

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Dari hasil analisis data dan pembahasan pada bab sebelumnya maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Berdasarkan hasil regresi linear berganda, faktor harga berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen sepatu Adidas. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, hipotesis yang mengatakan bahwa persepsi harga berpengaruh positif terhadap niat pembelian konsumen diterima.
2. Berdasarkan hasil regresi berganda dalam penelitian ini, faktor kualitas produk berpengaruh positif terhadap niat beli konsumen sepatu Adidas. Oleh karena itu, dalam penelitian ini, hipotesis yang mengatakan bahwa kualitas berpengaruh positif terhadap niat pembelian konsumen diterima.
3. Variabel kualitas produk dan persepsi harga secara bersama-sama berpengaruh positif terhadap niat pembelian konsumen sepatu Adidas akan sepatu Adidas di Kabupaten Sleman.
4. Variabel kualitas produk mempunyai pengaruh lebih besar daripada faktor persepsi harga. Faktor kualitas produk menjadi faktor penentu para konsumen sepatu Adidas untuk membeli sepatu Adidas. Merek Adidas sudah dikenal bagus dalam kualitas oleh para konsumen yang pernah membeli dan memakai sepatu Adidas.

B. Implikasi Manajerial

Adapun implikasi manajerial dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pihak industri pembuat sepatu Adidas hendaknya tetap mempertahankan kualitas sepatu Adidas. Kualitas sepatu Adidas sudah diakui. Pihak industri hendaknya meningkatkan kualitas sepatu Adidas agar para konsumen sepatu Adidas semakin berminat untuk membeli ulang sepatu Adidas.
2. Pihak marketing sepatu Adidas hendaknya semakin giat memasarkan sepatu Adidas bagi para kaum muda di universitas atau melalui event-event. Berdasarkan hasil penelitian ini dibuktikan bahwa para konsumen sepatu Adidas berkeinginan untuk membeli sepatu Adidas karena kualitas produknya.

C. Keterbatasan Penelitian dan Saran

Penelitian ini tidak terlepas dari keterbatasan maupun kelemahan. Di sisi lain, keterbatasan dan kelemahan yang ditemukan dalam penelitian ini dapat menjadi sumber bagi penelitian yang akan datang. Adapun keterbatasan-keterbatasan yang ditemukan ide dalam penelitian ini adalah hasil penelitian ini tidak dapat digeneralisasi pada produk sepatu lainnya.

Untuk peneliti selanjutnya, variabel bebasnya hendaknya ditambah lagi karena nilai *Adjusted R-Square* menegaskan bahwa masih ada faktor-faktor lain yang menimbulkan niat mahasiswa untuk membeli sepatu Adidas. Peneliti selanjutnya juga dapat menambah responden dari kaum muda lainnya selain dari Kabupaten Sleman.

DAFTAR PUSTAKA

- Achmad, Zein. 2008. *Aplikasi Pemasaran dan Salesmanship*, Edisi Kedua. Mitra Wacana Media, Jakarta
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Suatu Pendekatan Praktek*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Budiyono, Bernard NM., 2004., “Studi Mengenai Pengembangan Strategi Produk”., *Jurnal Sains Pemasaran Indonesia.*, Vol. III No. 2. Hal. 181-194.
- Dwityanti, Esthi. 2008. *Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Minat Beli Konsumen terhadap Layanan Internet Banking Mandiri*, Tesis. Universitas Diponegoro, Semarang.
- Engel F, James, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 1994. *Perilaku Kosumen Edisi VI*. Binarupa Aksara, Jakarta.
- Goenadhi, L. 2011. “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Pembelian Mobil Toyota Avanza di Kota Banjarmasin”. *Jurnal Manajemen dan Akuntansi*. Oktober 2011, Vol.12 No. 2. Hal. 155-158.
- Haubl, G. 1996. *A Cross-National Investigation Of The Effects Of Country Of Origin And Brand Name On The Evaluation Of A New Car*, International Marketing Review, Vol. 13 No. 5. Hal. 76-97.
- Heri S. dan Rohmawati. 2012. *Pengaruh Harga dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Motor Honda Matic Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti)*. Jurnal Ekonomi dan Informasi Akuntansi (Jenius). Vol. 2 No. 3 SEPT 2012. Hal. 260-277.
- Hong Lin, Nan dan Bih-Shya Lin, 2007. *The Effect of Brand Image and Product Knowledge on Purchase Intention Moderated by Price Discount*. Journal of International Management Studies August.
- Iryanita, R. dan Sugiarto Y. Analisis Pengaruh Citra Merek, Persepsi Harga, dan Persepsi Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Konsumen produk ATBM Pekalongan). Diponegoro Journal Of Management Volume 2, Nomor2, Tahun 2013, Hal. 1-9.
- Irawati, Nisrul dan Rina Primadha, 2008. *Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Brand Image pada Unit Rawat Jalan Poliklinik Penyakit dalam RSUD. Pirngadi di Medan*. Jurnal Manajemen Bisnis, Volume 1 Nomor 2 Mei.

- Jayanti, P.R.S. 2010. *Pengaruh Kualitas Produk dan Harga terhadap Minat Beli Ulang Ponsel Samsung di Wilayah Surabaya*. Fakultas Ekonomi Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Jawa Timur. *Skripsi*
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2000. *Principle of Marketing*. Ninth Edition. Prentice Hall Inc. New Jersey. USA.
- Kotler, P. dan Keller, K.L. 2009. *Manajemen Pemasaran*. (judul asli: *Marketing Management*) Edisi Ketiga Belas. Jilid I. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan dan Pengendalian*, Terjemahan Adi Zakaria Affif, Edisi Ketujuh. Penerbit FE-UI, Jakarta.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller, 2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi Kedua Belas Jilid 1. Indonesia : PT Indeks, Jakarta.
- Lamb, Charles W. 2001. *Pemasaran*. PT Salemba Empat, Jakarta.
- Malhotra, Neresh, K. 1996. *Marketing Research*. Prentice Hall International, Inc., London
- Muktiyo, Widodo, 2005. *Membangun Usaha Dengan Kekuatan Image*, Cetakan 1. Penerbit Pinus, Yogyakarta.
- Nazir, Moh, 2003. *Metode Penelitian*. Penertbit Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Ningsih, Suryani, 2009, *Hubungan brand image (citra merek) dengan minat membeli Konsumen pelembab pond's white beauty Pada mahasiswa psikologi uin maulana malik ibrahim*. Fakultas Psikologi Universitas Negeri Islam Maulana Malik Ibrahim, Malang.
- Nugroho, Setiadi. 2005. *Perilaku Konsumen (Konsep dan Implikasi Untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran)*. Prenada Media Grup, Jakarta.
- Perlusz, S., Urs E Gattiker., Pia Pedersen., 2000., "Talk To Your Internet Customers: What B2B And B2C Client Want To Know"., Department of Production., Aalborg Universiy., Denmark.
- Pujadi, B. 2010. *Studi tentang Pengaruh Citra Merek terhadap Purchase intention melalui Sikap terhadap Merek (Kasus pada Merek Pasta Gigi Ciptadent di Semarang)*. Program Studi Magister Manajemen Program Pascasarjana Universitas Diponegoro, Semarang. *Tesis. Tidak Dipublikasikan*.

