

DAFTAR PUSTAKA

- Akrom, M. C. (2013). Pengaruh Kemasan, Harga Dan Promosi Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Kripik Paru Umkm Sukorejo Kendal, Thesis, Universitas Negeri Semarang.
- Alma, Buchari, 2004. Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa, Cetakan Keenam, Alfabeta, Bandung.
- Danang Sunyoto. 2015. Perilaku Konsumen dan Pemasaran. Yogyakarta : CAPS.
- Darmawan (2008). Kebutuhan Dasar Manusia. Jakarta : Salemba Medika.
- Darmawan, D. (2017). Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Sayuran Hidroponik, Jurnal Ekonomi Manajemen Agrimas, *Volume 1* Nomor 1.
- Dini, 23 September 2011. Kedai Kopi Lokal Makin Marak. (diakses 05 Oktober 2019).
<https://money.kompas.com/read/2011/09/23/18344711/kedai.kopi.lokal.makin.marak?page=all>
- Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSSs. Edisi Ketujuh. Semarang : Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gujarati, D.N.,2012, Dasar-dasar Ekonometrika, Terjemahan Mangunsong, R.C., Salemba Empat, buku 2, Edisi 5, Jakarta.

Haryoko, Sapto dan Iskandar. 2008. Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial(kuantitatif dan Kualitatif). Jakarta: Gaung Persada Press.

Hesti Pratiwi, 26 Desember 2012. Agar Aroma Kopi Tetap Nikmat. (diakses 06 Oktober 2019).

<https://lifestyle.kompas.com/read/2012/12/26/14004683/Agar.Aroma.Kopi.Tetap.Nikmat>

Kahfi Dirga Cahaya, 10 November 2017. Budaya Nongkrong di Kedai Kopi Yang Tak Pernah Pudar. (05 Oktober 2019)

<https://lifestyle.kompas.com/read/2017/11/10/081400420/budaya-nongkrong-di-kedai-kopi-yang-tak-pernah-pudar>

Klimchuk, Marianne dan Sandra A. Krasovec. 2006. Desain Kemasan. Jakarta: Erlangga.

Kotler, Philip. 1999. Manajemen Pemasaran. Jilid II. Edisi Milenium. Jakarta: PT. Prenhallindo.

-----, 2002, Manajemen Pemasaran, Edisi Millenium, Jilid 2, PT Prenhallindo, Jakarta.

Kotler, dan Amstrong. 2003. Manajemen Pemasaran. Edisi Kesembilan. Jakarta: PT. Indeks Gramedia.

- Kotler, dan Keller, 2007, Manajemen Pemasaran, Jilid I, Edisi Kedua belas, PT. Indeks, Jakarta.
- Kotler, Philip; Armstrong, Garry, 2008. Prinsip-prinsip Pemasaran, Jilid 1, Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Keller. 2009. Manajemen Pemasaran. Jilid I. Edisi ke 13. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, Philip and Gary Armstrong. 2012. Prinsip-prinsip pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Louw, A. & Kimber, M. 2007. *The Power of Packaging, The Customer Equity Company*. United States of America
- Liu, V. (2016). Analisis Pengaruh Kualitas Pelayanan Harga, dan Suasana Cafe Terhadap Kepuasan Konsumen. *Jurnal Ekonomis Manajemen Yogyakarta*, hal 7.
- Msi, K. (2020). Pengaruh Kemasan Harga dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Sabun Cuci SO KLIN di Kecamatan Sukodono Sidoarjo. *Ecopreneur. 12: Journal Economic and Business*, Volume 3, Issue 1.
- Mufreni, A. N. (2016). Pengaruh Desain Produk, Bentuk Kemasan Dan Bahan Kemasan Terhadap Minat Beli Konsumen (Studi Kasus Teh Hijau Serbuk Tocha). *Jurnal Ekonomi Manajemen*, Volume 2

Hal 1-7.

Nabilla Tashandra, 11 Agustus 2019. Kopi Murah dan Mahal, Apa Bedanya?. (diakses 05 Oktober 2019).
<https://lifestyle.kompas.com/read/2019/08/16/153927220/kopi-murah-dan-mahal-apa-bedanya>

Rangkuti, Freddy. 2005. Analisis SWOT: Teknik Membedah Kasus Bisnis. Jakarta: Gramedia.

Resmi N., & Wismiarsi, T. (2015). Pengaruh Kemasan dan Harga Pada Keputusan Pembelian Minuman Isotonik. *Jurnal Manajemen dan Bisnis Sriwijaya, Volume 13*, Hal 1-20.

Sangadji, Etta Mamang dan Sopiah. 2013. Perilaku Konsumen: Pendekatan Praktis Disertai Himpunan Jurnal Penelitian. Yogyakarta: C.V Andi Offset.

Singgih, Santoso.2010. Statistik Parametrik, Konsep dan Aplikasi dengan SPSS. Cetakan Pertama, PT Elex Media Komputindo, Jakarta, PT Gramedia, Jakarta.

