

## **BAB V**

### **PENUTUP**

Pada bab lima ini penulis mengambil kesimpulan dan saran yang diajukan bagi pihak-pihak yang berkepentingan. Kesimpulan dan saran tersebut adalah sebagai berikut:

#### **5.1. Kesimpulan**

##### **1. Karakteristik responden:**

Hasil analisis deskriptif diketahui bahwa semua responden (100%) pernah melakukan pembelian produk jam tangan merek palsu, dimana konsumen wanita (81%) yang bekerja sebagai pegawai swasta (47,6%) dengan penghasilan kurang dari Rp 5.000.000 (74%) dan berusia antara 20 sampai 34 tahun (51,9%) adalah konsumen yang paling banyak membeli produk jam tangan merek palsu.

##### **2. Hasil analisis mean aritmatik:**

Hasil analisis mean aritmatik diketahui bahwa konsumen memiliki penilaian yang baik pada makna simbolik, manfaat fungsional dan harga dari produk merek palsu. Konsumen memiliki moralitas yang baik dan memiliki niat beli ulang yang tinggi pada produk merek palsu. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki kesediaan melakukan pembelian produk merek palsu dengan mengindahkan mana simbolik dan moralitas karena mengharapkan manfaat fungsional dan harga dari produk merek palsu tersebut.

**3. Pengaruh makna simbolik, manfaat fungsional dan harga terhadap niat beli ulang:**

- a. Makna simbolik, manfaat fungsional dan harga secara signifikan mampu memprediksi perubahan niat beli ulang pada produk jam tangan merek palsu. Makna simbolik, manfaat fungsional dan harga secara simultan mampu memprediksi 64,2% perubahan niat beli ulang.
- b. Makna simbolik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli ulang konsumen pada jam tangan merek palsu.
- c. Manfaat fungsional memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli ulang konsumen pada jam tangan merek palsu.
- d. Harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli ulang konsumen pada jam tangan merek palsu.

**4. Pengaruh makna simbolik terhadap niat beli ulang dengan moralitas sebagai variabel moderasi:**

- a. Makna simbolik, moralitas dan interaksi antara makna simbolik dengan moralitas secara signifikan mampu memprediksi perubahan niat beli ulang pada produk jam tangan merek palsu. Makna simbolik, moralitas dan interaksi antara makna simbolik dengan moralitas secara simultan mampu memprediksi 46,3% perubahan niat beli ulang.
- b. Makna simbolik memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat beli ulang konsumen pada jam tangan merek palsu.
- c. Moralitas memiliki pengaruh yang negatif dan signifikan terhadap niat beli ulang konsumen pada jam tangan merek palsu.

- d. Moralitas melemahkan pengaruh makna simbolik terhadap niat beli ulang konsumen pada jam tangan merek palsu.

## 5.2. Implikasi Manajerial

Keputusan pembelian yang dilakukan konsumen dipengaruhi oleh banyak faktor. Manfaat simbolik, manfaat fungsional, harga merupakan beberapa faktor yang memiliki pengaruh signifikan terhadap pengambilan keputusan pembelian konsumen (Astray, 2011). Dalam pembelian produk merek palsu, moralitas merupakan faktor lainnya yang juga memberikan kontribusi / pengaruh pada keputusan pembelian konsumen.

Produk merek palsu yang dijual di pasar memberikan ancaman bagi eksistensi produk merek asli. Hal ini dibuktikan dari penerimaan (kesediaan) konsumen membeli merek palsu. Konsumen bersedia membeli merek palsu karena di motivasi oleh makna simbolik, manfaat fungsional dan harga dari produk merek palsu. Namun, moralitas dapat melemahkan pengaruh makna simbolik, manfaat fungsional dan harga pada niat pembelian ulang konsumen.

Hasil penelitian ini memberikan bukti yang nyata dan memberikan dukungan pada beberapa penelitian terdahulu yang dilakukan Astray (2011) dimana makna simbolik, manfaat fungsional dan harga memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang konsumen pada produk merek palsu. Hasil penelitian diketahui bahwa moralitas secara signifikan memoderasi (menurunkan) pengaruh makna simbolik terhadap niat pembelian ulang konsumen pada produk merek palsu.

Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak pemasar untuk memperhatikan peranan moralitas dalam memoderasi (menurunkan) pengaruh makna simbolik dan harga terhadap niat pembelian ulang konsumen. Selain itu, ancaman dari produk merek palsu akan mengurangi volume penjualan produk merek asli. Pihak manajemen harus dapat melindungi merek dagang perusahaan dengan berbagai macam cara agar tidak mudah untuk dipalsukan.

Cara-cara yang dapat dilakukan pihak manajemen maupun pihak-pihak lain yang terkait adalah:

Manfaat simbolik, manfaat fungsional dan harga memberikan pengaruh yang positif dan signifikan terhadap niat pembelian ulang konsumen pada suatu produk, tidak terkecuali pada produk merek palsu. Hal ini menunjukkan bahwa konsumen memiliki niat yang tinggi untuk membeli produk merek palsu. Kesiediaan konsumen untuk membeli merek palsu merupakan salah satu ancaman bagi produsen merek asli yang tentunya akan menurunkan niat pembelian konsumen pada produk merek asli. Berdasarkan hal tersebut maka penting bagi pihak produsen merek asli untuk melindungi merek perusahaan dengan cara menciptakan produk yang berkualitas dan nilai prestis yang tinggi. Penciptaan produk yang baik, berkualitas dilakukan dengan tujuan agar produk merek asli benar-benar tampak berbeda jika dibandingkan merek palsu. Cara lain yang dapat dilakukan pihak perusahaan untuk melindungi merek perusahaan (merek asli) adalah dengan memberikan informasi yang detail mengenai karakteristik dan kualitas produk merek asli dalam program periklanan mereka. Pihak perusahaan juga harus memberikan pemahaman kepada konsumen mengenai risiko dan

perilaku tidak etis saat membeli produk merek palsu. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan moralitas konsumen.

Pembelian pada merek palsu dengan alasan apapun adalah suatu tindakan yang tidak etis/tidak bermoral dan melanggar hak cipta. Kualitas produk palsu tidak akan sama (lebih rendah) dibandingkan merek asli dan tidak akan memberikan nilai prestis bagi penggunaannya. Pembelian produk merek palsu akan merugikan secara finansial karena konsumen tidak akan memperoleh manfaat maupun nilai prestis yang sebanding dengan harga yang dibayarkan. Berdasarkan hal tersebut maka konsumen sebaiknya mempertimbangkan terlebih dahulu niat mereka untuk membeli produk merek palsu.