- Purba, J.S. 2012. *Analisis Pengaruh Persepsi Nilai Konsumen Terhadap Purchase Intention Produk Private Label Hypermarket Carrefour Di Kota Semarang*, Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro, Semarang. Skripsi. *Tidak Dipublikasikan*.
- Rangkuti, Freddy. 2004. *The Power of Brands: Teknik Mengelola Brand Equity dan Strategi Pengembangan Merek Plus Analisis Kasus dengan SPSS*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Rao, Akhsay R and Kent, B Monroe, (1989), "The Effect of Price, Brand Name, and Store Name Buyers Perceptions of Products Quality: An Integration Review," *Journal of Marketing Research*, Vol.26.
- Schiffman.LG and LL Kanuk. 2000. *Consumer behavior*,7th ed,upper saddle River N.J. Prentice Hall Inc.
- Sethi, Rajesh., 2000., "New Product Quality And Product Development Teams"., *Journal of Marketing.*, Vol. 64.. Hal. 1-14.
- Simamora, Bilson. 2002. *Aura Merek: 7 Langkah Membangun Merek Yang Kuat*. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Simamora, Bilson. 2003. *Aura Merek*. Edisi Lanjutan. PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung : Alfabeta.
- Supranto, J. 2000. *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jilid 1 Edisi Keenam. Jakarta : Erlangga.
- Stanton William, J. 1991. *Prinsip Pemasaran*. Edisi Ke Tujuh. Jilid II. Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Tristiana, Oktariko. 2011. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk Dan Persepsi Harga terhadap Keputusan Berpindah Merek Pada Konsumen Pembalut Wanita Kotex Di Semarang*. Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro Semarang. Skripsi.
- Winahyu, Dasanti Jiwaning. 2012. *Analisis Pengaruh Persepsi Harga, Kualitas Produk Dan Daya Tarik Iklan Terhadap Minat Beli Air Minum Axogy (Studi Kasus Pada Pengguna Air Minum Kota Magelang Jawa Tengah)*. Fakultas Ekonomika Dan Bisnis Universitas Diponegoro Semarang. Skripsi.

Wu, P.C.S., Yeh, G.Y.Y., dan Hsiao, C.R. 2011. "The Effect of Store Image and Service Quality on Brand Image and Purchase Intention for Private Label Brands". *Australasian Marketing Journal* 19. Hal. 30–39.





LAMPIRAN

Lampiran 1:

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Di tempat,

Dengan hormat,

Dalam rangka penelitian tugas akhir/tesis pada program strata 2 (S2) Universitas Atma Jaya Yogyakarta, saya:

Nama : Herdy Waluyono
NIM : 01.61/PS/MM
Fakultas : PASCASARJANA
Program Studi : Magister Manajemen

bermaksud mengadakan penelitian yang berjudul “**ANALISIS PENGARUH PERSEPSI HARGA DAN KUALITAS PRODUK TERHADAP NIAT PEMBELIAN SEPATU ADIDAS**”. Sehubungan dengan itu, saya mohon bantuan Anda untuk meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Mengingat pentingnya data ini, saya sangat mengharapkan kuesioner penelitian ini diisi dengan lengkap sesuai dengan kondisi yang sebenarnya. Jawaban dari Anda hanya digunakan untuk penelitian, dan kerahasiaannya akan saya jaga dengan hati-hati. Atas kesediaan dan partisipasi dari Anda sekalian, saya mengucapkan terima kasih

Hormat Saya

Herdy Waluyono

KUESIONER PENELITIAN

1. Screening:

Keterangan:

Apabila Anda menjawab YA maka lingkarilah angka 1. Dan, apabila Anda menjawab TIDAK maka lingkarilah angka 2.

1. Apakah Anda pernah membeli sepatu Adidas?

1. Ya 2. Tidak

2. Apakah Anda pernah menggunakan sepatu merek Adidas?

1. Ya 2. Tidak

2. PROFIL RESPONDEN

1. Jenis Kelamin

1. Laki-laki 2. Perempuan

2. Usia Anda sekarang tahun

3. Uang Saku perbulan:

- 1 Rp. 500.000 – Rp 1.000.000,00
2 Rp. 1.100.000,00 – Rp 2.000.000,00
3 Rp 2.100.000,00 – Rp. 3.000.000,00
4 > Rp. 3.000.000,00

4. Saya menggunakan Sepatu Adidas untuk

1. Olah raga 3. Acara rekreasi
2. Jalan-jalan 4. Lainnya

5. Berapa lama anda sudah menggunakan sepatu Adidas tahun

3. Pernyataan Kuesioner Penelitian

Berilah tanda (X) silang pada kode jawaban yang tersedia untuk menandai pendapat Bapak/Ibu. terhadap setiap pernyataan kuesioner dibawah ini.

No	Pernyataan					
		SS = Sangat Setuju				
		S = Setuju				
		N = Netral				
		TS = Tidak Setuju				
		STS = Sangat Tidak Setuju				
X1. Faktor Harga						
1.	Harga Sepatu Adidas terjangkau	STS	TS	N	S	SS
2.	Harga dan Kualitas Sepatu Adidas sesuai manfaat	STS	TS	N	S	SS
3.	Harga Sepatu Adidas bersaing	STS	TS	N	S	SS
4.	Harga dan Manfaat Sepatu Adidas sesuai kualitasnya	STS	TS	N	S	SS
X2. Faktor Kualitas Produk						
1.	Sepatu Adidas mempunyai kinerja bagus	STS	TS	N	S	SS
2.	Sepatu Adidas mempunyai fitur yang bagus	STS	TS	N	S	SS
3.	Sepatu Adidas dapat diandalkan	STS	TS	N	S	SS
4.	Spesifikasi Sepatus Adidas untuk olahraga	STS	TS	N	S	SS
5.	Sepatu Adidas tahan lama	STS	TS	N	S	SS
6.	Sepatu Adidas dapat diperbaiki	STS	TS	N	S	SS
7.	Penampilan Sepatu Adidas menarik	STS	TS	N	S	SS
8.	Sepatu Adidas pada umumnya berkualitas	STS	TS	N	S	SS
Y. Niat Pembelian						
1.	Saya tertarik membeli Sepatu Adidas	STS	TS	N	S	SS
2.	Saya ingin membeli Sepatu Adidas	STS	TS	N	S	SS
3.	Saya yakin akan membeli Sepatu Adidas	STS	TS	N	S	SS

