

LAMPIRAN 1

Kuesioner

Saya mahasiswa Universitas Esa Unggul sedang meneliti Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Citra hand and body lotion untuk menyusun skripsi kepentingan tugas akhir. Maka dan itu, saya meminta kesetiaan saudara/i untuk pengisian kuesioner ini dengan jujur dan jelas. Terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya.

(Aniisah Humairoh)

BAGIAN 1 : DATA RESPONDEN

Jenis Kelamin :

Umur :

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan berikut ini dengan memberikan tanda silang (X).

1. Pekerjaan anda ?
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Wirawasta
 - c. Pegawai
 - d. Ibu Rumah tangga
 - e. Lainnya...
2. Berapa pendapatan Anda Setiap Bulannya?
 - a. < Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
 - c. Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000
 - d. > Rp 5.000.000
3. Status Tempat Tinggal Anda
 - a. Rumah sendiri
 - b. Dengan Orang Tua
 - c. Kontrakan
 - d. Lain-lain
4. Pendidikan terakhir anda ?
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Perguruan Tinggi
5. Sudah berapa kali membeli hand and body lotion Citra dalam 6 bulan terakhir ?
 - a. 1 kali
 - b. 2 – 3 kali
 - c. 4 - 5 kali
 - d. > 5 kali
6. Apakah saat ini masih menggunakan hand and body lotion Citra ?
 - a. Masih
 - b. Tidak

BAGIAN 2 : Pertanyaan Penelitian

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai menurut pendapat saudara/i dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom jawaban yang saudara/i anggap paling sesuai.

Keterangan

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

No	Pernyataan	Skor Pilihan				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	SS
1.	Citra hand and body lotion ini membuat kulit lembut.					
2.	Citra hand and body lotion dapat mencerahkan kulit.					
3.	Citra Hand and body lotion ini membuat aroma yang sangat wangi.					
4.	Citra hand and body lotion ini membuat kulit merasa segar.					
5.	Citra hand and body lotion mempunyai banyak ukuran.					
6.	Ukuran Citra hand and body lotion sesuai dengan kebutuhan yang saya gunakan.					
7.	Citra hand and body lotion memiliki kelembaban yang tahan lama.					
8.	Citra hand and body lotion ini harum nya tahan lama di kulit.					
9.	Citra hand and body lotion Citra terkenal sesuai dengan kualitas produk yang baik.					
10.	Hand and body lotion Citra memiliki daya saing yang tinggi.					
11.	Harga Citra hand and body lotion terjangkau oleh konsumen.					

No	Pernyataan	Skor Pilihan				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	SS
12.	Harga yang ditawarkan Citra hand and body lotion mampu dibeli oleh seluruh golongan masyarakat.					
13.	Citra hand and body lotion memiliki kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan.					
14.	Harga Citra hand and body lotion sesuai dengan manfaatnya.					
15.	Harga Citra hand and body lotion memiliki manfaat yang lebih bagus dibandingkan merek lain.					
16.	Citra hand and body lotion ini tersedia di mana-mana.					
17.	Citra hand and body lotion tidak pernah kehabisan barang.					
18.	Citra hand and body lotion ini mudah ditemukan di mana saja.					
19.	Lokasi Citra hand and body lotion dekat dan mudah saya jangkau.					
20.	Iklan Citra hand and body lotion di Tv Menarik.					
21.	Saya mengetahui Citra hand and body lotion di TV.					
22.	Membeli Citra hand and body lotion karena adanya potongan harga.					
23.	Potongan harga Citra hand and body lotion banyak di supermarket-supermarket terdekat.					
24.	Membeli Citra hand and body lotion karena kebutuhan.					
25.	Percaya diri memakai Citra hand and body lotion.					
26.	Membeli Citra hand and body lotion karena dapat mencerahkan kulit.					

No	Pernyataan	Skor Pilihan				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	SS
27.	Membeli karena Citra hand and body lotion sudah terbukti kualitasnya.					
28.	Saya menggunakan Citra hand and body lotion karena sesuai dengan kebutuhan saya.					
29.	Saya membeli Citra hand and body lotion karena sudah mengetahui bahan yang digunakan aman untuk kulit.					
30.	Setelah mencari informasi sebelumnya, saya memutuskan menggunakan Citra hand and body lotion.					
31.	Setelah mengevaluasi dengan membandingkan merek lain saya memutuskan untuk menggunakan Citra hand and body lotion.					
32.	Saya membeli Citra hand and body lotion karena banyak varian aroma lainnya yang saya sukai.					
33.	Saya selalu menggunakan Citra hand and body lotion.					
34.	Saya ingin kembali menggunakan Citra hand and body lotion.					

