

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

1. Analisis Keyakinan/*Belief (Bi)*

Dalam penelitian ini, hasil analisis tingkat keyakinan yang menempati peringkat pertama adalah atribut iklan dengan nilai validitas sebesar (0,6999), diikuti oleh atribut desain dengan nilai (0,6181), diikuti oleh atribut dengan nilai (0,5142), diikuti oleh atribut daya tahan dengan nilai (0,5113), diikuti oleh atribut harga dengan nilai (0,5006), diikuti oleh atribut memenuhi SNI (0,4857) dan terakhir diikuti oleh atribut lokasi dengan nilai (0,4171)

2. Analisis Evaluasi (*Ei*)

Dalam penelitian ini, hasil analisis tingkat keyakinan yang menempati peringkat pertama adalah atribut fitur dengan nilai validitas sebesar (0,7625), diikuti oleh atribut desain dengan nilai (0,7612), diikuti atribut memenuhi SNI dengan nilai (0,7459), diikuti oleh atribut iklan dengan nilai (0,7325), diikuti oleh atribut daya tahan dengan nilai (0,7197), diikuti oleh atribut lokasi dengan nilai (0,7038) dan terakhir diikuti oleh atribut harga dengan nilai (0,6613)

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas bahwa iklan helm KYT dan fiturnya harus dipertahankan sedangkan lokasi pendistribusian harus lebih ditingkatkan dan harganya lebih terjangkau untuk masyarakat kalangan kelas menengah.



DAFTAR PUSTAKA

- Drs. M. Hariwijaya dan Triton P. B., S. Si.; M. Si. 2007. Pedoman Penulisan Ilmiah Proposal dan Skripsi. ORYZA. Yogyakarta.
- Durianto, Darmadi, dkk, 2004, ***Strategi Menaklukan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku Merek***, PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip. 2002. ***Manajemen Pemasaran Edisi Milenium 2***. PT Prenhallindo. Jakarta.
- Kotler, Philip. 2004. ***Manajemen Pemasaran***. Prenhallindo, jakarta
- Kotler, Philip. 2005. Manajemen Pemasaran Edisi I . Jakarta: Prenhallindo.*
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2001. ***Dasar-dasar Pemasaran***, jilid 1 dan 2. Jakarta PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Gary Amstrong. 2008. ***Dasar-dasar Pemasaran***, jilid 1 dan 2. Jakarta PT. Prenhallindo.
- Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller . 2009. ***Manajemen Pemasaran***, jilid 1. Jakarta PT. Erlangga.
- Machfoedz, Mahmud. 2010. ***Komunikasi Pemasaran Modern***. Yogyakarta. Cakra Ilmu.
- Sciffhman, Leon G dan Leslie Lazar Kanuk. Consumer Behaviour fifth edition
- Setiadi, Nugroho J. 2003. ***Perilaku Konsumen: Konsep Dan Implikasinya untuk Strategi dan penelitian Pemasaran***. Prenada Media. Jakarta

Simamora, Bilson. 2004. ***Panduan Riset Perilaku Konsumen***. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

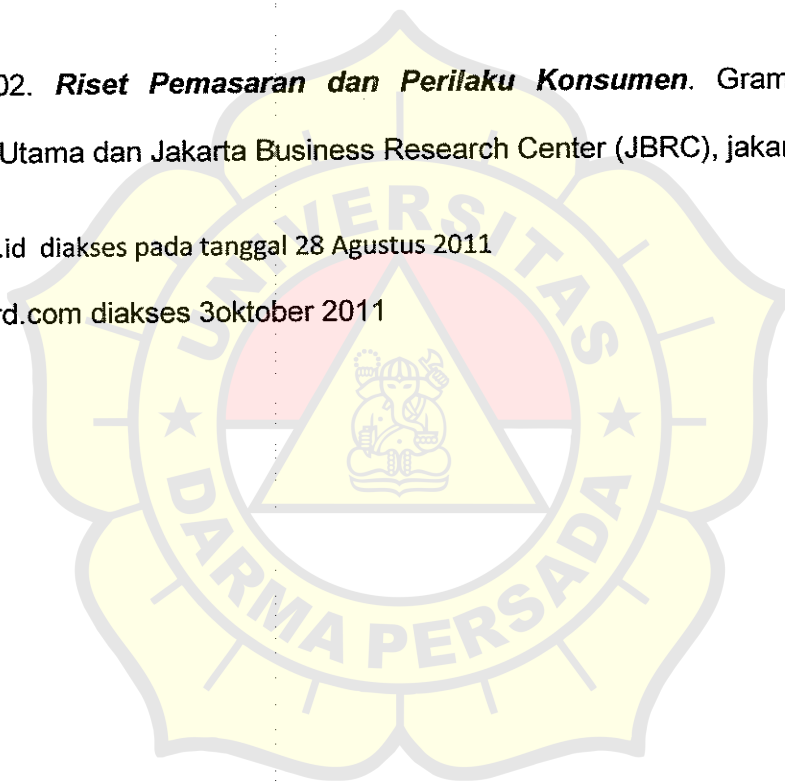
Stanton, J. William. 2002. ***Prinsip Pemasaran***. Jakarta : Erlangga

Supranto. I dan Limakrisna, Nondan. 2007. ***Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran***. Jakarta : Mitra Wacana Media.

Umar, Husein. 2002. ***Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen***. Gramedia Pustaka Utama dan Jakarta Business Research Center (JBRC), Jakarta.

<http://elib.unikom.ac.id> diakses pada tanggal 28 Agustus 2011

www.topbrand-award.com diakses 3 Oktober 2011





LAMPIRAN

B. Pertanyaan Survei Sikap konsumen Atribut Belief (b_i)

Keterangan :
Skala 1 = Sangat Tidak Setuju
Skala 2 = Tidak Setuju
Skala 3 = Cukup Setuju
Skala 4 = Setuju
Skala 5 = Sangat Setuju

1. Bagi anda, helm yang bagus desainnya adalah yang menarik :
Sangat setuju 5 4 3 2 1 sangat tidak setuju
2. Bagi anda, helm yang baik adalah daya tahan yang tahan benturan:
Sangat setuju 5 4 3 2 1 sangat tidak setuju
3. Bagi anda, iklan helm yang baik adalah menarik perhatian anda:
Sangat setuju 5 4 3 2 1 sangat tidak setuju
4. Bagi anda, fitur helm yang baik adalah yang bermanfaat
Sangat setuju 5 4 3 2 1 sangat tidak setuju
5. Bagi anda, helm dengan harga murah adalah baik :
Sangat setuju 5 4 3 2 1 sangat tidak setuju
6. Bagi anda, dalam mendapatkan helm anda mempertimbangkan lokasinya:
Sangat setuju 5 4 3 2 1 sangat tidak setuju
7. Bagi anda, helm yang baik adalah helm yang memenuhi SNI :
Sangat setuju 5 4 3 2 1 sangat tidak setuju

C. Pertanyaan Survei Sikap Konsumen Atribut Evaluasi (e)

Keterangan : Skala 1 = Sangat Tidak Penting
 Skala 2 = Tidak Penting
 Skala 3 = Cukup Penting
 Skala 4 = Penting
 Skala 5 = Sangat Penting

1. Helm KYT desainnya menarik adalah bagus bagi anda:
Sangat Penting 5 4 3 2 1 sangat tidak Penting
2. Helm KYT memiliki daya tahan terhadap benturan adalah baik bagi anda:
Sangat Penting 5 4 3 2 1 sangat tidak Penting
3. Iklan helm KYT sangat menarik perhatian adalah baik bagi anda:
Sangat Penting 5 4 3 2 1 sangat tidak Penting
4. Fitur helm KYT sangat bermanfaat adalah baik bagi anda
Sangat Penting 5 4 3 2 1 sangat tidak Penting
5. Helm KYT harganya murah adalah baik untuk anda:
Sangat Penting 5 4 3 2 1 sangat tidak Penting
6. Helm KYT, mudah didapatkan bagi anda:
Sangat Penting 5 4 3 2 1 sangat tidak Penting
7. Helm KYT memenuhi SNI adalah helm yang baik bagi anda :
Sangat Penting 5 4 3 2 1 sangat tidak Penting

Frequency Table

Karakteristik / Profile Responden

1. Jenis Kelamin

Tabel 3
Jenis Kelamin

		Jumlah resp	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki	69	69.0	69.0	69.0
	Perempuan	31	31.0	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

2. Usia

Tabel 4
Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	43	43.0	43.0	43.0
	2.00	32	32.0	32.0	75.0
	3.00	13	13.0	13.0	88.0
	4.00	10	10.0	10.0	98.0
	5.00	2	2.0	2.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

3. Pendidikan

Tabel 5
Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	2	2.0	2.0	2.0
2.00	8	8.0	8.0	10.0
3.00	74	74.0	74.0	84.0
4.00	6	6.0	6.0	90.0
5.00	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

4. Pekerjaan

Tabel 6
Pekerjaan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	29	29.0	29.0	29.0
2.00	29	29.0	29.0	58.0
3.00	32	32.0	32.0	90.0
4.00	10	10.0	10.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

5. Pengeluaran

Tabel 7
Pengeluaran

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1.00	53	53.0	53.0	53.0
2.00	20	20.0	20.0	73.0
3.00	18	18.0	18.0	91.0
4.00	9	9.0	9.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Tabel 8
Believe Desain (B1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6.0	6.0	6.0
	TS	5	5.0	5.0	11.0
	CS	26	26.0	26.0	37.0
	S	44	44.0	44.0	81.0
	SS	19	19.0	19.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 9
Believe Daya tahan (B2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	1	1.0	1.0	4.0
	CS	7	7.0	7.0	11.0
	S	22	22.0	22.0	33.0
	SS	67	67.0	67.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 10
Believe Iklan (B3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	8	8.0	8.0	8.0
	TS	10	10.0	10.0	18.0
	CS	28	28.0	28.0	46.0
	S	34	34.0	34.0	80.0
	SS	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 11
Believe Fitur (B4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	3	3.0	3.0	6.0
	CS	20	20.0	20.0	26.0
	S	42	42.0	42.0	68.0
	SS	32	32.0	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 12
Believe Harga murah (B5)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	12	12.0	12.0	12.0
	TS	30	30.0	30.0	42.0
	CS	22	22.0	22.0	64.0
	S	25	25.0	25.0	89.0
	SS	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 13
Believe Distribui (B6)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	6	6.0	6.0	6.0
	TS	19	19.0	19.0	25.0
	CS	31	31.0	31.0	56.0
	S	30	30.0	30.0	86.0
	SS	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 14
Believe Memenuhi SNI (B7)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	3	3.0	3.0	3.0
	TS	6	6.0	6.0	9.0
	CS	12	12.0	12.0	21.0
	S	25	25.0	25.0	46.0
	SS	54	54.0	54.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 15
Evaluasi desain (E1)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	3.0	3.0	3.0
	2.00	8	8.0	8.0	8.0
	3.00	29	29.0	29.0	29.0
	4.00	44	44.0	44.0	44.0
	5.00	16	16.0	16.0	16.0
	total	100	100.0		100.0

Tabel 16
Evaluasi daya tahan (E2)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	6	6.0	6.0	8.0
	3.00	12	12.0	12.0	20.0
	4.00	35	35.0	35.0	55.0
	5.00	45	45.0	45.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 17
Evaluai iklan (E3)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	6.0	6.0	6.0
	2.00	10	10.0	10.0	16.0
	3.00	37	37.0	37.0	53.0
	4.00	35	35.0	35.0	88.0
	5.00	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 18
Evaluasi fitur (E4)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	4.0	4.0	4.0
	2.00	10	10.0	10.0	14.0
	3.00	35	35.0	35.0	49.0
	4.00	34	34.0	34.0	83.0
	5.00	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 19
Evaluasi harga murah (E5)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	12	12.0	12.0	12.0
	2.00	15	15.0	15.0	27.0
	3.00	32	32.0	32.0	59.0
	4.00	25	25.0	25.0	84.0
	5.00	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 20
Evaluasi distribusi (E6)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	5.0	5.0	5.0
	2.00	14	14.0	14.0	19.0
	3.00	31	31.0	31.0	50.0
	4.00	34	34.0	34.0	84.0
	5.00	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 21
Evaluasi memenuhi SNI (E7)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	4	4.0	4.0	4.0
	2.00	4	4.0	4.0	8.0
	3.00	11	11.0	11.0	19.0
	4.00	39	39.0	39.0	58.0
	5.00	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tabel 22
Interprestasi

Jumlah Skala	Kategori
2	Positif, negative
3	Positif, netral, negative
4	Sangat Positif, netral, negative
5	Sangat Positif, netral, negatif, sangat negatif

$$\begin{aligned} \text{Skala interval} &= (175-7) / 5 \\ &= 33,6 \end{aligned}$$

Tabel 23
Skor sikap

	skor terendah	Skor Terendah	Skor terendah	skor tertinggi	skor tertinggi	skor tertinggi
	min.bi	min.ei	bi*ei	max bi	max ei	bi*ei
desain	1	1	1	5	5	25
daya tahan	1	1	1	5	5	25
iklan	1	1	1	5	5	25
fitur	1	1	1	5	5	25
harga	1	1	1	5	5	25
distribsi	1	1	1	5	5	25
SNI	1	1	1	5	5	25
			7			175

Tabel 24

Inter prestasi

	INTERPRESTASI
$7 < A_o < 40,6$	sangat tidak positif
$40,5 < A_o < 74,1$	tidak positif
$74,2 < A_o < 107,8$	cukup positif
$107,9 < A_o < 141,5$	positif
$141,6 < A_o < 175,2$	sangat positif

Tabel 25

Uji Validitas Perilaku Konsumen atribut *belief (Bi)*

Validitas Butir-Butir Pertanyaan Kuesioner <i>Performance</i>			
No. Item	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r_{tabel}	Validitas
Pertanyaan 1	0.6181	0,35	VALID
Pertanyaan 2	0.5113	0,35	VALID
Pertanyaan 3	0.6999	0,35	VALID
Pertanyaan 4	0.5142	0,35	VALID
Pertanyaan 5	0.5006	0,35	VALID
Pertanyaan 6	0.4171	0,35	VALID
Pertanyaan 7	0.4857	0,35	VALID

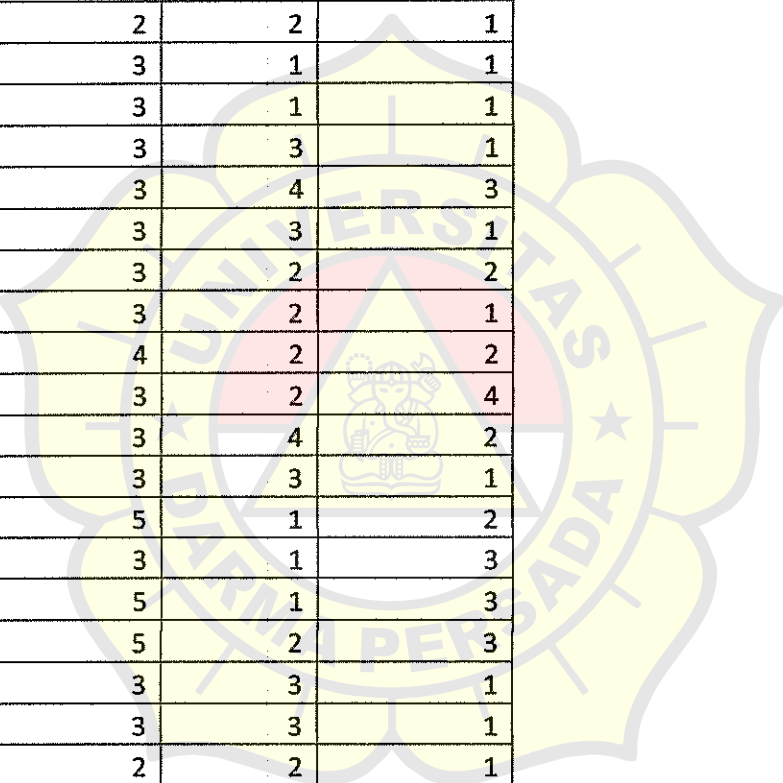
Tabel 26

Uji Validitas Perilaku Konsumen atribut evaluasi (*Ei*)

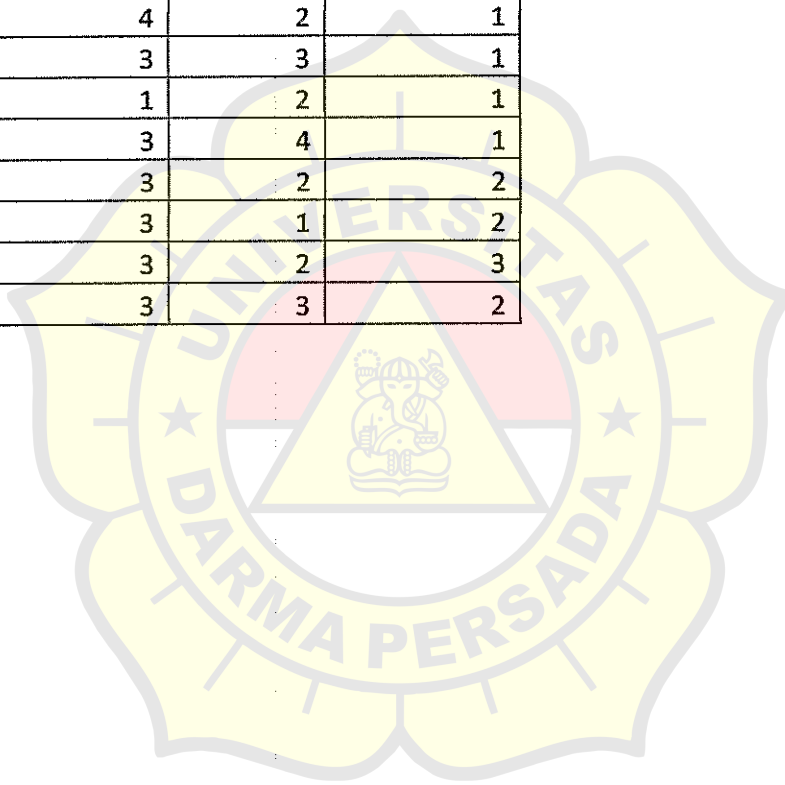
Validitas Butir-Butir Pertanyaan Kuesioner <i>Performance</i>			
No. Item	<i>Corrected Item Total Correlation</i>	r_{tabel}	Validitas
Pertanyaan 1	0.7612	0,35	VALID
Pertanyaan 2	0.7197	0,35	VALID
Pertanyaan 3	0.7325	0,35	VALID
Pertanyaan 4	0.7625	0,35	VALID
Pertanyaan 5	0.6613	0,35	VALID
Pertanyaan 6	0.7038	0,35	VALID
Pertanyaan 7	0.7459	0,35	VALID

profil responden					
no res	jenis kelamin	usia	pendidikan	pekerjaan	pengeluaran
1	2	1	3	3	1
2	1	5	5	1	3
3	2	5	3	2	3
4	1	2	4	1	1
5	1	3	3	1	1
6	1	2	3	1	2
7	2	2	3	3	2
8	1	2	3	4	1
9	1	3	3	1	1
10	2	4	3	1	1
11	1	1	3	3	1
12	1	1	3	4	1
13	1	1	3	4	2
14	1	3	5	4	3
15	1	1	3	3	1
16	1	1	3	3	1
17	1	2	3	1	1
18	2	2	5	2	3
19	2	1	3	3	2
20	1	1	3	4	3
21	2	1	3	3	1
22	2	1	3	3	1
23	2	1	3	1	1
24	2	1	3	4	1
25	1	1	3	1	3
26	1	1	3	1	2
27	1	1	3	1	2
28	1	3	4	2	4
29	2	1	3	3	1
30	1	2	5	4	3
31	1	1	3	1	2
32	1	2	5	1	3
33	2	1	3	3	1
34	1	2	3	3	1
35	1	2	3	1	1
36	1	3	5	3	4
37	2	1	3	3	1
38	1	1	3	3	1
39	1	4	3	2	4

40	1	3	2	2	1
41	1	2	2	2	1
42	1	2	1	2	1
43	1	1	3	1	3
44	1	2	3	3	1
45	2	2	3	3	2
46	2	1	3	1	4
47	1	4	5	1	3
48	1	2	3	3	1
49	1	2	3	2	4
50	1	1	3	1	1
51	2	4	3	2	3
52	2	2	2	2	1
53	1	4	3	1	1
54	1	4	3	1	1
55	1	1	3	3	1
56	1	1	3	4	3
57	2	1	3	3	1
58	1	4	3	2	2
59	1	1	3	2	1
60	1	3	4	2	2
61	1	3	3	2	4
62	2	3	3	4	2
63	2	1	3	3	1
64	2	1	5	1	2
65	1	2	3	1	3
66	2	3	5	1	3
67	2	4	5	2	3
68	2	1	3	3	1
69	2	1	3	3	1
70	1	2	2	2	1
71	1	1	2	2	4
72	1	3	3	2	1
73	2	4	2	2	2
74	1	2	3	3	4
75	2	1	3	3	2
76	1	2	3	3	1
77	2	1	3	3	1
78	1	2	3	2	2
79	1	1	3	2	1
80	1	1	2	2	1



81	1	2	2	2	1
82	1	2	3	1	1
83	1	2	3	1	2
84	1	2	4	1	3
85	1	1	3	1	3
86	1	3	4	2	4
87	1	2	3	3	2
88	1	1	3	3	1
89	1	1	3	2	1
90	2	1	3	3	1
91	1	1	3	3	1
92	1	2	3	1	1
93	1	2	4	2	1
94	1	1	3	3	1
95	2	2	1	2	1
96	1	1	3	4	1
97	1	2	3	2	2
98	1	3	3	1	2
99	1	4	3	2	3
100	2	2	3	3	2

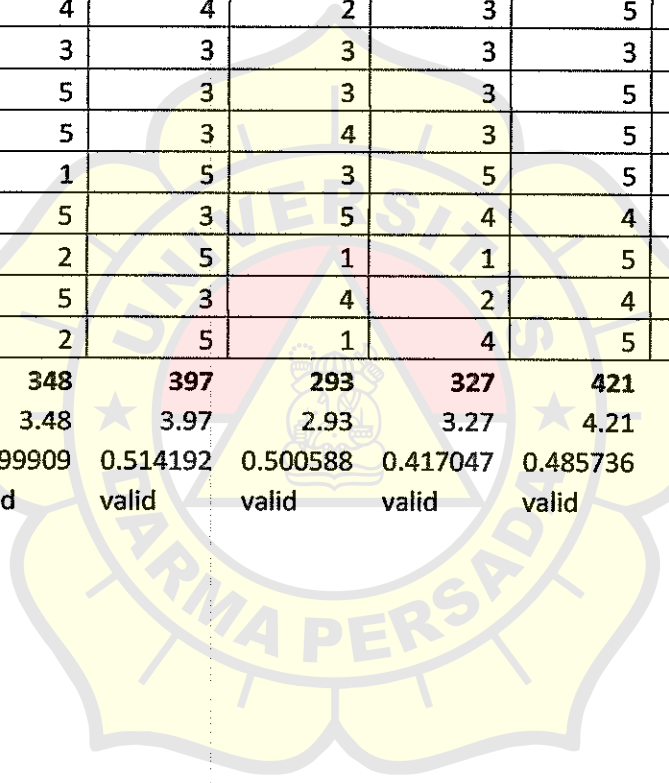


no res	sikap konsumen atribut belief							total
1	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	
2	4	5	3	5	1	3	5	26
3	4	5	4	3	3	3	5	27
4	4	3	4	5	4	4	3	27
5	4	4	4	4	4	4	3	27
6	4	4	4	4	4	4	5	29
7	5	5	4	4	2	4	4	28
8	3	5	2	4	1	2	5	22
9	4	5	3	5	5	1	5	28
10	3	5	4	5	1	3	4	25
11	4	4	3	4	2	2	4	23
12	5	5	4	4	5	3	5	31
13	4	4	4	4	2	5	3	26
14	2	3	2	4	2	5	5	23
15	3	4	3	4	4	3	3	24
16	4	5	4	3	2	3	5	26
17	3	5	3	4	3	4	5	27
18	4	5	5	5	4	3	5	31
19	5	5	3	3	2	1	4	23
20	4	3	3	4	3	4	2	23
21	4	4	4	4	4	4	4	28
22	4	4	4	4	4	4	4	28
23	4	5	2	3	3	3	4	24
24	4	4	4	4	4	4	4	28
25	4	4	4	4	4	4	4	28
26	3	5	5	5	3	2	4	27
27	3	5	5	3	2	5	5	28
28	4	4	3	3	2	3	5	24
29	1	1	1	1	1	1	1	7
30	3	5	3	4	2	3	5	25
31	4	4	3	4	1	3	4	23
32	5	4	5	4	5	4	5	32
33	5	3	4	2	3	5	4	26
34	2	5	1	5	2	2	5	22
35	4	4	4	4	5	4	3	28
36	4	5	4	5	2	2	5	27
37	3	4	3	4	4	5	5	28
38	3	5	4	4	2	2	5	25
39	3	5	2	3	3	3	3	22

40	4	5	4	5	4	4	5	31
41	4	5	4	4	2	4	4	27
42	5	5	3	5	2	2	5	27
43	4	5	3	4	3	3	5	27
44	4	5	4	4	3	3	4	27
45	5	5	5	5	5	4	3	32
46	3	5	3	3	5	5	5	29
47	5	5	5	5	2	5	5	32
48	5	5	5	4	3	5	5	32
49	1	1	1	1	3	4	3	14
50	5	5	4	3	5	4	5	31
51	5	5	4	2	4	4	2	26
52	3	5	3	3	1	2	4	21
53	5	5	5	5	4	1	3	28
54	4	5	3	5	1	2	5	25
55	3	5	3	4	1	2	4	22
56	1	5	3	3	1	4	5	22
57	5	5	1	5	3	2	4	25
58	4	5	3	5	4	3	5	29
59	3	5	2	5	4	4	4	27
60	3	5	2	5	4	3	5	27
61	4	5	4	4	4	4	4	29
62	4	4	4	3	5	4	4	28
63	4	1	4	3	2	3	5	22
64	1	5	1	5	1	2	5	20
65	3	5	3	4	2	3	5	25
66	4	5	4	4	2	4	5	28
67	5	5	5	5	3	5	5	33
68	5	5	5	5	3	5	5	33
69	4	5	5	4	2	2	5	27
70	3	5	4	4	3	3	5	27
71	3	5	3	5	4	4	5	29
72	4	4	4	4	4	4	4	28
73	4	5	4	4	2	2	5	26
74	2	3	2	3	2	3	2	17
75	4	5	4	5	3	5	2	28
76	3	5	5	5	2	3	5	28
77	5	5	4	3	2	4	5	28
78	3	5	5	4	3	3	5	28
79	3	5	4	5	4	4	5	30
80	3	2	2	1	5	5	1	19

81	3	5	3	4	2	2	2	21
82	5	5	3	5	2	3	2	25
83	4	4	1	4	4	1	5	23
84	5	4	5	5	4	2	5	30
85	4	4	4	4	4	4	4	28
86	4	5	3	4	2	3	3	24
87	4	4	5	5	5	3	3	29
88	2	5	5	5	2	5	5	29
89	3	5	3	2	2	2	1	18
90	4	5	1	4	2	3	4	23
91	4	5	3	4	3	3	5	27
92	3	5	3	4	3	2	5	25
93	4	5	4	4	2	3	5	27
94	3	3	3	3	3	3	3	21
95	4	5	5	3	3	3	5	28
96	4	5	5	3	4	3	5	29
97	1	5	1	5	3	5	5	25
98	5	4	5	3	5	4	4	30
99	4	5	2	5	1	1	5	23
100	2	3	5	3	4	2	4	23
	1	4	2	5	1	4	5	22

total	365	449	348	397	293	327	421
rata2	3.65	4.49	3.48	3.97	2.93	3.27	4.21
validitas	0.618083	0.511249	0.699909	0.514192	0.500588	0.417047	0.485736
	valid	valid	valid	valid	valid	valid	valid



sikap konsumen atribut evaluasi							Sikap	
C1	C2	C3	C4	C5	C6	C7	Konsumen	
3	5	3	5	2	5	5	28	113
4	5	5	3	4	3	5	29	116
3	4	5	4	4	4	5	29	111
3	3	3	3	3	3	3	21	81
4	5	4	4	3	4	5	29	121
4	5	4	4	2	4	5	28	117
3	2	3	2	2	1	4	17	57
4	4	2	3	3	3	4	23	95
3	4	2	5	2	5	5	26	99
4	4	3	4	3	4	4	26	87
5	4	4	5	3	3	5	29	130
1	1	1	1	1	1	1	7	26
3	3	4	3	3	3	4	23	76
5	4	3	4	4	4	4	28	96
4	4	3	3	3	5	4	26	98
3	5	3	3	3	4	5	26	105
4	5	4	5	5	4	5	32	143
4	4	4	4	4	4	5	29	96
4	3	2	3	3	4	2	21	72
5	5	2	2	4	2	4	24	96
4	4	4	4	4	4	4	28	112
3	4	2	3	3	2	5	22	80
4	4	4	4	4	4	4	28	112
4	4	4	4	4	3	4	27	108
2	3	3	3	3	3	4	21	82
3	4	3	2	1	3	5	21	92
4	3	5	2	2	3	5	24	87
1	1	1	1	1	1	1	7	7
3	5	2	3	3	2	3	21	79
4	3	3	4	1	2	5	22	80
5	4	5	4	5	4	5	32	148
4	4	5	3	2	4	4	26	100
2	2	2	2	2	2	2	14	44
4	4	4	4	4	4	4	28	112
4	5	3	4	5	4	4	29	111
2	5	1	2	3	5	4	22	94
3	3	3	3	3	3	3	21	75
3	2	1	3	3	3	1	16	51

4	5	4	4	5	5	5	32	142
4	5	4	4	3	4	4	28	111
2	4	4	4	4	3	5	26	101
4	5	3	4	4	3	5	28	112
4	5	4	4	3	3	4	27	107
4	4	4	3	4	4	4	27	123
1	3	4	2	5	2	5	22	96
5	5	5	5	5	5	5	35	160
5	5	4	4	5	5	5	33	151
3	3	3	2	1	2	4	18	34
5	4	5	5	5	4	5	33	146
4	4	3	4	4	4	5	28	102
3	5	3	3	1	2	4	21	73
5	5	4	5	5	3	5	32	133
3	5	3	4	1	3	3	22	88
3	5	3	3	1	4	4	23	80
4	5	3	4	2	4	4	26	88
4	5	2	5	3	1	5	25	103
4	4	4	4	4	4	4	28	116
5	4	3	4	4	4	4	28	109
4	5	3	4	3	3	5	27	109
5	5	3	5	4	4	5	31	129
4	4	4	4	4	4	4	28	112
4	5	3	3	5	3	5	28	86
2	2	2	2	2	2	2	14	40
3	5	2	3	3	2	2	20	74
4	4	4	4	4	4	4	28	112
3	5	5	3	3	5	5	29	139
4	5	4	5	3	3	5	29	139
3	4	4	4	2	2	5	24	101
3	5	3	3	3	3	5	25	101
5	5	3	3	5	5	5	31	129
4	4	4	4	4	4	4	28	112
4	5	4	4	2	3	5	27	108
2	2	3	2	2	2	3	16	38
4	4	5	5	5	5	5	33	131
4	5	3	3	3	3	4	25	102
5	5	4	3	1	5	5	28	122
4	5	4	3	3	3	4	26	107
2	4	4	3	5	5	4	27	117
5	5	5	3	5	4	5	32	88

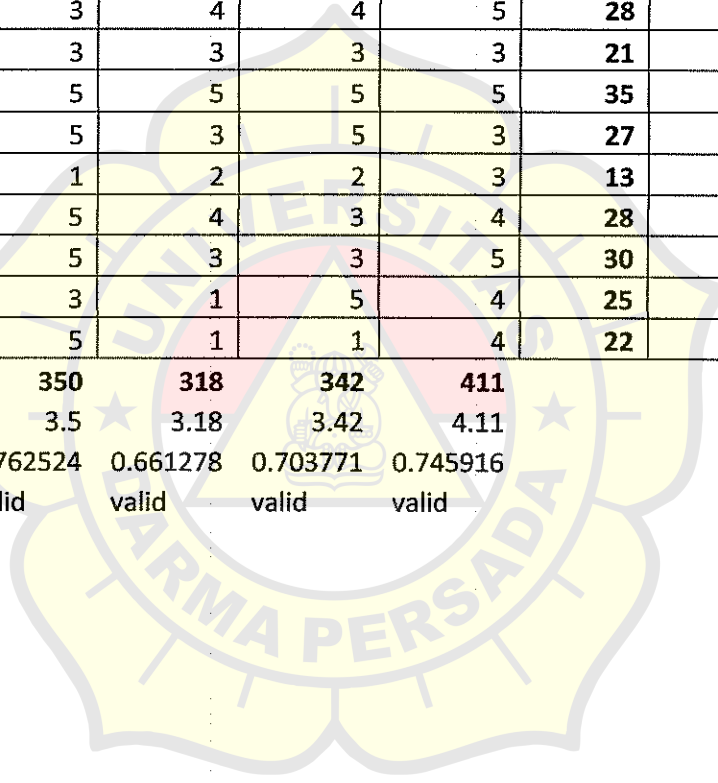
5	5	3	3	1	4	3	24	77
4	4	4	3	3	3	4	25	90
4	4	4	4	4	4	4	28	92
3	5	1	1	4	3	1	18	72
4	4	4	4	4	4	4	28	112
3	5	3	3	3	4	4	25	88
4	4	4	4	3	3	3	25	105
4	5	5	5	5	5	5	34	143
3	4	3	3	2	2	4	21	56
4	4	3	4	4	4	4	27	91
3	3	3	3	2	3	5	22	88
3	3	3	3	3	3	3	21	75
4	5	3	3	4	4	5	28	110
3	3	3	3	3	3	3	21	63
5	5	5	5	5	5	5	35	140
3	5	3	5	3	5	3	27	109
2	2	1	1	2	2	3	13	49
4	5	3	5	4	3	4	28	118
5	5	4	5	3	3	5	30	109
3	5	4	3	1	5	4	25	80
3	4	4	5	1	1	4	22	77

362 415 337 350 318 342 411 9824

3.62 4.15 3.37 3.5 3.18 3.42 4.11 98.24


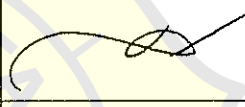
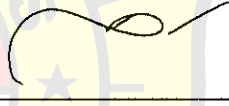
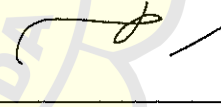
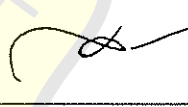

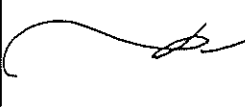
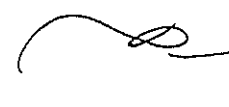
0.76115 0.719676 0.732512 0.762524 0.661278 0.703771 0.745916

valid valid valid valid valid valid valid



LEMBAR KONSULTASI
BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA


Nama Mahasiswa : WEDY RICMI FO
 No. Induk Mhs : 0941.900.4
 Dosen Pembimbing : FIRSAN. NOVA SE.MM
 Mulai Bimbingan : 10 Februari 2011
 Terakhir Bimbingan : 23 Desember 2012


No.	Hari/Tanggal Bimbingan	Bab.Materi Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1	15/02/11	BAB 1	
2	20/04/11	BAB 1 Rev.	
3	01/05/11	BAB 2	
4	26/07/11	BAB 2 & 3	
5	03/08/11	BAB 2 & 3, OK.	
6	09/09/11	BAB IV	
7	15/12/11	BAB IV & V	
8	23/12/11	Revisi BAB 1-5	

Jakarta, 23 Desember 2011

Mengetahui Kajur,

Pembimbing,


 (.....) Nola


 Firsan
 Nola