Terima Kasih atas Kesediaan meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini

Data Mentah.sav

	Jeniskelamin	Usia	Pendapatan	Keterjangkauan	Kesesuaiankualitas
1	1	3	2	5	5
2	1	4	2	5	4
3	1	1	2	5	5
4	1	3	2	4	5
5	1	1	2	4	4
6	1	3	1	5	5
7	1	2	1	5	5
8	1	2	2	5	5
9	2	3	2	5	5
10	1	5	1	5	5
11	1	3	2	5	5
12	1	4	2	5	4
13	2	2	2	5	5
14	1	3	2	5	4
15	1	3	2	5	4
16	1	4	2	5	5
17	1	3	2	5	5
18	1	4	2	5	5
19	2	4	2	5	5
20	2	3	1	5	5
21	1	3	1	5	5
22	2	4	1	4	5
23	1	2	2	5	5
24	1	2	1	5	4
25	1	5	2	5	5
26	1	4	2	5	5
27	1	2	2	5	5
28	1	1	2	4	5
29	2	4	2	5	5
30	2	2	2	5	5
31	1	4	2	5	4
32	1	5	2	4	5
33	2	3	2	5	5
34	1	3	2	5	5
35	1	5	2	5	5

Data Mentah.sav

	Dayasaing	Kesesuaianmanfaat	PersepsiHarga	Kinerja	Fiturproduk
1	5	5	20	5	5
2	5	4	18	5	5
3	5	5	20	4	4
4	4	5	18	4	5
5	5	5	18	5	5
6	5	5	20	4	5
7	5	5	20	5	5
8	4	5	19	4	5
9	5	5	20	5	4
10	5	5	20	5	5
11	4	4	18	4	5
12	5	5	19	4	4
13	5	5	20	4	5
14	5	4	18	5	5
15	5	4	18	5	5
16	5	5	20	4	4
17	4	5	19	5	5
18	5	5	20	4	5
19	5	5	20	5	4
20	5	5	20	5	5
21	4	5	19	4	4
22	5	5	19	5	5
23	5	5	20	5	5
24	5	5	19	4	5
25	5	5	20	5	5
26	5	5	20	5	5
27	4	5	19	4	4
28	4	5	18	4	5
29	5	5	20	5	5
30	4	4	18	4	4
31	4	5	18	4	5
32	5	5	19	5	5
33	5	5	20	5	5
34	4	4	18	4	5
35	5	5	20	5	5

Data Mentah.sav

	Keandalan	Kesesuaiandenganspesifikas	Dayatahan	Kemampuandiperbaiki
1	4	5	4	5
2	5	5	5	5
3	4	5	5	5
4	5	4	4	5
5	4	4	4	5
6	5	5	4	5
7	4	5	5	5
8	5	5	4	4
9	4	5	5	5
10	5	5	5	5
11	4	5	5	4
12	5	4	5	4
13	4	5	5	5
14	4	4	4	4
15	5	5	4	4
16	4	5	5	5
17	5	5	5	5
18	4	5	4	4
19	5	5	5	5
20	4	4	5	4
21	5	4	5	5
22	4	5	4	4
23	5	5	5	5
24	4	4	5	5
25	5	5	4	5
26	4	5	5	4
27	4	5	4	5
28	5	4	5	4
29	5	5	5	5
30	5	5	5	5
31	4	5	5	5
32	5	5	5	5
33	4	5	5	5
34	5	5	5	5
35	5	5	5	5

Data Mentah.sav

	Keindahan	Kualitas yang dipersepsikan	Kualitas produk	Ketertarikan	Keinginan	Keyakinan
1	4	5	37	5	5	5
2	5	5	40	5	4	5
3	4	4	35	5	5	5
4	5	4	36	5	4	4
5	5	5	37	5	4	5
6	4	5	37	5	5	5
7	5	5	39	5	5	5
8	5	4	36	5	4	5
9	4	5	37	5	5	5
10	5	5	40	5	5	5
11	5	4	36	5	4	5
12	5	5	36	4	5	5
13	5	4	37	5	5	5
14	5	4	35	5	4	5
15	5	4	37	4	5	5
16	5	5	37	5	5	5
17	5	5	40	5	4	5
18	5	4	35	5	4	5
19	4	5	38	5	5	5
20	5	4	36	5	5	5
21	4	5	36	5	5	4
22	5	5	37	5	5	5
23	5	5	40	5	5	5
24	5	5	37	5	4	5
25	5	5	39	5	5	5
26	5	5	38	5	5	5
27	4	5	35	5	4	5
28	5	5	37	5	4	5
29	5	5	40	5	5	5
30	5	5	38	5	4	5
31	5	5	38	4	5	5
32	5	5	40	5	4	5
33	5	5	39	5	5	5
34	5	5	39	5	4	5
35	5	5	40	5	4	5

Data Mentah.sav

	Niatbeli
1	15
2	14
3	15
4	13
5	14
6	15
7	15
8	14
9	15
10	15
11	14
12	14
13	15
14	14
15	14
16	15
17	14
18	14
19	15
20	15
21	14
22	15
23	15
24	14
25	15
26	15
27	14
28	14
29	15
30	14
31	14
32	14
33	15
34	14
35	14



Data Mentah.sav

	Jeniskelamin	Usia	Pendapatan	Keterjangkauan	Kesesuaiankualitas
36	1	4	2	5	5
37	1	2	2	5	5
38	1	4	2	4	5
39	1	4	2	5	5
40	1	5	2	5	5
41	1	2	2	4	4
42	2	2	2	5	5
43	2	4	1	5	5
44	1	4	1	4	4
45	1	4	1	5	5
46	1	3	2	5	4
47	1	3	2	5	5
48	1	2	2	4	5
49	1	4	2	5	5
50	1	4	2	5	4
51	2	2	2	5	5
52	2	3	2	5	5
53	1	3	2	4	5
54	1	4	2	5	5
55	1	4	2	4	5
56	2	5	2	4	4
57	1	3	1	4	5
58	1	2	1	4	5
59	2	4	1	5	5
60	1	5	2	4	4
61	1	3	2	4	4
62	1	4	2	5	5
63	2	2	2	5	5
64	1	3	2	4	4
65	1	3	2	5	5
66	1	4	2	5	5
67	1	3	2	5	5
68	1	3	2	5	4
69	1	2	2	5	4
70	1	4	2	5	5