LAMPIRAN 2

TABULASI DATA PRETES 30 RESPONDEN

Produk

No	p1	p2	p3	p4	p5	p6	p7	p8	p9	p10
1	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4
2	5	5	5	3	5	5	4	2	4	5
3	5	5	4	3	4	4	4	2	4	4
4	4	4	4	3	5	5	4	5	4	5
5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	4
6	4	4	4	3	5	5	4	4	4	4
7	4	2	4	4	4	4	4	2	4	4
8	5	4	2	5	2	2	5	5	5	2
9	4	4	4	3	2	5	4	2	5	2
10	4	2	5	2	4	4	4	2	4	4
11	2	2	2	2	4	5	2	2	4	4
12	4	4	2	4	2	2	2	2	4	2
13	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
14	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2
15	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4
16	4	4	2	4	2	2	4	2	4	2
17	5	4	4	3	4	4	5	4	4	4
18	4	2	4	3	5	5	4	2	5	4
19	4	2	2	1	4	4	4	2	5	4
20	5	5	4	2	4	5	4	4	5	4
21	4	4	2	1	2	2	2	2	2	2
22	5	2	4	1	4	4	4	4	4	4
23	4	4	2	2	5	5	4	4	4	5
24	4	5	4	1	4	4	4	4	4	4
25	5	2	4	2	2	2	4	4	4	2
26	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4
27	4	2	4	4	2	2	4	2	4	2
28	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4
29	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4
30	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2

Harga

No	p11	p12	p13	p14	p15
1	4	4	4	4	2
2	5	5	5	4	4
3	5	3	5	4	3
4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5
6	4	4	4	5	4
7	4	2	4	4	4
8	5	4	5	5	5
9	4	4	4	5	5
10	4	2	2	2	4
11	2	2	4	2	4
12	4	4	4	4	3
13	4	4	3	4	4
14	2	2	4	2	2
15	4	4	4	5	4
16	3	4	3	4	4
17	5	4	4	4	4
18	4	2	4	3	5
19	4	2	4	4	5
20	5	5	5	4	5
21	4	4	4	2	2
22	5	4	4	4	4
23	4	3	4	2	4
24	4	4	4	4	4
25	5	2	5	2	4
26	4	4	4	4	4
27	4	2	4	4	4
28	4	4	4	4	4
29	4	4	5	4	5
30	2	2	4	2	2

Distribusi

No	p16	p17	p18	p19
1	4	4	4	4
2	5	5	4	5
3	3	4	4	4
4	4	5	5	5
5	5	4	4	4
6	4	5	4	5
7	3	4	4	4
8	5	2	2	2
9	4	2	2	3
10	2	4	4	5
11	3	4	4	2
12	2	2	2	5
13	4	4	4	4
14	2	3	2	3
15	5	4	4	4
16	2	2	2	2
17	4	4	4	4
18	5	4	4	5
19	3	3	4	3
20	4	4	4	4
21	2	2	2	2
22	4	4	4	4
23	4	3	5	3
24	4	4	4	4
25	4	2	2	3
26	4	4	4	4
27	2	2	2	2
28	4	5	4	5
29	4	2	4	4
30	2	4	4	2

Promosi

No	p20	p21	p22	p23
1	4	4	2	4
2	4	2	4	5
3	4	2	2	4
4	4	5	4	5
5	5	5	2	4
6	4	4	4	4
7	4	2	2	4
8	5	5	4	2
9	4	2	2	2
10	4	2	4	4
11	2	2	2	3
12	2	2	4	2
13	4	3	3	4
14	2	2	2	2
15	4	2	4	4
16	4	2	2	2
17	5	4	4	4
18	4	2	2	4
19	4	2	4	4
20	4	4	3	4
21	2	2	2	2
22	4	4	4	4
23	4	4	4	5
24	4	4	2	4
25	4	4	4	2
26	4	4	2	3
27	4	2	4	2
28	4	4	2	4
29	4	4	5	4
30	4	2	2	2

Faktor Psikologis

No	p24	p25	p26	p27
1	4	4	4	2
2	5	5	2	4
3	3	5	5	4
4	4	4	4	4
5	5	5	5	5
6	4	4	4	4
7	2	4	4	4
8	4	5	5	5
9	4	4	4	5
10	2	2	4	4
11	2	4	2	4
12	4	4	4	4
13	4	3	4	4
14	2	4	2	2
15	4	4	4	4
16	4	3	3	4
17	4	4	5	4
18	2	4	3	5
19	2	4	4	5
20	5	5	5	5
21	4	4	4	2
22	4	4	3	4
23	3	4	4	4
24	4	4	4	4
25	2	5	5	4
26	4	4	4	4
27	2	4	4	4
28	4	4	4	4
29	4	5	4	5
30	2	4	2	2