Pemerintah sebagai institusi atau lembaga yang berwenang dalam hal perlindungan hak cipta dan kekayaan intelektual harus lebih proaktif melindungi produsen merek asli dan menindak secara hukum produsen merek palsu. Hukum harus ditegakkan dengan tujuan agar dalam berbisnis, masing-masing perusahaan memiliki etika dan terikat secara hukum. Penegakkan hukum yang baik akan memberikan kontribusi pada berkembangnya investasi di Indonesia maupun pendapatan pemerintah dari sektor pajak.

#### **5.4. Keterbatasan Penelitian**

Pada penelitian ini penulis menyadari adanya kelemahan penelitian dimana responden pada penelitian ini adalah orang yang pernah membeli produk merek palsu, sedangkan orang yang pernah membeli produk merek palsu dianggap kurang bermoral.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, D., (2010), *Manajemen Ekuitas Merek, Manfaat Nilai Suatu Merek*, Penerbit: Mitra Utama, Jakarta.
- Albar, Berri Brilliant., (2012), Pengaruh Strategi Imitasi Rokok *Country* Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen, *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, Volume 3, Nomor 2.
- Asakdiyah, Salamatun, (2014), Analisis Hubungan Antara Kualitas Pelayanan dan Kepuasan Pelanggan dalam Pembentukan Intensi Pembelian Konsumen Matahari Group di Daerah Istimewa Yogyakarta, *Jurnal Akuntansi dan Manajemen*, Volume 19, Nomor 3, pp. 129-139,
- Astray, T.V., (2011), *How Do Consumers Make Their Purchase Decisions Between Genuine and Counterfeit Products?* Thesis, The University of Guelph.
- Baron, R.N., dan Kenny. D.A., (1986), The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. Vol. 51, No. 6.
- Chakraborty, K., (2010) Consumers' attitude and product labeling for GM food in China and hormone induced milk in the United States, *International Journal of Economics and Finance*, Vol. 3, No. 2.
- Dajan, A., (2010), *Pengantar Metode Statistik*, Penerbit: LP3ES, Jakarta.
- Durianto, D., (2011), *Strategi Menaklukan Pasar*, Penerbit PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hair Jr., J.F. R.E., Anderson, R.L., Tatham., dan Black, W.C., (2010), *Multivariate Data Analysis*, Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Jaafar, S.N., (2014), Consumer's perceptions, attitudes and purchase intention towards private label food products in Malaysia, *Asian Journal of Business and Management Sciences*, Vol 2, No 8.
- Kotler, P. dan Armstrong, G., (2012), *Manajemen Pemasaran, Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Pengendalian*, Penerbit: Erlangga, Jakarta.
- Kotler, P., (2012), *Manajemen Pemasaran*, Penerbit: Indeks, Jakarta.
- Kotler, P., dan Keller K.L., (2012), *Perilaku Konsumen*, Penerbit Indeks, Jakarta.

- Kuncoro, Mudrajad, (2003), *Metode Riset Untuk Bisnis dan Ekonomi*, Penerbit Erlangga, Jakarta
- Latiff, Z.A., Mohamed, Z.A., Rezai, G., dan Kamaruzzaman, N.H., (2013), "The impact of food labeling on purchasing behavior among non-muslim consumers in Klang Valley, *Journal of Food Products Marketing*
- Lin, N.H., dan Lin, B.S., (2013), The effect of brand image and product knowledge on purchase intention moderated by price discount, *Journal of International Management Studies*, August
- Marcketti, S.B., (2005), Consumer concern, knowledge, and attitude towards counterfeit apparel products: an application of the theory of reasoned action theory, *Apparel, Events and Hospital Management Conference Proceedings and Presentation*, Iowa State University.
- Marzo, N.M., Igelisas, M.P., Torres, M.P.L., (2004), The Benefit of Relationship Marketing for the Consumer and the Fashion Retailers, *Journal of Fashion and Marketing Management*, Vol. 8. No. 4.
- Moon, J., Chadee, D., Tikoo, S., (2010), *Culture, Product Type, and Price Influences on Consumer Purchase Intention to Buy Personalized Products Online*, Department of Business Administration, School of Economics and Business, Hanyang University, Ansan, South Korea
- Padilla, J., dan Watson, N., (2010), A critical review of the literature on generic packaging for cigarettes, A Report for PMI by Legg Consulting: Belgium
- Pujadi, Bambang, (2010), Studi Tentang Pengaruh Citra Merek Terhadap Minat Beli Melalui Sikap Terhadap Merek (Kasus pada Merek Pasta Gigi Ciptadent di Semarang), *Tesis Universitas Diponegoro*, Semarang.
- Rangkuti, F., (2012), *The Power of Brand*, PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Reed, II, A., Aquino, K., dan Levy, E., (2007), Moral Identity and Judgments of Charitable Behaviors, *Journal of Marketing*, Vol. 71.
- Rio, B., Vázquez, R., Iglesias, V. (2001), The Effects of Brand Associations on Consumer Response *Journal of Consumer Marketing*, Vol. 18, No. 5.
- Schiffman, L., dan Kanuk, L.L., (2010), *Perilaku Konsumen*, Penerbit: Indeks, Jakarta.
- Sekaran, U., (2009), *Research Methods for Business*, Penerbit: Salemba Empat, Jakarta.

- Shah, S.S.H., Aziz, J., Jaffari, A.R., Waris, S., Ejaz, W., Fatima, M., dan Sherazi, S.k., (2012), The impact of brands on consumer purchase intentions, *Asian Journal of Business Management*, 4(2), 105-110
- Solomon, S. L., dan O'Brien J. A., (2000). *The Effect of Demographic Factors on Attitudes Toward Software Piracy*. In Ethical Issues in Information Systems, ed. R. DeJoie, G. Fowler, and D. Paradice, Southwestern Publishing.
- Stanton, J.W., (2010), *Fundamental of Marketing*, McGraw-Hill Book Company, Singapore.
- Sugiyono., (2009), *Metode Penelitian Bisnis*, Penerbit: CV. Alfabeta, Bandung.
- Swami, V., Premuzic, T.C., dan Furnham, A., (2009), Faking it: Personality and individual difference predictors of willingness to buy counterfeit goods, *The Journal of Socio-Economics*, 38(5), 820-825.
- Syafrizal., (2011), Manajemen Produk Kontemporer untuk Memenangkan Persaingan Pasar, *Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, Vol. 9, No. 2.
- Tjiptono, F., (2012), *Strategi Pemasaran*, Penerbit: Andi Offset, Yogyakarta.
- Trevino, L.K., (1990), A Cultural Perspective on Changing and Developing Organizational Ethics, *Research in Organizational Change and Development*, Vol. 4.
- Vida, I., (2013), *Determinants of Consumer Willingness to Purchase Non-Deceptive Counterfeit Products*, *Managing Global Transitions*, Vol. 5, No. 3
- Wee, C.H., Tan, S.J., dan Cheok, K.H., (1995). Non-price Determinants of Intention to Purchase Counterfeit Goods: an Exploratory Study. *International Marketing Review*, Vol. 12. No. 6.
- Wilcox, K., H. M. Kim and S. Sen, (2014), Why Do Consumers Buy Counterfeit Luxury Brands?, *Journal of Marketing Research*, Vol. 46 No. 2, pp. 247-259
- Zaidi, S.H.A., dan Muhammad, B., (2012), Awareness of Pakistani consumers towards nutritional labeling on product packaging in terms of buying behavior, *International Journal of Business and Social Science*, Vol. 3, No. 16.