Data Mentah.sav

	Dayasaing	Kesesuaianmanfaat	PersepsiHarga	Kinerja	Fiturproduk
36	4	5	19	4	5
37	5	5	20	5	5
38	4	4	17	5	4
39	5	5	20	5	5
40	4	5	19	3	4
41	4	5	17	5	4
42	5	5	20	4	4
43	5	5	20	5	4
44	4	5	17	5	4
45	4	5	19	4	4
46	5	4	18	5	5
47	5	5	20	5	4
48	4	5	18	4	5
49	5	5	20	5	4
50	5	4	18	4	3
51	5	5	20	5	5
52	5	5	20	4	4
53	4	5	18	5	5
54	5	5	20	4	5
55	4	5	18	4	5
56	5	5	18	4	5
57	4	5	18	5	4
58	5	4	18	5	5
59	4	5	19	4	5
60	4	5	17	5	4
61	5	4	17	5	5
62	5	5	20	4	5
63	5	4	19	4	5
64	5	4	17	5	4
65	5	5	20	5	5
66	4	5	19	5	5
67	5	5	20	5	5
68	4	4	17	5	5
69	5	5	19	4	5
70	4	4	18	5	4

Data Mentah.sav

	Keandalan	Kesesuaiandenganspesifikas	Dayatahan	Kemampuandiperbaiki
36	5	5	5	5
37	5	5	5	5
38	5	4	5	4
39	5	5	5	5
40	5	5	5	4
41	5	4	5	5
42	4	5	4	4
43	5	4	4	4
44	4	4	5	4
45	5	5	4	5
46	5	4	5	4
47	5	5	5	5
48	4	4	4	4
49	5	5	4	5
50	4	4	5	5
51	5	5	4	4
52	5	4	5	5
53	4	5	4	5
54	5	5	5	5
55	5	4	5	5
56	4	4	4	4
57	4	5	5	5
58	5	5	5	5
59	4	5	5	4
60	3	4	5	5
61	4	4	4	5
62	4	5	4	5
63	4	5	5	4
64	5	5	5	5
65	4	5	4	5
66	4	4	5	4
67	5	5	5	5
68	4	5	5	5
69	4	5	4	5
70	5	5	4	5

Data Mentah.sav

	Keindahan	Kualitas yang dipersepsikan	Kualitas produk	Ketertarikan	Keinginan	Keyakinan
36	5	5	39	5	4	5
37	5	5	40	5	5	5
38	5	5	37	5	4	5
39	5	5	40	5	5	5
40	5	4	35	5	4	5
41	4	5	37	5	4	5
42	5	5	35	5	5	5
43	4	4	34	5	5	5
44	4	5	35	5	4	5
45	4	5	36	5	4	5
46	5	4	37	4	5	5
47	4	5	38	5	5	5
48	4	5	34	5	5	5
49	4	5	37	5	5	5
50	4	5	34	5	5	4
51	5	4	37	5	5	5
52	4	5	36	5	5	5
53	4	5	37	5	5	4
54	5	4	38	5	5	5
55	4	4	36	5	4	5
56	4	5	34	4	5	5
57	5	5	38	5	4	5
58	4	4	38	5	5	4
59	5	4	36	5	4	5
60	4	5	35	4	5	5
61	4	4	35	4	5	5
62	5	5	37	5	5	5
63	5	4	36	5	5	4
64	5	4	38	5	5	4
65	4	5	37	5	5	5
66	4	5	36	5	4	5
67	5	5	40	5	5	5
68	5	4	38	4	5	4
69	5	4	36	4	5	5
70	5	5	38	5	4	4

Data Mentah.sav

	Niatbeli
36	14
37	15
38	14
39	15
40	14
41	14
42	15
43	15
44	14
45	14
46	14
47	15
48	15
49	15
50	14
51	15
52	15
53	14
54	15
55	14
56	14
57	14
58	14
59	14
60	14
61	14
62	15
63	14
64	14
65	15
66	14
67	15
68	13
69	14
70	13



Data Mentah.sav

	Jeniskelamin	Usia	Pendapatan	Keterjangkauan	Kesesuaiankualitas
71	1	4	2	5	4
72	2	2	2	4	4
73	2	3	2	4	4
74	1	3	2	5	4
75	1	4	2	5	4
76	1	4	2	4	5
77	2	5	2	5	4
78	1	3	1	5	5
79	1	4	2	4	4
80	1	2	2	5	5
81	1	1	2	3	5
82	2	4	2	5	4
83	2	2	2	5	3
84	1	4	2	5	5
85	1	5	2	5	5
86	2	3	2	5	4
87	1	3	2	5	5
88	1	5	2	5	5
89	1	4	2	5	4
90	1	2	2	5	5
91	1	4	2	4	4
92	1	4	2	5	4
93	1	5	2	4	5
94	1	2	2	5	4
95	2	2	2	4	4
96	2	4	1	5	5
97	1	4	1	5	4
98	1	4	1	5	5
99	1	3	2	5	5
100	1	3	2	5	4
101	1	2	2	5	5
102	1	4	2	5	5
103	1	4	2	5	4
104	2	2	2	5	5
105	2	3	2	4	5

Data Mentah.sav

	Dayasaing	Kesesuaianmanfaat	PersepsiHarga	Kinerja	Fiturproduk
71	5	5	19	4	5
72	5	4	17	4	3
73	5	4	17	3	5
74	4	5	18	4	4
75	5	4	18	5	5
76	5	4	18	4	5
77	4	4	17	5	5
78	5	5	20	5	5
79	4	4	16	4	5
80	5	5	20	5	5
81	5	4	17	4	5
82	4	5	18	4	5
83	4	4	16	4	5
84	5	5	20	5	4
85	5	5	20	5	5
86	4	4	17	4	5
87	5	5	20	4	5
88	5	5	20	5	5
89	5	4	18	4	4
90	4	5	19	5	5
91	5	4	17	4	5
92	5	4	18	5	5
93	4	4	17	4	5
94	5	5	19	4	4
95	5	4	17	5	5
96	5	5	20	4	5
97	4	5	18	5	5
98	5	4	19	4	5
99	5	5	20	5	4
100	5	5	19	4	5
101	4	4	18	4	5
102	5	5	20	5	5
103	5	5	19	4	5
104	5	4	19	4	5
105	5	5	19	5	5