Keputusan Pembelian

No	p28	p29	p30	p31	p32	p33	p34
1	4	4	2	4	4	4	4
2	4	5	4	5	5	5	5
3	4	2	4	4	1	4	4
4	4	5	4	5	4	5	5
5	5	5	5	4	5	4	4
6	4	4	4	4	3	5	5
7	4	2	4	4	4	4	4
8	5	5	5	2	3	2	2
9	4	5	5	2	4	2	5
10	4	2	4	4	3	4	4
11	2	2	4	4	4	4	5
12	2	2	4	2	4	2	2
13	4	4	4	4	1	4	4
14	2	5	2	2	2	2	2
15	4	1	4	4	4	4	4
16	4	4	4	2	2	2	2
17	5	3	4	4	3	4	4
18	4	4	5	4	1	5	5
19	4	3	5	4	1	4	4
20	4	4	5	4	2	4	5
21	2	4	2	2	3	2	2
22	4	4	4	4	3	4	4
23	4	4	4	5	4	5	5
24	4	4	4	4	4	4	4
25	4	4	4	2	5	2	2
26	4	4	4	4	4	4	4
27	4	2	4	2	4	2	2
28	4	4	4	4	4	5	5
29	4	4	5	4	4	4	4
30	4	2	2	2	2	2	2

Communalities

	Initial	Extraction
VAR00001	1.000	.693
VAR00002	1.000	.358
VAR00003	1.000	.471
VAR00004	1.000	.311
VAR00005	1.000	.931
VAR00006	1.000	.875
VAR00007	1.000	.658
VAR00008	1.000	.415
VAR00009	1.000	.429
VAR00010	1.000	.918

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
Produk 1	.640	.533
Produk 2	.512	.310
Produk 3	.684	.055
Produk 4	.180	.528
Produk 5	.804	-.533
Produk 6	.771	-.530
Produk 7	.676	.448
Produk 8	.574	.294
Produk 9	.604	.252
Produk 10	.804	-.521

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

a. 2 components extracted.

Component Matrix^a

	Component
	1
Produk 1	.600
Produk 3	.694
Produk 5	.838
Produk 6	.801
Produk 7	.666
Produk 8	.543
Produk 9	.606
Produk 10	.834

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Analisis Faktor Harga (X₂)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.674
Approx. Chi-Square	38.207
Bartlett's Test of Sphericity df	10
Sig.	.000

Anti-image Matrices

		Harga 1	Harga 2	Harga 3	Harga 4	Harga 5
Anti-image Covariance	Harga 1	.567	-.159	-.210	-.045	-.198
	Harga 2	-.159	.528	-.050	-.274	.146
	Harga 3	-.210	-.050	.813	-.007	.002
	Harga 4	-.045	-.274	-.007	.477	-.227
	Harga 5	-.198	.146	.002	-.227	.674
Anti-image Correlation	Harga 1	.746 ^a	-.291	-.309	-.086	-.320
	Harga 2	-.291	.625 ^a	-.077	-.545	.245
	Harga 3	-.309	-.077	.780 ^a	-.012	.003
	Harga 4	-.086	-.545	-.012	.663 ^a	-.400
	Harga 5	-.320	.245	.003	-.400	.604 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
VAR00001	1.000	.652
VAR00002	1.000	.560
VAR00003	1.000	.309
VAR00004	1.000	.670
VAR00005	1.000	.392

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
VAR00001	.807
VAR00002	.748
VAR00003	.556
VAR00004	.819
VAR00005	.626

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Analisis Faktor Distribusi (X₃)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.705
Approx. Chi-Square	45.074
Bartlett's Test of Sphericity	df
	6
	Sig.
	.000

Anti-image Matrices

		Distribusi 1	Distribusi 2	Distribusi 3	Distribusi 4
Anti-image Covariance	Distribusi 1	.787	.009	-.109	-.152
	Distribusi 2	.009	.321	-.234	-.177
	Distribusi 3	-.109	-.234	.372	-.001
	Distribusi 4	-.152	-.177	-.001	.579
Anti-image Correlation	Distribusi 1	.832 ^a	.017	-.202	-.225
	Distribusi 2	.017	.643 ^a	-.678	-.410
	Distribusi 3	-.202	-.678	.675 ^a	-.002
	Distribusi 4	-.225	-.410	-.002	.787 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
VAR00001	1.000	.398
VAR00002	1.000	.795
VAR00003	1.000	.748
VAR00004	1.000	.630