-----, 2012. Panduan Lengkap SPSS Versi 20. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.

Simamora, Bilson. 2007. Panduan Riset dan Perilaku Konsumen. Jakarta: Gramedia.

- Sugiyono, 2012. *Metode Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- , 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- , 2015. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Penerbit CV. Alfabeta: Bandung.
- , 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Sugiyama, A. G., & Pambudy, E. F. S. B. (2017). Pengaruh Kemasan, Kewajaran Harga Dan Brand Awareness Terhadap Brand Loyalty (Studi Kasus Pada Wisatawan Nusantara Di Kartika Sari Bandung). *Jurnal Manajemen Maranatha, Volume 17, Issue 1*, Hal 1-14.
- Sukardi, (2019). *Metodologi penelitian pendidikan kompetensi dan praktiknya*, Edisi revisi. Jakarta: Bumi Aksara.
- Swastha, Basu. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Edisi Kedua. Cetakan Kedelapan. Jakarta: Penerbit Liberty.
- Swastha, Basu & Irawan. 2005 *Manajemen Pemasaran Modern*. Liberty, Yogyakarta.
- Swastha, Basu. 2009. *Manajemen Penjualan*. Penerbit: BPPE, Yogyakarta.

Swastha, Basu dan Hani Handoko. 2011. Manajemen Pemasaran-Analisis Perilaku. Konsumen. Yogyakarta : BPFE.

Tjiptono & Chandra, G. (2012). Pemasaran Strategik. Edisi Kedua. Yogyakarta Yogyakarta: ANDI

Utami, M.-M., & Hanum, A.-N. (2010). Analisis Faktor Faktor Yang Mempengaruhi Word of Mouth Mahasiswa Unimus. Prosiding Seminar Nasional Unimus, *Volume 12*, Jurnal Unmus, Universitas Muhammadiyah Semarang.

William J. Stanton, (1978), *Fundamental of Marketing*. New York: Mc Graw Hill Book Company Inc.

Lampiran 1: Surat ijin Penelitian



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4 , Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

Nomor : 191138 /01/FE/XI/2019
Lampiran : -
Perihal : Ijin Penelitian dan Pengambilan Data

Kepada Yth:
Bapak/Ibu Pimpinan
Cyclo Coffe & Roastery
Jl. Raya Ponti No.7, Wismasarinadi, Magersari, 61212
di -
Sidoarjo

Sesuai kurikulum Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya, maka mahasiswa wajib menulis Skripsi/Tugas Akhir dalam bentuk Laporan Penelitian dan Artikel Ilmiah. Berkaitan dengan hal tersebut mohon perkenan Bapak/Ibu untuk memberikan ijin penelitian kepada mahasiswa kami yang tersebut dibawah ini :

Nama : Rischia Juliana
NIM : 161500188
Prodi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kemasan Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minuman Coffe Di Cyclo Sidoarjo

Demikian atas perkenan serta kebijaksanaan Bapak/Ibu kami sampaikan terima kasih.

Surabaya, 05 November 2019

Dra. Siti Istikhoro, M.Si
NIP. 19671019.199203.2001

Lampiran 2: Surat Balasan Ijin Penelitian



CYCLO COFFEE & ROASTERY

Jl. Raya Ponti No.7, Wisnasarinadi, Magersari, Kec. Sidoarjo,
Kabupaten Sidoarjo, Jawa Timur 61212.
Email: cyclocoffee2011@gmail.com
Telp: 0813-2851-7650

Perihal : Surat Balasan Permohonan Ijin Penelitian
Lampiran : 1 Lembar

Kepada Yth:
Dekan Fakultas Ekonomi
Universitas PGRI Adi Buana Surabaya
Jl. Dukuh Menanggal XII/4
Di
Surabaya-60234

Dengan Hormat,

Yang bertanda tangan dibawah ini:
Nama : Wargo Harijanto
Jabatan : Pemilik Cyclo Coffee & Roastery

Menerangkan bahwa,
Nama : Rischa Juliana
Nim : 161500188
Mahasiswa : PGRI Adi Buana Surabaya – Fakultas Ekonomi-Manajemen

Telah kami setuju untuk melaksanakan penelitian pada Cyclo Coffee & Roastery kami sebagai syarat penyusunan skripsi dengan judul:

“Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian
Pada Minuman Coffee di Cyclo Sidoarjo”

Demikian surat ini kami sampaikan, dan atas kerjasamanya kami mengucapkan terimakasih.

