



**PENGARUH FAKTOR KELENGKAPAN PRODUK, HARGA,
DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN
PADA SETIA JAYA *FASHION* DI PUJER BONDOWOSO**

SKRIPSI

Diajukan guna melengkapi tugas akhir dan memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan Program Studi Manajemen (S1) dan memperoleh gelas Sarjana
Ekonomi

OLEH:

Anik Fauziah
1310412020

**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH JEMBER
2018**

PENGESAHAN

Skripsi berjudul; *Analisis Pengaruh faktor Kelengkapan Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada Toko Setia Jaya Fashion Pujer Bondowoso*, telah disahkan oleh Fakultas Ekonomi Manajemen Universitas Muhammadiyah Jember pada

Hari : SENIN

Tanggal : 16 Maret 2018

Tempat : Fakultas Ekonomi Universitas Muhammadiyah

Tim Penguji :

Seno Sumowo, SE, MM.
NPK.0717106601

Anggota 1,

Anggota 2,

Drs. Anwar, M.Sc.
NPK.0719015502

Feti Fatimah, SE, MM.
NPK.0725057901

Mengesahkan :

Dekan,

Ketua Program Studi

Dr. Arik Susbiyani, M.Si.
NPK.0719015502

Drs. Anwar, M.Sc
NPK.0719015502

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
HALAMAN PERNYATAAN	iii
HALAMAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
ABSTRAK	viii
<i>ABSTRACT</i>	ix
KATA PENGANTAR	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN.....	xvi
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian Dan Manfaat Penelitian	6
1.3.1 Tujuan Penelitian	6
1.3.2 Manfaat Penelitian	6
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	8
2.1.2 Kelengkapan Produk	8
2.1.3 Harga	9
2.1.4 Promosi	10
2.1.5 Keputusan Pembelian	11

2.2 Penelitian Terdahulu	12
2.3 Kerangka Konseptual	14
2.4 Hipotesis	15
2.4.1 Pengaruh Kelengkapan Produk Terhadap Keputusan Pembelian.	15
2.4.2 Pengaruh Harga Produk Terhadap Keputusan Pembelian	15
2.4.3 Pengaruh Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	16
2.4.4 Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga Dan Promosi Produk Terhadap Keputusan Pembelian	16
BAB 3 METODE PENELITIAN	17
3.1 Identifikasi Variabel	17
3.1.1 Variabel Bebas / Variabel Independen (X)	17
3.1.2 Variabel Terikat / Variabel Dependen (Y)	17
3.2 Definisi Operasional Variabel	17
3.2.1 Variabel Kelengkapan Produk (X1)	17
3.2.2 Variabel Harga (X2)	18
3.2.3 Variabel Promosi (X3)	18
3.2.4 Variabel Keputusan Pembelian (Y)	18
3.3 Desain Penelitian	19
3.4 Jenis Data	19
3.5 Populasi Sampel Dan Teknik Pengambilan Sampel	20
3.5.1 Populasi Sampel	20
3.5.2 Teknik Pengambilan Sampel	20
3.6 Teknik Pengumpulan Data	22
3.6.1 Kuisisioner	22
3.6.2 Observasi	23
3.7 Teknik Analisis Data	23
3.7.1 Uji Validitas	23
3.7.2 Uji Reliabilitas	24
3.7.3 Analisis Regresi Berganda	24
3.7.4 Uji <i>Goodness of Fit</i>	25

3.7.5 Uji Signifikan Parsial (Uji t)	25
3.7.6 Uji Signifikan Simultan (Uji F)	26
BAB 4 HASIL DAN PEMBAHASAN	29
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	29
4.1.1 Sejarah Berdirinya Setia Jaya <i>Fashion</i> Pujer Bondowoso	29
4.1.2 Struktur Organisasi Setia Jaya <i>Fashion</i> Pujer Bondowoso	30
4.2 Hasil Analisis Data.....	30
4.2.1 Statistik Deskriptif Responden	30
4.2.2 Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	32
4.2.3 Uji Validitas Dan Reliabilitas	34
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	36
4.2.5 Analisis Regresi Linier Berganda	38
4.2.6 Pengujian Secara Bersama-sama (Uji F)	39
4.2.7 Koefisien Determinasi Berganda (R^2)	40
4.2.8 Pengujian Secara Parsial (Uji t)	41
4.3 Pembahasan	42
BAB 5 KESIMPULAN DAN SARAN	45
5.1 Kesimpulan	45
5.2 Saran	45
DAFTAR PUSTAKA	46

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Konsumen yang telah melakukan pembelian di Setia Jaya <i>Fashion</i> .4	
Tabel 1.2 Nama-nama toko <i>Fashion</i> di Pujer Bondowoso	4
Tabel 2.2 Penelitian Terdahulu	13
Tabel 4.1 Statistik deskriptif demografi responden	31
Tabel 4.2 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap variabel kelengkapan produk	32
Tabel 4.3 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap variabel harga ...	33
Tabel 4.4 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap variabel promosi.	33
Tabel 4.5 Distribusi frekuensi jawaban responden terhadap variabel keputusan pembelian	34
Tabel 4.6 Rekapitulasi hasil uji validitas	35
Tabel 4.7 Hasil uji reliabilitas	36
Tabel 4.8 <i>Collinearity Statistic</i>	36
Tabel 4.9 Hasil perhitungan regresi linier berganda	39
Tabel 4.10 Hasil perhitungan uji F	40

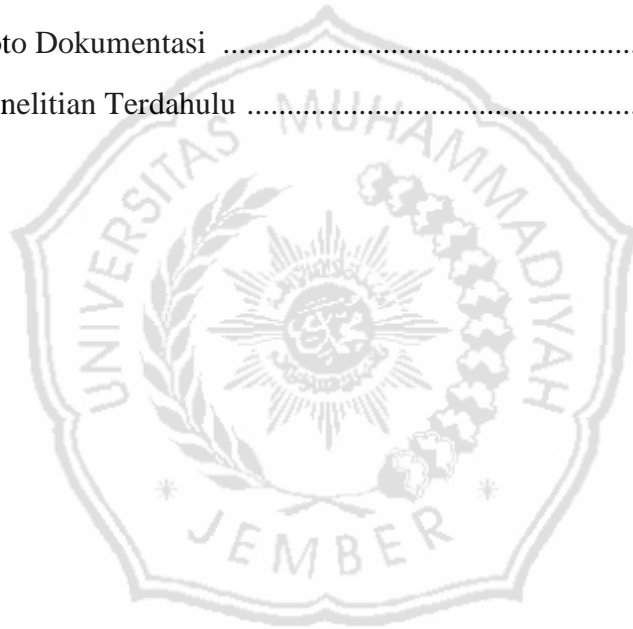
DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Kerangka Koseptual	14
Gambar 4.1 Struktur organisasi Setia Jaya <i>Fashion</i> Pujer Bondowoso	30
Gambar 4.2 Hasil uji Heteroskedastisitas	37
Gambar 4.3 Hasil uji Normalitas	38



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran Surat Ijin	48
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	49
Lampiran 2 Rekapitulasi Data Jawaban Responden	54
Lampiran 3 Hasil Uji Validitas	58
Lampiran 4 Hasil Uji Reliabilitas	60
Lampiran 5 Distribusi Frekuensi Jawaban Responden	64
Lampiran 6 Analisis Regresi Linier Berganda	68
Lampiran Foto Dokumentasi	75
Lampiran Penelitian Terdahulu	76



KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang, Yang hanya kepadaNya-lah segala sesuatu bergantung. Alhamdulillah tak lupa senantiasa saya panjatkan karena hanya dengan ridho, kemurahan dan kekuasaanNya-lah tugas akhir yang berjudul:

“PENGARUH FAKTOR KELENGKAPAN PRODUK, HARGA, DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA SETIA JAYA FASHION DI PUJER BONDOWOSO”

dapat diselesaikan dengan segala kelebihan dan tak lepas dari kekurangan yang terdapat di dalamnya.

Shalawat serta salam semoga senantiasa tercurah kepada baginda Rasulullah Muhammad SAW, keluarga dan para sahabat hingga pengikutnya hingga akhir zaman, orang-orang yang senantiasa istiqomah menegakkan kebenaran dan menebar kebaikan di bumi Allah SWT.

Tugas akhir ini menjelaskan tentang faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen untuk melakukan keputusan pembelian.

Dengan segala kerendahan hati, penulis memohon maaf jika ternyata di kemudian hari diketahui bahwa hasil dari tugas akhir ini masih jauh dari kesempurnaan. Semoga bermanfaat bagi pembaca jika dikemudian hari akan dijadikan sebuar refrensi untuk penelitian selanjutnya.

Jember, 12 Maret 2018

Penulis

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari.(2007). *Manajemen Pemasaran & Pemasaran Jasa*.CV. Alfabeta. Bandung
- Ferdinand. (2011). *Metode penelitian Manajemen. Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro. Jakarta
- Ferdinand. (2013). *Metode penelitian Manajemen. Pedoman penelitian untuk Skripsi, Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen*. Universitas Diponegoro. Jakarta
- Ghozali. (2006). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS Edisi Keempat*. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Hidayat, Nurlaela. (2016). *Pengaruh Kelengkapan Produk Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*. Bandung.
- Jasniko, Wido. (2013). *Pengaruh Atmosfer Toko Dan Variasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Swalayan Citra Bandar Buat*. Padang
- J, Stanton. (2004).*Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. (2008). *Prinsip-Prinsip Pemasaran 1*. Edisi keduabelas. Erlangga, Jakarta.
- Kotler dan Armstrong. (2012). *Principle Of marketing Global 14th edition*. New Jersey. Printice
- Kotler dan Keller .(2009). *Manajemen Pemasaran Edisi 12 Jilid 1*. PT. Indeks Jakarta.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. (2012). *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Edisi13. Jilid 1.Erlangga. Jakarta
- Levy dan Weitz. (2010). *Manajemen Pemasaran*. Erlangga. Jakarta
- Ma'ruf, H. (2005). *Pemasaran Ritel*. Gramedia Pustaka. Jakarta.
- N, Hidayat. (2016). *Pengaruh Kelengkapan Produk dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen*, UNIKOM, Bandung

- Nopita. (2015). *Pengaruh Kualitas Produk, Pelayanan dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Seragam Sekolah Pada Toko Maju*. Skripsi Bandar Lampung.
- R, Sumanto. (2010). *Analisa Marketing Mix-7P (Produk, Price, Promotion, Place, Partisipant, Process, dan Physical Evidence) terhadap Keputusan Pembelian Produk Klinik Kecantikan Teta di Surabaya*. Jurnal Mitra Ekonomi dan Manajemen Bisnis. Surabaya.
- Rusydi, Abubakar. (2005). *Pengaruh Pelaksanaan Bauran Pemasaran Terhadap Proses Keputusan Pembelian Konsumen Pada Jamu Di Banda Aceh*. Jurnal Sistem Teknik Industri. Volume 6. No. 3. Juli. Hal. 54 – 62. Universitas Malikussaleh Lhokseumawe. Aceh.
- Sabran, Bob. (2009). *Manajemen Pemasaran Jilid 1, edisi Ketiga Belas*. Erlangga. Jakarta.
- Schiffman dan Kanuk. 2008. *Perilaku konsumen*. Edisi 7. Indeks. Jakarta.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Bisnis*. Alfabeta. Bandung.
- Supirman. (2016). *Pengaruh Kelengkapan Produk, Harga dan Lokasi terhadap keputusan Pembelian Konsumen Pada Eramart Sentosa, Samarinda*
- Tjiptono, F (2008). *Strategi Pemasaran, Edisi Ketiga*. Andi, Yogyakarta.
- Umar, Husein. (2005). *Riset Pemasaran Dan Perilaku konsumen*. PT. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Utami, (2010). *Konsep pemasaran*, PT. Indeks Kelompok Gramedia, Jakarta.
- Wibowo, Bangun Adi. (2015). *Pengaruh Suasana Toko, Promosi, Dan Lokasi Terhadap Keputusan Pembelian Di Planet Distro*. Skripsi. Banjarnegara.

Lampiran 2

Rekapitulasi Data Jawaban Responden

No	X1.1	X1.2	X1.3	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3	Y1	Y2	Y3	Y
1	3	4	4	11	4	5	4	13	4	4	5	13	4	3	4	11
2	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	5	15	4	5	4	13
3	4	4	5	13	4	5	4	13	5	4	4	13	5	4	4	13
4	4	4	5	13	4	5	4	13	5	4	4	13	5	5	5	15
5	4	4	5	13	3	3	3	9	4	3	3	10	4	4	4	12
6	5	4	4	13	4	5	5	14	5	4	4	13	4	4	5	13
7	5	4	5	14	4	4	4	12	4	5	4	13	4	4	5	13
8	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	5	13	5	5	5	15
9	4	5	5	14	4	4	4	12	5	4	3	12	5	4	4	13
10	5	5	5	15	5	4	4	13	4	5	4	13	5	4	4	13
11	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
12	3	3	5	11	3	3	2	8	3	2	3	8	2	3	2	7
13	4	4	5	13	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	4	14
14	4	4	5	13	4	5	5	14	4	5	4	13	4	4	5	13
15	5	5	4	14	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
16	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
17	3	3	3	9	5	4	4	13	2	3	2	7	4	3	3	10
18	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15	4	5	5	14
19	3	4	3	10	4	4	3	11	4	3	3	10	4	3	4	11
20	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
21	5	4	5	14	4	5	5	14	4	4	4	12	4	4	4	12
22	5	4	4	13	4	5	5	14	5	4	4	13	4	4	4	12
23	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14
24	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	5	3	3	11
25	3	3	2	8	4	4	4	12	3	4	3	10	4	3	3	10
26	3	4	3	10	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13
27	4	4	4	12	3	4	4	11	4	4	4	12	5	5	5	15
28	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	3	10	4	4	4	12
29	3	4	4	11	4	4	4	12	2	3	2	7	3	3	4	10

30	5	4	4	13	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	5	13
31	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12
32	5	4	4	13	4	4	5	13	4	4	4	12	5	4	4	13
33	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
34	2	3	2	7	2	5	4	11	2	2	3	7	2	2	3	7
35	3	4	3	10	3	5	5	13	4	4	4	12	3	3	4	10
36	4	4	4	12	5	5	4	14	4	5	4	13	4	4	4	12
37	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13
38	4	4	4	12	4	5	5	14	5	5	5	15	4	4	4	12
39	3	3	5	11	5	5	5	15	4	4	4	12	5	5	5	15
40	2	2	4	8	2	3	3	8	3	2	3	8	2	3	2	7
41	5	4	5	14	4	4	5	13	5	5	5	15	4	3	4	11
42	4	3	4	11	4	4	4	12	4	3	4	11	4	3	3	10
43	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	4	14
44	2	2	2	6	2	2	2	6	2	3	3	8	3	2	2	7
45	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11	4	4	4	12
46	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	4	14	4	4	4	12
47	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	3	4	11
48	2	2	2	6	3	4	4	11	2	3	2	7	3	2	3	8
49	4	3	4	11	5	5	4	14	4	3	4	11	5	5	4	14
50	4	4	4	12	4	4	3	11	4	3	4	11	4	5	4	13
51	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12
52	3	2	3	8	3	5	3	11	5	3	5	13	3	3	3	9
53	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12
54	5	5	5	15	4	5	5	14	5	5	4	14	4	5	5	14
55	3	4	5	12	5	4	4	13	4	4	4	12	4	4	3	11
56	3	2	2	7	2	2	2	6	4	4	3	11	2	3	2	7
57	5	4	4	13	5	5	4	14	4	4	4	12	4	3	4	11
58	5	5	5	15	4	5	5	14	4	4	4	12	5	4	4	13
59	4	3	4	11	4	4	4	12	3	4	3	10	3	3	3	9
60	3	3	4	10	4	4	3	11	4	3	3	10	4	4	3	11
61	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	5	4	4	13

62	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
63	4	4	3	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
64	4	3	5	12	5	5	5	15	4	4	5	13	4	4	4	12
65	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15	4	5	4	13
66	4	5	4	13	4	5	4	13	4	4	4	12	4	4	4	12
67	4	3	4	11	5	4	4	13	4	4	3	11	3	4	4	11
68	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
69	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
70	4	3	4	11	2	2	2	6	2	2	2	6	3	2	2	7
71	4	3	4	11	5	4	4	13	4	4	3	11	5	5	5	15
72	4	4	4	12	5	5	5	15	4	4	5	13	3	4	4	11
73	3	3	3	9	2	4	3	9	3	3	3	9	2	2	2	6
74	3	2	3	8	2	2	2	6	2	2	2	6	2	2	2	6
75	4	3	3	10	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12
76	4	4	3	11	4	5	5	14	4	4	4	12	4	3	3	10
77	5	4	4	13	5	5	4	14	5	4	5	14	5	4	5	14
78	5	3	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
79	5	4	5	14	4	5	4	13	5	4	4	13	5	5	5	15
80	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	4	14	4	3	4	11
81	3	3	4	10	3	3	3	9	4	3	3	10	4	3	3	10
82	5	4	4	13	5	5	4	14	4	5	5	14	5	5	5	15
83	3	4	4	11	3	5	3	11	4	3	4	11	4	3	3	10
84	5	4	5	14	5	5	4	14	5	5	5	15	5	5	5	15
85	4	3	4	11	5	5	4	14	4	4	4	12	5	5	5	15
86	3	3	3	9	5	5	4	14	5	4	5	14	4	3	4	11
87	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	3	11	4	4	4	12
88	5	4	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12
89	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15
90	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	5	5	5	15
91	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	12	4	4	4	12
92	3	4	4	11	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	4	12
93	5	4	5	14	3	3	5	11	5	5	5	15	4	5	5	14

94	3	4	4	11	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	15
95	4	3	4	11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	12
96	5	5	5	15	5	4	4	13	4	4	4	12	4	5	5	14
97	3	4	4	11	3	3	3	9	4	3	4	11	3	3	3	9
98	4	3	4	11	3	3	4	10	4	4	4	12	4	4	4	12
99	4	3	4	11	3	3	3	9	3	4	3	10	3	3	3	9
100	4	4	4	12	5	5	4	14	4	4	4	12	4	5	4	13



Lampiran 3

Hasil Uji Validitas

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.643**	.616**	.883**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.643**	1	.555**	.852**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.616**	.555**	1	.839**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.883**	.852**	.839**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.672**	.617**	.874**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.672**	1	.715**	.899**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.617**	.715**	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.874**	.899**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.689**	.768**	.912**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.689**	1	.676**	.877**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.768**	.676**	1	.907**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	.912**	.877**	.907**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y
Y1	Pearson Correlation	1	.700**	.701**	.880**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.700**	1	.788**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.701**	.788**	1	.916**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.880**	.920**	.916**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100

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

Lampiran 4

Hasil Uji Reliabilitas

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.821	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.0000	.81650	100
X1.2	3.7900	.76930	100
X1.3	4.0600	.76303	100

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.8500	4.068	2.01697	3

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X2.1	4.0600	.85067	100
X2.2	4.2900	.78232	100
X2.3	4.0600	.76303	100

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
12.4100	4.467	2.11343	3

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.881	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X3.1	4.0700	.78180	100
X3.2	3.9400	.77616	100
X3.3	3.9300	.78180	100

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.9400	4.421	2.10252	3

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.890	3

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	4.0400	.79035	100
Y2	3.9000	.84686	100
Y3	3.9300	.80723	100

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
11.8700	4.902	2.21407	3

Lampiran 5

Distribusi Frekuensi Jawaban Responden

Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	21	21.0	21.0	25.0
	4.00	46	46.0	46.0	71.0
	5.00	29	29.0	29.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	6.0	6.0	6.0
	3.00	24	24.0	24.0	30.0
	4.00	55	55.0	55.0	85.0
	5.00	15	15.0	15.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	5.0	5.0	5.0
	3.00	11	11.0	11.0	16.0
	4.00	57	57.0	57.0	73.0
	5.00	27	27.0	27.0	100.0
Total		100	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	7.0	7.0	7.0
	3.00	12	12.0	12.0	19.0
	4.00	49	49.0	49.0	68.0
	5.00	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	8	8.0	8.0	12.0
	4.00	43	43.0	43.0	55.0
	5.00	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	5.0	5.0	5.0
	3.00	11	11.0	11.0	16.0
	4.00	57	57.0	57.0	73.0
	5.00	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	7.0	7.0	7.0
	3.00	6	6.0	6.0	13.0
	4.00	60	60.0	60.0	73.0
	5.00	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	5.0	5.0	5.0
	3.00	18	18.0	18.0	23.0
	4.00	55	55.0	55.0	78.0
	5.00	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	5	5.0	5.0	5.0
	3.00	19	19.0	19.0	24.0
	4.00	54	54.0	54.0	78.0
	5.00	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	6.0	6.0	6.0
	3.00	11	11.0	11.0	17.0
	4.00	56	56.0	56.0	73.0
	5.00	27	27.0	27.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	6	6.0	6.0	6.0
	3.00	23	23.0	23.0	29.0
	4.00	46	46.0	46.0	75.0
	5.00	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	7.0	7.0	7.0
	3.00	15	15.0	15.0	22.0
	4.00	56	56.0	56.0	78.0
	5.00	22	22.0	22.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	



Lampiran 6

Analisis Regresi Linier Berganda

Regression

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y	11.8700	2.21407	100
X1	11.8500	2.01697	100
X2	12.4100	2.11343	100
X3	11.9400	2.10252	100

Correlations

		Y	X1	X2	X3
Pearson Correlation	Y	1.000	.642	.659	.667
	X1	.642	1.000	.562	.643
	X2	.659	.562	1.000	.728
	X3	.667	.643	.728	1.000
Sig. (1-tailed)	Y	.	.000	.000	.000
	X1	.000	.	.000	.000
	X2	.000	.000	.	.000
	X3	.000	.000	.000	.
N	Y	100	100	100	100
	X1	100	100	100	100
	X2	100	100	100	100
	X3	100	100	100	100

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X3, X1, X2 ^a	.	Enter

- a. All requested variables entered.
- b. Dependent Variable: Y



Model Summary^b

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	.752 ^a	.565	.551	1.48282	.565	41.573	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	274.228	3	91.409	41.573	.000 ^a
	Residual	211.082	96	2.199		
	Total	485.310	99			

a. Predictors: (Constant), X3, X1, X2

b. Dependent Variable: Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	.757	1.009		.750	.455					
	X1	.346	.098	.316	3.533	.001	.642	.339	.238	.568	1.762
	X2	.322	.105	.307	3.074	.003	.659	.299	.207	.454	2.200
	X3	.253	.114	.240	2.225	.028	.667	.221	.150	.389	2.569

a. Dependent Variable: Y



Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions			
				(Constant)	X1	X2	X3
1	1	3.963	1.000	.00	.00	.00	.00
	2	.017	15.342	.91	.01	.08	.13
	3	.012	17.832	.05	.87	.27	.02
	4	.007	23.107	.04	.12	.65	.86

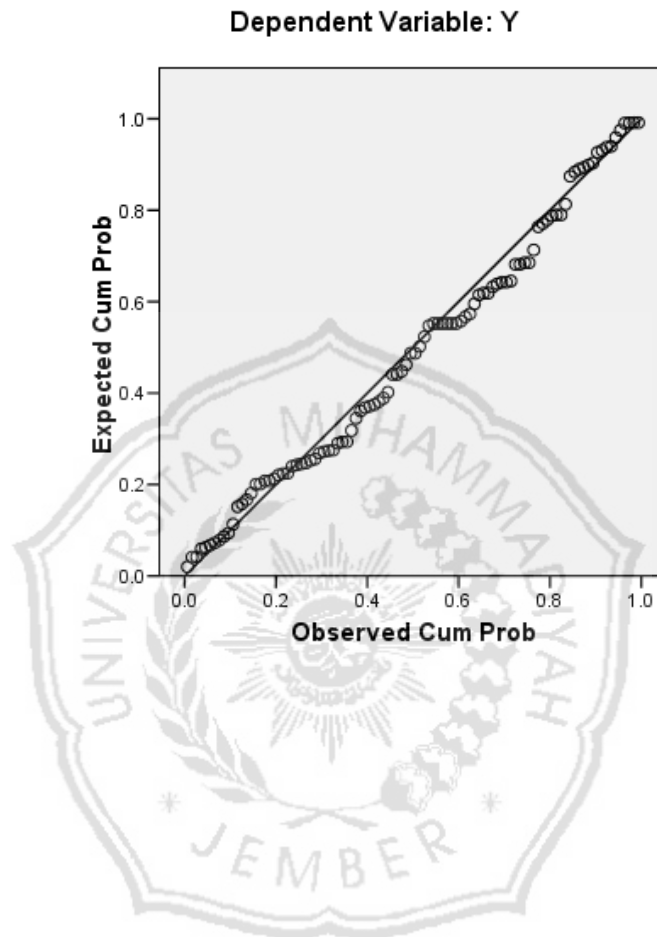
a. Dependent Variable: Y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	6.7864	14.5675	11.8700	1.66433	100
Std. Predicted Value	-3.054	1.621	.000	1.000	100
Standard Error of Predicted Value	.157	.686	.274	.113	100
Adjusted Predicted Value	6.7521	14.6695	11.8830	1.64860	100
Residual	-3.04315	3.54116	.00000	1.46019	100
Std. Residual	-2.052	2.388	.000	.985	100
Stud. Residual	-2.095	2.405	-.004	1.002	100
Deleted Residual	-3.17042	3.59112	-.01297	1.51184	100
Stud. Deleted Residual	-2.133	2.468	-.002	1.012	100
Mahal. Distance	.116	20.209	2.970	3.695	100
Cook's Distance	.000	.046	.009	.012	100
Centered Leverage Value	.001	.204	.030	.037	100

a. Dependent Variable: Y

Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual



Scatterplot

Dependent Variable: Y

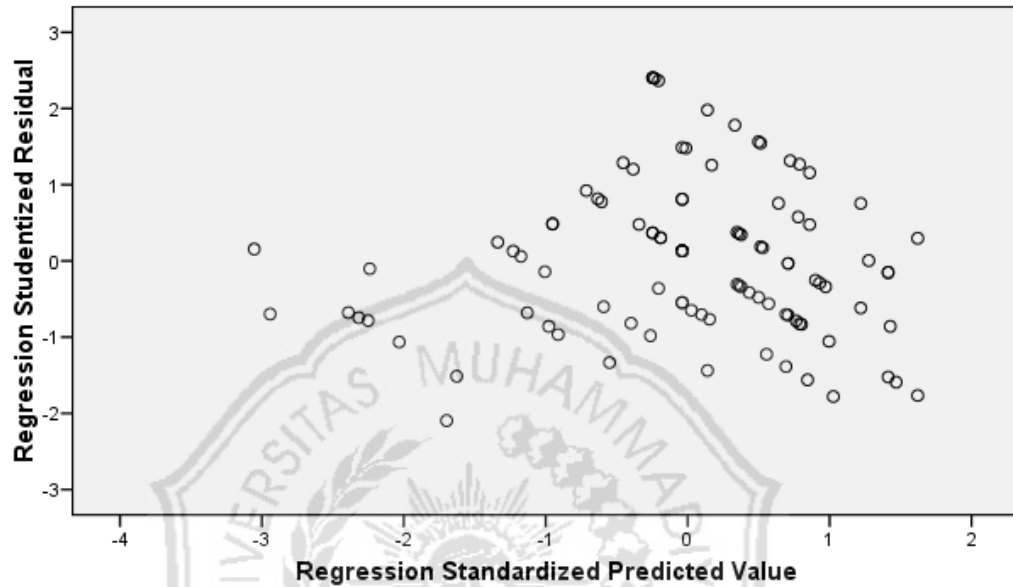


FOTO DOKUMENTASI