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
Distribusi 1	.631
Distribusi 2	.892
Distribusi 3	.865
Distribusi 4	.794

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Analisis Faktor Promosi (X₄)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.666
Approx. Chi-Square	11.570
Bartlett's Test of Sphericity	df
	6
	Sig.
	.000

Anti-image Matrices

		Promosi 1	Promosi 2	Promosi 3	Promosi 4
Anti-image Covariance	Promosi 1	.862	-.188	-.166	-.049
	Promosi 2	-.188	.870	-.103	-.113
	Promosi 3	-.166	-.103	.767	-.282
	Promosi 4	-.049	-.113	-.282	.804
Anti-image Correlation	Promosi 1	.696 ^a	-.217	-.204	-.058
	Promosi 2	-.217	.717 ^a	-.126	-.135
	Promosi 3	-.204	-.126	.638 ^a	-.359
	Promosi 4	-.058	-.135	-.359	.645 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
VAR00001	1.000	.624
VAR00002	1.000	.588
VAR00003	1.000	.282
VAR00004	1.000	.484

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
Promosi 1	.637
Promosi 2	.634
Promosi 3	.751
Promosi 4	.695

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Analisis Faktor Psikologis (X₅)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.650
Approx. Chi-Square	20.877
Bartlett's Test of Sphericity	df
	6
	Sig.
	.002

Anti-image Matrices

		F. Psikologis 1	F. Psikologis 2	F. Psikologis 3	F. Psikologis 4
Anti-image Covariance	F. Psikologis 1	.749	-.079	-.260	.046
	F. Psikologis 2	-.079	.812	-.189	-.032
	F. Psikologis 3	-.260	-.189	.542	-.280
	F. Psikologis 4	.046	-.032	-.280	.743
Anti-image Correlation	F. Psikologis 1	.667 ^a	-.102	-.408	.062
	F. Psikologis 2	-.102	.773 ^a	-.286	-.041
	F. Psikologis 3	-.408	-.286	.603 ^a	-.441
	F. Psikologis 4	.062	-.041	-.441	.637 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
VAR00001	1.000	.406
VAR00002	1.000	.402
VAR00003	1.000	.564
VAR00004	1.000	.484

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
F. Psikologis 1	.682
F. Psikologis 2	.659
F. Psikologis 3	.866
F. Psikologis 4	.668

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

a. 1 components extracted.

Analisis Faktor Keputusan Pembelian

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.678
Approx. Chi-Square	123.575
Bartlett's Test of Sphericity	df
	21
	Sig.
	.000

Anti-image Matrices

	KP 1	KP 2	KP 3	KP 4	KP 5	KP 6	KP 7	
Anti-image Covariance	KP 1	.676	-.144	-.306	-.023	-9.162E-005	-.011	.088
	KP 2	-.144	.903	.039	.036	-.116	-.012	-.077
	KP 3	-.306	.039	.617	.013	.006	.015	-.143
	KP 4	-.023	.036	.013	.066	-.051	-.052	-.005
	KP 5	-9.162E-005	-.116	.006	-.051	.935	.047	-.031
	KP 6	-.011	-.012	.015	-.052	.047	.056	-.042
	KP 7	.088	-.077	-.143	-.005	-.031	-.042	.197
Anti-image Correlation	KP 1	.613 ^a	-.185	-.473	-.107	.000	-.059	.240
	KP 2	-.185	.454 ^a	.052	.148	-.126	-.053	-.181
	KP 3	-.473	.052	.594 ^a	.066	.008	.082	-.409
	KP 4	-.107	.148	.066	.688 ^a	-.206	-.862	-.044
	KP 5	.000	-.126	.008	-.206	.258 ^a	.206	-.071
	KP 6	-.059	-.053	.082	-.862	.206	.661 ^a	-.403
	KP 7	.240	-.181	-.409	-.044	-.071	-.403	.802 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
VAR00001	1.000	.705
VAR00002	1.000	.526
VAR00003	1.000	.682
VAR00004	1.000	.946
VAR00005	1.000	.740
VAR00006	1.000	.959
VAR00007	1.000	.874

Extraction Method: Principal

Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component	
	1	2
KP1	,513	,574
KP2	,193	,601
KP3	,550	,498
KP4	,921	-,302
KP5	,127	,266
KP6	,931	-,299
KP7	,914	-,178

Extraction Method: Principal
Component Analysis.

a. 3 components extracted.

Component Matrix^a

	Component
	1
KP1	,504
KP3	,546
KP4	,929
KP6	,939
KP7	,915

Extraction Method:
Principal Component
Analysis.

a. 1 components
extracted.

