

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Faktor-faktor *Country of Origin* yaitu negara produksi (*country of manufacture*), merek, harga, negara perakitan (*country of assembling*) dan negara desain (*country of design*) yang paling penting dipertimbangkan konsumen dalam pembelian produk mobil adalah merek. Merek memiliki serangkaian manfaat. Konsumen tidak membeli atribut, mereka membeli manfaat. Produsen harus dapat menerjemahkan atribut menjadi manfaat fungsional maupun manfaat emosional.
2. Faktor-faktor *Country of Origin* yaitu negara produksi (*country of manufacture*), merek, harga, negara perakitan (*country of assembling*) dan negara desain (*country of design*) yang paling penting dipertimbangkan konsumen dalam dalam mempersepsikan kualitas produk mobil adalah *country of assembling* (COA). Citra negara pembuat / perakitan secara kuat dipengaruhi oleh ketenaran dan ketersediaan produk tersebut sehingga konsumen mempersepsikan kualitas produk dengan mempertimbangkan COA.
3. Produk mobil yang diproduksi Indonesia dipersepsikan berkualitas baik sedangkan Produk mobil yang diproduksi Korea memiliki minat beli yang tinggi. Produk mobil yang bermerek Toyota Kijang Inova dipersepsikan berkualitas baik dan memiliki minat beli yang tinggi, hal ini didasarkan pada

efek dari *hybrid brand*. Produk mobil yang memiliki harga 220 juta dipersepsikan berkualitas baik dan memiliki minat beli yang rendah. Hal ini disebabkan hubungan positif antara harga produk dengan kualitas produk serta hubungan negatif antara harga produk dengan minat beli. Produk mobil yang dirakit di Korea dipersepsikan berkualitas baik sedangkan produk mobil yang dirakit di Thailand memiliki minat beli yang tinggi. Hal ini dapat dijelaskan karena produk-produk otomotif negara Thailand memiliki harga jual di bawah lainnya. Produk mobil yang didesain oleh Korea dipersepsikan berkualitas baik sedangkan produk mobil yang didesain oleh Indonesia memiliki minat beli yang tinggi karena memiliki karakteristik yang disesuaikan dengan kondisi konsumen di Indonesia seperti Toyota Kijang yang merupakan mobil keluarga serta memiliki daya tampung penumpang yang besar.

5.2. Implikasi manajerial dan Saran

Implikasi dari penelitian ini ada dua yaitu secara teoritis dan secara praktis.

- a. Secara teoritis, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa faktor-faktor *country of origin* yaitu negara produksi (*country of manufacture*), merk, harga, negara perakitan (*country of assembling*) dan negara desain (*country of design*) merupakan variabel prediktor yang dapat digunakan untuk memprediksi minat beli dan persepsi kualitas produk.
- b. Implikasi secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat diimplementasikan oleh produsen terutama industri otomotif dalam mempertimbangkan strategi

dalam bersaing melalui faktor-faktor *country of origin*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa merek merupakan atribut yang dipertimbangkan konsumen dalam pembelian sehingga produsen perlu melakukan strategi merek antara lain dengan *strategic brand personality* agar sesuai hati konsumen yang menjadi sasarannya, melalui pengenalan merek (*brand awareness*) sehingga memiliki kesan tertentu terhadap merek tersebut (*brand image*). Dalam mempersepsikan kualitas produk mobil, konsumen mempertimbangkan *country of assembling* (COA) produk mobil sehingga produsen perlu memperhatikan faktor ini baik dalam promosi maupun dalam pengembangan produk. Dalam mengembangkan produk mobil, produsen dapat meningkatkan persepsi kualitas dan minat beli melalui faktor-faktor *country of origin* antarlain melalui iklan, promosi dan harga produk.

Penelitian ini tidak lepas dari beberapa keterbatasan dan kelemahan.

Keterbatasan dalam penelitian ini berupa:

- a. Persepsi responden tergantung pada pemahaman butir pertanyaan yang tercantum dalam kuesioner sehingga kemungkinan terjadi perbedaan persepsi responden dengan pengukuran yang bersifat *self reported* sehingga kemungkinan terjadi *leniency bias*.
- b. Kuesioner yang dirancang dengan jumlah 16 kartu mungkin menimbulkan kesulitan konsumen dalam menjawab karena sifat konsumen yang indeferen.
- c. Keterbatasan lain dalam penelitian ini adalah penggunaan produk *high involvement* khususnya mobil sehingga tidak dapat digeneralisasi untuk jenis produk lainnya.

Kelemahan dari penelitian ini yaitu penelitian ini hanya dilakukan survei melalui kuesioner tanpa dilengkapi dengan metode pengumpulan data lainnya untuk keakuratan data yang diteliti seperti wawancara untuk mencegah kesalahan persepsi. Peneliti memberikan saran agar penelitian selanjutnya dapat juga mengembangkan perspektif yang diteliti lebih luas lagi misalnya membandingkan produk yang berbeda jenis seperti produk otomotif dengan produk elektronik.



DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David. (1996), *Building Strong Brands*, The Free Press: New York.
- Ahmed, Sadrudin A. & Astous Alain. (1996). *Comparison of country-of-origin effects on household and organizational buyers' product perceptions*. European Journal of Marketing, Vol. 29 No. 3, 1995, pp. 35-51
- Agbonifoh, BA & Elimimian JU. (1999). *Attitudes Of Developing Countries Towards Country Of Origin Products In An Era Of Multiple Brands*. Journal of international consumer marketing vol 11 (4)
- Al-Shulaiti, Khalid I, and Baker, Michael J. (1998). *Country of Origin Effects : a literature review*. *Marketing Intelligence and Planning*. 16/3:150-199
- Billkey, Warren J. and Eric Nes. (1982). *Country of Origin Effects on Product Evaluations*. Journal of International Business Studies, Spring/Summer, 8:89-99
- Chao, Paul. (1992). *Partitioning Country Of Origin Effects: Consumer Evaluations Of A Hybrid Product*. Journal Of International Business Studies
- Czinkota, Michael R and Ronkainen, Ilkha. (1996). *A. Global Marketing. International Edition*. USA. The Drye Press.
- Durianto, Darmadi, et.al. (2004), *Brand Equity Ten*, Gramedia Pusaka Utama: Jakarta.
- Engel, James F, Blackwell, Roger D, and Miniard, Paul W. (1995). *Consumer Behaviour 8th Editions*. The Dryden Press.
- Ettenson, Richard and Gary, Goeth, (1991). *Commentary: consumers' Perception of Hybrid (Bi-National) Products*. Journal of Consumer Marketing, Vol. 8 No. 44 Fall
- Granzin, K.L. & Painter J.J.(2001). *Motivational Influences On Buy Domestic Purcahsing: Marketing Management Implications From Study Of Two Nations*. Journal Of International Marketing Vol 9 No2, Pp 73-96
- Hamin, and Elliot G. 2006. *A Less-developed Country Perspective of Consumer Ethnocentrism And "Country Of Origin' Effect: Indonesian Evidence*. Asia Pacific Journal of Marketing. Vol 18 No 2, 79-92

