

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian Produk Bumbu Merek Racik

**KUESIONER UTAMA  
Bumbu Instan Merek RACIK**

Nama Responden : \_\_\_\_\_ Lokasi Pasar : \_\_\_\_\_  
 Alamat : \_\_\_\_\_ Nama Interviewer : \_\_\_\_\_  
 Telepon : \_\_\_\_\_ Tanggal : \_\_\_\_\_

**PERKENALAN:**

*Selamat pagi/siang/sore.*

*Nama saya \_\_\_\_\_ (sebutkan nama Interviewer). Saya interviewer dari Program Pascasarjana Universitas Mercubuana, yang sedang menyelesaikan program penelitian. Saat ini kami sedang melakukan penelitian tentang produk Bumbu Instan merek RACIK. Guna mendapatkan data langsung dari konsumen, kami bermaksud meminta pendapat Ibu. Tujuan kami disini adalah murni untuk keperluan penelitian. Sebelum kami melakukan wawancara, saya akan menanyakan beberapa pertanyaan pendahuluan kepada Ibu.*

**PERTANYAAN PERTAMA**

S1. Apakah Ibu pernah mendengar atau mengetahui produk bumbu instan merek RACIK?

Ya	<input type="checkbox"/>	LANJUTKAN E S2
Tidak	<input type="checkbox"/>	STOP WAWANCARA

S2. Apakah Ibu pernah membeli atau menggunakan produk bumbu instan merek RACIK?

Ya	<input type="checkbox"/>	LANJUTKAN KE S3
Tidak	<input type="checkbox"/>	STOP WAWANCARA

**INTERVIEWER BACAAN :**

Saat ini kami sedang melakukan suatu survey mengenai produk bumbu instant merek RACIK kepada para ibu rumah tangga dan survey ini akan memakan waktu kurang lebih 15 menit.

S3. Apakah Ibu bersedia diwawancarai?

Ya	1	<b>LANJUTKAN KE Q1</b>
Tidak	2	<b>HENTIKAN WAWANCARA, UCAPKAN TERIMA KASIH</b>

**PERTANYAAN:**

<b>PRODUK</b>		
<b>Q1.</b> Saya memilih untuk menggunakan bumbu RACIK karena kandungan bumbunya sudah lengkap, tidak perlu tambahan bumbu lain.	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
<b>Q2.</b> Saya memasak dengan menggunakan bumbu RACIK karena merasa praktis dan tidak perlu menguleg bumbu lagi.	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
<b>Q3.</b> Bumbu RACIK memiliki banyak pilihan jenis rasa, sehingga tidak membosankan dan keluarga menyukainya.	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
<b>Q4.</b> Pilihan jenis rasa bumbu RACIK yang tersedia saat ini cocok untuk masakan harian	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
<b>Q5.</b> Bumbu RACIK terbuat dari bumbu dan rempah asli yang telah dikeringkan, sehingga tetap aman bagi kesehatan.	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
<b>Q6.</b> Saya membeli bumbu RACIK sebagai stock bumbu masak di dapur karena masa simpan yang cukup lama dan tidak busuk.	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju

Q7. Saya tertarik untuk mencoba produk bumbu RACIK karena kemasannya yang menarik	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
Q8. Saya percaya bahwa kualitas bumbu RACIK terjamin karena dibuat oleh Indofood sebagai perusahaan makanan yang terkenal	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
<b>HARGA</b>		
Q9. Menurut saya harga bumbu RACIK adalah wajar dan sudah sesuai dengan manfaat produknya	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
Q10. Harga bumbu RACIK termasuk murah, jika dibandingkan dengan jenis bumbu instan merek lainnya	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
Q11. Harga bumbu RACIK termasuk kategori mahal, jika dibandingkan dengan bumbu buatan sendiri (beli rempah dan menguleg sendiri)	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
Q12. Menurut saya dengan menggunakan bumbu RACIK akan dapat menghemat uang, karena tidak perlu menyimpan banyak bumbu dapur di rumah.	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
Q13. Saya membeli bumbu RACIK karena harganya dapat ditawar sehingga lebih hemat	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
Q14. Saya tertarik untuk membeli produk RACIK pada saat adanya diskon / potongan harga.	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju

<b>IKLAN</b>		
Q15. Saya tertarik untuk menggunakan produk bumbu RACIK karena isi iklannya menarik	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
Q16. Jalan cerita iklan RACIK mudah dipahami (cara pemakaian produk) sehingga membuat saya ingin mencoba produknya	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
Q17. Saya langsung percaya pada iklan RACIK karena dibuat oleh perusahaan dengan merek yang sudah terkenal	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
Q18. Menurut saya apa yang disampaikan oleh iklan RACIK sudah sesuai dengan produk yang sesungguhnya	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
Q19. Iklan bumbu RACIK terkesan sederhana dan mencerminkan kehidupan sehari-hari, membuat saya tertarik untuk menggunakan produknya	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
<b>DISTRIBUSI</b>		
Q20. Salah satu yang mendorong saya untuk menggunakan bumbu RACIK adalah ketersediaan produk yang mudah didapat dan tersedia di warung atau minimarket.	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
Q21. Saya tertarik untuk selalu menggunakan bumbu RACIK, karena produknya dapat dipesan dan dibeli di tukang sayur keliling	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
Q22. Ketersediaan pilihan jenis rasa yang lengkap yang mendorong saya untuk selalu menggunakan bumbu RACIK	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju

Q23. Saya ingin selalu menggunakan bumbu RACIK karena adanya layanan pemesanan produk yang mudah	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju
Q24. Saya membeli produk RACIK karena produknya tersedia dekat bahan sayur-sayuran dan mengingatkan pada bumbu.	[ 5 ]	Sangat Setuju
	[ 4 ]	Setuju
	[ 3 ]	Antara Setuju dan Tidak
	[ 2 ]	Tidak Setuju
	[ 1 ]	Sangat Tidak Setuju

S4. Hanya untuk klarifikasi Ibu saja:

R1. Apakah status pekerjaan Ibu saat ini?	[ 1 ]	Ibu Rumah Tangga
	[ 2 ]	Karyawati
R2. Berapa usia Ibu saat ini?	[ 1 ]	20 – 30 tahun
	[ 2 ]	31 – 40 tahun
	[ 3 ]	41 – 50 tahun
	[ 4 ]	Lebih dari 50 tahun
R3. Apakah pendidikan terakhir yang Ibu tamatkan?	[ 1 ]	SMP
	[ 2 ]	SMA
	[ 3 ]	D2 / D3
	[ 4 ]	S1 / S2 / S3
R4. Apakah Ibu memiliki anak?	[ 1 ]	Ya
	[ 2 ]	Tidak
R5. Apakah Ibu memiliki pembantu di rumah?	[ 1 ]	Ya
	[ 2 ]	Tidak
R6. Berapa kira-kira <u>pengeluaran rumah tangga Ibu per bulannya</u> untuk membeli kebutuhan sehari-hari (seperti makanan, biaya listrik/air/ telepon/handphone, bahan bakar gas ataupun minyak tanah, uang sekolah, uang jajan, dll)	[ 1 ]	Rp. 700.000,- atau kurang
	[ 2 ]	Rp. 700.000 – 950.000
	[ 3 ]	Rp. 950.001 – 1.300.000
	[ 4 ]	Rp. 1.300.001 – 2.000.000
	[ 5 ]	Rp. 2.000.001 – 3.000.000

**UCAPAN TERIMA KASIH DAN AKHIRI WAWANCARA**





### Lampiran 3. Output SPSS Profil Responden

#### 1) Status Pekerjaan Ibu Rumah Tangga

##### Statistics

status		
N	Valid	146
	Missing	0
Mode		1
Std. Deviation		.359

##### status

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid ibu rumah tangga	124	84.9	84.9	84.9
Karyawan	22	15.1	15.1	100.0
Total	146	100.0	100.0	

#### 2) Kelompok Usia Responden

##### Statistics

usia		
N	Valid	146
	Missing	0
Mode		2
Std. Deviation		.994

##### usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 20-30 tahun	45	30.8	30.8	30.8
31-40 tahun	54	37.0	37.0	67.8
41-50 tahun	29	19.9	19.9	87.7
>50 tahun	18	12.3	12.3	100.0
Total	146	100.0	100.0	



Lampiran 3. Output SPSS Profil Responden (lanjutan...)

3) Tingkat Pendidikan Responden

**Statistics**

pendidikan

N	Valid	146
	Missing	0
Mode		1
Std. Deviation		.719

pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMP	67	45.9	45.9	45.9
	SMA	66	45.2	45.2	91.1
	Diploma	9	6.2	6.2	97.3
	Sarjana	4	2.7	2.7	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

4) Status Kepemilikan Anak

**Statistics**

anak

N	Valid	146
	Missing	0
Mode		1
Std. Deviation		.295

anak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ada anak	132	90.4	90.4	90.4
	Tidak ada anak	14	9.6	9.6	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

Lampiran 3. Output SPSS Profil Responden (lanjutan...)

5) Status Kepemilikan Pembantu

Statistics

pembantu		
N	Valid	146
	Missing	0
Mode		2
Std. Deviation		.481

pembantu					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ada pembantu	52	35.6	35.6	35.6
	Tidak ada pembantu	94	64.4	64.4	100.0
Total		146	100.0	100.0	

6) Tingkat Pengeluaran Rumah Tangga

Statistics

SES		
N	Valid	146
	Missing	0
Mode		5
Std. Deviation		1.272

SES					
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 700.000	13	8.9	8.9	8.9
	700.001-950.000	19	13.0	13.0	21.9
	950.001-1.300.000	37	25.3	25.3	47.3
	1.300.001-2.000.000	36	24.7	24.7	71.9
	> 2.000.000	41	28.1	28.1	100.0
Total		146	100.0	100.0	

Lampiran 4. Output SPSS Analisa Frekuensi

produk1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	3	2.1	2.1	2.1
	3	2	1.4	1.4	3.4
	4	126	86.3	86.3	89.7
	5	15	10.3	10.3	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

produk2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.7	.7	.7
	3	4	2.7	2.7	3.4
	4	124	84.9	84.9	88.4
	5	17	11.6	11.6	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

produk3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	2	1.4	1.4	1.4
	4	130	89.0	89.0	90.4
	5	14	9.6	9.6	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

Lampiran 4. Output SPSS Analisa Frekuensi (lanjutan...)

produk4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	5	3.4	3.4	3.4
	4	129	88.4	88.4	91.8
	5	12	8.2	8.2	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

produk5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.7	.7	.7
	3	12	8.2	8.2	8.9
	4	123	84.2	84.2	93.2
	5	10	6.8	6.8	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

produk6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.7	.7	.7
	3	7	4.8	4.8	5.5
	4	125	85.6	85.6	91.1
	5	13	8.9	8.9	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

Lampiran 4. Output SPSS Analisa Frekuensi (lanjutan...)

produk7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	7	4.8	4.8	4.8
	3	18	12.3	12.3	17.1
	4	118	80.8	80.8	97.9
	5	3	2.1	2.1	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

produk8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.7	.7	.7
	3	9	6.2	6.2	6.8
	4	129	88.4	88.4	95.2
	5	7	4.8	4.8	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

harga1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.7	.7	.7
	3	6	4.1	4.1	4.8
	4	127	87.0	87.0	91.8
	5	12	8.2	8.2	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

Lampiran 4. Output SPSS Analisa Frekuensi (lanjutan...)

**harga2**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.7	.7	.7
	3	14	9.6	9.6	10.3
	4	120	82.2	82.2	92.5
	5	11	7.5	7.5	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

**harga3**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	17	11.6	11.6	11.6
	2	39	26.7	26.7	38.4
	3	25	17.1	17.1	55.5
	4	62	42.5	42.5	97.9
	5	3	2.1	2.1	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

**harga4**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.4	1.4	1.4
	3	8	5.5	5.5	6.8
	4	111	76.0	76.0	82.9
	5	25	17.1	17.1	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

Lampiran 4. Output SPSS Analisa Frekuensi (lanjutan...)

harga5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	6.8	6.8	6.8
	2	51	34.9	34.9	41.8
	3	18	12.3	12.3	54.1
	4	63	43.2	43.2	97.3
	5	4	2.7	2.7	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

harga6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	32	21.9	21.9	21.9
	3	24	16.4	16.4	38.4
	4	62	42.5	42.5	80.8
	5	28	19.2	19.2	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

iklan1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	8	5.5	5.5	5.5
	3	14	9.6	9.6	15.1
	4	116	79.5	79.5	94.5
	5	8	5.5	5.5	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

Lampiran 4. Output SPSS Analisa Frekuensi (lanjutan...)

iklan2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.7	.7	.7
	3	12	8.2	8.2	8.9
	4	125	85.6	85.6	94.5
	5	8	5.5	5.5	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

iklan3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	2.7	2.7	2.7
	3	10	6.8	6.8	9.6
	4	127	87.0	87.0	96.6
	5	5	3.4	3.4	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

iklan4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	12	8.2	8.2	8.2
	4	131	89.7	89.7	97.9
	5	3	2.1	2.1	100.0
	Total	146	100.0	100.0	



Lampiran 4. Output SPSS Analisa Frekuensi (lanjutan...)

iklan5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3	6	4.1	4.1	4.1
	4	130	89.0	89.0	93.2
	5	10	6.8	6.8	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

distri1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.4	1.4	1.4
	3	4	2.7	2.7	4.1
	4	118	80.8	80.8	84.9
	5	22	15.1	15.1	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

distri2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	5	3.4	3.4	3.4
	3	27	18.5	18.5	21.9
	4	108	74.0	74.0	95.9
	5	6	4.1	4.1	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

Lampiran 4. Output SPSS Analisa Frekuensi (lanjutan...)

distri3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	1	.7	.7	.7
	3	12	8.2	8.2	8.9
	4	122	83.6	83.6	92.5
	5	11	7.5	7.5	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

distri4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	4	2.7	2.7	2.7
	3	14	9.6	9.6	12.3
	4	119	81.5	81.5	93.8
	5	9	6.2	6.2	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

distri5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2	2	1.4	1.4	1.4
	3	7	4.8	4.8	6.2
	4	119	81.5	81.5	87.7
	5	18	12.3	12.3	100.0
	Total	146	100.0	100.0	

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk

1) Output SPSS Pearson correlation konstruk produk

**Correlations**

		produk1	produk2	produk3	produk4	produk5	produk6	produk7	produk8	Produk
produk1	Pearson Correlation	1	.740**	.406**	.398**	.301**	.184'	.324**	.385**	.725**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.026	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
produk2	Pearson Correlation	.740**	1	.477**	.472**	.332**	.237**	.315**	.379**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.004	.000	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
produk3	Pearson Correlation	.406**	.477**	1	.343**	.220**	.299**	.211'	.250**	.585**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.008	.000	.010	.002	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
produk4	Pearson Correlation	.398**	.472**	.343**	1	.250**	.341**	.201'	.340**	.614**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.002	.000	.015	.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
produk5	Pearson Correlation	.301**	.332**	.220**	.250**	1	.326**	.275**	.280**	.580**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.008	.002		.000	.001	.002	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
produk6	Pearson Correlation	.184'	.237**	.299**	.341**	.326**	1	.243**	.280**	.554**
	Sig. (2-tailed)	.026	.004	.000	.000	.000		.003	.001	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
produk7	Pearson Correlation	.324**	.315**	.211'	.201'	.275**	.243**	1	.621**	.662**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.010	.015	.001	.003		.000	.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
produk8	Pearson Correlation	.385**	.379**	.250**	.340**	.280**	.280**	.621**	1	.688**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.002	.000	.002	.001	.000		.000
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148
Produk	Pearson Correlation	.725**	.757**	.585**	.614**	.580**	.554**	.662**	.688**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	148	148	148	148	148	148	148	148	148

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

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.795	.802	8

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk (lanjutan...)

2) Output SPSS Pearson correlation konstruk harga

**Correlations**

	harga1	harga2	harga3	harga4	harga5	harga6	Harga
harga1							
Pearson Correlation	1	.563**	.002	.327**	.016	-.126	.267**
Sig. (2-tailed)		.000	.979	.000	.844	.129	.001
N	146	146	146	146	146	146	146
harga2							
Pearson Correlation	.563**	1	.039	.367**	.057	-.061	.343**
Sig. (2-tailed)	.000		.639	.000	.493	.468	.000
N	146	146	146	146	146	146	146
harga3							
Pearson Correlation	.002	.039	1	-.301**	.542**	.435**	.767**
Sig. (2-tailed)	.979	.639		.000	.000	.000	.000
N	146	146	146	146	146	146	146
harga4							
Pearson Correlation	.327**	.367**	-.301**	1	-.231**	-.186*	.014
Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.005	.024	.870
N	146	146	146	146	146	146	146
harga5							
Pearson Correlation	.016	.057	.542**	-.231**	1	.369**	.754**
Sig. (2-tailed)	.844	.493	.000	.005		.000	.000
N	146	146	146	146	146	146	146
harga6							
Pearson Correlation	-.126	-.061	.435**	-.186*	.369**	1	.665**
Sig. (2-tailed)	.129	.468	.000	.024	.000		.000
N	146	146	146	146	146	146	146
Harga							
Pearson Correlation	.267**	.343**	.767**	.014	.754**	.665**	1
Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.870	.000	.000	
N	146	146	146	146	146	146	146

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

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.577	.529	5

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk (lanjutan...)

3) Output SPSS Pearson correlation konstruk iklan

**Correlations**

		iklan1	iklan2	iklan3	iklan4	iklan5	iklan
iklan1	Pearson Correlation	1	.464**	.387**	.282**	.197*	.769**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.001	.017	.000
	N	146	146	146	146	146	146
iklan2	Pearson Correlation	.464**	1	.393**	.358**	.266**	.734**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.001	.000
	N	146	146	146	146	146	146
iklan3	Pearson Correlation	.387**	.393**	1	.395**	.108	.695**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.194	.000
	N	146	146	146	146	146	146
iklan4	Pearson Correlation	.282**	.358**	.395**	1	.412**	.654**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000		.000	.000
	N	146	146	146	146	146	146
iklan5	Pearson Correlation	.197*	.266**	.108	.412**	1	.509**
	Sig. (2-tailed)	.017	.001	.194	.000		.000
	N	146	146	146	146	146	146
iklan	Pearson Correlation	.769**	.734**	.695**	.654**	.509**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	146	146	146	146	146	146

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

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.692	.708	5

Lampiran 5. Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas Konstruk (lanjutan...)

4) Output SPSS Pearson correlation konstruk distribusi

**Correlations**

		distri1	distri2	distri3	distri4	distri5	Distri
distri1	Pearson Correlation	1	.051	.414**	.434**	.531**	.693**
	Sig. (2-tailed)		.544	.000	.000	.000	.000
	N	146	146	146	146	146	146
distri2	Pearson Correlation	.051	1	.265**	.244**	.115	.530**
	Sig. (2-tailed)	.544		.001	.003	.166	.000
	N	146	146	146	146	146	146
distri3	Pearson Correlation	.414**	.265**	1	.524**	.342**	.724**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001		.000	.000	.000
	N	146	146	146	146	146	146
distri4	Pearson Correlation	.434**	.244**	.524**	1	.444**	.774**
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000		.000	.000
	N	146	146	146	146	146	146
distri5	Pearson Correlation	.531**	.115	.342**	.444**	1	.699**
	Sig. (2-tailed)	.000	.166	.000	.000		.000
	N	146	146	146	146	146	146
Distri	Pearson Correlation	.693**	.530**	.724**	.774**	.699**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	146	146	146	146	146	146

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

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.703	.717	5

Lampiran 6. Hasil Uji SPSS Analisis Faktor

1) Konstruk Produk

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.783
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	352.853
	df	28
	Sig.	.000

**Communalities**

	Initial	Extraction
produk1	1.000	.660
produk2	1.000	.755
produk3	1.000	.510
produk4	1.000	.474
produk5	1.000	.310
produk6	1.000	.291
produk7	1.000	.766
produk8	1.000	.727

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
produk1	.776	.242
produk2	.839	.231
produk3	.706	.109
produk4	.651	.224
produk5	.343	.438
produk6	.314	.439
produk7	.074	.872
produk8	.205	.828

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Lampiran 6. Hasil Uji SPSS Analisis Faktor (lanjutan...)

2) Konstruk Harga

**KMO and Bartlett's Test**

<b>Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.</b>		<b>.594</b>
<b>Bartlett's Test of Sphericity</b>	<b>Approx. Chi-Square</b>	<b>141.920</b>
	<b>df</b>	<b>10</b>
	<b>Sig.</b>	<b>.000</b>

**Communalities**

	<b>Initial</b>	<b>Extraction</b>
harga1	1.000	.779
harga2	1.000	.772
harga3	1.000	.710
harga5	1.000	.660
harga6	1.000	.567

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	<b>Component</b>	
	<b>1</b>	<b>2</b>
harga1	-.048	.881
harga2	.030	.878
harga3	.841	.051
harga5	.808	.085
harga6	.738	-.162

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.



Lampiran 6. Hasil Uji SPSS Analisis Faktor (lanjutan...)

3) Konstruk Iklan

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.709
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	132.831
	df	10
	Sig.	.000

**Communalities**

	Initial	Extraction
iklan1	1.000	.485
iklan2	1.000	.562
iklan3	1.000	.469
iklan4	1.000	.521
iklan5	1.000	.286

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component
	1
iklan1	.696
iklan2	.750
iklan3	.685
iklan4	.722
iklan5	.535

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Lampiran 6. Hasil Uji SPSS Analisis Faktor (lanjutan...)

4) Konstruksi Distribusi

**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.738
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	157.810
	df	10
	Sig.	.000

**Communalities**

	Initial	Extraction
distri1	1.000	.708
distri2	1.000	.859
distri4	1.000	.602
distri5	1.000	.638
distri6	1.000	.637

Extraction Method: Principal Component Analysis.

**Rotated Component Matrix<sup>a</sup>**

	Component	
	1	2
distri1	.839	-.057
distri2	-.009	.927
distri4	.614	.473
distri5	.695	.394
distri6	.798	.009

Extraction Method: Principal Component Analysis.  
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 3 iterations.

Lampiran 7. Model Summary Pengaruh Antar Variabel

1) Harga terhadap Produk

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.211 <sup>a</sup>	.044	.038	2.074	1.424

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Produk

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	28.721	1	28.721	6.680	.011 <sup>a</sup>
	Residual	619.170	144	4.300		
	Total	647.890	145			

a. Predictors: (Constant), Harga

b. Dependent Variable: Produk

2) Iklan terhadap Produk

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.875 <sup>a</sup>	.455	.452	1.565	1.589

a. Predictors: (Constant), Iklan

b. Dependent Variable: Produk

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	295.049	1	295.049	120.414	.000 <sup>a</sup>
	Residual	352.842	144	2.450		
	Total	647.890	145			

a. Predictors: (Constant), Iklan

b. Dependent Variable: Produk

Lampiran 7. Model Summary Pengaruh Antar Variabel (lanjutan...)

3) Distribusi terhadap Produk

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.594 <sup>a</sup>	.353	.348	1.706	1.522

a. Predictors: (Constant), Distri

b. Dependent Variable: Produk

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	228.676	1	228.676	78.550	.000 <sup>a</sup>
	Residual	419.214	144	2.911		
	Total	647.890	145			

a. Predictors: (Constant), Distri

b. Dependent Variable: Produk

4) Iklan terhadap Harga

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.405 <sup>a</sup>	.164	.158	2.409	1.458

a. Predictors: (Constant), Iklan

b. Dependent Variable: Harga

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	163.903	1	163.903	28.237	.000 <sup>a</sup>
	Residual	835.857	144	5.805		
	Total	999.760	145			

a. Predictors: (Constant), Iklan

b. Dependent Variable: Harga

Lampiran 7. Model Summary Pengaruh Antar Variabel (lanjutan...)

5) Distribusi terhadap Harga

**Model Summary<sup>a</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.259 <sup>a</sup>	.067	.061	2.545	1.346

a. Predictors: (Constant), Distri

b. Dependent Variable: Harga

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	67.136	1	67.136	10.366	.002 <sup>a</sup>
	Residual	932.625	144	6.477		
	Total	999.760	145			

a. Predictors: (Constant), Distri

b. Dependent Variable: Harga

6) Distribusi terhadap Iklan

**Model Summary<sup>a</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.639 <sup>a</sup>	.408	.404	1.113	1.614

a. Predictors: (Constant), Distri

b. Dependent Variable: Iklan

**ANOVA<sup>b</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	123.072	1	123.072	99.321	.000 <sup>a</sup>
	Residual	178.435	144	1.239		
	Total	301.507	145			

a. Predictors: (Constant), Distri

b. Dependent Variable: Iklan