Data Mentah.sav

	Keandalan	Kesesuaiandenganspesifikas	Dayatahan	Kemampuandiperbaiki
71	4	5	5	4
72	4	4	4	5
73	4	5	4	4
74	5	5	5	5
75	4	5	4	4
76	4	5	4	4
77	4	4	5	5
78	5	5	5	5
79	4	5	5	5
80	5	5	5	5
81	5	5	4	5
82	4	4	4	4
83	4	3	5	4
84	4	5	4	4
85	4	5	4	4
86	5	4	5	4
87	5	5	5	5
88	5	5	5	5
89	4	5	4	4
90	5	3	5	5
91	4	5	4	4
92	4	5	4	5
93	4	4	5	5
94	5	5	4	4
95	5	5	5	5
96	5	5	5	5
97	4	5	4	4
98	5	5	5	5
99	5	5	5	5
100	4	5	5	5
101	5	4	5	4
102	5	5	5	5
103	5	5	5	4
104	5	5	5	5
105	5	5	5	5

Data Mentah.sav

	Keindahan	Kualitas yang dipersepsikan	Kualitas produk	Ketertarikan	Keinginan	Keyakinan
71	4	4	35	4	5	4
72	5	5	34	4	5	4
73	4	4	33	5	5	4
74	5	4	37	5	4	5
75	4	5	36	4	5	4
76	4	4	34	5	5	4
77	5	4	37	5	4	5
78	5	5	40	5	5	5
79	4	5	37	4	4	4
80	5	5	40	5	5	5
81	5	4	37	5	5	4
82	4	4	33	4	5	4
83	4	5	34	3	4	4
84	4	4	34	5	5	5
85	5	4	36	5	5	5
86	4	4	35	5	4	5
87	4	4	37	5	5	5
88	5	5	40	5	5	5
89	4	4	33	4	5	4
90	4	4	36	5	4	5
91	5	4	35	4	5	4
92	5	5	38	4	5	4
93	4	4	35	5	4	4
94	5	4	35	4	5	5
95	5	5	40	4	5	5
96	4	4	37	5	5	5
97	5	4	36	5	4	5
98	5	5	39	5	5	4
99	5	5	39	5	5	5
100	5	4	37	4	5	5
101	4	4	35	5	4	5
102	5	5	40	5	5	5
103	4	5	37	4	5	5
104	5	5	39	5	5	5
105	5	5	40	5	5	5

Data Mentah.sav

	Niatbeli
71	13
72	13
73	14
74	14
75	13
76	14
77	14
78	15
79	12
80	15
81	14
82	13
83	11
84	15
85	15
86	14
87	15
88	15
89	13
90	14
91	13
92	13
93	13
94	14
95	14
96	15
97	14
98	14
99	15
100	14
101	14
102	15
103	14
104	15
105	15



Data Mentah.sav

	Jeniskelamin	Usia	Pendapatan	Keterjangkauan	Kesesuaiankualitas
106	1	3	2	5	4
107	1	4	2	5	4
108	1	4	2	4	5
109	2	4	1	5	4
110	1	4	1	5	5
111	1	4	1	4	4
112	1	3	2	5	5
113	1	3	2	5	4
114	1	2	2	5	5
115	1	4	2	5	5
116	2	2	2	5	5
117	2	3	2	5	4
118	1	3	2	5	5
119	1	4	2	5	4
120	1	4	2	4	5
121	2	5	2	5	4
122	1	3	1	4	5
123	1	4	2	5	5
124	1	2	2	5	5
125	1	1	2	5	5
126	2	4	2	4	4
127	2	2	2	4	5
128	1	4	2	5	5
129	1	5	2	5	5
130	2	3	2	5	4
131	1	3	2	4	4
132	1	5	2	5	4
133	1	4	2	5	5
134	1	2	2	4	4
135	1	4	2	5	5
136	1	4	2	4	4
137	1	1	2	5	4
138	2	4	2	5	4
139	2	2	2	5	5
140	1	5	2	5	4

Data Mentah.sav

	Dayasaing	Kesesuaianmanfaat	PersepsiHarga	Kinerja	Fiturproduk
106	5	4	18	4	5
107	5	5	19	3	5
108	5	4	18	4	3
109	5	4	18	4	5
110	5	5	20	5	5
111	5	5	18	5	5
112	5	5	20	5	5
113	4	4	17	4	4
114	5	4	19	4	5
115	5	5	20	5	5
116	5	4	19	4	3
117	4	4	17	5	4
118	5	5	20	5	5
119	4	4	17	4	5
120	4	5	18	5	5
121	5	4	18	4	3
122	4	5	18	5	5
123	5	4	19	4	5
124	5	5	20	5	5
125	5	5	20	5	4
126	5	4	17	4	5
127	4	4	17	5	5
128	5	5	20	4	4
129	4	4	18	4	5
130	5	4	18	4	5
131	4	4	16	4	5
132	5	5	19	4	4
133	5	5	20	5	5
134	4	4	16	4	5
135	5	5	20	4	5
136	4	4	16	4	4
137	5	5	19	4	5
138	5	4	18	5	5
139	5	5	20	4	4
140	5	4	18	3	5

Data Mentah.sav

	Keandalan	Kesesuaiandenganspesifikas	Dayatahan	Kemampuandiperbaiki
106	5	3	4	4
107	4	5	4	5
108	4	5	5	5
109	4	5	4	5
110	4	5	4	4
111	5	5	5	5
112	4	5	5	5
113	4	5	4	5
114	5	3	4	4
115	4	4	5	5
116	4	5	4	4
117	4	5	4	4
118	4	5	4	5
119	5	3	5	4
120	4	5	4	5
121	4	5	4	5
122	4	4	5	4
123	4	5	4	4
124	5	5	4	4
125	4	4	5	4
126	4	5	5	4
127	4	5	4	4
128	5	5	4	5
129	4	5	3	4
130	4	5	4	5
131	4	5	4	4
132	4	5	5	5
133	5	5	4	4
134	4	4	4	4
135	4	5	5	5
136	4	5	4	5
137	5	4	5	4
138	4	4	5	4
139	4	5	4	4
140	4	5	4	4

Data Mentah.sav

	Keindahan	Kualitas yang dipersepsikan	Kualitas produk	Ketertarikan	Keinginan	Keyakinan
106	4	4	33	4	5	4
107	4	5	35	4	5	5
108	5	5	36	5	5	4
109	4	4	35	4	5	4
110	5	4	36	5	5	5
111	4	4	38	4	5	5
112	5	5	39	5	5	5
113	4	4	34	4	5	4
114	4	4	33	5	5	4
115	5	4	37	5	5	5
116	4	5	33	5	5	4
117	5	4	35	4	5	4
118	4	4	36	5	5	5
119	5	4	35	5	5	4
120	4	4	36	5	4	5
121	5	5	35	4	5	4
122	5	4	36	5	5	5
123	4	5	35	5	5	4
124	5	4	37	5	5	5
125	4	5	35	5	5	5
126	4	5	36	4	5	4
127	4	4	35	5	4	5
128	5	5	37	5	5	5
129	5	5	35	5	4	5
130	4	4	35	4	5	5
131	4	5	35	4	4	4
132	4	4	35	4	5	5
133	4	5	37	5	5	5
134	5	4	34	4	5	4
135	4	5	37	5	5	5
136	5	4	35	4	4	5
137	4	4	35	5	5	5
138	4	3	34	4	5	4
139	4	4	33	4	4	5
140	3	5	33	5	5	4