- Han, C, and Vern Tepstra. (1988). *Country of Origin Effects for Uni-nationals and Binational Products*. Journal of International Business Studies, 235 – 56
- Hair, Joseph. F, Jr, Andersson, Roplph. E, Tatham, Ronald. L, and Black, William. C. (1998). *Multivariate Data Analysis*. 5th Edition. Prentice-Hall International, Inc.,
- Hair, Joseph. F, Jr, Andersson, Roplph. E, Tatham, Ronald. L, and Black, William. C. (2006). *Multivariate Data Analysis*. 6th Edition. Prentice-Hall International, Inc.,
- Haubl, Gerald. 2006. *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 18 No 2, 79-92
- Keegan, Warren. J., Sandra, Emoriaty, and Thomas R. Duncan. (1995). *International Marketing Review*. New Jersey. Prentice Hall Inc.
- Knight Gary A. (1999). *Consumer preferences for foreign and domestic products*. Journal Of Consumer Marketing, VOL. 16 NO. 2 1999, pp. 151-162
- Kotler, Philip., 2006, *Marketing Management*, Millennium Edition, New Jersey : Prentice Hall International, Inc.
- Loundon, David. L, and Albert J. Della Bitta. (1993). *Consumer Behaviour*. 5th Edition. Upper Saddle River. New Jersey. Prentice Hall Inc.
- Nebenzahl, Israel D. and Jaffe, Eugene D. (1996). Measuring the joint effect of brand and country image in consumer evaluation of global products *International Marketing Review*, Vol. 13 No. 4
- Okechuku, Chike. (1994). *The Importance of Product Country of Origin: A Conjoint Analysis of The United States, Canada, Germany and The Netherlands*. European Journal of Marketing. Vol. 28. No. 24. 5 – 19
- Okechuku, Chike and Onyemah, Vincent. (1999). *Nigerian Consumer Attitudes Towards Foreign and Domestic Product*, Journal of International Business Studies, 611-22
- Peter, Paul J., and Jerry C. Olson. (2002). *Consumer Behaviour and Marketing Strategy*. 6th Edition. Mc Graw Hill

Roth, Martin S and Romeo, Jean B. (1992). *Matching Product Category And Country Image Perceptions: A Framework For Managing Country of Origin Effects*. Journal of International Business Studies. January, 3:477-497

Samiee, Saeed. (1994). *Customer Evaluations of Product in Global Market*. Journal of International Business Studies, 579-04

Simamora, Bilson. (2003), *Aura Merek: 7 Langkah Membangun Merek yang Kuat*, Jakarta.

Tejstra, Vern, and Ravi, Sarathy. (1994). *International Marketing*. New York: Dryden Press.

Thakor, M.V. and Katsanis.L.P. (1997). *A Model of Brand and Country Effects on Quality Dimemions: Issues and Implications*. Journal of International Consumer Marketing, 9(3)

Tse, David K. and Gerald J. Gorn. (1993). *An Experiment on The Salience of Country of Origin in an Era of Global Brands*. Journal of International Marketing, 1(1):57-76

Wells, William. D., and Prensky, David. (1995). *Consumer Behaviour*. USA, Mc Graw Hill.

Bahasa Program *Full Factorial Design*

orthoplan

/factors=

Com 'com mobil' ('Indonesia' 'Korea' 'Thailand')

Merek 'merek mobil' ('Toyota Kijang Inova' 'Honda Stream' 'Hyundai Trajet'

'Chevrolet Blazer')

harga 'harga mobil' ('180juta' '200juta' '220juta')

coa 'coa mobil' ('Indonesia' 'Korea' 'Thailand')

cod 'cod mobil' ('Indonesia' 'Jepang' 'Amerika' 'Korea')

/holdout=0.

save outfile='car.sav'.



Kepada Yth
Bapak/Ibu/Saudara/i
Di
Tempat

Dengan hormat,

Bersama surat ini saya mahasiswa Pasca Sarjana Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang menempuh Tesis bermaksud mengadakan penelitian untuk memenuhi tugas akhir.

Sehubungan dengan itu, saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i untuk mengisi daftar pertanyaan terlampir yang akan menjadi data penelitian saya. Data yang diperoleh dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk penelitian ini. Oleh karena itu mohon semua diisi dan dijawab.

Atas kesediaan Bapak/Ibu/Saudara/i dalam mengisi angket ini saya mengucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Meiyana Dwi Prasetya

KUESIONER

IDENTITAS RESPONDEN

Petunjuk Pengisian :

Pilihlah dengan menggunakan tanda silang (X) pada pilihan dibawah ini :

- 1) Usia : 22-30 tahun
31-44 tahun
45-55 tahun
56-65 tahun
- 2) Pendidikan : Akademi (D1, D2, D3)
Perguruan Tinggi (S1, S2, S3)
- 3) Pekerjaan : Pelajar/mahasiswa
Pegawai negeri
Pegawai swasta
Wiraswasta
Lain-lain
- 4) Pendapatan : < Rp. 4.000.000,00/bulan
Rp. 4.100.000,00 -- Rp. 6.000.000,00/bulan
Rp. 6.100.000,00 – Rp. 8.000.000,00/bulan
Rp. 8.100.000,00 – Rp.10.000.000,00/ bulan
≥ Rp. 10.100.000,00/bulan

Bagaimana penilaian Bapak/Ibu mengenai karakteristik produk mobil dibawah ini?