Sidoarjo, 06 Desember 2019
Hormat kami,

Wargo Harijanto
Pemilik Cyclo Coffee & Roastery

Lampiran 3: Daftar Kartu Bimbingan Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA
FAKULTAS EKONOMI
 Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
 Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

Nama	: Rische Juliana
Prodi / NIM	: 161500188
Judul Skripsi	: Pengaruh Kemaran dan harga terhadap keputusan pembelian pada minuman coffee di cyclo Sidoarjo.
Dosen Pembimbing	: 1 Ketua S. DRs. SE. MM / Euita purnaningrum. S. Si. Msi
Periode Kepembimbingan	: 30 September 2019 s/d 30 Maret 2020

URAIAN KEGIATAN KEPEMBIMBINGAN :

NO	TANGGAL	MATERI BIMBINGAN	KET.	TANDA TANGAN
1	10-10-19	judul penelitian	ace	[Signature]
2	28-10-19	Metrik	ace	[Signature]
3	29-11-19		ace	[Signature]
4	5-11-19	Bab I	ace	[Signature]
5	7-11-19	Bab II	ace	[Signature]
6	11-11-19	Bab III	ace	[Signature]
7	18-11-19	Bab IV	ace	[Signature]
8	28-11-19	Bab V	ace	[Signature]
9	9-12-19	Bab VI	ace	[Signature]
10	19-12-19	laporan	ace	[Signature]
11	13-1-20	Bab VII	ace	[Signature]
12	22-1-20	Bab VIII	ace	[Signature]

Bimbingan selesai pada tanggal :

Dosen Pembimbing,

[Signature of Dosen Pembimbing]

Mahasiswa,

[Signature of Mahasiswa]

Lampiran 4: Berita Acara Ujian Proposal Skripsi



UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA FAKULTAS EKONOMI

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII/4, Telp- Fax. 031-8281183 Surabaya 60234
Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

BERITA ACARA UJIAN PROPOSAL SKRIPSI

Pada hari ini Kamis tanggal 19 bulan Desember tahun 2019 bertempat di Fakultas Ekonomi Universitas PGRI Adi Buana Surabaya telah dilaksanakan Ujian Proposal Skripsi Semester Ganjil / Genap*) Tahun Akademik 20 19 /2020

Nama Mahasiswa	: Rischa Juliana
NIM	: 161500188
Program Studi	: Ekonomi - Manajemen
Judul Proposal	: PENGARUH KEMASAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINUMAN COFFEE DI CYCLO SIDOARJO

Dihadiri oleh :

No	NIM	Nama Mahasiswa	Tanda Tangan
1	161500065	Drestia Yuliana	
2	161500200	Henry Puranti	
3	161500199	Wenty Ebbly F	
4	161500169	Dwi Fardauli Umma	
5	161500156	Bagus Wahyudi Putra	
6	161500232	Rohmatul Laili Laqsinah	
7	161500213	Siska Arcuni Nandiyani	
8	161500191	Idea Intan Sinarvitrik	
9	161500116	Barliana Dwi Sandra	
10	161500053	Firda Rahma	
11	161500167	Siti Juloka	
12	161500219	Ari Reptan Cahya S.	
13	161500124	CHILFI DWI MELUNDA	
14	161500090	Nurul Abich	
15	161500061	Ricka Ambarwati	

Surabaya, 19 Desember 2019

Penguji : Tony Susilo Wibawa S.E., M.Pd., (M.Si.M)

Pembimbing I : DRS I Ketut Surabagiarta, S.E., M.M.

Pembimbing II : Evita Purnaningrum S.Si., M.Si

Lampiran 5: Surat Pernyataan Bebas Plagiasi



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS PGRI ADI BUANA SURABAYA**

Kampus : Jl. Dukuh Menanggal XII Surabaya Telp. 8281183

Website : <http://www.fe.unipasby.ac.id>

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM
Jabatan : Ketua Program Studi Manajemen

Menyatakan bahwa :

Nama : Rischa Juliana
NIM : 161500188
Prodi : Manajemen

telah melakukan uji plagiasi dengan judul artikel *PENGARUH KEMASAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINUMAN COFFEE DI CAFE CYCLO SIDOARJO*, dengan hasil Similarity Index 18% sehingga layak untuk mengikuti sidang skripsi.

Demikian surat pernyataan ini kami buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 02 Juli 2020
Ketua Program Studi Manajemen,



Tony Susilo Wibowo, S.E., M.Pd., M.SM

Lampiran 6: Berita Acara Bimbingan Skripsi

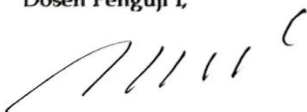
BERITA ACARA BIMBINGAN REVISI SKRIPSI

Nama Mahasiswa : Rischa Juliana
NIM : 161500188
Program Studi : Manajemen
Judul Skripsi : Pengaruh Kemasan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Minuman *Coffee* di *Cafe Cyclo* Sidoarjo
Tanggal Ujian Skripsi : 28 Juli 2020
Dosen Penguji : 1. R. Bambang Dwi Waryanto, Drs., S.E., M.M
2. Nurdina, S.E., M.S.A

No	Tanggal	Materi Konsultasi	Paraf Penguji	
			Penguji I	Penguji II
1	05 Agustus 2020	Bab I, II, III, IV, V. (Revisi)		
2	06 Agustus 2020	Bab I, II dan Daftar Pustaka (Revisi)		
3	10 Agustus 2020	Bab I, II dan Daftar Pustaka (Revisi)		
4	11 Agustus 2020	Bab I, II, III, IV, V (Revisi)		
5	12 Agustus 2020	Bab I, II, III, IV, V. (Acc)		