# LAMPIRAN I

## **KUESIONER PENELITIAN**

### **PERAN MORALITAS DALAM MEMODERASI MAKNA SIMBOLIK, MANFAAT FUNGSIONAL DAN HARGA TERHADAP PENGAMBILAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN PADA PRODUK MEREK PALSU**

Kepada Yth: Responden

Di tempat

Dengan hormat,

Perkenalkan saya adalah mahasiswa Fakultas Ekonomi Program Studi Magister Management Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang sedang melakukan penelitian untuk menyelesaikan tugas akhir/tesis.

**Nama** : **Ferdy Fernando**  
**NPM** : **135002054**  
**Program Studi** : **Magister Manajemen**  
**Fakultas** : **Ekonomi**  
**Universitas** : **Atma Jaya Yogyakarta**

Pada penelitian ini saya membutuhkan tanggapan saudara berkaitan dengan penelitian saya tersebut. Saudara dapat mengisi atau menjawab pertanyaan-pertanyaan dengan memilih salah satu alternatif jawaban sesuai dengan pengalaman atau penilaian saudara. Atas kesediaannya saya ucapkan banyak terimakasih.

Yogyakarta, Juni 2015

Hormat saya:

Ferdy Fernando

## **BAGIAN I: KARAKTERISTIK DEMOGRAFI RESPONDEN**

1. Apakah Anda pernah membeli produk fashion merek palsu:
  - a. Ya
  - b. Tidak (terimakasih, Anda tidak perlu melanjutkan menjawab pertanyaan)
  
2. Jenis kelamin:
  - a. Pria
  - b. Wanita
  
2. Usia Anda:
  - a. Kurang 20 tahun
  - b. 20 sampai 34 tahun
  - c. 35 sampai 49 tahun
  - d. Lebih dari 49 tahun
  
3. Pendidikan terakhir yang Anda tempuh:
  - a. SLTA/Sdederajat/Dibawahnya
  - b. Diploma (D1 – D3)
  - c. Sarjana (S1)
  - d. Pasca Sarjana (S2 – S3)
  
4. Pekerjaan Anda saat ini:
  - a. Pelajar/Mahasiswa
  - b. Pegawai Negeri
  - c. Pegawai Swasta
  - d. Wiraswasta
  - e. Lainnya, (sebutkan).....
  
5. Rata-rata pendapatan antau penghasilan Anda dalam satu bulan:
  - a. Kurang dari Rp. 5.000.000
  - b. Rp. 5.000.000 sampai Rp. 10.000.000
  - c. Lebih dari Rp. 10.000.000

## **BAGIAN II: PERTANYAAN PENELITIAN**

Dibawah ini adalah pertanyaan mengenai penelitian yang terdiri dari: **Makna Simbolik, Manfaat Fungsional, Harga, Moralitas dan Keputusan Pembelian.** Anda dipersilahkan untuk memilih salah satu dari beberapa alternatif jawaban yang telah disediakan sebagai berikut: SS = Sangat Setuju; S = Setuju; N = Netral; TS = Tidak Setuju; STS = Sangat Tidak Setuju

### **Makna Simbolik**

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk yang mencerminkan seseorang, dimana saya ingin menjadi seseorang tersebut					
2	Saya membeli produk yang membantu saya mengekspresikan diri saya					
3	Saya membeli produk yang membantu saya mengaktualisasikan diri saya					

### **Manfaat Fungsional**

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya akan memperoleh masalah (tidak mampu melakukan fungsi sesuai harapan saya) saat membeli produk merek palsu					
2	Produk merek palsu tidak akan mampu melakukan fungsinya dengan baik					
3	Produk merek palsu mampu melakukan fungsi yang sama baiknya dengan produk merek asli *					

### **Harga**

No	PERTANYAAN	STS	TS	N	S	SS
1	Saya membeli produk merek palsu karena harganya jauh yang lebih murah dari produk merek asli					
2	Saya membeli produk merek palsu karena harga produk merek asli tidak rasional					
3	Saya tertarik untuk membeli produk fashion dengan harga yang rendah (merek palsu)					
4	Rendahnya harga produk merek palsu menarik untuk dibeli					

### **Moralitas**

<b>No</b>	<b>PERNYATAAN</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1	Menurut pendapat saya, tindakan membeli produk merek palsu adalah tindakan yang salah					
2	Menurut pendapat saya, membeli produk merek palsu salah secara moral					
3	Seseorang harus selalu mempertimbangkan implikasi moral sebelum membeli produk merek palsu					
4	Ada beberapa alasan moral yang bertentangan dengan pembelian produk merek palsu					

### **Keputusan Pembelian**

<b>No</b>	<b>PERTANYAAN</b>	<b>STS</b>	<b>TS</b>	<b>N</b>	<b>S</b>	<b>SS</b>
1	Saya akan membeli lagi produk <i>fashion</i> merek palsu					
2	Saya memiliki niat yang tinggi untuk membeli lagi produk <i>fashion</i> merek palsu					
3	Saya bersedia membeli ulang produk <i>fashion</i> merek palsu					
4	Saya memiliki kecenderungan yang tinggi untuk membeli ulang produk <i>fashion</i> merek palsu					