Karakteristik Mobil sebagai berikut:

Merek : Honda Stream
Negara produksi : Korea
Negara perakitan : Thailand
Negara perancang : Indonesia
Harga : Rp 200.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

Karakteristik Mobil sebagai berikut:

Merek : Chevrolet Blazer
Negara produksi : Korea
Negara perakitan : Korea
Negara perancang : Amerika
Harga : Rp 220.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

Karakteristik Mobil sebagai berikut:

Merek : Honda Stream
Negara produksi : Indonesia
Negara perakitan : Korea
Negara perancang : Jepang
Harga : Rp 220.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

Karakteristik Mobil sebagai berikut:

Merek : Hyundai Trajet
Negara produksi : Thailand
Negara perakitan : Indonesia
Negara perancang : Indonesia
Harga : Rp 220.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

Karakteristik Mobil sebagai berikut:

Merek : Toyota Kijang Inova
Negara produksi : Indonesia
Negara perakitan : Korea
Negara perancang : Indonesia
Harga : Rp 180.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

Karakteristik Mobil sebagai berikut:

Merek : Chevrolet Blazer
Negara produksi : Indonesia
Negara perakitan : Indonesia
Negara perancang : Korea
Harga : Rp 200.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

Karakteristik Mobil sebagai berikut:

Merek : Toyota Kijang Inova
Negara produksi : Thailand
Negara perakitan : Korea
Negara perancang : Amerika
Harga : Rp 200.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

Karakteristik Mobil sebagai berikut:

Merek : Hyundai Trajet
Negara produksi : Indonesia
Negara perakitan : Thailand
Negara perancang : Amerika
Harga : Rp 180.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

Karakteristik Mobil sebagai berikut:

Merek : Hyundai Trajet
Negara produksi : Indonesia
Negara perakitan : Korea
Negara perancang : Jepang
Harga : Rp 200.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

Karakteristik Mobil sebagai berikut:

Merek : Hyundai Trajet
Negara produksi : Korea
Negara perakitan : Korea
Negara perancang : Korea
Harga : Rp 180.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

Karakteristik Mobil sebagai berikut:

Merek : Chevrolet Blazer
Negara produksi : Thailand
Negara perakitan : Thailand
Negara perancang : Jepang
Harga : Rp 180.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

Karakteristik Mobil sebagai berikut:

Merek : Toyota Kijang Inova
Negara produksi : Korea
Negara perakitan : Indonesia
Negara perancang : Jepang
Harga : Rp 180.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

Karakteristik Mobil sebagai berikut:
Merek : Toyota Kijang Inova
Negara produksi : Indonesia
Negara perakitan : Thailand
Negara perancang : Korea
Harga : Rp 220.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

Karakteristik Mobil sebagai berikut:
Merek : Honda Stream
Negara produksi : Thailand
Negara perakitan : Korea
Negara perancang : Korea
Harga : Rp 180.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

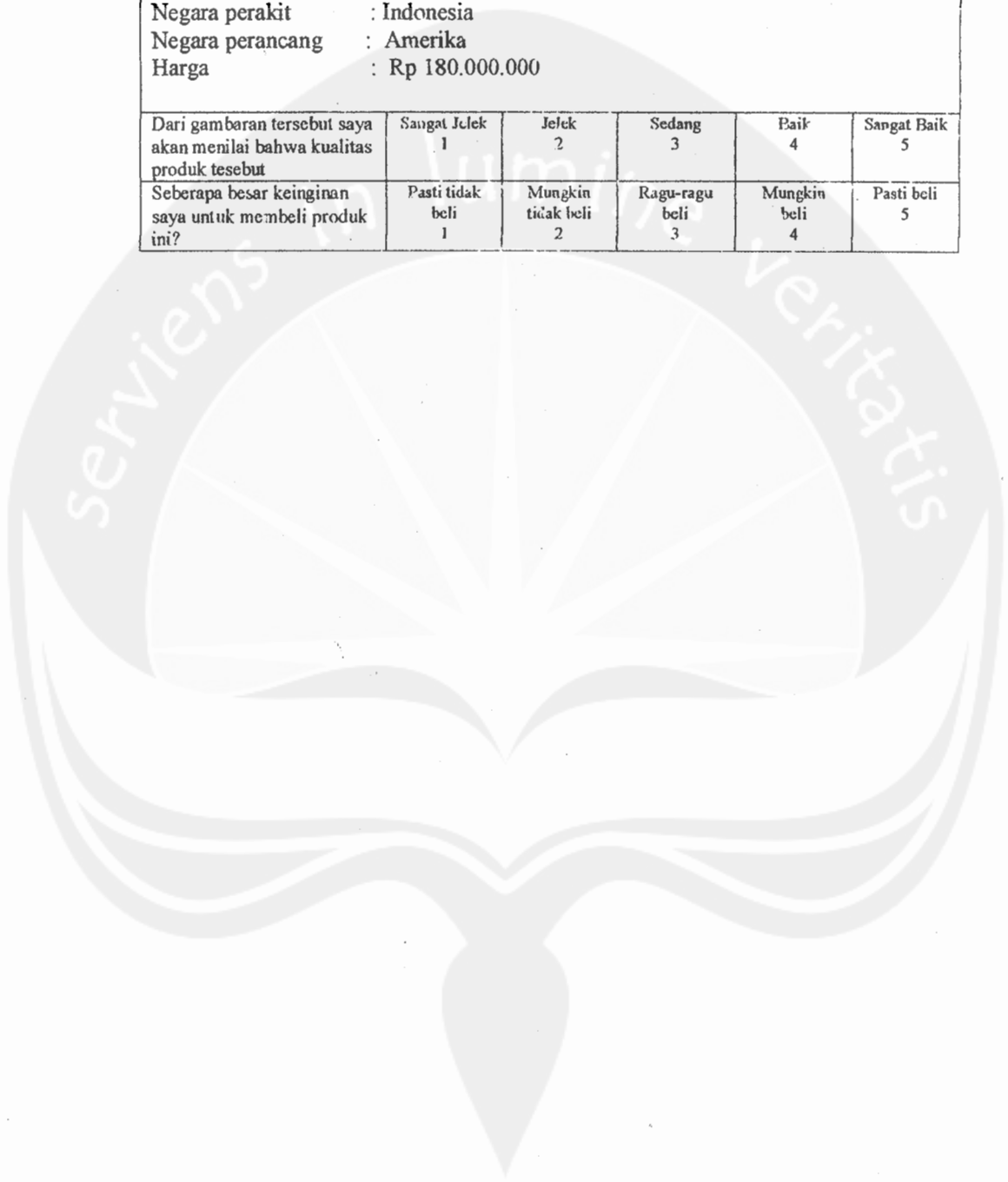
Karakteristik Mobil sebagai berikut:
Merek : Chevrolet Blazer
Negara produksi : Indonesia
Negara perakitan : Korea
Negara perancang : Indonesia
Harga : Rp 180.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5

