
	Within Groups	32,790	127	,258		
	Total	33,931	129			
HARGA	Between Groups	,132	2	,066	,200	,819
	Within Groups	42,083	127	,331		
	Total	42,215	129			
BT	Between Groups	,211	2	,106	,460	,632
	Within Groups	29,123	127	,229		
	Total	29,334	129			
KPU	Between Groups	2,142	2	1,071	1,954	,146
	Within Groups	69,608	127	,548		
	Total	71,750	129			

HASIL UJI ONE SAMPLE T-TEST

TEST VALUE =3,41

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
KP	130	3,8562	,51287	,04498
HARGA	130	3,8412	,57205	,05017
KPU	130	3,5000	,74579	,06541
BT	130	4,1990	,47686	,04182

One-Sample Test

	Test Value = 3.41					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
KP	9,920	129	,000	,44623	,3572	,5352
HARGA	8,595	129	,000	,43123	,3320	,5305
KPU	1,376	129	,171	,09000	-,0394	,2194
BT	18,866	129	,000	,78904	,7063	,8718

TEST VALUE =4,21

One-Sample Test

	Test Value = 4.21					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
KP	-7,865	129	,000	-,35377	-,4428	-,2648
HARGA	-7,350	129	,000	-,36877	-,4680	-,2695
KPU	-10,855	129	,000	-,71000	-,8394	-,5806
BT	-,262	129	,794	-,01096	-,0937	,0718

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
KP	130	3,8562	,51287	,04498
HARGA	130	3,8412	,57205	,05017
KPU	130	3,5000	,74579	,06541
BT	130	4,1990	,47686	,04182

ONE SAMPLE T-TEST KUALITAS PRODUK

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
kinerja1	130	3,57	,825	,072
kinerja2	130	3,56	,778	,068
fitur1	130	3,83	,738	,065
keandalan1	130	4,03	,704	,062
ks1	130	3,92	,737	,065
ks2	130	3,91	,698	,061
dayatahan1	130	3,98	,742	,065
estetika1	130	3,81	,748	,066
estetika2	130	3,69	,815	,071
tkp1	130	4,22	,693	,061
tkp2	130	3,91	,698	,061

One-Sample Test

	Test Value = 3.8562					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
kinerja1	-3,964	129	,000	-,287	-,43	-,14
kinerja2	-4,320	129	,000	-,295	-,43	-,16
fitur1	-,393	129	,695	-,025	-,15	,10
keandalan1	2,829	129	,005	,175	,05	,30
ks1	,916	129	,362	,059	-,07	,19
ks2	,841	129	,402	,051	-,07	,17
dayatahan1	1,856	129	,066	,121	-,01	,25
estetika1	-,739	129	,461	-,049	-,18	,08
estetika2	-2,293	129	,023	-,164	-,31	-,02
tkp1	5,909	129	,000	,359	,24	,48
tkp2	,841	129	,402	,051	-,07	,17

ONE SAMPLE T-TEST KEPERCAYAAN MEREK

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
BT1	130	4,33	,675	,059
BT2	130	4,48	,574	,050
BT3	130	4,61	,506	,044
BT4	130	3,86	,851	,075
BT5	130	4,12	,733	,064
BT6	130	4,08	,753	,066
BT7	130	4,07	,695	,061
BT8	130	4,05	,781	,068

One-Sample Test

	Test Value = 4.1990					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
BT1	2,226	129	,028	,132	,01	,25
BT2	5,525	129	,000	,278	,18	,38
BT3	9,214	129	,000	,409	,32	,50
BT4	-4,519	129	,000	-,337	-,49	-,19
BT5	-1,301	129	,196	-,084	-,21	,04
BT6	-1,847	129	,067	-,122	-,25	,01
BT7	-2,128	129	,035	-,130	-,25	-,01
BT8	-2,120	129	,036	-,145	-,28	-,01

BERDASARKAN ONE SAMPLE T-TEST KEPUTUSAN PEMBELIAN ULANG

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
RP1	130	3,98	,777	,068
RP2	130	3,11	,909	,080
RP3	130	3,26	,885	,078
RP4	130	3,65	1,003	,088

One-Sample Test

	Test Value = 3.5000					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
RP1	7,107	129	,000	,485	,35	,62
RP2	-4,923	129	,000	-,392	-,55	-,23
RP3	-3,071	129	,003	-,238	-,39	-,08
RP4	1,662	129	,099	,146	-,03	,32

ONE SAMPLE T-TEST BERDASARKAN HARGA

One-Sample Statistics

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
harga1	130	3,97	,704	,062
harga2	130	3,63	,837	,073
harga3	130	3,92	,605	,053

One-Sample Test

	Test Value = 3.8412					
	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
					Lower	Upper
harga1	2,074	129	,040	,128	,01	,25
harga2	-2,868	129	,005	-,210	-,36	-,07
harga3	1,543	129	,125	,082	-,02	,19

PROFIL KARAKTERISTIK RESPONDEN

BERDASARKAN JENIS KELAMIN

Statistics

JenisKelamin		
N	Valid	130
	Missing	0

JenisKelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
laki-laki	59	45,4	45,4	45,4
Valid perempuan	71	54,6	54,6	100,0
Total	130	100,0	100,0	

BERDASARKAN FREKUENSI**Statistics**

Frekuensi

N	Valid	130
	Missing	0

Frekuensi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
<= 3botol/minggu	48	36,9	36,9	36,9
4-6 botol/minggu	43	33,1	33,1	70,0
Valid 7-9 botol/minggu	16	12,3	12,3	82,3
>=10 botol/minggu	23	17,7	17,7	100,0
Total	130	100,0	100,0	

BERDASARKAN MEREK ALTERNATIF**Statistics**

MerkAlternatif

N	Valid	130
	Missing	0

MerkAlternatif

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
ades	31	23,8	23,8	23,8
Valid VIT,prima,club,cleo,total	28	21,5	21,5	45,4
nestle	71	54,6	54,6	100,0
Total	130	100,0	100,0	

BERDASARKAN FAKTOR UTAMA**Statistics**

FaktorUtama

N	Valid	130
	Missing	0

FaktorUtama

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
kualitas produk	31	23,8	23,8	23,8
kebiasaan	52	40,0	40,0	63,8
harga	5	3,8	3,8	67,7
kemudahan diperoleh	42	32,3	32,3	100,0
Total	130	100,0	100,0	

BERDASARKAN TEMPAT PEMBELIAN**Statistics**

Tempat

N	Valid	130
	Missing	0

Tempat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
toko kelontong	44	33,8	33,8	33,8
pedagang kaki lima	12	9,2	9,2	43,1
supermarket/minimarket	74	56,9	56,9	100,0
Total	130	100,0	100,0	