## LAMPIRAN II

## Case Summaries

	Pembelian jam tangan merek palsu	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan	MS.1
1	1	1	2	2	3	1	5
2	1	1	2	1	3	1	4
3	1	1	2	1	2	1	3
4	1	1	2	1	3	3	5
5	1	1	2	1	2	2	3
6	1	1	1	1	1	1	3
7	1	1	2	3	3	2	2
8	1	1	1	1	1	1	4
9	1	1	2	3	3	1	4
10	1	1	1	1	1	1	2
11	1	1	1	1	1	1	2
12	1	1	2	3	2	1	2
13	1	1	4	1	3	2	4
14	1	2	2	1	1	1	4
15	1	1	2	2	3	1	3
16	1	1	2	1	1	1	3
17	1	2	1	1	1	1	5
18	1	2	2	2	3	3	4
19	1	1	1	1	1	1	4
20	1	2	3	3	3	1	3
21	1	2	2	2	2	2	3
22	1	1	1	1	1	1	5
23	1	1	2	1	2	1	5
24	1	1	4	2	4	1	5
25	1	1	2	1	2	1	5
26	1	2	2	4	3	1	3
27	1	2	3	3	4	1	5
28	1	2	3	4	4	2	5
29	1	1	2	3	2	1	3
30	1	1	3	4	3	3	4
31	1	1	2	2	3	1	4
32	1	1	1	1	1	1	4
33	1	1	1	1	1	1	3
34	1	1	1	1	1	1	4
35	1	1	4	2	3	1	3
36	1	1	2	3	3	1	4
37	1	1	2	3	3	1	4
38	1	1	2	3	3	1	3
39	1	1	2	4	3	1	5
40	1	1	2	3	3	2	5
41	1	1	1	1	1	1	3
42	1	1	2	2	3	2	4
43	1	1	2	3	3	1	4
44	1	1	2	2	2	3	4
45	1	1	1	1	1	1	3
46	1	1	1	1	1	1	5
47	1	1	3	4	4	1	3
48	1	1	4	3	3	1	4
49	1	1	2	2	2	1	4
50	1	1	2	3	3	2	3

## Case Summaries

	Pembelian jam tangan merek palsu	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan	MS.1
51	1	1	2	3	3	1	3
52	1	1	1	1	1	1	5
53	1	2	2	3	3	1	4
54	1	1	1	1	1	1	4
55	1	1	2	2	2	3	3
56	1	2	4	4	4	1	3
57	1	1	2	3	3	2	3
58	1	1	2	2	3	1	4
59	1	1	4	3	3	3	5
60	1	1	2	3	3	2	5
61	1	1	2	4	3	1	3
62	1	2	3	3	3	3	4
63	1	1	3	3	3	3	5
64	1	1	2	3	1	1	3
65	1	1	3	1	3	3	4
66	1	1	2	3	3	2	4
67	1	1	1	1	1	1	3
68	1	1	2	1	3	1	4
69	1	1	1	1	1	1	5
70	1	1	1	1	1	1	4
71	1	1	2	3	3	1	3
72	1	1	2	3	3	2	5
73	1	1	2	2	3	2	4
74	1	1	3	1	3	1	3
75	1	1	2	1	3	2	2
76	1	2	2	3	3	1	3
77	1	1	1	1	1	1	3
78	1	1	2	3	2	1	4
79	1	1	2	4	3	2	2
80	1	1	2	3	3	1	4
81	1	2	1	1	1	1	4
82	1	1	1	1	1	1	5
83	1	1	1	1	1	1	4
84	1	1	2	2	2	2	4
85	1	1	1	1	1	1	4
86	1	1	2	3	3	3	3
87	1	1	2	1	2	1	3
88	1	2	1	1	1	1	5
89	1	1	2	3	3	1	4
90	1	1	1	1	1	1	5
91	1	1	3	2	3	3	3
92	1	2	4	3	4	1	2
93	1	1	2	2	3	1	3
94	1	1	2	2	3	1	4
95	1	1	4	1	4	3	3
96	1	1	2	2	3	1	4
97	1	2	3	3	3	3	4
98	1	1	3	4	4	1	2
99	1	2	4	2	3	1	5
100	1	1	2	2	3	3	5



## Case Summaries

	Pembelian jam tangan merek palsu	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan	MS.1
101	1	1	3	4	3	3	4
102	1	1	2	3	3	2	3
103	1	1	2	3	3	2	4
104	1	1	2	3	2	2	3
105	1	1	2	1	2	1	4
106	1	1	3	1	3	1	5
107	1	1	2	4	3	3	4
108	1	2	2	1	2	2	2
109	1	1	1	1	1	1	3
110	1	2	2	2	3	2	5
111	1	1	1	1	1	1	4
112	1	1	2	3	2	1	4
113	1	2	1	1	1	1	4
114	1	1	1	1	1	1	5
115	1	2	1	1	1	1	3
116	1	1	2	3	2	1	4
117	1	1	2	1	1	1	4
118	1	1	2	3	3	2	3
119	1	1	2	1	3	1	3
120	1	1	1	1	1	1	5
121	1	1	1	1	1	1	4
122	1	1	1	1	1	1	5
123	1	1	3	1	3	1	3
124	1	2	4	3	4	1	3
125	1	1	2	3	3	2	4
126	1	1	2	1	3	1	4
127	1	1	4	3	4	1	5
128	1	1	2	3	3	1	5
129	1	1	2	2	1	1	5
130	1	2	3	2	3	3	2
131	1	1	4	2	4	2	5
132	1	1	2	2	3	1	4
133	1	1	3	3	4	1	4
134	1	2	2	3	2	1	4
135	1	2	3	3	4	1	4
136	1	2	3	3	4	2	2
137	1	1	4	3	4	3	5
138	1	1	2	3	3	1	5
139	1	1	3	1	3	1	4
140	1	1	2	2	1	1	3
141	1	1	2	3	3	1	4
142	1	1	2	3	3	3	3
143	1	1	3	3	4	3	4
144	1	1	3	1	3	1	5
145	1	1	2	2	2	2	4
146	1	1	2	4	3	1	2
147	1	1	1	1	1	1	3
148	1	2	2	3	3	1	5
149	1	1	2	2	3	1	4
150	1	1	2	3	2	1	4

## Case Summaries

	Pembelian jam tangan merek palsu	Jenis kelamin	Usia	Pendidikan	Pekerjaan	Penghasilan	MS.1
151	1	2	1	1	1	1	4
152	1	1	1	1	1	1	5
153	1	2	1	1	1	1	3
154	1	1	2	2	2	2	4
155	1	1	2	1	1	1	4
156	1	1	2	3	2	2	3
157	1	1	2	2	3	1	3
158	1	1	1	1	1	1	5
159	1	1	1	1	1	1	4
160	1	1	1	1	1	1	5
161	1	1	3	4	4	1	4
162	1	2	4	2	3	1	3
163	1	1	2	1	3	1	4
164	1	1	2	4	3	1	4
165	1	1	4	3	3	1	5
166	1	1	2	3	3	2	5
167	1	1	1	1	1	1	5
168	1	2	3	1	3	1	2
169	1	1	4	3	3	1	5
170	1	1	2	1	3	1	4
171	1	1	3	4	3	3	4
172	1	1	2	1	3	1	4
173	1	2	3	3	4	2	2
174	1	2	4	1	3	1	5
175	1	1	1	1	1	1	5
176	1	1	3	3	4	1	4
177	1	1	2	1	2	1	3
178	1	1	2	3	2	1	4
179	1	1	2	4	3	3	3
180	1	1	2	2	3	1	4
181	1	1	3	4	3	1	3
182	1	1	1	1	1	1	4
183	1	2	2	1	3	1	2
184	1	1	1	1	1	1	3
185	1	2	2	3	3	1	5
186	1	1	2	3	2	2	4
187	1	1	2	2	2	1	4
188	1	2	1	1	1	1	4
189	1	1	1	1	1	1	5