Karakteristik Mobil sebagai berikut:

Merek : Honda Stream
Negara produksi : Indonesia
Negara perakitan : Indonesia
Negara perancang : Amerika
Harga : Rp 180.000.000

Dari gambaran tersebut saya akan menilai bahwa kualitas produk tersebut	Sangat Jelek 1	Jelek 2	Sedang 3	Baik 4	Sangat Baik 5
Seberapa besar keinginan saya untuk membeli produk ini?	Pasti tidak beli 1	Mungkin tidak beli 2	Ragu-ragu beli 3	Mungkin beli 4	Pasti beli 5



GAMBAR MOBIL



TOYOTA KIJANG INOVA



HONDA STREAM

GAMBAR MOBIL



CHEVROLET BLAZER



HYUNDAI TRAJET

Data Responden

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

Data Responden

Resp	Kualitas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
41	3	2	3	2	2	3	2	4	3	2	2	2	4	3	2	1
42	3	3	3	3	2	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	2
43	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	2	2	4	2	2	2
44	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	3	2	4	2	2	2
45	2	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4	2	2	3
46	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	2	2	4	2	2	2
47	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	4	2	2	2
48	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	2	4	2	2	2
49	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	2	2	4	2	2	3
50	2	3	2	2	2	3	3	3	3	3	2	3	4	2	3	2
51	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	3	1
52	2	3	2	2	3	3	2	3	3	2	3	3	4	2	3	2
53	2	2	3	2	3	3	3	4	2	3	3	3	5	3	3	2
54	2	2	2	4	4	4	4	3	3	3	3	3	4	2	3	3
55	2	4	4	4	4	2	4	4	3	2	3	3	4	3	3	3
56	2	2	4	4	4	2	2	4	3	2	2	2	4	2	2	3
57	2	4	2	4	4	2	2	4	3	2	2	2	5	2	3	1
58	4	4	4	2	2	2	2	4	3	3	3	3	5	3	3	2
59	4	4	4	2	2	4	2	4	3	2	2	3	4	3	3	2
60	4	2	4	2	3	2	2	4	3	2	2	2	4	2	2	3
61	2	2	2	3	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	2
62	2	2	2	3	3	2	3	4	3	2	2	2	4	2	3	1
63	2	2	2	3	2	3	3	4	3	2	2	3	5	3	3	2
64	4	4	2	2	2	3	3	4	3	2	2	2	4	2	3	2
65	4	4	4	3	2	3	3	4	3	2	2	3	5	3	3	2
66	4	4	4	3	2	2	2	4	3	2	2	3	5	3	3	2
67	4	4	4	2	2	2	2	3	3	2	3	3	4	2	3	1
68	4	2	2	3	2	2	3	4	3	2	2	2	4	2	2	2
69	4	2	2	2	2	3	2	4	3	3	2	3	4	2	3	2
70	2	4	2	3	3	2	3	4	2	2	2	2	4	2	2	2
71	4	4	4	3	2	3	3	4	3	2	2	3	4	2	2	1
72	2	2	4	3	2	3	3	4	3	2	2	2	5	3	3	2
73	2	2	4	3	3	3	3	3	3	2	2	2	4	2	2	1
74	4	2	2	2	2	2	2	4	3	2	2	2	4	2	2	2
75	4	2	4	3	2	2	2	4	2	2	2	2	4	2	3	2
76	4	4	2	2	2	3	3	3	3	2	2	2	5	2	2	2
77	4	4	4	2	2	2	3	3	3	3	2	3	4	2	2	2
78	4	4	4	2	2	2	2	4	3	2	2	4	4	2	2	2
79	4	4	4	3	4	4	4	3	4	2	2	4	4	3	2	1
80	4	2	2	3	4	4	2	3	3	4	2	4	4	2	3	2

Data Responden

Resp	Kualitas															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
81	4	4	4	3	4	4	2	4	4	4	2	2	4	2	3	2
82	2	2	2	2	3	2	2	3	3	4	4	4	5	3	3	3
83	2	2	2	2	3	2	2	3	3	3	2	2	5	2	2	3
84	3	3	3	2	2	3	2	4	3	2	2	3	5	2	2	2
85	2	3	2	3	3	3	2	4	3	3	3	3	5	3	2	3
86	2	3	2	2	2	3	2	4	3	3	3	2	4	2	2	2
87	2	3	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	4	2	2	1
88	3	3	3	2	2	2	2	3	3	2	2	3	4	2	3	2
89	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	2	2	4	2	2	2
90	3	3	3	2	2	2	2	4	3	2	2	2	4	2	2	1
91	3	2	2	1	2	2	2	3	3	1	1	1	3	1	2	2
92	4	2	4	2	2	3	3	4	3	3	2	3	4	2	3	2
93	4	4	2	2	2	4	2	4	3	2	4	4	5	2	3	2
94	4	4	2	3	2	4	2	3	2	2	2	2	4	3	3	2
95	2	4	4	2	2	2	2	4	3	2	4	4	4	3	2	2
96	2	4	4	2	4	4	4	4	3	2	2	4	4	2	2	3
97	3	3	2	2	2	2	2	4	3	2	2	4	4	2	2	2
98	3	3	2	3	2	3	2	4	3	2	3	2	4	2	2	2
99	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	2	3	5	3	3	2
100	3	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	4	3	3	3
101	2	2	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	4	2	3	2
102	3	2	3	3	3	2	3	4	3	2	2	3	4	2	3	2