Surabaya, 12 Agustus 2020

Dosen Penguji I,



R. Bambang Dwi Waryanto, Drs., S.E., M.M
NIP: 195605291983091001

Dosen Penguji II,



Nurdina, S.E., M.S.A
NPP: 1609816/DY

Lampiran 7: Lembar Kuesioner Penelitian

Kepada responden yang terhormat,

Dalam rangka untuk memenuhi tugas akhir (Skripsi) saya mahasiswi Ekonomi prodi Manajemen melakukan penelitian dengan judul “PENGARUH KEMASAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINUMAN COFFEE DI CAFE CYCLO SIDOARJO”. Saya mengharapakan peran dan kesediaan anda untuk mengisi daftar kuisioner yang diberikan. Informasi yang saudara/i berikan akan dijaga kerahasiaannya. Saya mengucapkan terimakasih atas bantuan, partisipasi dan kerjasamanya yang anda berikan.

Hormat Saya,

Rischa Juliana

A. Karakteristik responden

Umur :

12-16 Thn 17-21 Thn 22-26 Thn 27-31 Thn

Pendidikan terakhir :

SMP SMA D1-D3 S1

Jenis kelamin :

Laki-laki Perempuan

Kunjungan atau melakukan pembelian di Cafe Cyclo Sidoarjo dalam 1 bulan :

1 kali 2 kali 3 kali > 3 kali

B. Petunjuk pengisian :

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai menurut saudara/i, dengan cara memberikan tanda (√) pada kolom yang tersedia dengan keterangan sebagai berikut :

SS = Sangat Setuju

S = Setuju

R = Ragu-ragu

TS = Tidak Setuju

STS = Sangat Tidak Setuju

Daftar Kuesioner

“PENGARUH KEMASAN DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA MINUMAN *COFFEE* DI CAFE CYCLO SIDOARJO”

(X₁) Kemasan

Indikator Bentuk

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya merasa bentuk kemasan pada minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo menarik					
2	Saya merasa bentuk ukuran pada minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo sesuai dengan yang saya harapkan					

(X₁) Kemasan

Indikator Material

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya merasa kemasan yang digunakan mampu melindungi dan tidak mudah bocor					
2	Saya merasa kemasan mampu menjaga cita rasa pada minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo					

(X₁) Kemasan

Indikator Citra

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Citra atau merek Cyclo yang terdapat pada kemasan yang mudah untuk diingat dan dikenali					
2	Saya merasa tertarik dengan nama merek Cyclo sehingga menarik perhatian saya					

(X₁) Kemasan

Indikator Tipografi

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya merasa, penulisan text pada minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo menarik					
2	Saya merasa tulisan pada kemasan minuman <i>coffee</i> mempunyai ciri khas terhadap Cyclo Sidoarjo					

(X₁) Kemasan

Indikator Warna

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya merasa, warna dari kemasan minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo Sidoarjo</i> menarik					
2	Saya merasa desain pada kemasan minuman <i>coffee</i> mempunyai ciri khas terhadap di <i>Cafe Cyclo Sidoarjo</i>					

(X₂) Harga

Indikator Keterjangkauan Harga

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya merasa, harga pada minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo Sidoarjo</i> sangat terjangkau					
2	Saya merasa harga yang ditawarkan antara <i>Cyclo</i> dan <i>Cafe</i> lain relatif sama					

(X₂) Harga

Indikator Kesesuaian Harga Dengan Kualitas Produk

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya merasa telah sesuai dengan kualitas produk yang ditawarkan					
2	Saya merasa harga pada minuman di <i>Cafe Cyclo Sidoarjo</i> sesuai dengan hasil yang saya inginkan					

(X₂) Harga

Indikator Daya Saing Harga

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Harga pada minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo lebih murah dari harga <i>Café</i> lainnya					
2	Saya merasa harga yang ditawarkan sesuai kemampuan daya saing pada masyarakat umum					

(X₂) Harga

Indikator Kesesuaian Harga Dengan Manfaat

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya merasa harga pada <i>Cyclo</i> Sidoarjo sesuai dengan manfaat yang saya dapatkan					
2	Harga pada minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo memiliki manfaat yang bagus dibanding produk pada <i>Cafe</i> lainnya					

(Y) Keputusan Pembelian

Indikator Pengenalan Masalah

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya membeli, karna ingin mencoba minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo					
2	Minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo, saya sudah kenal dari dulu					

(Y) Keputusan Pembelian

Indikator Mencari Informasi

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Informasi tentang minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo, mudah saya peroleh					
2	Pemasangan sepanduk memudahkan bagi saya mengenali <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo					