## Case Summaries

	MS.2	MS.3	MF.1	MF.2	MF.3	Harga.1	Harga.2	Harga.3	Harga.4
1	4	4	4	4	4	4	4	4	5
2	3	4	4	4	4	5	4	4	5
3	4	4	2	1	2	3	2	3	3
4	5	4	3	3	3	5	5	5	5
5	2	2	3	4	4	4	4	4	3
6	3	2	4	3	3	3	3	3	2
7	3	4	5	3	3	3	3	3	4
8	4	4	4	4	3	4	4	4	4
9	4	3	3	4	3	3	3	3	3
10	3	2	3	2	3	4	3	2	3
11	3	2	4	4	4	3	2	3	3
12	3	2	3	3	2	3	4	3	3
13	4	3	3	2	3	3	3	3	3
14	4	4	3	4	3	3	5	5	5
15	3	3	3	3	3	2	2	4	4
16	3	4	4	2	3	3	4	4	4
17	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	3	5	4	4	4	4	4	4	4
19	4	3	4	4	5	4	5	5	4
20	3	4	4	4	4	4	4	4	4
21	3	3	3	3	3	3	2	2	2
22	5	5	5	3	5	5	4	4	4
23	4	3	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	4	3	3	3	2
25	5	5	4	4	3	3	5	5	5
26	4	4	3	3	3	3	3	2	3
27	5	4	5	3	5	5	5	5	5
28	5	4	3	3	3	3	4	4	4
29	3	2	3	4	4	5	3	3	3
30	5	4	3	4	4	3	3	3	3
31	3	2	5	3	3	3	3	3	4
32	3	3	4	4	4	3	3	2	3
33	3	4	3	3	3	3	4	4	4
34	3	3	4	5	4	5	3	3	3
35	3	3	3	4	5	4	4	4	4
36	5	4	4	4	4	4	4	4	5
37	4	3	4	3	5	5	4	4	5
38	4	4	4	4	4	5	4	4	4
39	5	4	2	4	4	5	5	5	5
40	5	5	3	4	3	4	4	2	3
41	3	3	3	4	3	3	3	3	2
42	4	4	5	3	3	3	3	3	4
43	4	3	4	4	3	4	4	4	4
44	4	3	3	4	3	3	4	2	3
45	4	4	3	2	3	4	3	2	3
46	5	4	4	4	4	3	5	5	2
47	3	3	2	4	4	3	3	3	4
48	4	4	4	4	4	3	3	3	3
49	4	4	5	3	5	3	5	5	5
50	2	3	3	2	4	2	2	2	2

## Case Summaries

	MS.2	MS.3	MF.1	MF.2	MF.3	Harga.1	Harga.2	Harga.3	Harga.4
51	3	4	3	2	3	3	4	4	4
52	4	4	4	4	4	4	4	4	4
53	4	4	4	4	4	4	4	4	3
54	3	3	4	5	4	4	5	4	4
55	3	4	4	4	4	4	4	4	4
56	3	3	3	3	3	3	2	2	2
57	2	2	5	3	5	3	5	5	2
58	3	3	5	5	5	4	4	4	3
59	4	4	5	3	4	4	4	4	4
60	5	5	4	4	3	4	4	5	5
61	4	4	4	5	5	3	2	3	3
62	5	4	5	3	5	5	5	5	5
63	5	4	4	4	4	3	4	4	3
64	3	3	5	5	5	5	3	3	3
65	5	4	3	5	3	3	3	3	2
66	5	5	4	4	3	3	2	4	4
67	4	4	4	4	4	3	2	3	3
68	4	4	4	4	4	4	5	5	5
69	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	3	3	4	5	4	4	5	4	4
71	3	4	3	3	3	3	4	4	3
72	4	4	4	5	3	4	4	4	5
73	3	2	4	4	4	5	4	4	5
74	4	4	5	3	4	5	4	4	4
75	3	2	3	3	3	3	3	3	3
76	2	2	3	3	5	4	4	4	3
77	4	2	3	3	4	3	3	2	3
78	5	4	5	3	3	3	3	3	4
79	1	2	2	1	2	2	2	1	1
80	4	3	3	4	3	5	4	4	3
81	4	5	4	4	4	4	3	2	3
82	5	4	4	4	4	4	4	4	4
83	4	5	4	4	4	3	3	3	3
84	4	3	4	4	4	3	3	3	3
85	4	4	5	3	5	4	5	5	5
86	3	3	3	3	3	2	2	3	3
87	3	4	3	3	3	3	4	4	4
88	4	4	4	4	4	4	4	4	4
89	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	5	5	4	4	5	4	5	4	5
91	3	3	4	4	4	4	3	4	4
92	1	2	1	2	2	2	2	2	2
93	4	3	3	3	3	3	5	5	2
94	3	3	5	5	5	4	4	4	4
95	4	4	3	4	3	4	4	4	4
96	3	3	4	3	4	3	2	3	3
97	5	4	4	5	5	4	5	5	5
98	3	2	2	3	3	3	3	3	3
99	5	4	4	4	4	3	4	3	4
100	4	4	5	5	5	4	5	4	4