Data Responden

Resp	Minat Beli															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
1	3	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2	5	2	4	2	2
2	3	2	2	2	5	2	2	2	2	4	2	5	2	2	2	2
3	3	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2	5	3	2	2	2
4	2	1	2	2	4	1	1	1	1	3	2	4	3	3	2	4
5	3	4	2	4	5	2	4	4	2	3	2	3	2	3	3	2
6	3	2	2	3	4	2	2	2	4	2	2	4	2	4	2	2
7	2	2	2	4	5	4	2	2	2	4	3	4	2	2	2	3
8	3	2	2	2	4	2	3	2	3	2	2	4	3	2	2	2
9	3	3	3	3	5	2	3	2	2	2	2	3	4	2	4	2
10	2	2	2	2	4	2	3	2	2	2	2	4	2	2	2	2
11	2	2	2	2	5	2	4	2	1	2	4	4	3	2	2	2
12	3	2	4	1	4	1	2	1	1	2	2	4	3	3	2	4
13	2	1	4	1	5	1	2	4	2	2	2	5	3	3	3	2
14	2	4	2	2	4	1	2	2	2	3	2	4	3	2	2	2
15	2	4	2	4	5	2	4	2	4	2	3	4	3	2	3	2
16	3	2	2	2	4	2	2	2	2	3	3	4	2	2	2	2
17	2	3	2	2	5	3	3	3	2	3	2	3	3	3	2	3
18	3	2	2	4	4	2	2	2	2	4	3	3	2	2	2	2
19	3	2	2	4	5	2	4	2	3	2	3	4	2	2	2	2
20	2	1	1	2	5	1	2	4	4	3	3	4	3	3	3	2
21	3	2	3	4	5	3	2	3	3	3	2	4	2	3	2	3
22	3	1	3	2	5	2	1	2	3	2	3	4	2	2	2	2
23	3	1	3	2	5	1	1	2	3	2	2	3	2	2	2	2
24	3	2	2	4	4	4	1	2	2	2	2	5	4	2	2	3
25	3	4	4	4	4	2	2	2	2	2	4	4	2	2	3	2
26	2	2	2	2	4	3	3	3	2	3	2	4	2	2	2	3
27	2	2	2	1	5	1	2	3	4	3	4	4	2	3	4	4
28	3	1	4	1	5	1	2	4	4	4	3	3	2	3	3	2
29	3	4	2	2	4	1	2	2	2	2	3	4	2	3	3	2
30	4	2	2	1	5	4	3	4	1	3	3	5	2	2	3	3
31	2	2	1	1	5	2	2	2	3	2	2	4	2	2	2	2
32	3	2	4	1	4	2	3	2	3	2	2	4	2	2	2	2
33	3	3	2	3	5	3	3	2	2	2	2	4	4	2	2	3
34	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	2	3	3
35	3	3	3	3	5	3	3	2	2	3	2	4	2	2	2	3
36	3	2	2	2	4	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	3
37	2	2	2	1	5	1	2	2	2	3	2	3	2	2	3	4
38	2	1	2	1	4	1	2	4	3	2	3	3	2	4	2	2
39	2	4	4	2	5	1	2	2	2	4	2	3	2	2	2	2
40	3	2	2	1	4	2	2	4	4	2	2	4	3	2	2	2

Data Responden

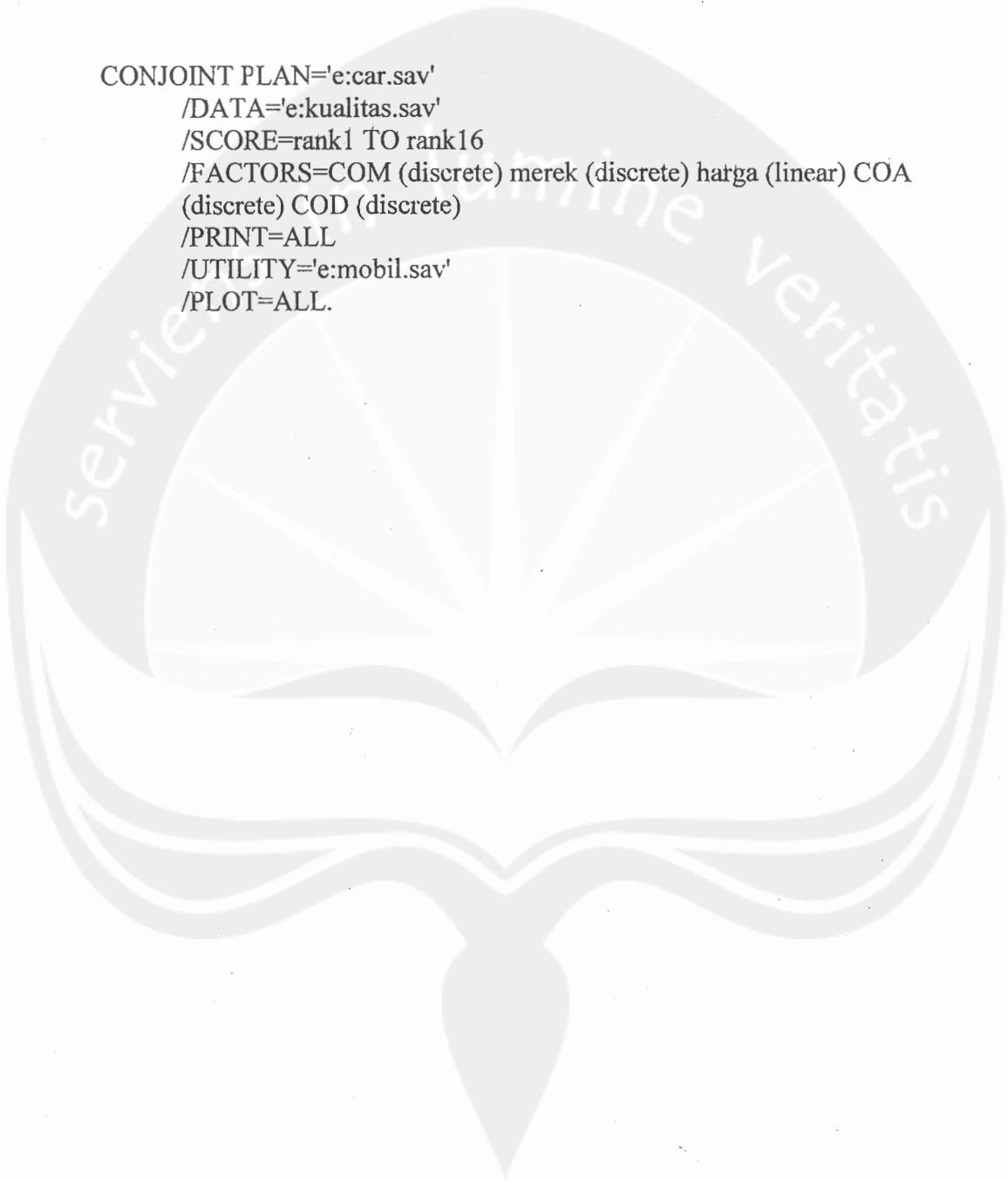
Resp	Minat Beli															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
41	3	1	1	2	5	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
42	3	1	1	1	4	2	2	3	1	2	4	3	2	2	2	2
43	3	1	2	4	5	2	2	2	1	2	2	3	2	2	2	2
44	3	2	2	1	4	2	2	2	2	2	2	5	2	4	2	2
45	2	4	4	1	5	4	4	2	4	4	3	4	2	2	2	3
46	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	3	3	2	2	2
47	3	2	2	1	5	1	2	2	2	2	2	3	2	2	2	4
48	3	1	2	1	4	1	2	2	2	2	2	3	4	2	2	2
49	3	4	2	2	5	1	2	2	2	2	4	3	2	2	2	2
50	2	2	4	2	5	4	4	2	2	3	2	4	2	2	3	3
51	2	1	1	2	5	2	4	4	4	3	3	4	3	2	3	2
52	2	1	1	1	5	2	2	2	2	3	3	4	2	3	3	2
53	3	1	2	4	5	2	3	2	3	4	2	3	2	3	3	2
54	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	2	3	2	3	3	3
55	2	4	2	2	4	2	3	4	2	2	3	3	2	2	3	2
56	2	4	2	3	4	2	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2
57	2	1	1	2	5	2	2	4	3	4	2	3	2	3	3	2
58	3	1	1	1	4	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2
59	3	1	2	4	4	2	2	2	2	2	2	3	4	2	3	2
60	3	3	2	2	5	2	2	2	3	2	4	4	2	2	2	2
61	2	1	4	2	4	2	1	2	4	3	2	5	2	2	3	2
62	2	1	4	3	4	1	1	2	3	2	2	4	2	3	3	2
63	2	2	4	2	5	4	1	2	4	2	2	4	2	4	2	3
64	3	2	4	2	5	4	4	2	2	4	2	4	2	2	2	3
65	3	2	2	2	4	4	4	4	4	2	2	4	3	2	2	3
66	3	1	2	2	5	2	1	2	2	3	2	5	3	3	3	2
67	3	1	2	1	4	1	1	2	2	3	3	3	2	2	3	2
68	3	2	4	2	5	4	1	2	2	2	2	4	4	2	2	3
69	3	2	3	2	4	3	2	2	3	2	4	5	2	2	3	3
70	3	1	4	3	5	2	1	2	3	3	2	4	2	2	2	2
71	3	1	2	2	4	1	1	2	2	3	2	4	2	3	2	2
72	2	2	2	2	5	4	1	2	4	2	2	4	3	3	3	3
73	2	1	1	2	5	2	4	4	4	2	2	4	2	2	2	2
74	3	1	1	1	5	2	2	2	1	2	2	4	2	2	2	2
75	3	1	2	4	3	2	2	3	2	2	2	4	2	3	3	2
76	3	2	3	2	5	3	3	2	1	2	4	4	2	2	2	4
77	3	2	2	2	5	2	3	2	1	2	2	4	2	2	2	2
78	3	2	2	2	5	2	2	2	2	2	2	5	2	2	2	2
79	3	1	1	2	5	2	3	4	4	3	2	5	3	2	2	3
80	3	1	1	1	5	2	2	4	2	3	2	4	2	2	3	2

Data Responden

Resp	Minat Beli															
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16
81	3	1	2	4	5	2	2	3	3	2	2	4	2	3	3	2
82	2	4	4	4	4	2	2	1	2	2	2	4	4	2	3	2
83	2	4	4	4	4	2	2	1	4	2	4	4	2	2	2	2
84	3	2	2	2	4	3	2	2	2	3	2	3	2	2	2	4
85	2	4	4	2	4	4	2	4	2	3	3	4	3	3	2	2
86	2	1	4	2	4	2	1	2	2	2	3	4	2	2	2	2
87	2	1	4	4	4	1	1	2	2	2	3	4	2	2	2	2
88	3	2	2	3	4	4	1	2	2	3	2	4	2	2	3	2
89	3	2	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3
90	3	1	1	2	4	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	2
91	3	1	1	1	4	2	1	1	1	4	4	4	4	4	2	2
92	3	1	2	4	4	2	4	2	4	3	2	3	2	2	3	2
93	3	2	3	2	5	3	2	2	2	3	3	4	2	3	3	3
94	3	2	4	4	4	4	2	4	2	2	2	3	2	4	2	2
95	2	2	2	2	5	2	2	2	3	4	3	4	2	2	2	2
96	2	3	2	3	4	3	3	2	3	2	2	4	3	2	2	3
97	3	2	4	2	5	2	2	2	3	3	2	3	2	3	2	2
98	3	2	4	2	4	4	2	3	3	2	3	4	2	2	2	3
99	2	1	2	1	5	2	4	4	2	3	2	4	3	3	3	4
100	3	3	4	2	4	2	3	3	3	2	2	4	3	3	3	2
101	3	2	3	1	5	1	2	3	2	2	2	4	2	2	3	2
102	3	1	2	1	5	1	2	2	2	3	2	3	2	2	3	3

Bahasa Program Conjoint Persepsi Kualitas

```
CONJOINT PLAN='e:car.sav'  
  /DATA='e:kualitas.sav'  
  /SCORE=rank1 TO rank16  
  /FACTORS=COM (discrete) merek (discrete) harga (linear) COA  
  (discrete) COD (discrete)  
  /PRINT=ALL  
  /UTILITY='e:mobil.sav'  
  /PLOT=ALL.
```



Bahasa Program Conjoint Minat Beli

```
CONJOINT PLAN='e:car.sav'  
/DATA='e:beli.sav'  
/SCORE=rank1 TO rank16  
/FACTORS=COM (discrete) merek (discrete) harga (linear) COA  
(discrete) COD (discrete)  
/PRINT=ALL  
/UTILITY='e:mobil.sav'  
/PLOT=ALL.
```



Persepsi Kualitas

Conjoint Analysis

[DataSet0]

Warnings

All factors are orthogonal.
No reversals occurred.

Model Description

	N of Levels	Relation to Ranks or Scores
Com	3	Discrete
Merek	4	Discrete
harga	3	Linear
coa	3	Discrete
cod	4	Discrete

Utilities

		Utility Estimate	Std. Error
Com	Indonesia	.275	.107
	Korea	-.038	.126
	Thailand	-.237	.126
Merek	Toyota Kijang Inova	.211	.139
	Honda Stream	-.178	.139
	Hyundai Trajet	.153	.139
	Chevrolet Blazer	-.186	.139
coa	Indonesia	-.153	.107
	Korea	.513	.126
	Thailand	-.355	.126
cod	Indonesia	-.169	.139
	Jepang	-.056	.139
	Amerika	.047	.139
	Korea	.177	.139
harga	180juta	.257	.097
	200juta	.515	.194
	220juta	.772	.291
(Constant)		2.216	.191

Importance Values

Com	19.424
Merek	15.056
coa	32.900
cod	13.104
harga	19.517

Averaged Importance Score

Coefficients

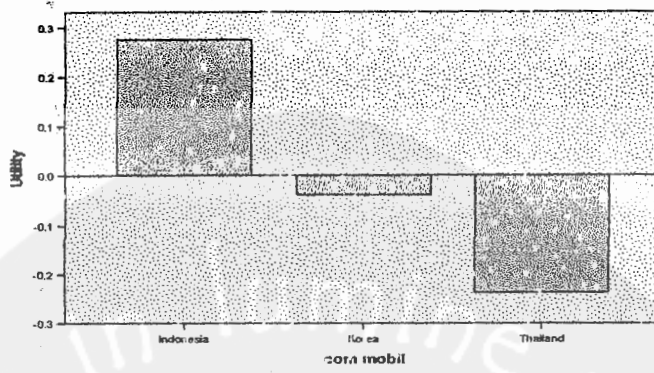
	B
	Estimate
harga	.257

Correlations^a

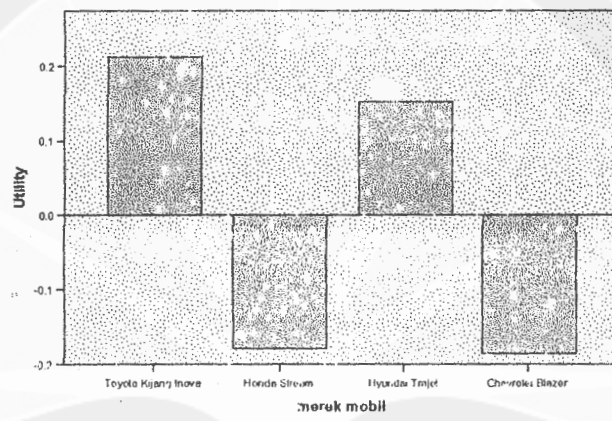
	Value	Sig.
Pearson's R	.952	.000
Kendall's tau	.728	.000

a. Correlations between observed and estimated preferences

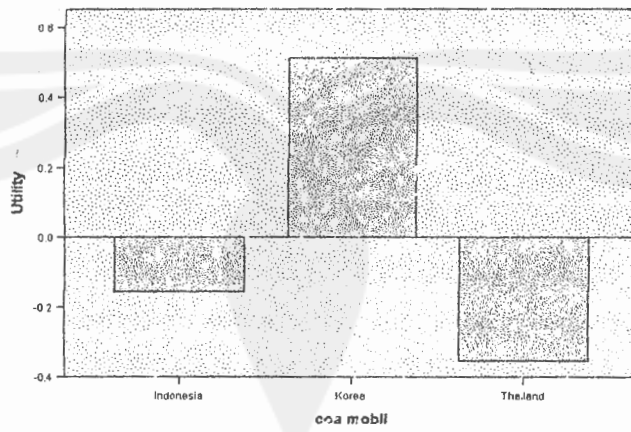
Summary Utilities



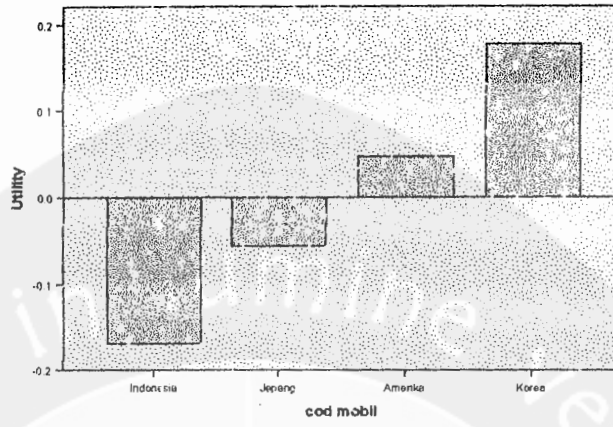
Summary Utilities



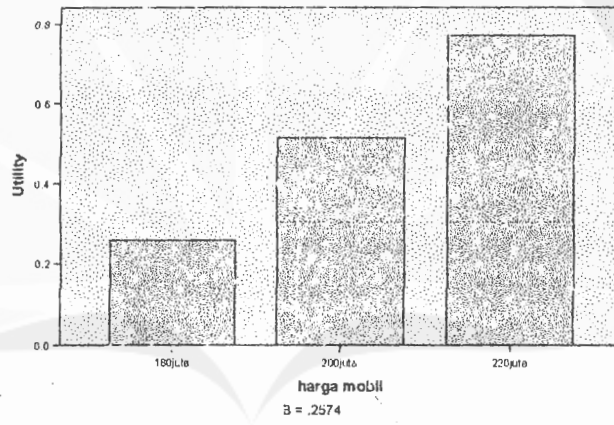
Summary Utilities



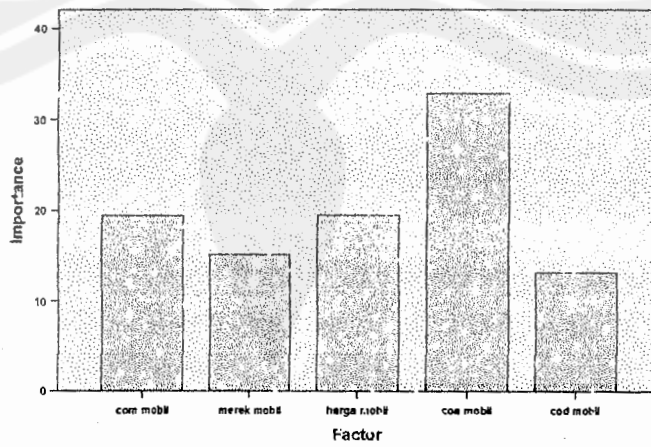
Summary Utilities



Summary Utilities



Importance summary



Minat Beli

Conjoint Analysis

[DataSet0]

Warnings

All factors are orthogonal.
No reversals occurred.

Model Description

	N of Levels	Relation to Ranks or Scores
Com	3	Discrete
Merek	4	Discrete
harga	3	Linear
coa	3	Discrete
cod	4	Discrete

Utilities

		Utility Estimate	Std. Error
Com	Indonesia	.076	.170
	Korea	.168	.200
	Thailand	-.244	.200
Merek	Tcyota Kijang Inova	.649	.221
	Honda Stream	-.126	.221
	Hyundai Trajet	-.167	.221
	Chevrolet Blazer	-.334	.221
coa	Indonesia	.033	.170
	Korea	-.115	.200
	Thailand	.081	.200
cod	Indonesia	.352	.221
	Jepang	.193	.221
	Amerika	-.322	.221
	Korea	-.224	.221
harga	180juta	-.315	.154
	200juta	-.631	.308
	220juta	-.946	.462
(Constant)		3.125	.304

Importance Values

Com	14.222
Merek	33.946
coa	6.772
cod	23.280
harga	21.779

Averaged Importance Score

Coefficients

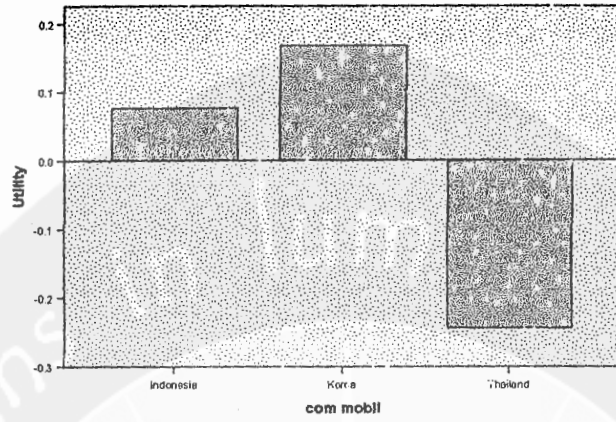
	B
	Estimate
harga	-.315

Correlations^a

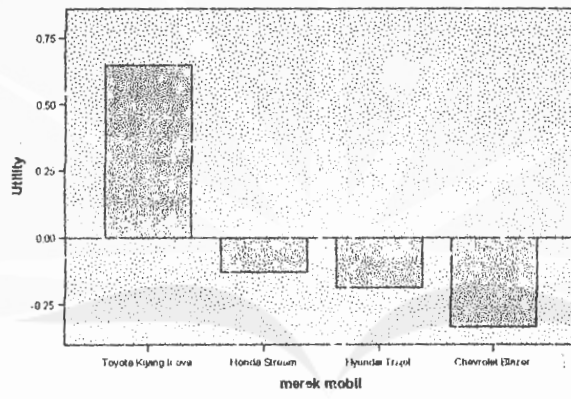
	Value	Sig.
Pearson's R	.912	.000
Kendall's tau	.581	.001

a. Correlations between observed
and estimated preferences

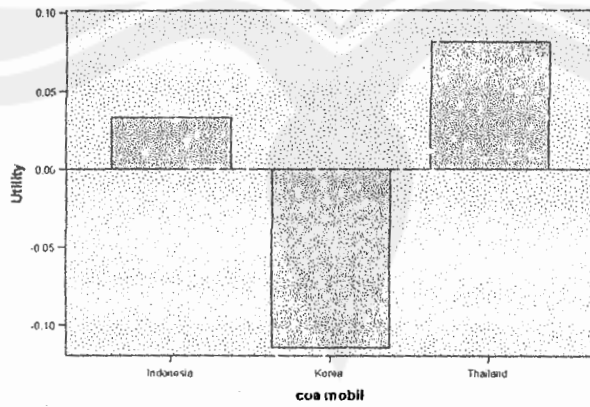
Summary Utilities



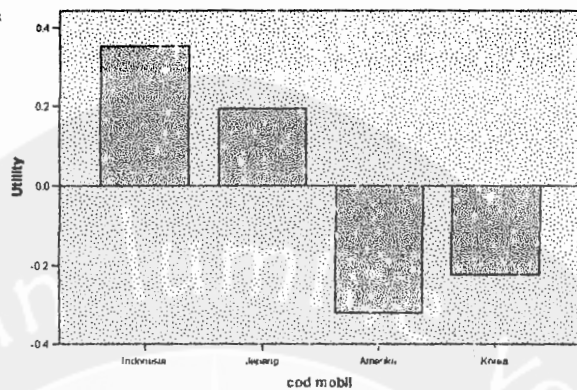
Summary Utilities



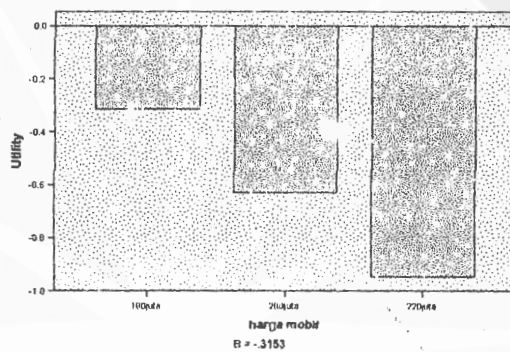
Summary Utilities



Summary Utilities



Summary Utilities



Importance summary