Data Mentah.sav

	Niatbeli
106	13
107	14
108	14
109	13
110	15
111	14
112	15
113	13
114	14
115	15
116	14
117	13
118	15
119	14
120	14
121	13
122	15
123	14
124	15
125	15
126	13
127	14
128	15
129	14
130	14
131	12
132	14
133	15
134	13
135	15
136	13
137	15
138	13
139	13
140	14



Data Mentah.sav

	Jeniskelamin	Usia	Pendapatan	Keterjangkauan	Kesesuaiankualitas
141	1	4	2	5	5
142	1	2	2	5	5
143	2	4	2	4	4
144	2	2	2	5	4
145	1	5	2	5	5
146	1	4	2	5	5
147	2	2	2	5	4
148	1	5	2	5	5
149	1	4	2	5	5



Data Mentah.sav

	Dayasaing	Kesesuaianmanfaat	PersepsiHarga	Kinerja	Fiturproduk
141	5	5	20	5	5
142	4	5	19	4	5
143	5	4	17	4	4
144	5	4	18	5	5
145	4	5	19	4	5
146	5	5	20	4	5
147	5	4	18	4	5
148	5	5	20	5	4
149	5	5	20	5	4



Data Mentah.sav

	Keandalan	Kesesuaiandenganspesifikas	Dayatahan	Kemampuandiperbaiki
141	4	5	4	5
142	5	4	3	5
143	4	5	4	4
144	4	5	4	5
145	5	4	5	4
146	4	4	5	5
147	5	4	5	4
148	5	5	4	5
149	5	5	4	4



Data Mentah.sav

	Keindahan	Kualitas yang dipersepsikan	Kualitas produk	Ketertarikan	Keinginan	Keyakinan
141	4	5	37	5	5	5
142	5	4	35	5	4	5
143	4	5	34	4	5	4
144	4	5	37	5	5	4
145	5	4	36	5	5	5
146	5	5	37	5	5	5
147	5	4	36	5	5	4
148	5	4	37	5	5	5
149	5	5	37	5	5	5



Data Mentah.sav

	Niatbeli
141	15
142	14
143	13
144	14
145	15
146	15
147	14
148	15
149	15



Lampiran 2

UJI VALIDITAS

Correlations

		Harga Sepatu Adidas terjangkau	Harga dan Kualitas Sepatu Adidas sesuai	Harga Sepatu Adidas bersaing	Harga dan Manfaat Sepatu Adidas sesuai	Persepsi Harga
Harga Sepatu Adidas terjangkau	Pearson Correlation	1	.123	.204*	.206*	.595**
	Sig. (2-tailed)		.134	.012	.012	.000
	N	149	149	149	149	149
Harga dan Kualitas Sepatu Adidas sesuai	Pearson Correlation	.123	1	.039	.440**	.664**
	Sig. (2-tailed)	.134		.639	.000	.000
	N	149	149	149	149	149
Harga Sepatu Adidas bersaing	Pearson Correlation	.204*	.039	1	.089	.524**
	Sig. (2-tailed)	.012	.639		.280	.000
	N	149	149	149	149	149
Harga dan Manfaat Sepatu Adidas sesuai	Pearson Correlation	.206*	.440**	.089	1	.706**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.280		.000
	N	149	149	149	149	149
Persepsi Harga	Pearson Correlation	.595**	.664**	.524**	.706**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	149	149	149	149	149

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

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

IBM SPSS Statistics Processor is ready | H: 457, W: 780 pt.

Correlations

		Sepatu Adidas mempunyai kinerja bagus	Sepatu Adidas mempunyai fitur yang bagus	Sepatu Adidas dapat diandalkan	Spesifikasi Sepatus Adidas untuk olahraga	Sepatu Adidas tahan lama	Sepatu Adidas dapat diperbaiki	Penampilan Sepatu Adidas menarik	Sepatu Adidas umumnya berkualitas	Kualitas Produk
Sepatu Adidas mempunyai kinerja bagus	Pearson Correlation	1	.095	.093	.072	.107	.160	.184*	.133	.517**
	Sig. (2-tailed)		.249	.261	.383	.195	.051	.025	.105	.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Sepatu Adidas mempunyai fitur yang bagus	Pearson Correlation	.095	1	.053	-.043	.037	-.083	.079	-.184*	.270**
	Sig. (2-tailed)	.249		.523	.600	.652	.313	.340	.025	.001
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Sepatu Adidas dapat diandalkan	Pearson Correlation	.093	.053	1	-.046	.240**	.145	.224**	.041	.472**
	Sig. (2-tailed)	.261	.523		.577	.003	.077	.006	.624	.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Spesifikasi Sepatus Adidas untuk olahraga	Pearson Correlation	.072	-.043	-.046	1	-.131	.250**	.153	.186*	.396**
	Sig. (2-tailed)	.383	.600	.577		.111	.002	.063	.023	.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Sepatu Adidas tahan lama	Pearson Correlation	.107	.037	.240**	-.131	1	.238**	.148	.124	.480**
	Sig. (2-tailed)	.195	.652	.003	.111		.003	.073	.131	.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Sepatu Adidas dapat diperbaiki	Pearson Correlation	.160	-.083	.145	.250**	.238**	1	.106	.298**	.566**
	Sig. (2-tailed)	.051	.313	.077	.002	.003		.196	.000	.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Penampilan Sepatu Adidas menarik	Pearson Correlation	.184*	.079	.224**	.153	.148	.106	1	.023	.521**
	Sig. (2-tailed)	.025	.340	.006	.063	.073	.196		.784	.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Sepatu Adidas pada umumnya berkualitas	Pearson Correlation	.133	-.184*	.041	.186*	.124	.298**	.023	1	.437**
	Sig. (2-tailed)	.105	.025	.624	.023	.131	.000	.784		.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.517**	.270**	.472**	.396**	.480**	.566**	.521**	.437**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149

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

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Output21 [Document21] - IBM SPSS Statistics Viewer

File Edit View Data Transform Insert Format Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