## Case Summaries

	MS.2	MS.3	MF.1	MF.2	MF.3	Harga.1	Harga.2	Harga.3	Harga.4
101	5	4	3	5	3	3	2	4	3
102	3	4	3	4	2	3	4	4	4
103	4	4	4	4	4	4	4	4	4
104	4	3	2	3	3	2	3	2	2
105	3	3	4	4	4	5	4	4	5
106	4	4	4	4	4	5	4	4	4
107	4	4	4	4	4	5	5	5	5
108	2	1	1	1	2	1	2	1	1
109	3	2	3	4	3	3	3	3	2
110	4	4	5	3	3	3	3	4	4
111	4	4	4	4	3	4	4	4	4
112	4	3	3	4	3	3	3	3	3
113	4	5	4	4	4	4	3	2	3
114	5	4	4	5	5	5	5	5	5
115	2	4	4	4	4	3	3	3	3
116	4	3	3	2	3	3	3	3	3
117	5	4	5	5	5	5	5	5	4
118	2	3	3	3	3	2	2	3	2
119	3	4	3	3	3	3	4	4	2
120	5	5	5	5	5	4	5	5	5
121	4	4	4	4	4	4	4	4	4
122	5	5	4	5	4	4	5	4	4
123	3	3	4	5	3	4	4	3	4
124	3	4	3	3	3	3	2	2	2
125	3	4	3	2	3	3	5	5	2
126	3	3	5	5	5	4	4	3	5
127	4	4	2	5	5	4	4	4	4
128	5	5	4	4	3	3	3	3	2
129	5	5	5	5	4	5	5	5	5
130	2	3	3	3	3	3	3	3	3
131	5	4	4	4	4	3	4	4	3
132	3	3	5	5	5	5	3	3	3
133	5	4	4	4	3	3	3	3	3
134	4	5	5	5	5	4	4	4	4
135	5	4	4	5	5	4	5	5	5
136	3	2	2	3	3	3	3	3	3
137	5	4	4	4	4	3	4	3	4
138	4	4	5	5	5	4	5	4	4
139	5	4	3	5	3	3	2	4	3
140	3	4	3	4	2	3	4	4	4
141	4	4	4	4	4	4	4	4	4
142	4	3	4	4	4	2	3	2	2
143	3	3	4	4	4	5	4	4	5
144	4	4	4	4	4	5	4	4	4
145	4	4	3	3	3	5	5	5	5
146	2	1	1	1	2	1	2	1	1
147	3	2	3	4	3	3	3	3	2
148	4	4	5	3	3	3	3	4	4
149	4	4	4	4	3	4	4	4	4
150	4	3	3	4	3	3	3	3	3

## Case Summaries

	MS.2	MS.3	MF.1	MF.2	MF.3	Harga.1	Harga.2	Harga.3	Harga.4
151	4	5	4	4	4	4	3	2	3
152	5	4	4	4	4	5	5	5	5
153	2	4	4	4	4	3	3	3	3
154	4	3	4	4	4	3	3	3	3
155	5	4	5	5	5	5	5	5	4
156	2	3	3	3	3	2	2	3	2
157	3	4	3	3	3	3	4	4	2
158	5	5	5	5	5	4	5	5	5
159	4	4	4	4	4	4	4	4	4
160	5	5	4	5	4	4	5	4	4
161	4	5	4	5	3	4	4	3	4
162	3	4	3	3	3	3	2	2	2
163	3	4	4	4	4	3	5	5	2
164	3	3	5	5	5	4	4	3	5
165	4	4	2	5	5	4	4	4	4
166	5	5	4	4	3	3	3	3	2
167	5	5	5	5	4	5	5	5	5
168	2	3	2	3	3	3	3	3	3
169	5	4	4	4	4	3	4	4	3
170	3	3	5	5	5	5	3	3	3
171	5	4	4	4	3	3	3	3	3
172	3	3	5	5	5	4	4	4	4
173	3	2	3	4	3	3	3	3	3
174	5	4	4	4	4	3	4	3	4
175	4	4	5	5	5	4	5	4	4
176	5	4	3	5	3	3	2	4	3
177	3	4	3	4	2	3	4	4	4
178	4	4	4	4	4	4	4	4	4
179	4	3	4	4	4	2	3	2	2
180	3	3	4	4	4	5	4	4	5
181	4	4	4	4	4	5	5	5	5
182	4	4	4	4	4	5	5	5	5
183	2	1	1	1	2	1	2	1	1
184	3	2	3	4	3	3	3	3	2
185	4	4	5	3	3	3	3	4	4
186	4	4	4	4	3	4	4	4	4
187	4	3	3	4	3	3	3	3	3
188	4	5	4	4	4	4	3	2	3
189	5	4	4	4	4	5	5	5	5

Case Summaries

	Moral.1	Moral.2	Moral.3	Moral.4	K.beli.1	K.beli.2	K.beli.3	K.beli.4
1	4	4	4	5	3	4	4	4
2	3	3	3	4	4	4	4	3
3	5	4	4	2	2	1	2	2
4	5	5	5	4	5	4	5	4
5	2	3	4	4	3	3	3	3
6	3	3	5	3	4	4	4	3
7	4	3	5	4	4	4	4	4
8	4	3	4	4	4	3	4	4
9	3	3	3	4	4	4	4	4
10	3	4	3	3	3	3	3	3
11	3	3	3	4	4	3	5	4
12	3	4	3	4	2	3	4	3
13	3	3	3	4	3	3	4	3
14	2	3	2	2	5	5	5	5
15	4	4	3	2	3	3	3	4
16	3	2	3	3	3	3	3	3
17	5	5	5	4	4	4	4	3
18	4	3	3	4	5	4	5	4
19	4	3	4	5	4	3	4	3
20	3	3	4	4	4	4	5	3
21	3	3	3	4	3	4	4	4
22	3	3	3	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	4	4	4
24	4	4	4	4	3	3	3	4
25	3	3	3	3	5	5	5	5
26	4	4	5	4	3	3	3	3
27	5	5	5	5	4	5	4	4
28	3	4	4	4	4	5	3	4
29	3	3	3	3	4	4	4	4
30	4	3	3	3	3	3	2	4
31	4	3	5	4	4	4	4	4
32	3	3	3	4	3	3	3	4
33	3	2	3	3	3	3	3	3
34	3	3	3	5	4	3	4	3
35	3	3	4	4	4	3	4	5
36	4	4	4	5	3	4	4	4
37	3	3	3	4	4	4	4	3
38	4	4	4	4	4	4	4	3
39	5	5	5	4	5	4	5	4
40	4	3	4	4	5	5	4	4
41	3	3	5	3	4	4	4	3
42	4	3	5	4	4	4	4	4
43	4	3	4	4	4	3	4	4
44	3	3	3	4	4	5	4	3
45	3	4	3	3	3	3	3	3
46	3	3	3	4	4	4	4	4
47	3	4	3	4	2	3	4	3
48	3	3	3	4	3	3	4	3
49	2	3	3	3	5	5	5	5
50	5	5	3	3	3	4	2	3

Case Summaries

	Moral.1	Moral.2	Moral.3	Moral.4	K.beli.1	K.beli.2	K.beli.3	K.beli.4
51	5	5	5	4	3	2	4	3
52	5	5	5	4	4	4	3	4
53	4	4	3	4	5	5	4	4
54	4	4	4	5	4	3	4	3
55	3	3	4	3	4	5	4	4
56	3	3	3	4	3	4	4	4
57	5	5	5	5	3	3	3	3
58	5	4	4	4	4	3	5	4
59	4	4	4	4	4	4	4	3
60	5	5	5	4	5	5	4	4
61	4	4	5	4	3	3	3	3
62	5	5	5	5	4	5	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4
64	3	3	3	3	4	4	4	4
65	4	4	3	3	3	3	3	3
66	4	3	5	4	4	3	5	4
67	4	4	5	4	4	4	4	4
68	3	4	3	3	5	5	5	5
69	5	5	5	4	4	4	4	3
70	4	4	4	5	4	3	4	3
71	4	5	4	5	3	3	3	3
72	4	4	4	5	3	4	4	4
73	3	3	3	4	4	4	4	3
74	3	5	4	5	5	5	5	5
75	4	4	4	5	3	3	3	3
76	5	5	5	5	3	2	2	3
77	3	3	5	3	4	4	4	3
78	4	3	5	4	4	4	4	4
79	5	5	5	5	1	1	2	1
80	4	3	3	4	4	4	4	4
81	4	4	4	5	3	3	3	3
82	5	5	5	4	4	4	4	4
83	3	5	3	4	2	3	4	3
84	3	3	3	4	3	3	4	3
85	3	2	3	3	5	5	5	5
86	4	4	3	3	3	3	3	3
87	3	2	3	3	3	3	3	3
88	5	5	5	4	4	3	4	4
89	4	3	3	4	4	5	5	4
90	3	4	4	5	3	4	4	3
91	3	4	4	4	4	4	3	5
92	5	5	5	5	2	1	2	2
93	3	3	3	4	3	3	3	3
94	4	4	4	4	4	4	4	4
95	4	4	4	4	3	3	3	3
96	4	4	5	4	3	3	3	4
97	4	5	4	4	4	4	4	4
98	4	4	4	5	3	2	2	2
99	4	4	4	4	4	4	4	4
100	3	3	3	4	5	5	5	5



## Case Summaries

	Moral.1	Moral.2	Moral.3	Moral.4	K.beli.1	K.beli.2	K.beli.3	K.beli.4
101	4	3	3	3	3	3	3	3
102	4	5	4	5	3	3	3	2
103	4	3	3	4	5	4	4	5
104	4	4	4	5	2	3	2	2
105	3	3	3	4	4	4	4	3
106	3	3	2	3	5	5	5	5
107	5	5	5	4	5	4	5	4
108	4	4	4	5	1	2	1	1
109	3	3	5	3	4	4	4	3
110	4	2	5	5	4	4	4	3
111	4	3	4	4	4	3	4	4
112	3	3	3	4	4	4	3	5
113	3	4	3	3	3	3	3	3
114	2	3	3	3	5	5	5	5
115	3	5	3	4	2	3	4	3
116	3	3	3	4	3	3	4	3
117	2	3	3	3	5	5	5	5
118	4	5	3	3	2	4	3	3
119	3	4	3	3	3	3	3	3
120	3	2	3	4	5	5	5	5
121	4	3	3	4	5	5	4	4
122	4	4	4	5	4	3	4	3
123	3	4	4	4	4	4	4	4
124	3	3	3	3	2	3	2	2
125	3	3	3	4	3	3	3	3
126	4	4	4	4	4	4	4	4
127	4	4	4	4	4	4	4	3
128	4	4	5	4	3	3	3	4
129	2	3	2	2	5	5	5	5
130	5	5	5	5	3	2	3	2
131	4	4	4	5	4	3	3	5
132	3	3	3	3	4	4	4	4
133	4	3	3	3	3	3	3	3
134	4	4	4	4	4	4	4	4
135	4	5	4	4	4	4	4	4
136	5	5	5	4	3	2	2	2
137	4	4	4	4	4	4	4	4
138	3	3	3	3	5	5	5	5
139	4	3	3	3	3	3	3	3
140	3	2	3	4	3	3	3	2
141	4	3	3	4	5	4	4	5
142	5	5	5	5	2	3	2	2
143	3	3	3	4	4	4	4	3
144	3	3	2	3	5	5	5	5
145	2	3	4	3	5	4	5	4
146	4	4	4	5	1	2	1	1
147	3	3	5	3	4	4	4	3
148	4	2	5	5	4	4	4	3
149	4	3	4	4	4	3	4	4
150	3	3	3	4	4	4	3	5

Case Summaries

	Moral.1	Moral.2	Moral.3	Moral.4	K.beli.1	K.beli.2	K.beli.3	K.beli.4
151	3	4	3	3	3	3	3	3
152	4	5	4	5	5	5	5	5
153	3	5	3	4	2	3	4	3
154	3	3	3	4	3	3	4	3
155	1	2	1	1	5	5	5	5
156	4	5	3	3	2	4	3	3
157	3	4	3	3	3	3	3	3
158	3	3	2	3	5	5	5	5
159	4	3	3	4	5	5	4	4
160	4	4	4	5	4	3	4	3
161	3	4	4	4	4	4	4	4
162	5	5	5	5	2	3	2	2
163	3	3	3	4	3	3	3	3
164	4	4	4	4	4	4	4	4
165	4	4	4	4	4	4	4	3
166	4	4	5	4	3	3	3	4
167	2	3	2	2	5	5	5	5
168	5	5	5	5	3	2	3	2
169	4	4	4	5	4	3	3	5
170	3	3	3	3	4	4	4	4
171	4	3	3	3	3	3	3	3
172	4	4	4	4	4	4	4	4
173	4	5	4	5	3	2	2	2
174	4	4	4	4	4	4	4	4
175	2	1	2	1	5	5	5	5
176	4	3	3	3	3	3	3	3
177	3	2	3	4	3	3	3	2
178	4	3	3	4	5	4	4	5
179	5	5	5	5	2	3	2	2
180	3	3	3	4	4	4	4	3
181	2	1	2	2	5	5	5	5
182	2	1	2	2	5	4	5	4
183	5	5	5	5	1	2	1	1
184	3	3	5	3	4	4	4	3
185	4	2	5	5	4	4	4	3
186	4	3	4	4	4	3	4	4
187	3	3	3	4	4	4	3	5
188	3	4	3	3	3	3	3	3
189	2	1	2	2	5	5	5	5



## **LAMPIRAN III**

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.849	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
M.Sim.1	7.10	2.024	.746	.772
M.Sim.2	7.23	2.461	.686	.818
M.Sim.3	7.47	2.671	.752	.775

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10.90	4.990	2.234	3

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.838	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
M.Fung.1	7.37	2.240	.604	.874
M.Fung.2	7.37	2.033	.785	.692
M.Fung.3	7.20	2.234	.727	.753