(Y) Keputusan Pembelian

Indikator Penilaian Alternatif

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Sebelum saya membeli minuman <i>coffee</i> di <i>Cyclo</i> Sidoarjo, saya terlebih dahulu membandingkan minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe</i> lainnya					
2	Saya merasakan kesesuaian dengan harapan yang saya peroleh pada <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo					

(Y) Keputusan Pembelian

Indikator Membuat Keputusan Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Saya memutuskan membeli minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo sebagai produk pilihan					
2	Saya memutuskan untuk tetap membeli minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo					

(Y) Keputusan Pembelian

Indikator Perilaku Setelah Paska Pembelian

No	Pernyataan	SS	S	R	TS	STS
1	Setelah saya membeli minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo, saya akan melakukan pembelian ulang					
2	Setelah saya membeli minuman <i>coffee</i> di <i>Cafe Cyclo</i> Sidoarjo, saya akan merekomendasikan kepada orang lain					

lampiran 8: Tabulasi Data

Responden	Kemasan										Skor_X1	Harga								Skor_X2	Keputusan Pembelian										Skor_Y
	X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y1_5	Y1_6	Y1_7	Y1_8	Y1_9	Y1_10	
Responden_1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	38	4	4	4	4	4	4	4	32	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	38	
Responden_2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	39	4	4	4	4	4	4	4	32	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	44	
Responden_3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	33	4	4	4	4	4	4	4	32	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	44	
Responden_4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	47	
Responden_5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	4	4	2	4	4	2	4	28	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	46	
Responden_6	5	4	4	4	5	5	5	4	4	5	45	4	4	3	4	3	3	4	29	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	42	
Responden_7	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	35	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49		
Responden_8	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38	4	4	5	5	4	5	5	37	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49		
Responden_9	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	36	4	4	5	5	5	5	5	38	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	41	
Responden_10	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
Responden_11	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42	5	4	4	5	4	4	5	36	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48	
Responden_12	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	3	4	4	3	3	4	3	27	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42	
Responden_13	3	4	5	5	5	5	5	4	4	5	45	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
Responden_14	5	5	5	4	5	5	5	4	4	5	47	4	4	3	4	4	3	4	29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
Responden_15	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	2	2	2	2	2	2	2	16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	
Responden_16	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	2	2	2	2	2	2	2	16	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	
Responden_17	4	4	5	4	3	3	3	3	3	3	36	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
Responden_18	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	42	3	3	4	3	3	4	3	27	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
Responden_19	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	39	3	3	4	3	3	4	3	26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
Responden_20	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	45	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	
Responden_21	5	5	4	5	3	3	3	4	3	4	39	4	3	3	3	3	3	4	26	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30	
Responden_22	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42	4	3	4	3	3	4	3	28	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36	
Responden_23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
Responden_24	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	43	5	4	5	5	5	5	5	39	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	46	
Responden_25	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43	4	5	5	5	4	5	5	37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	
Responden_26	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45	4	4	5	4	4	5	4	34	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	
Responden_27	4	4	4	4	5	5	5	5	4	5	45	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	42	
Responden_28	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	
Responden_29	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49	
Responden_30	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	47	

Responden_76	4	4	3	4	3	3	3	4	4	3	35	4	4	4	4	4	4	4	32	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49	
Responden_77	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	38	4	4	5	5	4	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	49
Responden_78	4	4	4	3	4	3	4	4	3	4	37	4	4	4	4	5	5	5	5	36	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	41
Responden_79	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	38	4	4	5	5	4	4	4	4	34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Responden_80	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	42	5	4	3	3	4	4	5	5	33	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	48
Responden_81	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39	3	4	3	3	3	4	3	3	26	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	42
Responden_82	3	4	5	5	4	5	5	4	4	5	44	4	4	3	4	4	4	4	4	31	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Responden_83	5	5	5	4	4	5	5	4	4	5	46	4	4	3	4	4	3	4	3	29	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Responden_84	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	31	2	2	4	4	2	2	2	2	20	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Responden_85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40	2	2	3	3	2	2	2	2	18	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Responden_86	4	4	5	4	3	3	4	3	3	3	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Responden_87	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	42	3	3	4	4	3	4	3	4	28	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Responden_88	4	3	4	3	4	4	4	5	4	4	39	3	3	4	4	3	4	3	3	27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Responden_89	5	5	5	5	3	4	4	4	5	4	44	4	4	4	4	4	4	4	4	32	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Responden_90	5	5	4	5	2	3	3	4	3	4	38	4	3	5	5	3	3	3	4	30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
Responden_91	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	42	4	3	2	4	3	4	3	4	27	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	36
Responden_92	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	3	4	5	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Responden_93	4	4	4	4	3	5	5	4	4	4	41	5	4	4	4	5	5	5	5	37	5	4	5	5	4	5	5	4	4	5	46
Responden_94	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43	4	5	5	5	4	5	5	4	37	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Responden_95	5	5	5	5	3	4	4	4	4	5	44	4	4	5	5	4	5	4	4	35	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
Responden_96	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	44	5	5	4	4	5	5	5	5	38	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	42
Responden_97	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49	5	5	4	5	5	5	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Responden_98	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	45	4	4	4	3	4	4	4	4	31	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	47
Responden_99	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	46	5	5	4	4	5	5	5	5	38	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	45
Responden_100	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	44	4	4	3	4	4	4	4	4	31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Responden_101	5	5	5	5	3	4	4	5	4	5	45	4	5	2	2	4	4	4	4	29	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
Responden_102	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49	5	5	2	2	5	5	5	5	34	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	48
Responden_103	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	43	4	4	5	5	4	4	4	4	34	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	45
Responden_104	3	3	3	3	4	5	5	5	5	5	41	5	5	4	3	4	5	5	5	36	4	4	3	4	5	4	4	4	4	4	40
Responden_105	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49	5	5	4	3	5	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Responden_106	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4	5	4	4	4	4	4	4	33	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	43
Responden_107	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	39	4	4	3	3	4	4	4	4	30	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
Responden_108	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	49	5	5	4	3	5	5	5	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
Responden_109	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50	5	5	5	5	5	5	5	5	40	3	5	5	5	5	5	5	5	5	3	46
Responden_110	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	32	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	32
Responden_111	3	3	3	3	4	4	4	3	3	4	34	4	4	5	5	4	4	4	4	34	3	5	5	5	5	4	4	4	5	3	43
Responden_112	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	41	4	5	4	4	4	4	4	4	33	5	4	4	3	5	4	4	4	5	5	43

Lampiran 9: Hasil Olah Data SPSS

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.8	1.8	1.8
	Ragu-Ragu	14	12.5	12.5	14.3
	Setuju	52	46.4	46.4	60.7
	Sangat Setuju	44	39.3	39.3	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.8	1.8	1.8
	Ragu-Ragu	15	13.4	13.4	15.2
	Setuju	50	44.6	44.6	59.8
	Sangat Setuju	45	40.2	40.2	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.8	1.8	1.8
	Ragu-Ragu	18	16.1	16.1	17.9
	Setuju	50	44.6	44.6	62.5
	Sangat Setuju	42	37.5	37.5	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.8	1.8	1.8
	Ragu-Ragu	20	17.9	17.9	19.6
	Setuju	52	46.4	46.4	66.1
	Sangat Setuju	38	33.9	33.9	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	3	2.7	2.7	2.7
	Ragu-Ragu	20	17.9	17.9	20.5
	Setuju	58	51.8	51.8	72.3
	Sangat Setuju	31	27.7	27.7	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.8	1.8	1.8
	Ragu-Ragu	17	15.2	15.2	17.0
	Setuju	54	48.2	48.2	65.2
	Sangat Setuju	39	34.8	34.8	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.8	1.8	1.8
	Ragu-Ragu	13	11.6	11.6	13.4
	Setuju	58	51.8	51.8	65.2
	Sangat Setuju	39	34.8	34.8	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.8	1.8	1.8
	Ragu-Ragu	15	13.4	13.4	15.2
	Setuju	60	53.6	53.6	68.8
	Sangat Setuju	35	31.3	31.3	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.6	3.6	3.6
	Ragu-Ragu	21	18.8	18.8	22.3
	Setuju	55	49.1	49.1	71.4
	Sangat Setuju	32	28.6	28.6	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X1.10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	2	1.8	1.8	1.8
	Ragu-Ragu	17	15.2	15.2	17.0
	Setuju	48	42.9	42.9	59.8
	Sangat Setuju	45	40.2	40.2	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.6	3.6	3.6
	Ragu-Ragu	9	8.0	8.0	11.6
	Setuju	58	51.8	51.8	63.4
	Sangat Setuju	41	36.6	36.6	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.6	3.6	3.6
	Ragu-Ragu	13	11.6	11.6	15.2
	Setuju	49	43.8	43.8	58.9
	Sangat Setuju	46	41.1	41.1	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	7	6.3	6.3	6.3
	Ragu-Ragu	17	15.2	15.2	21.4
	Setuju	45	40.2	40.2	61.6
	Sangat Setuju	43	38.4	38.4	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.6	3.6	3.6
	Ragu-Ragu	16	14.3	14.3	17.9
	Setuju	49	43.8	43.8	61.6
	Sangat Setuju	43	38.4	38.4	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.6	3.6	3.6
	Ragu-Ragu	15	13.4	13.4	17.0
	Setuju	55	49.1	49.1	66.1
	Sangat Setuju	38	33.9	33.9	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	6	5.4	5.4	5.4
	Ragu-Ragu	11	9.8	9.8	15.2
	Setuju	46	41.1	41.1	56.3
	Sangat Setuju	49	43.8	43.8	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X2.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.6	3.6	3.6
	Ragu-Ragu	13	11.6	11.6	15.2
	Setuju	47	42.0	42.0	57.1
	Sangat Setuju	48	42.9	42.9	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

X2.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	3.6	3.6	3.6
	Ragu-Ragu	9	8.0	8.0	11.6
	Setuju	54	48.2	48.2	59.8
	Sangat Setuju	45	40.2	40.2	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Y 1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	15	13.4	13.4	13.4
	Setuju	44	39.3	39.3	52.7
	Sangat Setuju	53	47.3	47.3	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Y1. 2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	18	16.1	16.1	16.1
	Setuju	44	39.3	39.3	55.4
	Sangat Setuju	50	44.6	44.6	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Y1. 3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	17	15.2	15.2	15.2
	Setuju	40	35.7	35.7	50.9
	Sangat Setuju	55	49.1	49.1	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Y1. 4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	17	15.2	15.2	15.2
	Setuju	40	35.7	35.7	50.9
	Sangat Setuju	55	49.1	49.1	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Y1. 5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	13	11.6	11.6	11.6
	Setuju	40	35.7	35.7	47.3
	Sangat Setuju	59	52.7	52.7	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Y1. 6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	14	12.5	12.5	12.5
	Setuju	42	37.5	37.5	50.0
	Sangat Setuju	56	50.0	50.0	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Y1. 7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	18	16.1	16.1	16.1
	Setuju	57	50.9	50.9	67.0
	Sangat Setuju	37	33.0	33.0	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Y.1 8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	17	15.2	15.2	15.2
	Setuju	55	49.1	49.1	64.3
	Sangat Setuju	40	35.7	35.7	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Y1. 9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	14	12.5	12.5	12.5
	Setuju	42	37.5	37.5	50.0
	Sangat Setuju	56	50.0	50.0	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Y1. 10

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ragu-Ragu	16	14.3	14.3	14.3
	Setuju	44	39.3	39.3	53.6
	Sangat Setuju	52	46.4	46.4	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12-16 tahun	15	13.4	13.4	13.4
	17-21 tahun	31	27.7	27.7	41.1
	22-26 tahun	40	35.7	35.7	76.8
	27-31 tahun	26	23.2	23.2	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	15	13.4	13.4	13.4
	SMA	31	27.7	27.7	41.1
	D1-D3	38	33.9	33.9	75.0
	S1	28	25.0	25.0	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	82	73.2	73.2	73.2
	Perempuan	30	26.8	26.8	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

Kunjungan Dalam 1 bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Kali	17	15.2	15.2	15.2
	2 Kali	43	38.4	38.4	53.6
	3 Kali	31	27.7	27.7	81.3
	> 3 Kali	21	18.8	18.8	100.0
	Total	112	100.0	100.0	

VALIDITAS

Correlations

		X1_1	X1_2	X1_3	X1_4	X1_5	X1_6	X1_7	X1_8	X1_9	X1_10	Kemasan
X1_1	Pearson Correlation	1	.885**	.826**	.785**	.274**	.410**	.414**	.524**	.471**	.520**	.763**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1_2	Pearson Correlation	.885**	1	.813**	.852**	.254**	.403**	.407**	.498**	.479**	.512**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.007	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1_3	Pearson Correlation	.826**	.813**	1	.832**	.348**	.507**	.552**	.520**	.487**	.583**	.807**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1_4	Pearson Correlation	.785**	.852**	.832**	1	.274**	.459**	.439**	.501**	.490**	.604**	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.004	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1_5	Pearson Correlation	.274**	.254**	.348**	.274**	1	.810**	.795**	.597**	.621**	.626**	.697**
	Sig. (2-tailed)	.003	.007	.000	.004		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1_6	Pearson Correlation	.410**	.403**	.507**	.459**	.810**	1	.968**	.744**	.763**	.796**	.854**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1_7	Pearson Correlation	.414**	.407**	.552**	.439**	.795**	.968**	1	.734**	.733**	.787**	.849**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1_8	Pearson Correlation	.524**	.498**	.520**	.501**	.597**	.744**	.734**	1	.800**	.808**	.837**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1_9	Pearson Correlation	.471**	.479**	.487**	.490**	.621**	.763**	.733**	.800**	1	.678**	.814**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X1_10	Pearson Correlation	.520**	.512**	.583**	.604**	.626**	.796**	.787**	.808**	.678**	1	.861**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Kemasan	Pearson Correlation	.763**	.762**	.807**	.779**	.697**	.854**	.849**	.837**	.814**	.861**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112

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

Correlations

		X2_1	X2_2	X2_3	X2_4	X2_5	X2_6	X2_7	X2_8	Harga
X2_1	Pearson Correlation	1	.825**	.515**	.589**	.889**	.761**	.919**	.937**	.915**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2_2	Pearson Correlation	.825**	1	.520**	.521**	.831**	.764**	.857**	.767**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2_3	Pearson Correlation	.515**	.520**	1	.798**	.556**	.732**	.577**	.568**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2_4	Pearson Correlation	.589**	.521**	.798**	1	.583**	.556**	.639**	.599**	.762**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2_5	Pearson Correlation	.889**	.831**	.556**	.583**	1	.796**	.908**	.866**	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2_6	Pearson Correlation	.761**	.764**	.732**	.556**	.796**	1	.819**	.820**	.897**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2_7	Pearson Correlation	.919**	.857**	.577**	.639**	.908**	.819**	1	.919**	.946**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
X2_8	Pearson Correlation	.937**	.767**	.568**	.599**	.866**	.820**	.919**	1	.922**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Harga	Pearson Correlation	.915**	.868**	.764**	.762**	.916**	.897**	.946**	.922**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112

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

Correlations

		Y1_1	Y1_2	Y1_3	Y1_4	Y1_5	Y1_6	Y1_7	Y1_8	Y1_9	Y1_10	Keputusan Pembelian
Y1_1	Pearson Correlation	1	.722**	.720**	.685**	.728**	.892**	.609**	.693**	.599**	.857**	.857**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y1_2	Pearson Correlation	.722**	1	.833**	.833**	.892**	.849**	.699**	.801**	.726**	.724**	.923**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y1_3	Pearson Correlation	.720**	.833**	1	.797**	.739**	.826**	.733**	.831**	.720**	.706**	.903**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y1_4	Pearson Correlation	.685**	.833**	.797**	1	.703**	.826**	.715**	.723**	.684**	.827**	.891**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y1_5	Pearson Correlation	.728**	.892**	.739**	.703**	1	.815**	.614**	.751**	.741**	.662**	.872**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y1_6	Pearson Correlation	.892**	.849**	.826**	.826**	.815**	1	.677**	.796**	.668**	.750**	.925**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y1_7	Pearson Correlation	.609**	.699**	.733**	.715**	.614**	.677**	1	.713**	.752**	.664**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y1_8	Pearson Correlation	.693**	.801**	.831**	.723**	.751**	.796**	.713**	1	.758**	.656**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y1_9	Pearson Correlation	.599**	.726**	.720**	.684**	.741**	.668**	.752**	.758**	1	.642**	.831**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Y1_10	Pearson Correlation	.857**	.724**	.706**	.827**	.662**	.750**	.664**	.656**	.642**	1	.856**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.857**	.923**	.903**	.891**	.872**	.925**	.818**	.881**	.831**	.856**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112	112

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

UJI RELIABILITAS

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.938	10

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.954	8

Reliability Statistics

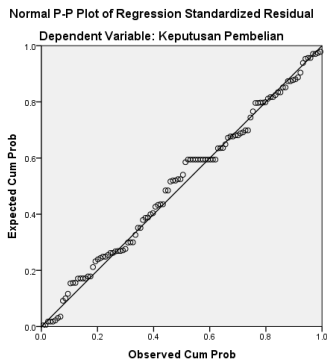
Cronbach's Alpha	N of Items
.966	10

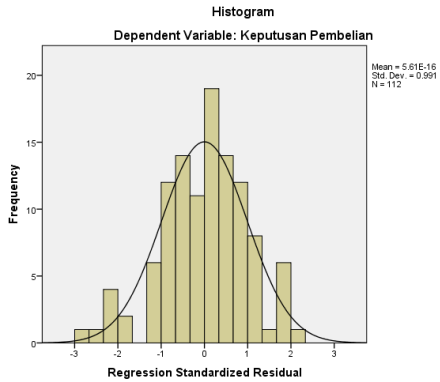
UJI NORMALITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		112
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	5.17494356
Most Extreme Differences	Absolute	.077
	Positive	.041
	Negative	-.077
Test Statistic		.077
Asymp. Sig. (2-tailed)		.095 ^c

- Test distribution is Normal.
- Calculated from data.
- Lilliefors Significance Correction.

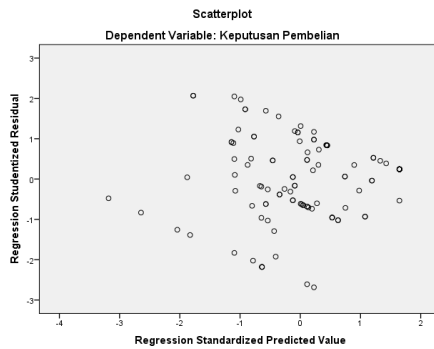




UJI MULTIKOLINEARITAS

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	Kemasan	.948	1.055
	Harga	.948	1.055

UJI HETEROKEDASTISITAS



UJI REGRESI LINEAR BERGANDA

Model	Unstandardized Coefficients		
	B	Std. Error	
1	(Constant)	14.957	4.147
	Kemasan	.388	.085
	Harga	.360	.092

UJI t

Model		t	Sig.
1	(Constant)	3.606	.000
	Kemasan	4.559	.000
	Harga	3.937	.000

Uji F

Model		F	Sig.
1	Regression	23.477	.000 ^b
	Residual		
	Total		

Koefisien Determinasi

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.549 ^a	.301	.288	5.222

a. Predictors: (Constant), Harga, Kemasan

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian