

Lampiran 1

**DAFTAR PERTANYAAN UNTUK
KONSUMEN PELEMBUT PAKAIAN
PRODUK PT. UNILEVER**

Dengan Hormat,

Saya adalah Mahasiswa Fakultas ekonomi Manajemen Konsentrasi pemasaran Universitas Esa Unggul tingkat akhir, saya sedang melakukan penelitian mengenai faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi anda dalam melakukan pembelian pelembut pakaian. Penelitian ini saya ajukan sebagai skripsi, yang merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan di fakultas Ekonomi Universitas esa Unggul.

untuk itu, saya mengharapkan kesediaan dari saudara/isekalian untuk menjawab pertanyaan kuisisioner ini sesuai dengan petunjuk yang sudah ada, semua informasi yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk tujuan penelitian ini.

Atas kesediaan saudara/i sekalian dalam menjawab kuisisioner ini, saya ucapkan terimakasih

Jakarta, February 2011

Kiki Kurniawaty

A. Data Responden

Petunjuk : Berikan tanda silang (X) untuk jawaban anda.

- 1) Apakah jenis kelamin anda ?
 - a . Laki – laki
 - b . Perempuan
- 2) Berapa usia Bapak/ibu/saudara/i?
 - a . 17 - 27
 - b . 28 - 38
 - c . 39 - 49
 - d . 50 - 59
- 3) Pendidikan terakhir anda?
 - a . SLTP
 - b . SLTA
 - c . PERGURUAN TINGGI
 - d . LAINNYA
- 4) berapa pendapatan anda dalam satu (1) bulan?
 - a . < Rp 1000.000
 - b . Rp 1000.000 - Rp 2000.000
 - c . Rp 2000.001 - Rp 3000.000
 - d . > Rp 3000.000
- 5) Pekerjaan?
 - a . Ibu Rumah Tangga
 - b . Karyawan
 - c . Wirausaha

B. Berikan tanda Checklist (✓) untuk pertanyaan yang sesuai dengan pendapat anda!

Keterangan : TS = Tidak Setuju

Ks = Kurang Setuju

CS = Cukup setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Apakah faktor – faktor dibawah ini mempengaruhi anda untuk pengambilan keputusan pembelian pelembut pakaian merek Molto PT. Unilever :

	Pertanyaan	TS	KS	CS	S	SS
Produk	1) wangi yang tahan lama					
	2) Merek yang sudah terkenal					
	3) Aroma yang tidak menyengat					
	4) Produk yang ramah lingkungan					
	5) Lembut ditangan					
	6) Tidak menyebabkan iritasi					
	7) Ukuran kemasan yang beranekaragam					
	8) Produk yang efisien					

Harga	9) Harga terjangkau					
	10) Harga sesuai dengan kualitas					
Tempat	11) Mudah didapat dibanyak toko					
	12) Persediaan Di toko – toko selalu ada					
Promosi	13) Adanya undian Berhadiah					
	14) Bintang iklan terkenal					
	15) Iklan yang menarik					
	16) Adanya Potongan harga Khusus					
	17) Adanya hadiah langsung					
	18) Pameran Produk					

Lampiran 4

Jawaban Kuesioner untuk Pengujian analisis Faktor 100 Responden

No	Butir Pertanyaan																	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18
1	3	4	3	3	5	3	4	3	4	3	4	3	3	1	3	4	2	4
2	3	4	3	3	4	5	3	4	4	2	3	4	3	4	3	4	3	4
3	4	3	4	3	3	4	4	3	4	3	4	5	4	3	4	3	4	5
4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	3	4	3	3	4	3	4	3	4
5	4	3	3	3	5	3	3	3	4	2	2	3	3	4	3	4	3	3
6	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	1	1	4	4	2	4	4	4
7	4	3	4	3	4	3	4	5	4	3	2	2	3	2	4	4	4	5
8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
9	3	2	3	3	3	3	3	4	5	2	3	4	3	5	4	3	4	3
10	3	4	3	5	4	5	3	2	4	4	2	3	4	2	3	4	4	3
11	4	4	5	5	3	5	2	5	3	4	4	5	4	5	2	3	4	5
12	3	3	4	3	4	3	3	4	4	2	3	3	4	3	2	4	3	3
13	5	5	4	3	5	5	5	5	5	3	4	3	4	5	4	5	5	5
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
15	4	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
16	5	5	4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4	5	4
17	5	5	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4
18	5	4	5	4	5	5	5	5	5	3	3	4	5	3	4	5	4	5
19	5	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	4
20	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	4	5	5	4	3	4	3	5
21	4	4	3	3	3	3	4	5	3	3	3	4	3	3	4	3	4	3
22	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	3
23	3	4	5	3	4	3	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5
24	4	3	4	3	5	3	3	4	5	3	3	4	3	4	5	4	3	4
25	3	4	3	4	5	3	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	3	4
26	3	3	4	3	4	5	3	4	4	3	4	5	4	5	3	4	4	3
27	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2	2	1	2	2	3	3	4	3
28	3	4	3	4	3	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4	3	4	4
29	3	5	4	4	3	3	4	5	4	3	2	2	1	2	3	3	4	4
30	3	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	5

31	4	3	3	3	3	3	5	4	3	3	3	2	3	4	4	3	4	5
32	5	4	4	2	4	3	4	3	4	4	5	3	2	3	3	2	4	5
33	3	4	3	3	3	3	4	4	3	3	5	3	3	4	4	5	4	3
34	4	4	4	2	4	3	5	5	4	4	4	3	3	3	3	2	4	3
35	5	4	3	4	3	3	3	5	3	3	4	3	2	3	4	3	3	3
36	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	4	4	2	4	3	3	3	4
37	4	3	3	2	3	3	3	5	3	3	4	3	3	4	5	3	3	3
38	4	3	4	3	4	3	4	5	4	4	5	4	5	5	4	3	5	3
39	5	3	3	4	3	3	5	5	3	3	4	3	2	3	3	4	4	4
40	3	4	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	4	3	4	3	4	3
41	3	4	3	4	3	3	5	3	3	3	4	3	4	2	5	4	5	4
42	3	4	4	3	4	3	5	3	4	4	4	4	2	3	4	3	3	3
43	4	5	3	4	3	3	5	4	3	3	4	3	3	5	5	4	4	4
44	5	4	3	3	4	3	5	3	3	3	5	4	5	5	4	3	3	3
45	4	5	4	3	3	3	5	5	4	4	1	3	5	5	4	4	4	5
46	3	4	3	4	4	3	5	4	3	3	3	4	4	5	4	3	3	4
47	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	2	3	4	5	4	4	5	3
48	5	5	3	4	4	3	3	4	3	3	5	3	3	5	4	3	4	4
49	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	3	4	3	5
50	4	4	3	4	4	4	5	4	3	3	5	3	3	5	3	3	4	4
51	3	5	4	5	3	4	5	4	4	4	5	4	3	4	3	3	5	5
52	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	5	3	4	3	4	4	3	4
53	5	4	4	3	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5
54	4	3	3	4	4	4	3	4	3	3	5	3	3	3	4	3	3	3
55	3	4	4	3	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	5	4	5	4
56	4	5	3	4	4	4	4	3	3	3	5	3	3	3	5	3	4	3
57	4	4	4	3	4	5	3	3	4	4	3	4	2	4	5	4	3	5
58	5	5	3	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	3	5	3	4	4
59	5	4	5	3	4	4	3	4	5	5	3	5	3	4	5	4	5	3
60	3	3	4	4	4	5	4	5	4	4	3	4	3	3	5	3	4	4
61	3	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	5	5	4	5	5
62	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4
63	5	4	5	3	4	5	3	4	5	5	2	5	3	4	4	5	4	5
64	4	3	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	3	3	4	4
65	5	4	5	3	3	3	4	4	5	5	1	5	3	3	4	4	4	3
66	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3

67	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4
68	4	3	4	4	3	3	5	4	4	4	3	4	4	4	3	5	3	4
69	3	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4
70	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	5
71	4	3	3	5	3	4	3	3	3	3	4	3	3	5	4	4	5	5
72	4	4	3	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5
73	4	3	3	5	2	4	3	4	3	3	4	3	3	4	3	4	5	5
74	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	5	3	3	4	5
75	3	3	4	5	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	3	3	3	5
76	3	3	4	4	3	3	4	5	4	4	3	4	4	5	3	3	4	5
77	4	3	3	5	3	3	3	4	3	3	5	3	3	4	4	5	3	5
78	3	3	3	4	3	3	4	5	3	3	4	5	3	4	3	4	4	4
79	4	3	4	5	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3
80	3	3	5	4	3	3	5	5	5	5	4	4	5	4	3	5	4	4
81	4	5	4	5	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3	3
82	5	3	3	4	2	3	3	5	3	3	4	3	3	3	3	4	4	4
83	4	4	2	4	2	3	4	4	2	2	5	4	2	3	4	3	3	3
84	4	3	3	3	2	3	3	5	3	3	4	5	3	3	4	4	5	4
85	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	5	4	3
86	4	3	2	4	4	4	3	5	2	2	4	4	2	4	3	5	4	3
87	4	3	3	4	5	5	3	4	3	3	4	4	3	4	3	5	5	3
88	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	3	4	3	3	3	3	5
89	4	3	3	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	4	4
90	3	4	2	4	5	4	5	4	2	2	5	4	2	3	4	5	3	4
91	3	3	3	3	5	5	5	5	3	3	4	5	3	5	4	4	4	5
92	3	3	3	3	5	4	5	5	3	3	5	4	4	4	3	5	5	3
93	3	3	2	2	5	4	5	5	2	2	4	3	4	4	3	4	4	4
94	3	3	3	3	5	3	5	5	3	3	5	2	5	4	4	4	3	3
95	3	3	3	3	5	4	5	5	3	3	4	3	3	3	3	3	2	4
96	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	5	4	5	4	2	4	3	5
97	4	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	2	4	5	3	5	4	5
98	3	4	2	4	4	3	4	4	2	2	2	2	5	4	4	4	2	5
99	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3
100	3	4	3	5	4	4	4	4	3	3	3	3	5	4	5	4	4	4

LAMPIRAN 1

DAFTAR PERTANYAAN UNTUK KONSUMEN PELEMBUT PAKAIAN PRODUK PT. UNILEVER

Dengan Hormat,

Saya adalah Mahasiswa Fakultas ekonomi Manajemen Konsentrasi pemasaran Universitas Esa Unggul tingkat akhir,saya sedang melakukan penelitian mengenai faktor – faktor apa saja yang yang mempengaruhi anda dalam melakukan pembelian pelembut pakaian.Penelitian ini saya ajukan sebagai skripsi, yang merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan di fakultas Ekonomi Universitas esa Unggul.

untuk itu,saya mengharapkan kesediaan dari saudara/isekalian untuk menjawab pertanyaan kuisisioner ini sesuai dengan petunjuk yang sudah ada, semua informasi yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk tujuan penelitian ini.

Atas kesediaan saudara/i sekalian dalam menjawab kuisisioner ini, saya ucapkan terimakasih

Jakarta, February 2011

Kiki Kurniawaty

A . Data Responden

Petunjuk : Berikan tanda silang (X) untuk jawaban anda.

1. Apakah jenis kelamin anda ?
 - a . Laki – laki
 - b . Perempuan
2. Berapa usia Bapak/ibu/saudara/i?
 - a . 17 - 27
 - b . 28 - 38
 - c . 39 - 49
 - d . 50 - 59
3. Pendidikan terakhir anda?
 - a . SLTP
 - b . SLTA
 - c . PERGURUAN TINGGI
 - d . LAINNYA
4. berapa pendapatan anda dalam satu (1) bulan?
 - a . < Rp 1000.000
 - b . Rp 1000.000 - Rp 2000.000
 - c . Rp 2000.001 - Rp 3000.000
 - d . > Rp 3000.000
5. Pekerjaan?
 - a . Ibu Rumah Tangga
 - b . Karyawan
 - c . Wirausaha

A. Berikan tanda Checklist (✓) untuk pertanyaan yang sesuai dengan pendapat anda!

Keterangan : TS = Tidak Setuju

Ks = Kurang Setuju

CS = Cukup setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Apakah faktor – faktor dibawah ini mempengaruhi anda untuk pengambilan keputusan pembelian pelembut pakaian merek Molto PT. Unilever :

	Pertanyaan	TS	KS	CS	S	SS
Produk	1) wangi yang tahan lama					
	2) Merek yang sudah terkenal					
	3) Aroma yang tidak menyengat					
	4) Produk yang ramah lingkungan					
	5) Lembut ditangan					
	6) Tidak menyebabkan iritasi					
	7) Ukuran kemasan yang beranekaragam					
	8) Produk yang efisien					

Harga	9) Harga terjangkau					
	10) Harga sesuai dengan kualitas					
Tempat	11) Mudah didapat dibanyak toko					
	12) Persediaan Di toko – toko selalu ada					
Promosi	13) Adanya undian Berhadiah					
	14) Bintang iklan terkenal					
	15) Iklan yang menarik					
	16) Adanya Potongan harga Khusus					
	17) Adanya hadiah langsung					
	18) Pameran Produk					

Lampiran 5 Factor Analysis

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	Analysis N
Wangi	3.86	.739	100
Merek yang sudah terkenal	3.78	.733	100
Aroma yang tidak menyengat	3.58	.741	100
Produk yang ramah lingkungan	3.65	.744	100
Lembut ditangan	3.76	.866	100
Tidak menyebabkan iritasi jika terkena tangan	3.71	.769	100
Membuat pakaian menjadi lembut	3.97	.822	100
Harga sesuai dengan kualitas	4.17	.726	100
Harganya yang murah	3.69	.775	100
Adanya potongan harga khusus	3.40	.778	100
Adanya undian berhadiah	3.78	.960	100
Bintang iklan yang terkenal	3.67	.805	100
Iklan yang menarik	3.52	.893	100
Adanya hadiah langsung	3.90	.835	100
adanya pameran produk	3.75	.821	100
Persediaan di toko - toko selalu ada	3.80	.752	100
Mudah didapat di banyak toko	3.82	.757	100
Lokasi penjualan yang strategis	4.02	.804	100

Correlation Matrix

	Wangi	Merek yang sudah terkenal	Aroma yang tidak menyengat	Produk yang ramah lingkungan	Lembut ditangan	Tidak menyebabkan iritasi jika terkena tangan	Membuat pakaian menjadi lembut	Harga sesuai dengan kualitas	Harganya yang murah	Adanya potongan harga khusus	Adanya undian berhadiah	Bintang iklan yang terkenal	Iklan yang menarik	Adanya hadiah langsung	adanya pameran produk	Persediaan di toko - toko selalu ada	Mudah didapat di banyak toko	Lokasi penjualan yang strategis	
Correlation	Wangi	1.000	.297	.261	.057	.105	.177	.043	.026	.206	.221	.056	.057	.035	.010	.142	.040	.171	.073
	Merek yang sudah terkenal	.297	1.000	.219	.191	.155	.190	.274	-.062	.181	.262	.045	.030	.146	.046	.294	-.007	.128	.145
	Aroma yang tidak menyengat	.261	.219	1.000	.005	.046	.174	.029	.134	.756	.784	-.117	.443	.318	.144	.075	.065	.206	.218
	Produk yang ramah lingkungan	.057	.191	.005	1.000	-.163	.209	-.067	-.095	-.050	.105	.117	.058	.186	.089	.021	.199	.102	.147
	Lembut ditangan	.105	.155	.046	-.163	1.000	.425	.359	.033	.129	-.006	.155	.030	.215	.106	.156	.220	-.036	.021
	Tidak menyebabkan iritasi jika terkena tangan	.177	.190	.174	.209	.425	1.000	.034	.035	.153	.111	.077	.317	.148	.175	.076	.300	.274	.304
	Membuat pakaian menjadi lembut	.043	.274	.029	-.067	.359	.034	1.000	.178	.001	.114	.196	-.046	.255	.010	.094	.056	.040	.123
	Harga sesuai dengan kualitas	.026	-.062	.134	-.095	.033	.035	.178	1.000	.059	.111	.054	.097	.080	.195	-.064	.137	.185	.063
	Harganya yang murah	.206	.181	.756	-.050	.129	.153	.001	.059	1.000	.593	-.201	.353	.279	.108	.099	.083	.179	.075
	Adanya potongan harga khusus	.221	.262	.784	.105	-.006	.111	.114	.111	.593	1.000	.051	.422	.308	.187	.237	.052	.243	.165
	Adanya undian berhadiah	.056	.045	-.117	.117	.155	.077	.196	.054	-.201	.051	1.000	.101	.111	.124	.083	-.020	.042	-.007
	Bintang iklan yang terkenal	.057	.030	.443	.058	.030	.317	-.046	.097	.353	.422	.101	1.000	.171	.236	.088	.157	.183	.026
	Iklan yang menarik	.035	.146	.318	.186	.215	.148	.255	.080	.279	.308	.111	.171	1.000	.396	.055	.247	.095	.168
	Adanya hadiah langsung	.010	.046	.144	.089	.106	.175	.010	.195	.108	.187	.124	.236	.396	1.000	.037	.193	.163	.259
	adanya pameran produk	.142	.294	.075	.021	.156	.076	.094	-.064	.099	.237	.083	.088	.055	.037	1.000	.065	.219	-.054
	Persediaan di toko - toko selalu ada	.040	-.007	.065	.199	.220	.300	.056	.137	.083	.052	-.020	.157	.247	.193	.065	1.000	.202	.124
	Mudah didapat di banyak toko	.171	.128	.206	.102	-.036	.274	.040	.185	.179	.243	.042	.183	.095	.163	.219	.202	1.000	.122
	Lokasi penjualan yang strategis	.073	.145	.218	.147	.021	.304	.123	.063	.075	.165	-.007	.026	.168	.259	-.054	.124	.122	1.000

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.646
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	461.801
	df	153
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

	Wangi	Merek yang sudah terkenal	Aroma yang tidak menyengat	Produk yang ramah lingkungan	Lembut ditangan	Tidak menyebabkan iritasi jika terkena tangan	Membuat pakaian menjadi lembut	Harga sesuai dengan kualitas	Harganya yang murah	Adanya potongan harga khusus	Adanya undian berhadiah	Bintang iklan yang terkenal	Iklan yang menarik	Adanya hadiah langsung	adanya pameran produk	Persediaan di toko - toko selalu ada	Mudah didapat di banyak toko	Lokasi penjualan yang strategis
Anti-image Covariance	.831	-.157	-.057	-.004	-.019	-.048	.032	-.011	-.008	.006	-.075	.070	.056	.016	-.029	-.013	-.063	.020
Wangi																		
Merek yang sudah terkenal	-.157	.699	-.021	-.137	-.007	-.058	-.176	.075	-.015	-.017	.033	.058	.012	-.023	-.170	.085	.003	-.022
Aroma yang tidak menyengat	-.057	-.021	.212	.038	-.008	.000	.042	-.045	-.142	-.153	.050	-.068	-.052	.048	.069	.018	.002	-.081
Produk yang ramah lingkungan	-.004	-.137	.038	.726	.182	-.142	.058	.079	.028	-.057	-.090	.035	-.131	.023	.035	-.149	.021	-.019
Lembut ditangan	-.019	-.007	-.008	.182	.517	-.258	-.194	.032	-.062	.045	-.102	.094	-.054	-.051	-.096	-.107	.148	.106
Tidak menyebabkan iritasi jika terkena tangan	-.048	-.058	.000	-.142	-.258	.510	.102	.004	.007	.030	.015	-.185	.028	.028	.044	-.052	-.160	-.190
Membuat pakaian menjadi lembut	.032	-.176	.042	.058	-.194	.102	.659	-.151	.032	-.062	-.074	-.004	-.146	.130	.038	.009	-.046	-.118
Harga sesuai dengan kualitas	-.011	.075	-.045	.079	.032	.004	-.151	.843	.033	.006	-.027	.005	.049	-.136	.073	-.092	-.116	.031
Harganya yang murah	-.008	-.015	-.142	.028	-.062	.007	.032	.033	.383	-.016	.113	-.021	-.041	.000	-.003	-.005	-.037	.064
Adanya potongan harga khusus	.006	-.017	-.153	-.057	.045	.030	-.062	.006	-.016	.306	-.083	-.044	-.002	-.039	-.122	.013	-.024	.008
Adanya undian berhadiah	-.075	.033	.050	-.090	-.102	.015	-.074	-.027	.113	-.083	.791	-.111	-.049	-.042	-.003	.101	-.031	.021
Bintang iklan yang terkenal	.070	.058	-.068	.035	.094	-.185	-.004	.005	-.021	-.044	-.111	.629	.032	-.115	-.030	-.061	.024	.140
Iklan yang menarik	.056	.012	-.052	-.131	-.054	.028	-.146	.049	-.041	-.002	-.049	.032	.641	-.233	.014	-.102	.021	.014
Adanya hadiah langsung	.016	-.023	.048	.023	-.051	.028	.130	-.136	.000	-.039	-.042	-.115	-.233	.707	.009	-.024	-.057	-.176
adanya pameran produk	-.029	-.170	.069	.035	-.096	.044	.038	.073	-.003	-.122	-.003	-.030	.014	.009	.778	-.034	-.152	.051
Persediaan di toko - toko selalu ada	-.013	.085	.018	-.149	-.107	-.052	.009	-.092	-.005	.013	.101	-.061	-.102	-.024	-.034	.776	-.100	-.030
Mudah didapat di banyak toko	-.063	.003	.002	.021	.148	-.160	-.046	-.116	-.037	-.024	-.031	.024	.021	-.057	-.152	-.100	.761	.017

Anti-image Correlation	Lokasi penjualan yang strategis	.020	-.022	-.081	-.019	.106	-.190	-.118	.031	.064	.008	.021	.140	.014	-.176	.051	-.030	.017	.738
	Wangi	.778(a)	-.206	-.136	-.005	-.029	-.073	.043	-.013	-.014	.012	-.093	.097	.076	.021	-.036	-.016	-.079	.026
	Merek yang sudah terkenal	-.206	.694(a)	-.056	-.192	-.012	-.097	-.259	.098	-.030	-.037	.044	.087	.018	-.032	-.230	.116	.004	-.031
	Aroma yang tidak menyengat	-.136	-.056	.685(a)	.096	-.023	.000	.113	-.107	-.497	-.599	.123	-.188	-.140	.124	.171	.044	.004	-.204
	Produk yang ramah lingkungan	-.005	-.192	.096	.456(a)	.297	-.233	.084	.101	.053	-.121	-.119	.051	-.192	.032	.046	-.198	.029	-.026
	Lembut ditangan	-.029	-.012	-.023	.297	.441(a)	-.503	-.333	.048	-.140	.113	-.159	.165	-.095	-.084	-.152	-.169	.237	.171
	Tidak menyebabkan iritasi jika terkena tangan	-.073	-.097	.000	-.233	-.503	.548(a)	.176	.006	.016	.076	.024	-.326	.049	.046	.070	-.082	-.256	-.310
	Membuat pakaian menjadi lembut	.043	-.259	.113	.084	-.333	.176	.477(a)	-.203	.063	-.138	-.102	-.006	-.225	.191	.052	.013	-.065	-.170
	Harga sesuai dengan kualitas	-.013	.098	-.107	.101	.048	.006	-.203	.556(a)	.058	.012	-.033	.008	.067	-.176	.091	-.114	-.145	.040
	Harganya yang murah	-.014	-.030	-.497	.053	-.140	.016	.063	.058	.794(a)	-.045	.204	-.044	-.083	.001	-.006	-.010	-.068	.120
	Adanya potongan harga khusus	.012	-.037	-.599	-.121	.113	.076	-.138	.012	-.045	.751(a)	-.169	-.100	-.004	-.083	-.250	.027	-.051	.016
	Adanya undian berhadiah	-.093	.044	.123	-.119	-.159	.024	-.102	-.033	.204	-.169	.494(a)	-.157	-.068	-.057	-.004	.129	-.039	.028
	Bintang iklan yang terkenal	.097	.087	-.188	.051	.165	-.326	-.006	.008	-.044	-.100	-.157	.715(a)	.051	-.173	-.042	-.087	.035	.206
	Iklan yang menarik	.076	.018	-.140	-.192	-.095	.049	-.225	.067	-.083	-.004	-.068	.051	.729(a)	-.346	.019	-.145	.030	.021
	Adanya hadiah langsung adanya pameran produk	.021	-.032	.124	.032	-.084	.046	.191	-.176	.001	-.083	-.057	-.173	-.346	.617(a)	.012	-.032	-.077	-.243
	Persediaan di toko - toko selalu ada	-.036	-.230	.171	.046	-.152	.070	.052	.091	-.006	-.250	-.004	-.042	.019	.012	.558(a)	-.044	-.197	.067
	Mudah didapat di banyak toko	-.016	.116	.044	-.198	-.169	-.082	.013	-.114	-.010	.027	.129	-.087	-.145	-.032	-.044	.700(a)	-.131	-.040
Lokasi penjualan yang strategis	-.079	.004	.004	.029	.237	-.256	-.065	-.145	-.068	-.051	-.039	.035	.030	-.077	-.197	-.131	.677(a)	.023	
	.026	-.031	-.204	-.026	.171	-.310	-.170	.040	.120	.016	.028	.206	.021	-.243	.067	-.040	.023	.533(a)	

a Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
Wangi	1.000	.439
Merek yang sudah terkenal	1.000	.662
Aroma yang tidak menyengat	1.000	.877
Produk yang ramah lingkungan	1.000	.702
Lembut ditangan	1.000	.848
Tidak menyebabkan iritasi jika terkena tangan	1.000	.729
Membuat pakaian menjadi lembut	1.000	.702
Harga sesuai dengan kualitas	1.000	.738
Harganya yang murah	1.000	.782
Adanya potongan harga khusus	1.000	.796
Adanya undian berhadiah	1.000	.635
Bintang iklan yang terkenal	1.000	.634
Iklan yang menarik	1.000	.637
Adanya hadiah langsung	1.000	.512
adanya pameran produk	1.000	.533
Persediaan di toko - toko selalu ada	1.000	.500
Mudah didapat di banyak toko	1.000	.653
Lokasi penjualan yang strategis	1.000	.631

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.704	20.578	20.578	3.704	20.578	20.578	2.891	16.060	16.060
2	1.911	10.618	31.196	1.911	10.618	31.196	1.781	9.896	25.955
3	1.552	8.623	39.819	1.552	8.623	39.819	1.722	9.566	35.521
4	1.399	7.773	47.592	1.399	7.773	47.592	1.550	8.608	44.130
5	1.204	6.690	54.281	1.204	6.690	54.281	1.411	7.838	51.968
6	1.156	6.420	60.701	1.156	6.420	60.701	1.402	7.790	59.758
7	1.084	6.025	66.726	1.084	6.025	66.726	1.254	6.968	66.726
8	.959	5.330	72.055						
9	.852	4.735	76.790						
10	.796	4.422	81.213						
11	.654	3.633	84.846						
12	.622	3.455	88.301						
13	.542	3.013	91.313						
14	.469	2.603	93.917						
15	.399	2.217	96.133						
16	.304	1.689	97.823						
17	.252	1.402	99.225						
18	.140	.775	100.000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix(a)

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Wangi	.367	-.022	.370	.265	-.114	.048	.285
Merek yang sudah terkenal	.420	.159	.539	.305	.182	-.167	.127
Aroma yang tidak menyengat	.781	-.489	.024	-.119	.022	-.116	.006
Produk yang ramah lingkungan	.191	.210	-.242	.661	.306	-.119	-.132
Lembut ditangan	.292	.535	.305	-.368	-.428	-.158	-.202
Tidak menyebabkan iritasi jika terkena tangan	.491	.408	-.133	.229	-.491	-.096	-.031
Membuat pakaian menjadi lembut	.231	.453	.405	-.415	.265	-.092	.169
Harga sesuai dengan kualitas	.212	.100	-.251	-.445	.084	.373	.525
Harganya yang murah	.682	-.483	.078	-.163	-.152	-.152	-.068
Adanya potongan harga khusus	.762	-.381	.096	-.029	.226	.069	-.070
Adanya undian berhadiah	.079	.455	.091	-.021	.390	.412	-.302
Bintang iklan yang terkenal	.551	-.183	-.253	-.029	-.132	.288	-.362
Iklan yang menarik	.540	.232	-.162	-.212	.326	-.234	-.244
Adanya hadiah langsung	.414	.253	-.445	-.125	.241	.044	-.055
adanya pameran produk	.287	.105	.463	.223	-.045	.393	-.140
Persediaan di toko - toko selalu ada	.332	.374	-.360	.059	-.342	.010	-.012
Mudah didapat di banyak toko	.434	.066	-.108	.251	-.117	.479	.377
Lokasi penjualan yang strategis	.351	.208	-.246	.144	.149	-.440	.409

Extraction Method: Principal Component Analysis.
a. 7 components extracted.

Rotated Component Matrix(a)

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Wangi	.154	.080	.614	.027	-.145	.059	.081
Merek yang sudah terkenal	.141	-.041	.695	.217	.094	.266	-.177
Aroma yang tidak menyengat	.902	.021	.158	.020	-.112	.136	.082
Produk yang ramah lingkungan	-.049	.178	.207	-.434	.378	.470	-.272
Lembut ditangan	.022	.522	.085	.728	.029	-.153	-.119
Tidak menyebabkan iritasi jika terkena tangan	.092	.803	.224	.062	-.015	.141	-.038
Membuat pakaian menjadi lembut	-.024	-.103	.211	.728	.232	.179	.171
Harga sesuai dengan kualitas	.071	.014	-.094	.151	.047	.075	.833
Harganya yang murah	.841	.088	.111	.081	-.219	.002	-.010
Adanya potongan harga khusus	.822	-.071	.267	-.025	.164	.093	.093
Adanya undian berhadiah	-.134	-.004	.105	.129	.756	-.119	.060
Bintang iklan yang terkenal	.596	.348	-.064	-.192	.260	-.210	.073
Iklan yang menarik	.416	.157	-.132	.296	.428	.384	-.064
Adanya hadiah langsung	.236	.260	-.209	.015	.419	.332	.242
adanya pameran produk	.103	.087	.576	.036	.272	-.327	-.027
Persediaan di toko - toko selalu ada	.029	.674	-.056	6.54E-005	.076	.137	.133
Mudah didapat di banyak toko	.127	.301	.424	-.272	.086	.013	.534
Lokasi penjualan yang strategis	.073	.184	.090	.047	-.096	.747	.118

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

a. Rotation converged in 18 iterations.

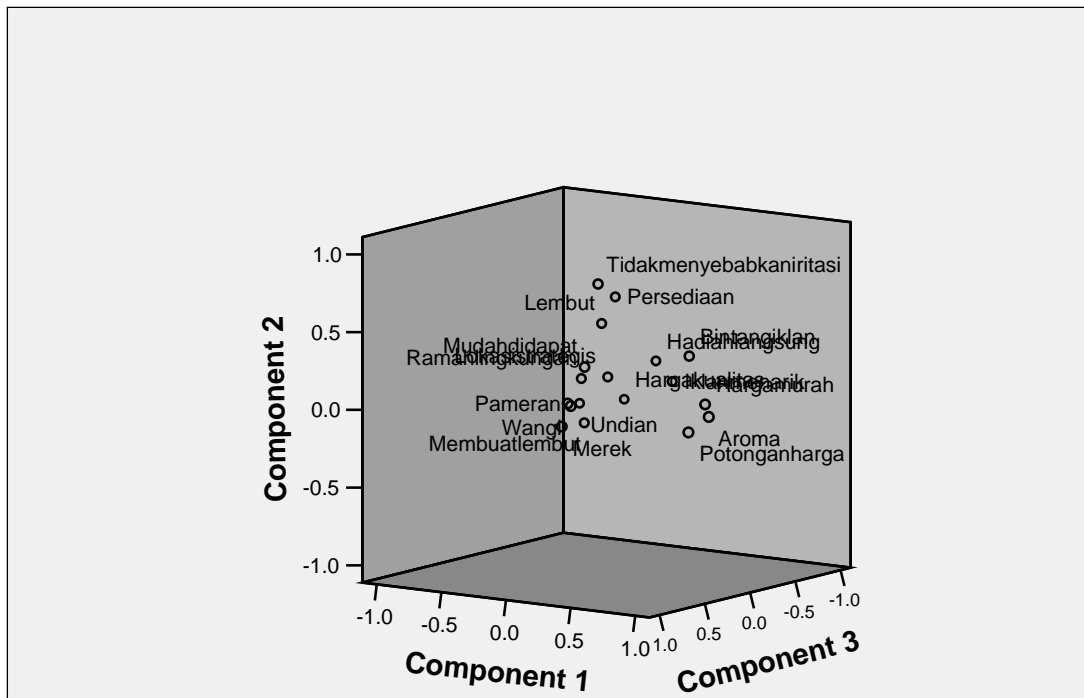
Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6	7
1	.764	.384	.351	.133	.196	.249	.165
2	-.562	.482	.101	.432	.450	.225	.047
3	-.034	-.347	.679	.481	-.094	-.323	-.269
4	-.208	.161	.529	-.691	.042	.215	-.355
5	.049	-.673	-.015	-.031	.594	.434	.039
6	-.061	.001	.189	-.294	.415	-.623	.560
7	-.223	-.144	.300	.011	-.473	.400	.675

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Component Plot in Rotated Space



Component Score Coefficient Matrix

	Component						
	1	2	3	4	5	6	7
Wangi	.331	.006	-.384	-.014	-.164	.024	.081
Merek yang sudah terkenal	-.027	.421	-.405	.106	.010	.184	-.144
Aroma yang tidak menyengat	.328	-.075	-.004	.013	-.112	.045	-.003
Produk yang ramah lingkungan	-.069	.449	.113	-.326	.260	.316	-.242
Lembut ditangan	.317	-.321	-.026	.256	-.068	-.181	-.149
Tidak menyebabkan iritasi jika terkena tangan	.558	-.488	.078	-.008	-.126	.007	-.085
Membuat pakaian menjadi lembut	-.052	.471	.094	-.459	.105	.128	.126
Harga sesuai dengan kualitas	.638	-.064	-.047	.080	-.017	.032	-.679
Harganya yang murah	.321	.007	.430	.062	-.187	-.050	-.075
Adanya potongan harga khusus	.291	-.159	.372	-.039	.111	.000	.012
Adanya undian berhadiah	-.061	-.077	.042	.527	-.577	-.155	.029
Bintang iklan yang terkenal	.231	.187	-.130	.459	.197	-.273	-.019
Iklan yang menarik	.154	-.024	-.198	.175	.269	.219	-.143
Adanya hadiah langsung	.058	.064	-.200	-.022	.263	.574	.129
adanya pameran produk	-.009	.022	.345	-.033	.198	.410	-.019
Persediaan di toko - toko selalu ada	-.054	.409	-.082	-.038	-.031	.017	.558
Mudah didapat di banyak toko	-.072	.130	.276	-.242	.002	-.064	.440
Lokasi penjualan yang strategis	-.059	.022	.030	.024	.576	-.563	.073

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

Component Score Covariance Matrix

Component	1	2	3	4	5	6	7
1	1.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000
2	.000	1.000	.000	.000	.000	.000	.000
3	.000	.000	1.000	.000	.000	.000	.000
4	.000	.000	.000	1.000	.000	.000	.000
5	.000	.000	.000	.000	1.000	.000	.000
6	.000	.000	.000	.000	.000	1.000	.000
7	.000	.000	.000	.000	.000	.000	1.000

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.

Component Scores.

adanya pameran produk	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,261 ,163 30	,005 ,981 30	,246 ,190 30	,304 ,103 30	,038 ,841 30	,065 ,734 30	,312 ,094 30	,062 ,747 30	,497(**) ,005 30	,331 ,074 30	,462(*) ,010 30	,626(**) ,000 30	,568(**) ,001 30	,405(*) ,026 30	,304 ,102 30	,278 ,137 30	1 ,028 30	,402(*) ,003 30	,516(**) ,171 30	,256 ,000 30	,611(**) ,000 30
Persediaan di toko - toko selalu ada	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,526(**) ,003 30	,104 ,583 30	,380(*) ,038 30	,403(*) ,027 30	-,080 ,674 30	,272 ,146 30	,764(**) ,000 30	,515(**) ,004 30	,566(**) ,001 30	,271 ,147 30	,404(*) ,027 30	,473(**) ,008 30	,408(*) ,025 30	,252 ,179 30	,579(**) ,001 30	,321 ,083 30	,402(*) ,028 30	1 ,144 30	,273 ,032 30	,392(*) ,000 30	,702(**) ,000 30
Mudah didapat di banyak toko	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,403(*) ,027 30	,077 ,685 30	,459(*) ,011 30	,464(**) ,010 30	,159 ,400 30	,390(*) ,033 30	,021 ,911 30	,378(*) ,039 30	,444(*) ,014 30	,517(**) ,003 30	,412(*) ,024 30	,575(**) ,001 30	,351 ,057 30	,199 ,293 30	,436(*) ,016 30	,434(*) ,017 30	,516(**) ,003 30	,273 ,144 30	1 ,087 30	,318 ,000 30	,661(**) ,000 30
Lokasi penjualan yang strategis	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,295 ,114 30	,072 ,705 30	,430(*) ,018 30	,604(**) ,000 30	,024 ,902 30	,300 ,108 30	,277 ,139 30	,322 ,083 30	,449(*) ,013 30	,353 ,056 30	,090 ,634 30	,445(*) ,014 30	,420(*) ,021 30	,322 ,082 30	,401(*) ,028 30	,230 ,220 30	,256 ,171 30	,392(*) ,032 30	,318 ,087 30	1 ,000 30	,599(**) ,000 30
Total	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	,638(**) ,000 30	,179 ,343 30	,644(**) ,000 30	,654(**) ,000 30	,134 ,481 30	,534(**) ,002 30	,551(**) ,002 30	,615(**) ,000 30	,677(**) ,000 30	,494(**) ,006 30	,416(*) ,022 30	,795(**) ,000 30	,742(**) ,000 30	,568(**) ,001 30	,759(**) ,000 30	,575(**) ,001 30	,611(**) ,000 30	,702(**) ,000 30	,661(**) ,000 30	,599(**) ,000 30	1 ,000 30

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

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

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded(a)	0	,0
	Total	30	100,0

a Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,748	21

Lampiran 6

Evaluasi Tanggapan Responden

Untuk mengetahui faktor – faktor apa saja yang menentukan keputusan konsumen dalam melakukan pembelian produk pelembut merek molto, maka responden diminta untuk menilai faktor – faktor apa saja yang mempengaruhi atas variabel – variabel keputusan pembelian. ada 4 variabel yang diukur yaitu : Produk, harga, promosi dan tempat.

Hasil evaluasi kuisisioner (empat variabel) terhadap keputusan pembelian, yaitu :

1. Variabel Produk

a. Wangi

Hasil dari analisi tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai wangi produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisisioner.

Tabel 4.5 : Wangi pelembut molto yang tahan lama mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.5 Wangi Yang Tahan Lama

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	0	0%
Kurang Setuju	0	0%
Cukup Setuju	35	35%
Setuju	44	44%
Sangat Setuju	21	21%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.5 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai wagi yang tahan lama pelembut Molto mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 44 % menjawab Setuju.

b. Merek

Hasil dari analisi tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Merek produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisisioner.

Tabel 4.6 : Merek Yang Sudah Terkenal mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.6Merek Yang Sudah Terkenal

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	0	0%
Kurang Setuju	1	1%
Cukup Setuju	37	37%
Setuju	44	44%
Sangat Setuju	18	18%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.6 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Merek Yang Sudah Terkenal pelembut Molto mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 44% menjawab Setuju.

c. Aroma

Hasil dari analisi tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai aroma produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisisioner.

Tabel 4.7 : Aroma Yang Tidak Menyengat mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.7 Aroma Yang Tidak Menyengat

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	0	0%
Kurang Setuju	5	5%
Cukup Setuju	42	42%
Setuju	43	43%
Sangat Setuju	10	10%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.7 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Merek Yang Sudah Terkenal mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 42% menjawab Cukup Setuju.

d. Ramah Lingkungan

Hasil dari analisis tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Ramah Lingkungan dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisisioner.

Tabel 4.8 : Ramah Lingkungan mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.8 Ramah Lingkungan

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	0	0%
Kurang Setuju	3	3%
Cukup Setuju	39	39%
Setuju	45	45%
Sangat Setuju	13	13%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.8 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Molto Ramah Lingkungan mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 45% menjawab Setuju.

e. Lembut Ditangan

Hasil dari analisi tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Lembut Ditangan dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisisioner.

Tabel 4.9 : Lembut Ditangan mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.9 Lembut Ditangan

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	0	0%
Kurang Setuju	5	5%
Cukup Setuju	34	34%
Setuju	39	39%
Sangat Setuju	22	22%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.9 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Molto Ramah Lingkungan mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 39% menjawab Setuju.

f. Tidak Menyebabkan Iritasi

Hasil dari analisi tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Tidak Menyebabkan Iritasi dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisisioner.

Tabel 4.10 : Tidak Menyebabkan Iritasi mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.10 Tidak Menyebabkan Iritasi

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	0	0%
Kurang Setuju	0	0%
Cukup Setuju	49	49%
Setuju	32	32%
Sangat Setuju	19	19%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.10 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Molto Tidak Menyebabkan Iritasi mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 49% menjawab Cukup Setuju.

g. Ukuran Kemasan

Hasil dari analisi tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Ukuran Kemasan Yang Beraneka Ragam dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisisioner.

Tabel 4.11 : Ukuran Kemasan Yang Beraneka Ragam mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.11 Ukuran Kemasan Yang Beraneka Ragam

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	0	0%
Kurang Setuju	0	0%
Cukup Setuju	30	30%
Setuju	39	39%
Sangat Setuju	31	31%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.11 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Ukuran Kemasan Yang Beraneka Ragam produk Molto mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 39% menjawab Setuju.

h. Efisien

Hasil dari analisis tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Produk yang efisien dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisisioner.

Tabel 4.12 : Produk yang efisien mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.12 Produk yang efisien

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	0	0%
Kurang Setuju	1	1%
Cukup Setuju	17	17%
Setuju	51	51%
Sangat Setuju	31	31%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.12 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Produk yang efisien mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 51% menjawab Setuju.

2. Variabel Harga

a. Harga Terjangkau

Hasil dari analisis tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Harga terjangkau dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisioner.

Tabel 4.13 : Harga terjangkau mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.13 Harga Terjangkau

Jawaban Kuisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	0	0%
Kurang Setuju	0	0%
Cukup Setuju	34	34%
Setuju	53	53%
Sangat Setuju	13	13%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisioner

Dari data tabel 4.13 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Harga Terjangkau mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 53% menjawab Setuju.

b. Harga sesuai dengan kualitas

Hasil dari analisis tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Harga sesuai dengan kualitas dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisioner.

Tabel 4.14 : Harga sesuai dengan kualitas mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.14 Harga sesuai dengan kualitas

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	0	0%
Kurang Setuju	11	11%
Cukup Setuju	45	45%
Setuju	38	38%
Sangat Setuju	6	6%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.14 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Harga sesuai dengan kualitas mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 45% menjawab Cukup Setuju.

3. Variabel Tempat

a. Mudah Didapat

Hasil dari analisi tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Molto Mudah

Didapat Dibanyak Toko dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisisioner.

Tabel 4.15 Mudah Didapat Dibanyak Toko mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.15 Mudah Didapat Dibanyak Toko

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	3	3%
Kurang Setuju	6	6%
Cukup Setuju	17	17%
Setuju	51	51%
Sangat Setuju	23	23%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.15 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Harga sesuai dengan kualitas mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 51% menjawab Setuju

b. Persediaan

Hasil dari analisis tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Persediaan Molto dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisisioner.

Tabel 4.16 Persediaan di toko – toko selalu ada mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.16 Persediaan di toko – toko selalu ada

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	2	2%
Kurang Setuju	4	4%
Cukup Setuju	32	32%
Setuju	50	50%
Sangat Setuju	12	12%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.16 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Harga sesuai dengan kualitas mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 50% menjawab Cukup Setuju.

4. Variabel Promosi

a. Undian

Hasil dari analisis tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Adanya Undian Berhadiah Molto dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisisioner.

Tabel 4.17 Adanya Undian Berhadiah Molto mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.17 Adanya Undian Berhadiah

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	1	1%
Kurang Setuju	9	9%
Cukup Setuju	46	46%
Setuju	34	34%
Sangat Setuju	10	10%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.17 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Adanya Undian Berhadiah mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 46% menjawab Cukup Setuju.

c. Bintang Iklan

Hasil dari analisi tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Adanya Bintang Iklan terkenal dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisisioner.

Tabel 4.18 Adanya Bintang Iklan terkenal mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.18 Adanya Bintang Iklan terkenal

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	1	1%
Kurang Setuju	5	5%
Cukup Setuju	40	40%
Setuju	24	24%
Sangat Setuju	30	30%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.18 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Adanya Bintang Iklan terkenal mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 40% menjawab Cukup Setuju.

d. Iklan Yang Menarik

Hasil dari analisis tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Adanya Iklan Yang Menarik dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisioner.

Tabel 4.19 Adanya Iklan Yang Menarik mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.19 Adanya Iklan Yang Menarik

Jawaban Kuisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	0	0%
Kurang Setuju	0	0%
Cukup Setuju	25	25%
Setuju	60	60%
Sangat Setuju	15	15%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisioner

Dari data tabel 4.19 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Adanya Iklan Yang Menarik mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 60% menjawab Setuju

e. Potongan Harga

Hasil dari analisis tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Adanya Potongan Harga dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisioner.

Tabel 4.20 Adanya Potongan Harga mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.20 Adanya Potongan harga

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	3	3%
Kurang Setuju	12	12%
Cukup Setuju	27	27%
Setuju	38	38%
Sangat Setuju	10	10%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.20 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Adanya Potongan harga mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 38% menjawab Cukup Setuju.

f. Hadiah

Hasil dari analisi tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Adanya Hadiah Langsung dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisisioner.

Tabel 4.21 Adanya Hadiah Langsung mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.21 Adanya Hadiah Langsung

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	8	8%
Kurang Setuju	12	12%
Cukup Setuju	32	32%
Setuju	28	28%
Sangat Setuju	20	20%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.21 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Adanya Hadiah Langsung mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 32% menjawab Cukup Setuju

g. Pameran Produk

Hasil dari analisis tanggapan responden mengenai pertanyaan mengenai Adanya Pameran Produk dapat dilihat pada tabel dibawah ini terdapat 5 jawaban kuisisioner.

Tabel 4.22 Adanya Pameran Produk mempengaruhi anda dalam membeli

Tabel 4.22 Adanya Pameran Produk

Jawaban Kuisisioner	Jumlah	Perentase
Tidak Setuju	0	0%
Kurang Setuju	2	2%
Cukup Setuju	52	52%
Setuju	28	28%
Sangat Setuju	18	18%
Total	100	100%

Sumber : Hasil Pengolahan kuisisioner

Dari data tabel 4.22 dapat kita simpulkan bahwa sebagian besar tanggapan responden mengenai Adanya Hadiah Langsung mempengaruhi anda dalam membeli adalah sebanyak 52% menjawab Cukup Setuju.