LAMPIRAN 3

UJI VALIDITAS ANALISIS FAKTOR

PRODUK (X1)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	.669
Approx. Chi-Square	174.625
Bartlett's Test of Sphericity df	45
Sig.	.000

Anti-image Matrices

	Produk 1	Produk 2	Produk 3	Produk 4	Produk 5	Produk 6	Produk 7	Produk 8	Produk 9	Produk 10	
Anti-image Covariance	Produk 1	.342	-.209	-.166	.130	-.010	.092	-.110	-.017	-.194	-.005
	Produk 2	-.209	.530	.081	-.238	.041	-.105	.094	-.164	.135	-.030
	Produk 3	-.166	.081	.537	-.084	.001	-.079	-.102	.058	.097	.001
	Produk 4	.130	-.238	-.084	.724	-.046	.093	-.145	.075	-.142	.042
	Produk 5	-.010	.041	.001	-.046	.053	-.040	.007	-.025	.021	-.050
	Produk 6	.092	-.105	-.079	.093	-.040	.157	.003	.043	-.141	.001
	Produk 7	-.110	.094	-.102	-.145	.007	.003	.444	-.194	-.074	-.013
	Produk 8	-.017	-.164	.058	.075	-.025	.043	-.194	.605	-.002	.005
	Produk 9	-.194	.135	.097	-.142	.021	-.141	-.074	-.002	.462	.008
	Produk 10	-.005	-.030	.001	.042	-.050	.001	-.013	.005	.008	.065
Anti-image Correlation	Produk 1	.601 ^a	-.491	-.387	.261	-.077	.399	-.282	-.037	-.489	-.036
	Produk 2	-.491	.497 ^a	.151	-.384	.244	-.364	.193	-.290	.272	-.161
	Produk 3	-.387	.151	.788 ^a	-.134	.003	-.274	-.209	.102	.194	.006
	Produk 4	.261	-.384	-.134	.312 ^a	-.234	.277	-.256	.113	-.245	.192
	Produk 5	-.077	.244	.003	-.234	.677 ^a	-.440	.043	-.137	.134	-.857
	Produk 6	.399	-.364	-.274	.277	-.440	.689 ^a	.012	.139	-.524	.010
	Produk 7	-.282	.193	-.209	-.256	.043	.012	.788 ^a	-.373	-.162	-.076
	Produk 8	-.037	-.290	.102	.113	-.137	.139	-.373	.775 ^a	-.003	.027
	Produk 9	-.489	.272	.194	-.245	.134	-.524	-.162	-.003	.597 ^a	.045
	Produk 10	-.036	-.161	.006	.192	-.857	.010	-.076	.027	.045	.736 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

LAMPIRAN 4

Uji Reliabilitas

Produk (X₁)

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Cronbach's Alpha	N of Items
.850	8

Harga (X₂)

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Cronbach's Alpha	N of Items
.761	5

Distribusi (X₃)

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Cronbach's Alpha	N of Items
.807	4

Promosi (X₄)**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
.638	4

Faktor Psikologis (X₅)**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
.604	4

Keputusan Pembelian (Y)**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
.847	5

LAMPIRAN 5

Kuesioner

Saya mahasiswa Universitas Esa Unggul sedang meneliti Analisis faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk Citra hand and body lotion untuk menyusun skripsi kepentingan tugas akhir. Maka dan itu, saya meminta kesediaan saudara/i untuk pengisian kuesioner ini dengan jujur dan jelas. Terima kasih atas bantuan dan kerjasamanya.

(Aniisah Humairoh)

BAGIAN 1 : DATA RESPONDEN

Jenis Kelamin :

Umur :

Pilihlah salah satu jawaban pada setiap pertanyaan berikut ini dengan memberikan tanda silang (X).

1. Pekerjaan anda ?
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Wirawasta
 - c. Pegawai
 - d. Ibu Rumah tangga
 - e. Lainnya...
2. Berapa pendapatan Anda Setiap Bulannya?
 - a. < Rp 1.000.000
 - b. Rp 1.000.000 – Rp 3.000.000
 - c. Rp 3.000.000 – Rp 5.000.000
 - d. > Rp 5.000.000
3. Status Tempat Tinggal Anda
 - a. Rumah sendiri
 - b. Dengan Orang Tua
 - c. Kontrakan
 - d. Lain-lain
4. Pendidikan terakhir anda ?
 - a. SD
 - b. SMP
 - c. SMA
 - d. Perguruan Tinggi
5. Sudah berapa kali membeli hand and body lotion Citra dalam 6 bulan terakhir ?
 - a. 1 kali
 - b. 2 – 3 kali
 - c. 4 - 5 kali
 - d. > 5 kali
6. Apakah saat ini masih menggunakan hand and body lotion Citra ?
 - a. Masih
 - b. Tidak

BAGIAN 2 : Pertanyaan Penelitian

Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai menurut pendapat saudara/i dengan memberikan tanda silang (X) pada kolom jawaban yang saudara/i anggap paling sesuai.