		Sepatu Adidas mempunyai kinerja bagus	Sepatu Adidas mempunyai fitur yang bagus	Sepatu Adidas dapat diandalkan	Spesifikasi Sepatu Adidas untuk olahraga	Sepatu Adidas tahan lama	Sepatu Adidas dapat diperbaiki	Penampilan Sepatu Adidas menarik	Sepatu Adidas pada umumnya berkualitas	Kualitas Produk
Sepatu Adidas mempunyai kinerja bagus	Pearson Correlation	1	.095	.093	.072	.107	.160	.184	.133	.517**
	Sig. (2-tailed)		.249	.261	.383	.195	.051	.025	.105	.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Sepatu Adidas mempunyai fitur yang bagus	Pearson Correlation	.095	1	.053	-.043	.037	-.083	.079	-.184*	.270**
	Sig. (2-tailed)	.249		.523	.600	.652	.313	.340	.025	.001
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Sepatu Adidas dapat diandalkan	Pearson Correlation	.093	.053	1	-.046	.240*	.145	.224*	.041	.472**
	Sig. (2-tailed)	.261	.523		.577	.003	.077	.006	.624	.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Spesifikasi Sepatu Adidas untuk olahraga	Pearson Correlation	.072	-.043	-.046	1	-.131	.250**	.153	.186*	.396**
	Sig. (2-tailed)	.383	.600	.577		.111	.002	.063	.023	.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Sepatu Adidas tahan lama	Pearson Correlation	.107	.037	.240*	-.131	1	.238**	.148	.124	.480**
	Sig. (2-tailed)	.195	.652	.003	.111		.003	.073	.131	.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Sepatu Adidas dapat diperbaiki	Pearson Correlation	.160	-.083	.145	.250**	.238**	1	.106	.298**	.566**
	Sig. (2-tailed)	.051	.313	.077	.002	.003		.196	.000	.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Penampilan Sepatu Adidas menarik	Pearson Correlation	.184	.079	.224*	.153	.148	.106	1	.023	.521**
	Sig. (2-tailed)	.025	.340	.006	.063	.073	.196		.784	.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Sepatu Adidas pada umumnya berkualitas	Pearson Correlation	.133	-.184*	.041	.186*	.124	.298**	.023	1	.437**
	Sig. (2-tailed)	.105	.025	.624	.023	.131	.000	.784		.000
	N	149	149	149	149	149	149	149	149	149
Kualitas Produk	Pearson Correlation	.517**	.270**	.472**	.396**	.480**	.566**	.521**	.437**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.000	

IBM SPSS Statistics Processor is ready | H: 697, W: 1164 pt.

Correlations

		Saya tertarik membeli Sepatu Adidas	Saya ingin membeli Sepatu Adidas	Saya yakin akan membeli Sepatu Adidas	Niat Beli
Saya tertarik membeli Sepatu Adidas	Pearson Correlation	1	-.164*	.339**	.685**
	Sig. (2-tailed)		.046	.000	.000
	N	149	149	149	149
Saya ingin membeli Sepatu Adidas	Pearson Correlation	-.164*	1	-.186*	.376**
	Sig. (2-tailed)	.046		.023	.000
	N	149	149	149	149
Saya yakin akan membeli Sepatu Adidas	Pearson Correlation	.339**	-.186*	1	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000	.023		.000
	N	149	149	149	149
Niat Beli	Pearson Correlation	.685**	.376**	.665**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	149	149	149	149

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

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

*Output19 [Document19] - IBM SPSS Statistics Viewer

File Edit View Data Transform Insert Format Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

Output
 Log
 Correlations
 Title
 Notes
 Active Dataset
 Correlations

```

CORRELATIONS
/VARIABLES=Ketertarikan Keinginan Keyakinan Niatbeli
/PRINT=TWOTAIL NOSIG
/MISSING=PAIRWISE.
  
```

Correlations

[DataSet1] E:\Tesis Herdi\Pasca Proposal\Data Mentah 4 11 2014.sav

Correlations					
		Saya tertarik membeli Sepatu Adidas	Saya ingin membeli Sepatu Adidas	Saya yakin akan membeli Sepatu Adidas	Niat Beli
Saya tertarik membeli Sepatu Adidas	Pearson Correlation	1	-.164	.339	.685*
	Sig. (2-tailed)		.046	.000	.000
	N	149	149	149	149
Saya ingin membeli Sepatu Adidas	Pearson Correlation	-.164	1	-.186*	.376*
	Sig. (2-tailed)	.046		.023	.000
	N	149	149	149	149
Saya yakin akan membeli Sepatu Adidas	Pearson Correlation	.339	-.186*	1	.665*
	Sig. (2-tailed)	.000	.023		.000
	N	149	149	149	149
Niat Beli	Pearson Correlation	.685**	.376**	.665**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	149	149	149	149

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).
 **. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Double-click to activate

IBM SPSS Statistics Processor is ready | H: 397, W: 654 pt.



UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

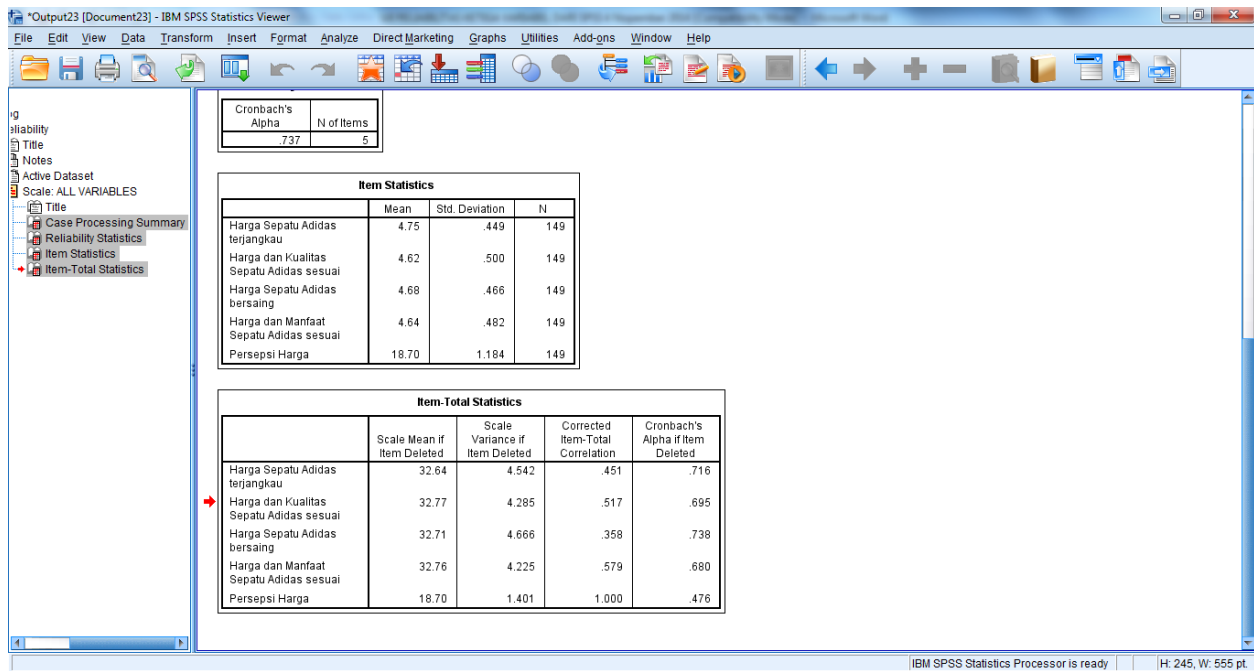
Cronbach's Alpha	N of Items
.737	5

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Harga Sepatu Adidas terjangkau	4.75	.449	149
Harga dan Kualitas Sepatu Adidas sesuai	4.62	.500	149
Harga Sepatu Adidas bersaing	4.68	.466	149
Harga dan Manfaat Sepatu Adidas sesuai	4.64	.482	149
Persepsi Harga	18.70	1.184	149

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga Sepatu Adidas terjangkau	32.64	4.542	.451	.716
Harga dan Kualitas Sepatu Adidas sesuai	32.77	4.285	.517	.695
Harga Sepatu Adidas bersaing	32.71	4.666	.358	.738
Harga dan Manfaat Sepatu Adidas sesuai	32.76	4.225	.579	.680
Persepsi Harga	18.70	1.401	1.000	.476



Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.675	9

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Sepatu Adidas mempunyai kinerja bagus	4.45	.551	149
Sepatu Adidas mempunyai fitur yang bagus	4.68	.534	149
Sepatu Adidas dapat diandalkan	4.45	.512	149
Spesifikasi Sepatus Adidas untuk olahraga	4.68	.534	149
Sepatu Adidas tahan lama	4.54	.526	149
Sepatu Adidas dapat diperbaiki	4.59	.493	149
Penampilan Sepatu Adidas menarik	4.56	.512	149
Sepatu Adidas pada umumnya berkualitas	4.54	.513	149
Kualitas Produk	36.50	1.905	149

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Sepatu Adidas mempunyai kinerja bagus	68.56	12.654	.399	.645
Sepatu Adidas mempunyai fitur yang bagus	68.32	13.706	.134	.682
Sepatu Adidas dapat diandalkan	68.56	12.938	.358	.653
Spesifikasi Sepatus Adidas untuk olahraga	68.32	13.193	.269	.664
Sepatu Adidas tahan lama	68.46	12.872	.363	.651
Sepatu Adidas dapat diperbaiki	68.42	12.636	.468	.639
Penampilan Sepatu Adidas menarik	68.45	12.749	.413	.645
Sepatu Adidas pada umumnya berkualitas	68.46	13.075	.319	.658
Kualitas Produk	36.50	3.630	1.000	.456

The screenshot shows the IBM SPSS Statistics Viewer interface. The main window displays the following statistics:

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.675	9

Item Statistics

Item	Mean	Std. Deviation	N
Sepatu Adidas mempunyai kinerja bagus	4.45	.551	149
Sepatu Adidas mempunyai fitur yang bagus	4.68	.534	149
Sepatu Adidas dapat diandalkan	4.45	.512	149
Spesifikasi Sepatus Adidas untuk olahraga	4.68	.534	149
Sepatu Adidas tahan lama	4.54	.526	149
Sepatu Adidas dapat diperbaiki	4.59	.493	149
Penampilan Sepatu Adidas menarik	4.56	.512	149
Sepatu Adidas pada umumnya berkualitas	4.54	.513	149
Kualitas Produk	36.50	1.905	149

Item-Total Statistics

Item	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Sepatu Adidas	68.56	12.654	.399	.645

The interface also shows a navigation pane on the left with the following items: Reliability Statistics, Item Statistics, and Item-Total Statistics. The status bar at the bottom indicates "IBM SPSS Statistics Processor is ready" and "H: 415, W: 555 pt."

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.665	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Saya tertarik membeli Sepatu Adidas	4.74	.456	149
Saya ingin membeli Sepatu Adidas	4.72	.451	149
Saya yakin akan membeli Sepatu Adidas	4.72	.448	149
Niat Beli	14.18	.780	149

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya tertarik membeli Sepatu Adidas	23.62	1.669	.474	.589
Saya ingin membeli Sepatu Adidas	23.64	2.109	.093	.776
Saya yakin akan membeli Sepatu Adidas	23.64	1.706	.452	.602
Niat Beli	14.18	.609	1.000	-.009 ^a

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

*Output25 [Document25] - IBM SPSS Statistics Viewer

File Edit View Data Transform Insert Format Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.665	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Saya tertarik membeli Sepatu Adidas	4.74	.456	149
Saya ingin membeli Sepatu Adidas	4.72	.451	149
Saya yakin akan membeli Sepatu Adidas	4.72	.448	149
Niat Beli	14.18	.780	149

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Saya tertarik membeli Sepatu Adidas	23.62	1.669	.474	.589
Saya ingin membeli Sepatu Adidas	23.64	2.109	.093	.776
Saya yakin akan membeli Sepatu Adidas	23.64	1.706	.452	.602
Niat Beli	14.18	.609	1.000	-.009 ^a

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

IBM SPSS Statistics Processor is ready | H: 246, W: 555 pt.



ANALISIS REGRESI BERGANDA

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 ^a	.638	.633	.473

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Persepsi Harga

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.510	2	28.755	128.793	.000 ^b
	Residual	32.597	146	.223		
	Total	90.107	148			

a. Dependent Variable: Niat Beli

b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Persepsi Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.802	.827		3.386	.001
	Persepsi Harga	.475	.035	.721	13.420	.000
	Kualitas Produk	.068	.022	.167	3.104	.002

a. Dependent Variable: Niat Beli

IBM SPSS Statistics Processor is ready | H: 171, W: 566 pt.

Output18 [Document18] - IBM SPSS Statistics Viewer

File Edit View Data Transform Insert Format Analyze Direct Marketing Graphs Utilities Add-ons Window Help

Output

- Log
- Regression
 - Title
 - Notes
 - Active Dataset
 - Variables Entered
 - Model Summary
 - ANOVA
 - Coefficients

a. Dependent Variable: Niat Beli
b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.799 ^a	.638	.633	.473

a. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Persepsi Harga

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.510	2	28.755	128.793	.000 ^b
	Residual	32.597	146	.223		
	Total	90.107	148			

a. Dependent Variable: Niat Beli
b. Predictors: (Constant), Kualitas Produk, Persepsi Harga

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.802	.827		3.386	.001
	Persepsi Harga	.475	.035	.721	13.420	.000
	Kualitas Produk	.068	.022	.167	3.104	.002

a. Dependent Variable: Niat Beli