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
10.97	4.516	2.125	3

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Harga.1	11.50	6.466	.657	.889
Harga.2	11.17	4.764	.871	.800
Harga.3	11.23	5.013	.759	.849
Harga.4	11.20	5.269	.741	.855

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.03	9.206	3.034	4

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.747	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Moral.1	11.23	3.564	.562	.677
Moral.2	11.33	4.023	.612	.659
Moral.3	11.17	3.730	.628	.642
Moral.4	11.27	3.995	.402	.772

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.00	6.276	2.505	4

## Reliability

### Scale: ALL VARIABLES

#### Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded <sup>a</sup>	0	.0
	Total	30	100.0

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.855	4

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
K.Beli.1	11.43	6.323	.724	.805
K.Beli.2	11.33	6.299	.737	.800
K.Beli.3	11.57	6.737	.615	.849
K.Beli.4	11.47	5.844	.722	.807

#### Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.27	10.685	3.269	4





## LAMPIRAN IV

## Frequency Table

### Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Wanita	153	81.0	81.0	81.0
	Pria	36	19.0	19.0	100.0
	Total	189	100.0	100.0	

### Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari 20 tahun	46	24.3	24.3	24.3
	20 - 34 tahun	98	51.9	51.9	76.2
	35 - 49 tahun	28	14.8	14.8	91.0
	Lebih dari 49 tahun	17	9.0	9.0	100.0
	Total	189	100.0	100.0	

### Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar / Mahasiswa	53	28.0	28.0	28.0
	Pegawai Negeri	27	14.3	14.3	42.3
	Pegawai Swasta	90	47.6	47.6	89.9
	Wiraswata	19	10.1	10.1	100.0
	Total	189	100.0	100.0	

### Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SLTA/Sederajat/ Dibawahnya	78	41.3	41.3	41.3
	Diploma (D1 - D3)	33	17.5	17.5	58.7
	Sarjana (S1)	61	32.3	32.3	91.0
	Pasca Sarjana (S2 - S3)	17	9.0	9.0	100.0
	Total	189	100.0	100.0	

### Penghasilan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang dari Rp 5.000.000	136	72.0	72.0	72.0
	Rp 5.000.000 - Rp10.000.000	31	16.4	16.4	88.4
	> Rp 10.000.000	22	11.6	11.6	100.0
	Total	189	100.0	100.0	





## LAMPIRAN V

## Descriptives

### Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MS.1	189	2	5	3.82	.899
MS.2	189	1	5	3.75	.921
MS.3	189	1	5	3.60	.885
Makna simbolik	189	1.67	5.00	3.7249	.79346
Valid N (listwise)	189				

## Descriptives

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
MS.1	189	3.82	.899
MS.2	189	3.75	.921
MS.3	189	3.60	.885
Makna simbolik	189	3.724868	.7934566
Valid N (listwise)	189		

## Descriptives

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
MS.1	189	3.8201	.89883
MS.2	189	3.7513	.92055
MS.3	189	3.6032	.88498
Makna simbolik	189	3.7249	.79346
Valid N (listwise)	189		

## Descriptives

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
MF.1	189	3.7143	.88897
MF.2	189	3.7778	.90114
MF.3	189	3.6878	.82055
Manfaat fungsional	189	3.726631	.7268425
Valid N (listwise)	189		

## Descriptives

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Harga.1	189	3.5873	.88669
Harga.2	189	3.6614	.93493
Harga.3	189	3.5926	.95547
Harga.4	189	3.5397	1.01832
Harga	189	3.5952	.82000
Valid N (listwise)	189		

## Descriptives

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Moral.1	189	3.6138	.82127
Moral.2	189	3.5873	.93345
Moral.3	189	3.6931	.89977
Moral.4	189	3.8571	.82881
Moralitas	189	3.6878	.71953
Valid N (listwise)	189		

## Descriptives

### Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
K.beli.1	189	3.6772	.93772
K.beli.2	189	3.6455	.88501
K.beli.3	189	3.7196	.89365
K.beli.4	189	3.5608	.93556
Niat beli ulang	189	3.6508	.82297
Valid N (listwise)	189		

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Harga, Makna simbolik, Manfaat fungsional	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Niat beli ulang

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.805 <sup>a</sup>	.648	.642	.49216

a. Predictors: (Constant), Harga, Makna simbolik, Manfaat fungsional

### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	82.516	3	27.505	113.552	.000 <sup>a</sup>
	Residual	44.812	185	.242		
	Total	127.327	188			

a. Predictors: (Constant), Harga, Makna simbolik, Manfaat fungsional

b. Dependent Variable: Niat beli ulang

### Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	.059	.208		.281	.779
	Makna simbolik	.180	.057	.173	3.180	.002
	Manfaat fungsional	.319	.065	.282	4.915	.000
	Harga	.482	.059	.481	8.205	.000

a. Dependent Variable: Niat beli ulang

## Regression

### Variables Entered/Removed<sup>b</sup>

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Moralitas, Makna simbolik <sup>a</sup>	.	Enter
2	Makna simbolik* <sup>a</sup> Moralitas	.	Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Niat beli ulang

### Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.675 <sup>a</sup>	.455	.449	.61082
2	.687 <sup>b</sup>	.472	.463	.60296

### Model Summary

#### Change Statistics

Model	R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.455	77.636	2	186	.000
2	.017	5.879	1	185	.016

a. Predictors: (Constant), Moralitas, Makna simbolik

b. Predictors: (Constant), Moralitas, Makna simbolik, Makna simbolik\*Moralitas



**ANOVA<sup>c</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	57.931	2	28.966	77.636	.000 <sup>a</sup>
	Residual	69.396	186	.373		
	Total	127.327	188			
2	Regression	60.069	3	20.023	55.074	.000 <sup>b</sup>
	Residual	67.259	185	.364		
	Total	127.327	188			

a. Predictors: (Constant), Moralitas, Makna simbolik

b. Predictors: (Constant), Moralitas, Makna simbolik, Makna simbolik\*Moralitas

c. Dependent Variable: Niat beli ulang

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3.027	.340		8.906	.000
	Makna simbolik	.552	.057	.532	9.713	.000
	Moralitas	-.388	.063	-.340	-6.196	.000
2	(Constant)	2.540	.391		6.499	.000
	Makna simbolik	.701	.083	.676	8.432	.000
	Moralitas	-.232	.089	-.203	-2.602	.010
	Makna simbolik*Moralitas	-.047	.019	-.223	-2.425	.016

a. Dependent Variable: Niat beli ulang



## LAMPIRAN VI

## TABEL DISTRIBUSI R

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