Keterangan

No	Pernyataan	Skor
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Ragu	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

No	Pernyataan	Skor Pilihan				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	SS
1.	Citra hand and body lotion ini membuat kulit lembut.					
2.	Citra hand and body lotion ini membuat aroma yang sangat wangi.					
3.	Citra hand and body lotion mempunyai banyak ukuran.					
4.	Ukuran Citra hand and body lotion sesuai dengan kebutuhan yang saya gunakan.					
5.	Citra hand and body lotion memiliki kelembaban yang tahan lama.					
6.	Citra hand and body lotion ini harum nya tahan lama di kulit.					
7.	Citra hand and body lotion terkenal sesuai dengan kualitas produk yang baik.					
8.	Citra hand and body lotion memiliki daya saing yang tinggi.					
9.	Harga Citra hand and body lotion terjangkau oleh konsumen.					

No	Pernyataan	Skor Pilihan				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	SS
10.	Harga yang ditawarkan Citra hand and body lotion mampu dibeli oleh seluruh golongan masyarakat.					
11.	Citra hand and body lotion memiliki kesesuaian harga dengan hasil yang diinginkan.					
12.	Harga Citra hand and body lotion sesuai dengan manfaatnya.					
13.	Harga Citra hand and body lotion memiliki manfaat yang lebih bagus dibandingkan merek lain.					
14.	Citra hand and body lotion ini tersedia di mana-mana					
15.	Citra hand and body lotion tidak pernah kehabisan barang.					
16.	Citra hand and body lotion ini mudah ditemukan di mana saja.					
17.	Lokasi Citra hand and body lotion dekat dan mudah saya jangkau.					
18.	Iklan Citra hand and body lotion di Tv Menarik.					
19.	Saya mengetahui Citra hand and body lotion di TV.					
20.	Membeli Citra hand and body lotion karena adanya potongan harga.					
21.	Potongan harga Citra hand and body lotion banyak di supermarket-supermarket terdekat.					
22.	Membeli Citra hand and body lotion karena kebutuhan.					
23.	Percaya diri memakai Citra hand and body lotion.					
24.	Membeli Citra hand and body lotion karena dapat mencerahkan kulit.					

No	Pernyataan	Skor Pilihan				
		1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	SS
25.	Membeli karena Citra hand and body lotion sudah terbukti kualitasnya.					
26.	Saya menggunakan Citra hand and body lotion karena sesuai dengan kebutuhan saya.					
27.	Setelah mencari informasi sebelumnya, saya memutuskan menggunakan Citra hand and body lotion.					
28.	Setelah mengevaluasi dengan membandingkan merek lain saya memutuskan untuk menggunakan Citra hand and body lotion.					
29.	Saya selalu menggunakan Citra hand and body lotion.					
30.	Saya ingin kembali menggunakan Citra hand and body lotion.					

LAMPIRAN 6

Tabulasi 120 Responden

No	Produk (X ₁)								Harga (X ₂)					Distribusi (X ₃)					Promosi (X ₄)					Faktor Psikologis (X ₅)					Keputusan Pembelian (Y)				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
1	4	2	5	4	2	2	4	4	5	5	2	2	2	5	5	2	2	2	5	3	2	5	2	4	4	5	2	2	1	2			
2	4	5	4	4	2	2	4	4	5	5	4	2	1	5	4	3	3	4	3	4	4	4	2	4	4	4	5	4	2	4			
3	4	4	5	5	2	2	4	5	5	5	3	1	4	5	4	3	4	2	5	3	5	5	4	2	2	4	4	2	5	4			
4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	5	3	1	1	4	4	2	3	3	3	3	3	4	4	5	4	5	4	5	4	4			
5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	4	2	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
6	3	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	5	1	4	4	3	1	5	5	5	1	4	5	5	4	4	5	4	4	4			
7	4	3	3	5	4	4	5	5	4	4	4	2	1	5	4	4	2	4	4	3	2	5	5	5	5	5	5	4	4	5			
8	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	3	3	3	5	5	5	4	5	5	3	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4			
9	4	4	5	5	4	3	5	5	2	2	4	5	4	4	4	5	5	1	5	5	5	5	4	4	5	5	4	3	2	3			
10	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	2	2	4	5	4	4	5	1	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
11	5	4	5	4	2	4	4	4	4	4	2	1	1	4	2	4	1	2	2	2	3	4	2	5	4	4	4	4	2	4			
12	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	5	4	4	2	5	3	3	5	4	4	4	4	4	4	2	2			
13	5	5	2	4	4	5	4	4	1	5	5	4	1	5	4	1	4	3	3	3	3	4	5	4	4	5	5	4	2	5			
14	4	4	4	3	3	3	4	3	1	5	4	4	5	4	4	5	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	3	3			
15	4	4	4	4	5	4	4	4	2	1	4	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	4	4	5	4			
16	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	3	5	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5			
17	4	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	2	2	2	4	4	4	4	4	3	1	1	1	1	4	4	4	4	2	4			
18	4	4	4	2	4	4	3	4	4	4	2	4	4	4	4	5	3	4	4	3	4	2	2	2	4	4	4	4	2	4			
19	4	4	4	4	2	2	4	2	1	5	4	4	3	4	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	2	4	4			
20	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	3	3	3	5	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
21	4	4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	1	5	5	2	3	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
22	5	4	4	4	5	5	5	2	3	3	3	3	3	2	4	4	3	2	4	4	1	4	5	5	4	4	4	4	4	4			
23	4	4	4	4	4	2	4	3	5	5	4	1	1	3	3	4	5	5	5	1	5	4	4	4	5	5	4	4	2	3			
24	4	4	2	4	4	4	4	2	3	4	3	4	3	5	5	5	1	3	2	4	4	5	4	4	4	4	1	2	4	5			
25	5	4	4	5	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	1	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5			
26	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5	3	3	3	4	4	2	5	4	4	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4			

	Produk (X ₁)								Harga (X ₂)					Distribusi (X ₃)					Promosi (X ₄)					Faktor Psikologis (X ₅)					Keputusan Pembelian (Y)				
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
27	4	4	5	4	3	4	3	4	5	5	5	3	2	5	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4			
28	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	2	2	2	2			
29	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	2	1	4	1	4	2	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
30	4	4	5	4	2	4	2	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	2	4	4				
31	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4				
32	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
33	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4				
34	4	5	4	2	3	3	4	4	4	4	4	3	3	5	3	3	5	4	4	4	2	4	3	2	4	4	4	2	3				
35	4	4	1	5	4	4	4	4	4	4	4	3	3	5	5	4	5	5	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	2				
36	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
37	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	4	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5				
38	3	3	4	4	3	3	4	4	4	4	3	3	2	4	4	5	2	2	4	4	2	2	2	3	2	4	2	2	2				
39	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	5	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
40	1	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	1	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5				
41	4	3	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	1	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4				
42	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	5	5	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
43	4	5	5	5	5	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
44	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
45	3	4	4	3	3	2	3	4	4	4	4	3	2	4	4	2	4	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	1				
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5				
47	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
48	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4				
49	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4	3	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	3	3	4	3	3	2				
50	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	3	5	2	5	5	4	3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4				
51	5	5	4	5	5	5	5	5	1	5	5	5	5	4	4	2	4	4	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5				
52	3	4	4	3	2	2	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	2	4	4	2	2	2	3	2	2	2	2				
53	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	5	4	5	5	4	2	4	3				
54	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	5	3	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4				
55	2	2	2	4	2	2	3	2	4	4	4	2	4	5	5	5	1	4	3	4	4	3	3	3	3	4	2	2	3				
56	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	4	4	4	4	4	4				
57	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4				
58	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	3	3	4	4	4	3	4	4	3	3				
59	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	3	3				

	Produk (X ₁)							Harga (X ₂)					Distribusi (X ₃)					Promosi (X ₄)					Faktor Psikologis (X ₅)					Keputusan Pembelian (Y)				
No	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30		
60	4	3	4	4	4	3	4	5	4	4	4	2	2	4	3	3	3	4	4	2	1	4	4	4	4	4	5	4	3	3		
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3		
62	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
63	2	1	2	3	3	3	2	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	4	4	3	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1		
64	4	4	4	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	5	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3		
65	2	4	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	1	5	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	2	2	3		
66	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	2	4	4	4	2	4	4	3	3	2	3	2	2	2	2	3	3	3		
67	4	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	1	4	5	5	4	4	4	4	4	3	3	3	4	3	3	5	5		
68	5	4	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	2	4	2	1	4	4	4	2	4	4	4	4	4	5	4	4		
69	2	3	4	2	1	2	2	3	4	4	2	2	1	4	4	2	1	3	3	1	3	2	2	3	2	2	2	2	2	2		
70	2	2	4	3	3	3	2	4	5	2	3	3	3	4	2	3	2	2	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	4	4		
71	4	3	4	4	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	4	4	3	2	4	4	3	3	5	5	1	5	1	1	4	5		
72	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4		
73	4	4	4	3	4	5	4	5	5	5	5	5	2	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
74	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
75	4	4	5	4	3	3	4	5	5	5	2	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	4	4	4	2	3	2	3			
76	4	3	4	4	2	4	2	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	3	3	4	4	4	5	4	2	4	4	4	4	3		
77	3	4	4	2	3	4	4	3	3	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3		
78	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	4	4	2	2	3	4	4	4	3	4	3	3	4		
79	4	4	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	4	4	5	5	5	3	3	3	3	4	4	4	4	3	3	4	4			
80	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	4	4	3	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	5	5	5	3	2	5	5		
81	4	3	5	5	3	2	3	3	4	4	3	4	3	5	5	5	2	4	4	3	3	4	4	3	4	2	2	2	3			
82	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
83	4	4	4	4	5	4	2	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4		
84	4	5	4	3	5	5	4	4	4	4	3	4	4	4	3	1	2	3	3	2	1	4	4	4	3	4	4	5	4	5		
85	4	4	5	4	4	4	5	4	5	5	2	5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	2	4	4	4	4		
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4		
87	4	4	4	5	4	4	4	5	5	3	4	4	3	5	5	2	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	4	5	4	4		
88	5	4	4	5	5	3	4	5	3	2	3	4	4	4	3	4	4	4	4	2	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5		
89	3	4	4	4	2	3	2	3	3	3	2	2	1	3	3	2	2	1	3	2	3	2	1	4	3	4	2	1	1	1		
90	4	4	4	4	4	4	3	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4		
91	4	5	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4		
92	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	5		

No	Produk (X ₁)								Harga (X ₂)					Distribusi (X ₃)					Promosi (X ₄)					Faktor Psikologis (X ₅)					Keputusan Pembelian (Y)				
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30			
93	4	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	4	4	4	5				
94	4	5	3	3	4	5	5	4	4	3	4	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4			
95	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	5	3	1	4	4	2	4	4	4	4	4	4			
96	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	4			
97	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	2	4	4	5	5	5	4	4	5	3	4	4	2	2	5	5	5	5	2	4			
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4			
99	4	4	4	4	2	4	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4			
100	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	3	1	5	4	5	4	4	4	4	4	4	4			
101	4	4	4	4	4	4	2	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	2	4	4	5	2	4	4	4	2	4	4	4			
102	5	5	5	5	4	2	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	4	2	4	5	4	2	4	4	4	4	4	5	5	5			
203	5	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	2	2	4	4	4	4	4	4			
104	4	4	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	4	3	5	3	5	2	5	2	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5			
105	5	5	4	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4			
106	4	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4	5	5			
107	4	4	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	2	4	4	4	4	2	4	4	5	3	5	5	4	4	4	4	4			
108	5	2	2	2	5	5	2	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	5	5	4	5	5	2	2	2	2			
109	4	4	2	5	4	2	5	2	4	4	4	5	5	5	5	5	4	2	5	2	5	4	4	5	4	5	2	2	5				
110	4	5	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4			
111	2	2	4	5	2	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	2	1	5	3	5	4	2	5	4	2	4	4	5				
112	4	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	5	2	2	5	2	4	4	4	4	2	4	2	2	2			
113	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4			
114	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	2	3	2	2	2	2	2	2	4	3	4	4	2	2	2	2	2			
115	4	4	4	4	4	2	4	4	5	5	5	3	2	5	5	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4			
116	4	2	2	2	4	2	4	2	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	2	2	2			
117	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	5	4	4	4	1	1	1	4	5	4	4	4	4			
118	4	4	5	5	4	2	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	2	5	4	2	2	2	4	4	5	4	5	5				
119	4	2	4	4	4	2	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4			
120	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5				

LAMPIRAN 7

Analisis Regresi Linear Berganda

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.793 ^a	.630	.613	2.222	.630	38.745	5	114	.000

a. Predictors: (Constant), Faktor Psikologis, Promosi, Harga, Produk, Dstribusi

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	956.646	5	191.329	38.745	.000 ^b
	Residual	562.946	114	4.938		
	Total	1519.592	119			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Faktor Psikologis, Promosi, Harga, Produk, Dstribusi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-4.330	1.875		-2.309	.023
	Produk	.484	.061	.550	7.915	.000
	Harga	.385	.118	.294	3.271	.001
	Dstribusi	-.378	.130	-.266	-2.911	.004
	Promosi	.132	.082	.105	1.615	.109
	Faktor Psikologis	.330	.084	.262	3.946	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian