BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa sebagai berikut:

1. Koefisien determinasi (CR^2) sebesar $(0,702)^2$ menunjukkan bahwa kualitas produk mampu menjelaskan pengaruh keputusan pembelian pada *user* dan *non user* sebesar 0,492 atau 49,2% dan sisanya 50,8% dipengaruhi oleh faktor diluar penelitian ini. Berikutnya Koefisien determinasi (CR^2) sebesar $(0,731)^2$ menunjukkan bahwa citra merek air minum Aqua mampu menjelaskan pengaruh keputusan pembelian pada *user* dan *non user* sebesar 0,534 atau 53,4% dan sisanya 46,6% dipengaruhi oleh faktor diluar penelitian ini. Dan Koefisien determinasi (CR^2) sebesar $(0,495)^2$ menunjukkan bahwa promosi air minum Aqua mampu menjelaskan pengaruh keputusan pembelian pada *user* dan *non user* sebesar 0,245 atau 24,5% dan sisanya 75,5% dipengaruhi oleh faktor diluar penelitian ini.

   Selanjutnya untuk secara bersama-sama atau simultan, ketiga variabel bebas yaitu kualitas produk, citra merek, dan promosi mampu menjelaskan pengaruh yang terjadi terhadap keputusan pembelian pada *user* dan *non user* produk air minum Aqua di Universitas Darma Persada dengan koefisien determinasi (CR^2) sebesar $(0,823)^2$ menjadi

sebesar 0,677 atau 67,7% dan sisanya sebesar 32,3% dipengaruhi oleh faktor diluar penelitian ini.

2. Dilihat dari varibel kualitas produk (X_1) setelah dilakukan uji signifikansi ternyata ada pengaruh dan perbedaan yang signifikan antara kualitas produk dengan keputusan pembelian pada dua kelompok *user* dan *non user* produk air minum dalam kemasan merek Aqua di Universitas Darma Persada. Hal tersebut dapat dilihat pada uji t (parsial) yang menunjukkan besaran t_{hitung} 95,269 > t_{tabel} 0,507.
3. Dilihat dari variabel citra merek (X_2) setelah dilakukan uji signifikansi ternyata ada pengaruh dan perbedaan yang signifikan antara citra merek dengan keputusan pembelian pada dua kelompok *user* dan *non user* produk air minum dalam kemasan merek Aqua di Universitas Darma Persada. Hal tersebut dapat dilihat pada uji t (parsial) yang menunjukkan besaran t_{hitung} 112,506 > t_{tabel} 0,466.
4. Dilihat dari variabel promosi (X_3) setelah dilakukan uji hipotesis ternyata ada pengaruh dan perbedaan yang signifikan antara promosi dengan keputusan pembelian pada dua kelompok *user* dan *non user* produk air minum dalam kemasan merek Aqua di Universitas Darma Persada. Hal tersebut dapat dilihat pada uji t (parsial) yang menunjukkan besaran t_{hitung} 31,790 > t_{tabel} 0,755.
5. Apabila dilihat secara bersama-sama atau simultan ternyata ada pengaruh dan perbedaan yang signifikan antara kualitas produk (X_1), citra merek (X_2), dan promosi (X_3) dengan keputusan pembelian pada

dua kelompok *user* dan *non user* produk air minum dalam kemasan merek Aqua di Universitas Darma Persada. Hal tersebut menunjukkan bahwa hipotesis ketiga tentang adanya pengaruh dan perbedaan yang signifikan secara simultan dapat diterima dan dapat dilihat melalui uji f yang menunjukkan besaran f_{hitung} 109,335 > f_{tabel} 0,322.

6. Variabel yang paling dominan atau paling besar pengaruhnya yang dapat dipakai sebagai indikator apakah yang menjadikan pertimbangan dalam keputusan pembelian pada *user* dan *non user* yaitu variabel kualitas produk (X_1), dimana pada kelompok *user* memiliki nilai koefisien sebesar 79,124 artinya kualitas produk air minum dalam kemasan merek Aqua memiliki kualitas yang baik sebesar 79,124 sehingga konsumen melakukan pembelian terhadap air minum Aqua dan kelompok *non user* memiliki nilai koefisien sebesar 71,303 artinya kualitas produk air minum dalam kemasan merek Aqua memiliki kualitas yang kurang baik sebesar 71,303 sehingga konsumen tidak melakukan pembelian terhadap air minum Aqua.

B. Saran

1. Berdasarkan hasil penelitian bahwa variabel yang paling dominan atau paling besar pengaruhnya yang menjadikan pertimbangan dalam keputusan pembelian pada *user* dan *non user* yaitu variabel kualitas produk (X_1), maka hendaknya perusahaan perlu meningkatkan kualitas produk pada air minum Aqua. Jika dilihat dari permasalahan yang terjadi hendaknya perusahaan perlu memperhatikan tingkat kualitas produk yang lebih baik, sehingga semakin baik kualitas produk yang

diberikan akan memberikan *value* yang lebih besar kepada konsumen terhadap produk air minum Aqua.

2. Dilihat dari citra merek yang terdapat pada air minum Aqua, hendaknya perusahaan menjaga dan mempertahankan citra merek dengan baik yang sudah ada pada produk tersebut guna memberikan kepercayaan kepada konsumen serta memberi pengaruh yang lebih terhadap pembelian. Semakin baik citra merek yang melekat pada produk tersebut maka konsumen akan semakin tertarik untuk membeli karena suatu produk dengan citra merek yang sudah terpercaya lebih memberikan rasa aman ketika konsumen itu menggunakan produk yang akan dibeli, sehingga dapat membangun loyalitas pelanggan.
3. Dilihat dari kegiatan promosi yang dilakukan oleh perusahaan Aqua, hendaknya perusahaan harus lebih meningkatkan kegiatan promosinya guna memperluas pangsa pasar agar dapat meningkatkan penjualan. Semakin sering kegiatan promosi dilakukan maka konsumen akan lebih mengetahui akan kegunaan dan manfaat produk air minum Aqua, sehingga akan lebih mudah merebut perhatian konsumen untuk melakukan pembelian dan mengenai kualitas produk, citra merek, dan promosi hendaknya hal tersebut dijadikan faktor khusus secara bersama-sama yang dapat dijadikan acuan perusahaan dalam upaya meningkatkan penjualan dan pembelian pada produk air minum Aqua.

DAFTAR PUSTAKA

Abdullah, Thamrin dan Francis Tantri.2012. *Manajemen Pemasaran*, PT RajaGrafindo Persada. Jakarta

Alma, Buchari.2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*, ALFABETA. Bandung

Assauri, Sofjan.2011. *Manajemen Pemasaran,* PT RajaGrafindo Persada. Jakarta

Ghozali, Imam.2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*, Badan Penerbit - Undip. Semarang

Kotler, Philip.2005. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 11. Jilid 2. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta

Kotler, Philip dan Gary Armstrong.2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran*, Edisi12. Jilid 1. Erlangga. Jakarta

Kotler, Philip dan Gary Armstrong.2008. *Prinsip-Prinsip Pemasaran,* Edisi12. Jilid 2. Erlangga. Jakarta

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2007. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 12. Jilid 1. PT Indeks Kelompok Gramedia. Jakarta

Kotler, Philip dan Kevin Lane Keller.2009. *Manajemen Pemasaran*, Edisi 13. Jilid 1. Erlangga. Jakarta

Kotler, Philip dan Waldemar Pfoertsch.2006. *B2B Brand Management*, PT Bhuana Ilmu Populer. Jakarta

Machfoedz, Mahmud.2007. *Pengantar Bisnis Modern,* Edisi 1. ANDI. Yogyakarta

Rangkuti, Freddy.2011. *Dongkrak Penjualan Melalui Marketing Strategy dan Competitive Positioning*, PT Ikrarmandiri Abadi. Jakarta

Schiffman, Leon dan Leslie Lazar Kanuk.2008. *Perilaku Konsumen*, PT Indeks. Jakarta

Sudarmanto. R.Gunawan.2013. *Statistik Terapan Berbasis Komputer*, Mitra Wacana Media. Jakarta

Subagyo, Ahmad.2010. *Marketing in Business*, Mitra Wacana Media. Jakarta

Sugiarto.2002. *Metode Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. PT Gramedia. Pustaka Utama. Jakarta

Sugiyono.2013. *Metode Penelitian Bisnis*. ALFABETA. Bandung

Supranto.2010. *Analisis Multivariat Arti dan Interpretasi*, Rineka Cipta. Jakarta

Tjiptono, Fandy.2011. *Manajemen dan Strategi Merek*, ANDI. Yogyakarta

Tjiptono, Fandy dan Anastasia Diana.2003. *Total Quality Management*, Edisi Revisi. ANDI. Yogyakarta

Tjiptono, Fandy, dkk.2008. *Pemasaran Strategik*, Edisi 1. ANDI. Yogyakarta

Umar, Husein.2005. *Studi Kelayakan Bisnis*, Edisi 3. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta

Yamin, Sofyan dan Heri Kurniawan.2009. *SPSS Complete Teknik Analisis Statistik Terlengkap dengan Software SPSS*, Salemba Infotek. Jakarta

WEBSITE

www.aqua.com (diakses tanggal 25/03/2014)

www.ekonomi.kompasiana.com (diakses tanggal 21/03/2014)

www.indonesiafinancetoday.com (diakses tanggal 15/03/2014)

www.marsindonesia.com (diakses tanggal 20/03/2014)

www.neraca.co.id (diakses tanggal 20/03/2014)

www.topbrand-award.com (diakses tanggal 23/03/2014)

Lampiran 1

No Responden:

(diisi oleh peneliti)

SURVEY PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*), DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *USER* DAN *NON USER* PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA DI UNIVERSITAS DARMA PERSADA

A. Pembuka

Responden yang saya hormati perkenalkan nama saya Resti Nurul Hikmah mahasiswi Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Pemasaran, Universitas Darma Persada. Saat ini sedang melakukan penelitian tentang "Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek (*brand image*), dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *User* dan *Non User* Produk Air Minum Dalam Kemasan Merek Aqua" di Universitas Darma Persada. Saya berharap kesediaan mahasiswa/i untuk mengisi kuesioner dalam rangka menghimpun data yang saya perlukan. Identitas mahasiswa/i adalah rahasia dan tidak ada pengaruhnya terhadap status mahasiswa/i.

Demikian kuesioner ini saya sampaikan dan atas bantuan serta kerjasamanya, saya ucapkan terimakasih.

Pilihlah salah satu jawaban dengan memberi tanda silang (x) pada setiap pertanyaan dibawah ini:

B. Screening

Apakah saat ini Anda membeli dan mengkonsumsi produk air minum dalam kemasan merek Aqua?

1. Ya (User)
2. Tidak (Non-User)

C. Identitas

a) Nama Responden: .....

b) Jenis Kelamin:

1. Laki-laki 2. Perempuan

c) Usia:

1. < 20 tahun 3. > 25 - 30 tahun
2. 20 - 25 tahun 4. > 30 tahun

d) Pekerjaan:

1. Pelajar/mahasiswa saja 3. Pegawai Swasta
2. Pegawai Negeri 4. Wiraswasta

e) Fakultas:

1. Sastra 3. Teknik
2. Ekonomi 4. Teknologi Kelautan

f) Pendidikan terakhir:

1. SMU 2. Diploma

g) Pengeluaran/uang perbulan:

1. < Rp 1.000.000 3. > Rp 1.500.000 - Rp 2.000.000
2. Rp 1.000.000 - Rp 1.500.000 4. > Rp 2.000.000

D. Petunjuk Pengisian:

1. Bacalah secara teliti seluruh item soal atau pertanyaan
2. Cara mengisi kuesioner ini dengan membubuhkan tanda *checklist* (√) pada pilihan jawaban yang dianggap paling benar.
3. Bila telah selesai harap dikumpulkan kembali.
4. Selamat mengerjakan dan terimakasih.

E. Keterangan Pilihan Jawaban:

- STS = Sangat Tidak Setuju (1)
- TS = Tidak Setuju (2)
- R = Rag-ragu (3)
- S = Setuju (4)
- SS = Sangat Setuju (5)

F. Kuesioner

PENGARUH KUALITAS PRODUK, CITRA MEREK (*BRAND IMAGE*), DAN PROMOSI TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA *USER* DAN *NON USER* PRODUK AIR MINUM DALAM KEMASAN MEREK AQUA

Kualitas Produk (X_1)

No	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	SS
1	**Kinerja:** Air minum Aqua dapat menghilangkan rasa haus dan dahaga					
2	Air minum Aqua dapat menyehatkan tubuh					
3	**Fitur:** Air minum Aqua mengandung mineral					
4	Tersedia variasi kemasan/botol yang beraneka ragam pada air minum Aqua					
5	**Keandalan:** Air minum Aqua tidak mudah berubah warna					
6	Air minum Aqua dapat mencegah dehidrasi					
7	**Kesesuaian:** Isi volume air minum Aqua sesuai dengan yang tercantum pada kemasan/botol					
8	Kualitas air minum Aqua telah sesuai dengan SNI yang tercantum pada kemasan/botol					

9	**Daya tahan:** Air minum Aqua memiliki tanggal *expired* yang cukup lama					
10	Air minum Aqua memiliki kemasan/botol yang tidak mudah rusak					
11	**Layanan:** Tersedia layanan konsumen pada produk air minum Aqua					
12	Air minum Aqua mudah ditemukan di tempat/toko terdekat					
13	**Estetika**: Kemasan/botol air minum Aqua menarik					
14	Warna pada air minum Aqua jernih					
15	**Persepsi kualitas**: Air minum Aqua dibuat oleh perusahaan yang sudah terkenal					
16	Aqua sebagai merek air minum terpercaya					

Citra Merek (X_2)

No	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	SS
1	**Atribut:** Air minum Aqua menerapkan kehidupan dan kebiasaan sehat sejak dini					
2	Air minum Aqua berasal dari mata air pegunungan					
3	**Manfaat:** Aqua merefleksikan gaya hidup sehat					
4	Air minum Aqua dapat mencegah karies gigi dan berperan penting dalam pembentukan gigi pada anak-anak					

5	**Nilai:** Aqua merupakan air minum yang berkualitas					
6	Air minum Aqua aman dikonsumsi					
7	**Budaya:** Aqua telah memperhatikan keselamatan dan produk dengan seksama kepada alam dan masyarakat					
8	Air Minum Aqua Dapat Membangkitkan Semangat dan Energi					
9	**Kepribadian:** Air minum Aqua sangat familiar dan mudah dikenal oleh konsumen					
10	Air minum Aqua telah menjadi kebutuhan pokok dalam aktivitas sehari-hari					
11	**Pemakai:** Air minum Aqua banyak dikonsumsi oleh konsumen yang memiliki kualitas tinggi untuk kesehatan					

Promosi (X_3)

No	PERNYATAAN	1	2	3	4	5
		STS	TS	R	S	SS
1	**Periklanan:** Iklan Aqua dapat menarik minat saya untuk melakukan pembelian					
2	**Hubungan masyarakat:** Dengan adanya slogan yaitu "*it's in me*" mengajak saya untuk memulai hidup sehat dari sekarang					
3	Aktivitas sosial yang dilakukan Aqua dapat menarik minat saya untuk melakukan pembelian					
4	**Pemasaran langsung:** Produk Aqua mudah ditemukan dan tersedia di kios-kios atau supermarket terdekat					

mpiran 2

Tabulasi Data Profil Responden *User*

No. Resp	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Fakultas	Pendidikan Terakhir	Pengeluaran Perbulan
1	Lia	2	2	1	2	1	2
2	Muhammad Rifa'i	1	2	1	1	1	1
3	Sultan	1	3	3	2	2	4
4	Junarto	1	2	1	3	1	1
5	Redina	2	3	3	1	2	4
6	Gita Ridayani	2	2	1	2	1	1
7	Alfichairah Azzahra	2	2	1	1	1	2
8	Sembiring	1	2	1	3	1	4
9	Dimas Bayu. P	1	2	1	3	1	1
10	Dewi	2	2	1	1	1	4
11	M. Iqbal Fuadi	1	2	1	2	1	2
12	Ricky Alvian	1	2	1	2	1	1
13	Meylisa Ajeng	2	2	3	2	1	2
14	Indri Putriyani	2	2	1	2	1	1
15	Astrid Kartika	2	3	1	2	1	2
16	Nurul Alwiyani	2	2	1	2	1	1
17	Novi Cahyaningsih	2	2	1	2	1	1
18	Lili	2	2	1	1	2	1
19	Ringgo	1	2	1	1	1	1
20	Junaidi Ramli	1	2	1	3	1	1
21	Putra	1	1	1	1	1	1
22	Aprianti	2	2	1	1	1	1
23	Laras Astuti	2	2	1	2	1	1
24	Ikit Pandan	2	2	1	2	1	1
25	Iqbal Muttaqin	1	3	3	4	1	3
26	Ferdiansyah	1	2	1	2	1	2
27	Budi Haryanto	1	2	1	4	1	2
28	Larasati Pertiwi	2	2	1	2	1	1
29	Dheena Andriani	2	2	3	2	1	2
30	Nindy	2	2	1	2	1	3
31	Tanti Destiana. P	2	2	1	2	1	2
32	Ashari Rahmawan	1	2	1	3	1	1
33	Edward Agustinus	1	3	3	3	1	3
34	Ricky Muhammad	1	1	1	1	1	1
35	Chyntia. A	2	2	1	1	2	2

36	Giovanni	1	2	1	1	1	1
37	Pamela	2	2	1	1	2	1
38	Tri Handayani	2	2	1	2	1	1
39	Roy Martino	1	1	2	1	1	4
40	Lulu Azizah	2	2	1	2	1	1
41	Widhia. H	2	2	1	1	2	1
42	Nurlatifah Afriani	2	1	1	1	1	1
43	Indah Puspa	2	2	1	2	1	2
44	Arul	1	2	1	3	1	1
45	Trisna Febria	2	2	1	3	1	1
46	Asmara Dimas. C	1	2	1	3	1	1
47	Sujano	1	2	1	1	1	2
48	Adhietya Virgi	1	2	1	2	1	1
49	Andin	2	2	1	2	1	2
50	Nita	2	2	1	2	1	1

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

Tabulasi Data Responden *User*

No. Resp	KualitasProduk (X1)																Total	Rata-rata
	Kinerja		Fitur		Keandalan		Kesesuaian		Daya tahan		Layanan		Estetika		Persepsi kualitas			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16		
1	4	5	4	5	5	4	5	5	5	4	5	4	5	4	5	5	74	4.625
2	5	5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	5	5	72	4.500
3	4	4	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	4	74	4.625
4	5	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	73	4.563
5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	78	4.875
6	5	5	4	5	5	5	5	4	5	4	4	4	5	5	5	4	74	4.625
7	4	5	5	4	5	3	4	5	5	5	5	5	4	4	4	3	70	4.375
8	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	77	4.813
9	5	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	76	4.750
10	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	5	5	5	5	77	4.813
11	4	4	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	5	5	4	74	4.625
12	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	79	4.938
13	4	4	4	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	4	4	73	4.563
14	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	5	5	75	4.688
15	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	3	5	5	5	5	4	73	4.563
16	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	76	4.750
17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	5.000
18	4	4	5	5	5	3	5	5	2	5	5	2	5	4	5	3	67	4.188
19	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	5	5	5	77	4.813
20	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	5	5	5	78	4.875

21	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	4	77	4.813
22	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	79	4.938
23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	78	4.875
24	4	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	77	4.813
25	5	3	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	2	5	4	4	72	4.500
26	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	77	4.813
27	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78	4.875
28	5	5	5	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	5	5	77	4.813
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	78	4.875
30	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	78	4.875
31	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	5	5	5	76	4.750
32	5	3	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	3	5	75	4.688
33	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	79	4.938
34	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	79	4.938
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	79	4.938
36	5	4	5	5	5	5	4	5	4	5	4	4	5	5	5	5	75	4.688
37	4	5	4	4	5	5	5	4	5	2	5	5	4	4	5	4	70	4.375
38	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	5.000
39	5	4	3	5	5	5	5	5	5	5	3	5	4	4	4	5	72	4.500
40	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79	4.938
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	5.000
42	4	3	4	5	5	5	3	4	5	4	5	4	4	5	4	4	68	4.250
43	5	5	5	3	5	4	5	5	4	2	3	5	5	4	5	5	70	4.375
44	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	80	5.000
45	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5	4	5	5	5	5	5	76	4.750

46	5	5	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	78	4.875
47	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	79	4.938
48	5	3	5	3	2	5	3	3	4	4	3	5	4	5	4	5	63	3.938
49	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	3	4	74	4.625
50	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	5	5	5	73	4.563
Total	240	229	238	238	240	240	236	238	238	229	228	239	231	239	239	231		
Rata-rata	4.80	4.58	4.76	4.76	4.80	4.80	4.72	4.76	4.76	4.58	4.56	4.78	4.62	4.78	4.78	4.62		
Validitas	0.430	0.545	0.352	0.420	0.458	0.417	0.455	0.525	0.430	0.433	0.375	0.333	0.362	0.395	0.380	0.435		

No. Resp	Citra Merek (X2)												
	Atribut		Manfaat		Nilai		Budaya		Kepribadian		Pemakai	Total	Rata-rata
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11		
1	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	49	4.455
2	5	4	5	5	5	5	3	5	4	4	5	50	4.545
3	5	4	5	5	4	5	4	4	4	5	5	50	4.545
4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	5	5	50	4.545
5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	52	4.727
6	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	53	4.818
7	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	54	4.909
8	5	5	5	5	5	5	2	5	5	5	4	51	4.636
9	5	4	4	4	5	5	4	5	5	5	4	50	4.545
10	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	51	4.636
11	4	5	4	5	5	4	5	2	4	4	4	46	4.182
12	5	5	5	5	5	5	2	4	5	5	5	51	4.636
13	5	5	5	4	5	5	5	4	4	4	4	50	4.545
14	4	4	5	5	4	4	5	5	5	2	5	48	4.364
15	5	4	4	5	4	5	5	5	5	5	5	52	4.727
16	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	4	53	4.818
17	4	5	5	5	5	5	4	4	4	5	5	51	4.636
18	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54	4.909
19	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	5	50	4.545
20	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5.000
21	5	4	4	4	5	4	4	5	5	5	4	49	4.455
22	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54	4.909

23	4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	5	48	4.364
24	4	5	5	5	5	5	4	4	4	4	5	50	4.545
25	5	5	3	5	4	5	5	4	5	4	5	50	4.545
26	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54	4.909
27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5.000
28	3	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	50	4.545
29	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5.000
30	5	4	5	5	4	5	5	5	5	5	4	52	4.727
31	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	5	54	4.909
32	5	5	5	4	5	4	5	5	5	4	4	51	4.636
33	5	4	5	5	3	5	4	4	4	5	5	49	4.455
34	4	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	54	4.909
35	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5.000
36	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5.000
37	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	54	4.909
38	3	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5	52	4.727
39	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	52	4.727
40	5	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	53	4.818
41	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5.000
42	5	4	5	3	4	4	4	5	5	5	4	48	4.364
43	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	54	4.909
44	4	5	4	3	5	5	4	5	5	4	5	49	4.455
45	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	54	4.909
46	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55	5.000
47	3	4	5	5	4	4	4	5	5	5	4	48	4.364

48	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	54	4.909
49	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	5	54	4.909
50	4	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	47	4.273
Total	233	234	236	235	234	239	229	234	235	237	238		
Rata-rata	4.66	4.68	4.72	4.70	4.68	4.78	4.58	4.68	4.70	4.74	4.76		
Validitas	0.393	0.413	0.403	0.408	0.507	0.438	0.349	0.457	0.479	0.445	0.494		

No. Resp	Promosi (X3)					
	Periklanan	Hubungan masyarakat		Pemasaran langsung	Total	Rata-rata
	P1	P2	P3	P4		
1	5	4	5	5	19	4.750
2	5	5	4	4	18	4.500
3	5	5	5	5	20	5.000
4	5	5	4	4	18	4.500
5	4	4	5	4	17	4.250
6	4	4	4	4	16	4.000
7	5	5	5	5	20	5.000
8	5	5	5	4	19	4.750
9	5	4	4	5	18	4.500
10	4	5	5	4	18	4.500
11	5	4	4	5	18	4.500
12	5	4	4	5	18	4.500
13	4	5	5	4	18	4.500
14	4	4	5	4	17	4.250
15	5	5	5	4	19	4.750
16	5	5	5	4	19	4.750
17	4	5	4	4	17	4.250
18	5	5	5	5	20	5.000
19	5	4	5	5	19	4.750
20	4	5	5	4	18	4.500
21	5	4	4	5	18	4.500
22	5	5	4	4	18	4.500
23	4	4	3	5	16	4.000
24	5	4	4	5	18	4.500
25	5	5	5	4	19	4.750
26	4	4	5	4	17	4.250
27	5	5	4	4	18	4.500
28	5	5	4	4	18	4.500
29	5	5	4	4	18	4.500
30	5	4	3	5	17	4.250
31	5	5	4	4	18	4.500
32	3	4	5	4	16	4.000
33	4	3	5	4	16	4.000
34	5	4	5	5	19	4.750
35	3	5	4	4	16	4.000
36	5	5	5	5	20	5.000
37	4	4	4	3	15	3.750

38	5	5	4	4	18	4.500
39	5	4	4	5	18	4.500
40	5	5	5	5	20	5.000
41	5	5	5	4	19	4.750
42	4	3	4	4	15	3.750
43	5	4	4	5	18	4.500
44	4	4	3	4	15	3.750
45	5	5	5	5	20	5.000
46	5	5	4	4	18	4.500
47	4	4	4	3	15	3.750
48	5	4	3	5	17	4.250
49	5	5	5	5	20	5.000
50	5	5	4	4	18	4.500
Total	232	225	219	218		
Rata-rata	4.64	4.50	4.38	4.36		
Validitas	0.716	0.599	0.554	0.545		

Reliabilitas
Kualitas Produk (X1)

No. Resp	Skor Ganjil								Total Skor Ganjil	Skor Genap								Total Skor Genap
	P1	P3	P5	P7	P9	P11	P13	P15		P2	P4	P6	P8	P10	P12	P14	P16	
1	4	4	5	5	5	5	5	5	38	5	5	4	5	4	4	4	5	36
2	5	5	4	5	4	4	4	5	36	5	4	5	4	4	5	4	5	36
3	4	4	5	5	4	5	5	5	37	4	5	5	5	5	4	5	4	37
4	5	5	4	4	5	4	5	5	37	4	5	4	5	4	5	5	4	36
5	5	5	5	5	4	5	4	5	38	5	5	5	5	5	5	5	5	40
6	5	4	5	5	5	4	5	5	38	5	5	5	4	4	4	5	4	36
7	4	5	5	4	5	5	4	4	36	5	4	3	5	5	5	4	3	34
8	5	5	4	5	5	4	5	5	38	4	5	5	5	5	5	5	5	39
9	5	4	5	4	5	5	5	5	38	5	5	5	5	4	5	5	4	38
10	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	4	5	4	5	5	37
11	4	5	5	5	5	5	4	5	38	4	5	4	4	5	5	5	4	36
12	5	5	5	5	5	4	5	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
13	4	4	5	5	5	5	5	4	37	4	5	5	4	4	5	5	4	36
14	5	5	5	5	4	5	4	5	38	5	5	5	5	3	5	4	5	37
15	5	5	4	4	5	3	5	5	36	4	4	5	5	5	5	5	4	37
16	5	5	5	4	5	4	4	5	37	5	5	5	5	5	4	5	5	39
17	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
18	4	5	5	5	2	5	5	5	36	4	5	3	5	5	2	4	3	31
19	5	5	5	5	4	4	5	5	38	5	5	5	5	4	5	5	5	39
20	5	5	5	5	5	5	4	5	39	5	5	5	4	5	5	5	5	39

21	5	4	5	5	5	4	5	5	38	5	5	5	5	5	5	5	4	39
22	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	4	5	39
23	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	4	4	5	5	38
24	4	5	4	5	5	5	4	5	37	5	5	5	5	5	5	5	5	40
25	5	4	5	5	5	5	2	4	35	3	5	5	5	5	5	5	4	37
26	5	5	5	5	4	4	5	5	38	5	5	5	5	5	5	4	5	39
27	5	5	5	4	5	5	5	5	39	5	5	4	5	5	5	5	5	39
28	5	5	5	5	5	5	4	5	39	5	4	5	5	4	5	5	5	38
29	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	3	38
30	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	5	5	5	4	38
31	4	5	5	5	5	3	4	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40
32	5	5	5	5	5	5	5	3	38	3	5	5	4	5	5	5	5	37
33	5	5	5	5	5	5	4	5	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
34	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	4	5	5	5	39
35	5	5	5	5	5	5	5	4	39	5	5	5	5	5	5	5	5	40
36	5	5	5	4	4	4	5	5	37	4	5	5	5	5	4	5	5	38
37	4	4	5	5	5	5	4	5	37	5	4	5	4	2	5	4	4	33
38	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
39	5	3	5	5	5	3	4	4	34	4	5	5	5	5	5	4	5	38
40	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	4	5	5	5	5	5	5	39
41	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
42	4	4	5	3	5	5	4	4	34	3	5	5	4	4	4	5	4	34
43	5	5	5	5	4	3	5	5	37	5	3	4	5	2	5	4	5	33
44	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	5	5	5	5	5	5	5	40
45	5	5	4	3	5	4	5	5	36	5	5	5	5	5	5	5	5	40

46	5	5	5	5	5	5	5	5	40	5	3	5	5	5	5	5	5	38
47	5	5	5	5	5	5	5	5	40	4	5	5	5	5	5	5	5	39
48	5	5	2	3	4	3	4	4	30	3	3	5	3	4	5	5	5	33
49	5	5	5	4	5	5	5	3	37	5	5	4	5	5	5	4	4	37
50	5	4	4	5	5	4	4	5	36	4	5	5	4	4	5	5	5	37
Validitas									0.556									0.556
Reliabilitas									0.715									0.715

Reliabilitas
Citra Merek (X2)

No. Resp	Skor Ganjil						Total Skor Ganjil	Skor Genap				
	P1	P3	P5	P7	P9	P11		P2	P4	P6	P8	P10
1	5	4	4	5	5	4	27	4	5	5	4	4
2	5	5	5	3	4	5	27	4	5	5	5	4
3	5	5	4	4	4	5	27	4	5	5	4	5
4	5	5	4	4	4	5	27	4	4	5	5	5
5	5	4	5	5	5	5	29	4	5	5	5	4
6	4	5	5	5	5	5	29	5	5	4	5	5
7	5	5	5	5	5	5	30	5	5	4	5	5
8	5	5	5	2	5	4	26	5	5	5	5	5
9	5	4	5	4	5	4	27	4	4	5	5	5
10	5	4	4	5	4	5	27	5	4	5	5	5
11	4	4	5	5	4	4	26	5	5	4	2	4
12	5	5	5	2	5	5	27	5	5	5	4	5
13	5	5	5	5	4	4	28	5	4	5	4	4
14	4	5	4	5	5	5	28	4	5	4	5	2
15	5	4	4	5	5	5	28	4	5	5	5	5
16	5	5	5	4	5	4	28	5	5	5	5	5
17	4	5	5	4	4	5	27	5	5	5	4	5
18	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5
19	4	5	4	5	4	5	27	5	4	5	5	4
20	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5
21	5	4	5	4	5	4	27	4	4	4	5	5
22	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	5	25	4	5	5	4	5
24	4	5	5	4	4	5	27	5	5	5	4	4
25	5	3	4	5	5	5	27	5	5	5	4	4
26	5	5	5	5	5	5	30	4	5	5	5	5
27	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5
28	3	5	5	5	4	5	27	5	4	4	5	5
29	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5
30	5	5	4	5	5	4	28	4	5	5	5	5
31	5	4	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5
32	5	5	5	5	5	4	29	5	4	4	5	4
33	5	5	3	4	4	5	26	4	5	5	4	5
34	4	5	5	5	5	5	29	5	5	5	5	5
35	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5
36	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5

37	5	5	5	5	5	5	30	5	4	5	5	5	
38	3	5	5	5	5	5	28	5	4	5	5	5	
39	5	4	5	5	4	5	28	5	5	4	5	5	
40	5	5	5	4	5	5	29	5	5	5	4	5	
41	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	
42	4	5	4	4	5	4	26	4	3	4	5	5	
43	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	
44	4	4	5	4	5	5	27	5	3	5	5	4	
45	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	4	5	
46	5	5	5	5	5	5	30	5	5	5	5	5	
47	3	5	4	4	5	4	25	4	5	4	5	5	
48	5	5	5	5	4	5	29	5	5	5	5	5	
49	5	5	4	5	5	5	29	5	5	5	5	5	
50	4	4	4	5	4	4	25	5	4	4	4	5	
Validitas							0.587						
Reliabilitas							0.739						

Reliabilitas
Promosi (X3)

No. Resp	Skor Ganjil		Total Skor Ganjil	Skor Genap		Total Skor G
	P1	P3		P2	P4	
1	5	5	10	4	5	9
2	5	4	9	5	4	9
3	5	5	10	5	5	10
4	5	4	9	5	4	9
5	4	5	9	4	4	8
6	4	4	8	4	4	8
7	5	5	10	5	5	10
8	5	5	10	5	4	9
9	5	4	9	4	5	9
10	4	5	9	5	4	9
11	5	4	9	4	5	9
12	5	4	9	4	5	9
13	4	5	9	5	4	9
14	4	5	9	4	4	8
15	5	5	10	5	4	9
16	5	5	10	5	4	9
17	4	4	8	5	4	9
18	5	5	10	5	5	10
19	5	5	10	4	5	9
20	4	5	9	5	4	9
21	5	4	9	4	5	9
22	5	4	9	5	4	9
23	4	3	7	4	5	9
24	5	4	9	4	5	9
25	5	5	10	5	4	9
26	4	5	9	4	4	8
27	5	4	9	5	4	9
28	5	4	9	5	4	9
29	5	4	9	5	4	9
30	5	3	8	4	5	9
31	5	4	9	5	4	9
32	3	5	8	4	4	8
33	4	5	9	3	4	7
34	5	5	10	4	5	9
35	3	4	7	5	4	9
36	5	5	10	5	5	10

37	4	4	8	4	3	7
38	5	4	9	5	4	9
39	5	4	9	4	5	9
40	5	5	10	5	5	10
41	5	5	10	5	4	9
42	4	4	8	3	4	7
43	5	4	9	4	5	9
44	4	3	7	4	4	8
45	5	5	10	5	5	10
46	5	4	9	5	4	9
47	4	4	8	4	3	7
48	5	3	8	4	5	9
49	5	5	10	5	5	10
50	5	4	9	5	4	9
Validitas			0.547			0.547
Reliabilitas			0.708			0.708

Tabulasi Data Profil Responden *Non User*

No. Resp	Nama	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan	Fakultas	Pendidikan Terakhir	Pengelu Perbu
1	Lydiana	2	2	1	2	1	1
2	Maya Lestari	2	3	3	2	1	3
3	M. Zhahir	1	2	1	2	1	2
4	Dinda	2	2	1	2	1	1
5	Febrina	2	2	1	2	1	1
6	Rizqoh	2	2	1	2	1	1
7	Tika	2	2	1	3	1	1
8	Dhimas Prasetyo	1	2	1	2	1	1
9	Erny Yuliani	2	2	3	2	1	2
10	Imam Ardiansyah	1	2	1	2	1	2
11	Mela	2	2	1	1	1	1
12	Linda	2	2	1	2	1	2
13	Tila	2	2	1	1	1	1
14	Bayu Sukmawan	1	2	1	2	1	1
15	Cici	2	2	1	1	1	2
16	Arie	1	2	3	3	1	3
17	Resty Aprianti	2	2	1	2	1	1
18	Syahril Ramdhani	1	2	1	2	1	1
19	Lina Sitorus	2	2	3	2	1	1
20	Diandra Ayu	2	2	3	2	1	1
21	Barri	1	3	3	4	1	2
22	Nanda Dwi Putra	1	2	1	3	1	1
23	Ika Listianingsih	2	2	1	2	1	1
24	Meilyana	2	2	1	2	1	1
25	Dores	1	2	1	4	1	2
26	Setriazalea Irwan	2	2	1	2	1	1
27	Indah Mentari	2	3	3	1	1	3
28	Rahma	2	1	1	2	1	1
29	Fawazzil Bahir	1	2	1	3	1	1
30	Aprilyna	2	1	1	1	1	2
31	Noviani Widya	2	1	1	3	1	1
32	Christovi Ananta	1	3	3	1	2	4
33	Lembah Syasinda	2	1	1	1	1	2
34	Anisa	2	2	1	1	1	1
35	Putri Sintia	2	2	1	2	1	2
36	H. Rizki Nikami	1	2	1	2	1	2
37	Sarah	2	3	2	1	2	4

38	M. Yudha	1	2	1	2	1	1
39	Tira	2	2	1	2	1	1
40	Indriana Stefani	2	2	1	1	1	2
41	Rudi	1	2	3	2	1	2
42	Aprilia	2	2	1	2	1	2
43	Milda	2	2	1	2	1	1
44	Reza	1	2	1	1	1	1
45	Fahry Chandra	1	2	1	3	1	1
46	Dafa	1	3	3	2	1	3
47	Anjar	1	3	2	2	1	3
48	M. Afrizal	1	2	1	2	1	1
49	Defi Setya. W	2	2	1	2	1	1
50	Dita	2	2	1	1	1	2

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

Tabulasi Data Responden *Non User*

No. Resp	KualitasProduk (X1)																Total	Rata-rata
	Kinerja		Fitur		Keandalan		Kesesuaian		Dayatahan		Layanan		Estetika		Persepsi kualitas			
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16		
1	4	5	5	4	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	4	5	72	4.500
2	4	4	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	5	4	70	4.375
3	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	70	4.375
4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	68	4.250
5	4	5	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	70	4.375
6	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	69	4.313
7	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	4	69	4.313
8	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	5	71	4.438
9	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	68	4.250
10	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	4	5	4	69	4.313
11	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	67	4.188
12	5	5	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	69	4.313
13	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	69	4.313
14	4	5	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	71	4.438
15	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	4	5	68	4.250
16	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	68	4.250
17	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	71	4.438
18	4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	4	71	4.438
19	5	4	4	5	4	4	4	4	5	2	4	4	4	4	4	4	65	4.063
20	5	4	4	5	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	69	4.313

46	3	4	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	59	3.688
47	5	5	5	4	4	4	4	5	3	3	3	4	3	4	5	5	66	4.125
48	5	5	4	5	4	5	4	4	4	4	5	5	4	5	5	5	73	4.563
49	4	4	5	3	4	4	4	3	4	3	3	4	5	4	4	3	61	3.813
50	5	4	5	5	5	4	5	4	5	5	4	5	5	4	5	5	75	4.688
Total	214	215	212	215	213	212	212	212	209	201	209	220	211	213	216	217		
Rata-rata	4.28	4.30	4.24	4.30	4.26	4.24	4.24	4.24	4.18	4.02	4.18	4.40	4.22	4.26	4.32	4.34		
Validitas	0.417	0.391	0.360	0.313	0.396	0.559	0.524	0.449	0.385	0.634	0.325	0.439	0.362	0.394	0.444	0.350		

21	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	68	4.250
22	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	4	5	4	4	4	5	70	4.375
23	4	4	4	4	5	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	68	4.250
24	5	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	4	5	70	4.375
25	4	4	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4	5	4	4	4	69	4.313
26	4	4	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	5	4	4	4	70	4.375
27	4	4	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	4	68	4.250
28	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	5	5	68	4.250
29	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	67	4.188
30	5	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	69	4.313
31	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	5	70	4.375
32	4	4	4	4	5	4	4	5	3	2	4	4	5	4	3	4	63	3.938
33	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	5	5	5	4	5	4	72	4.500
34	5	5	5	4	4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	5	72	4.500
35	4	4	3	3	5	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	5	61	3.813
36	4	4	4	5	5	5	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	69	4.313
37	4	5	4	4	4	3	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	63	3.938
38	3	4	3	5	4	5	4	5	4	4	3	5	5	5	5	4	68	4.250
39	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	4	5	4	69	4.313
40	4	3	3	5	4	4	3	4	3	4	3	4	4	3	4	5	60	3.750
41	5	5	4	4	5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	5	5	77	4.813
42	4	4	4	4	3	2	4	3	4	3	4	4	3	4	3	4	57	3.563
43	3	4	5	5	3	4	4	4	3	4	5	5	3	4	5	3	64	4.000
44	4	3	4	4	4	3	4	4	5	3	4	4	4	5	4	4	63	3.938
45	5	4	5	5	4	4	5	4	4	4	4	5	4	3	3	5	68	4.250

No. Resp	Citra Merek (X2)											Total	Rata-rata
	Atribut		Manfaat		Nilai		Budaya		Kepribadian		Pemakai		
	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11		
1	5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	50	4.545
2	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	46	4.182
3	4	5	4	4	4	5	4	5	5	4	5	49	4.455
4	4	4	5	4	5	4	4	4	5	4	5	48	4.364
5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	4	4	47	4.273
6	5	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	48	4.364
7	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	46	4.182
8	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	46	4.182
9	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	5	47	4.273
10	4	4	5	4	4	5	4	4	5	4	4	47	4.273
11	5	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4	47	4.273
12	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	46	4.182
13	4	5	4	5	4	4	4	4	5	4	4	47	4.273
14	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	5	47	4.273
15	5	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	47	4.273
16	4	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	48	4.364
17	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	46	4.182
18	5	4	4	4	4	5	4	4	4	2	4	44	4.000
19	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	45	4.091
20	4	4	5	4	4	4	5	4	4	4	4	46	4.182
21	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	45	4.091

22	4	5	4	4	5	5	5	5	4	4	5	50	4.545
23	5	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	46	4.182
24	4	4	4	4	5	5	4	4	4	5	4	47	4.273
25	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	5	45	4.091
26	4	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	46	4.182
27	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	5	46	4.182
28	4	5	4	4	5	4	5	4	4	4	5	48	4.364
29	2	5	5	4	4	4	4	2	5	4	4	43	3.909
30	5	4	4	5	4	4	4	3	4	5	4	46	4.182
31	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	4	43	3.909
32	4	4	4	4	5	4	2	4	5	4	4	44	4.000
33	3	4	4	3	4	4	4	4	4	2	4	40	3.636
34	4	4	5	5	4	5	5	4	5	4	4	49	4.455
35	5	5	4	4	5	4	4	5	5	4	5	50	4.545
36	4	4	4	4	3	4	4	4	4	2	4	41	3.727
37	4	4	5	3	4	4	2	4	4	4	4	42	3.818
38	4	3	4	4	4	3	4	4	4	5	3	42	3.818
39	5	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	50	4.545
40	4	4	2	3	5	4	5	4	4	4	4	43	3.909
41	4	4	3	2	4	4	4	3	4	4	4	40	3.636
42	3	4	4	4	3	5	4	4	5	4	3	43	3.909
43	4	5	5	4	4	4	5	5	4	4	4	48	4.364
44	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4	5	46	4.182
45	5	4	4	3	3	4	4	4	4	5	4	44	4.000

46	5	5	5	4	4	4	5	5	5	4	5	51	4.636
47	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	41	3.727
48	4	4	5	4	4	5	4	5	5	5	5	50	4.545
49	4	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	48	4.364
50	5	4	4	5	5	4	5	4	5	5	4	50	4.545
Total	209	212	208	201	211	212	211	206	218	203	213		
Rata-rata	4.18	4.24	4.16	4.02	4.22	4.24	4.22	4.12	4.36	4.06	4.26		
Validitas	0.449	0.356	0.383	0.562	0.366	0.356	0.457	0.482	0.434	0.404	0.531		

No. Resp	Promosi (X3)				Total	Rata-rata
	Periklanan	Hubungan masyarakat		Pemasaran langsung		
	P1	P2	P3	P4		
1	4	5	5	4	18	4.500
2	4	4	4	4	16	4.000
3	5	4	4	4	17	4.250
4	5	5	4	4	18	4.500
5	5	4	5	5	19	4.750
6	4	4	4	5	17	4.250
7	4	4	5	4	17	4.250
8	5	4	4	5	18	4.500
9	4	5	4	4	17	4.250
10	4	4	2	4	14	3.500
11	2	4	5	4	15	3.750
12	4	4	4	4	16	4.000
13	2	4	4	4	14	3.500
14	5	5	4	4	18	4.500
15	4	4	5	5	18	4.500
16	4	5	4	4	17	4.250
17	4	4	4	4	16	4.000
18	5	4	4	5	18	4.500
19	4	4	3	4	15	3.750
20	4	4	5	4	17	4.250
21	4	5	4	4	17	4.250
22	5	5	4	4	18	4.500
23	4	4	4	4	16	4.000
24	5	4	4	4	17	4.250
25	4	4	5	4	17	4.250
26	4	4	4	5	17	4.250
27	4	4	4	5	17	4.250
28	4	5	4	4	17	4.250
29	4	4	4	4	16	4.000
30	4	3	4	4	15	3.750
31	3	4	2	4	13	3.250
32	5	4	4	5	18	4.500
33	4	4	3	4	15	3.750
34	4	5	4	4	17	4.250
35	4	4	2	3	13	3.250
36	3	3	4	4	14	3.500
37	4	4	3	4	15	3.750

38	4	4	4	5	17	4.250
39	2	3	4	4	13	3.250
40	4	4	3	5	16	4.000
41	4	4	4	4	16	4.000
42	3	3	3	4	13	3.250
43	4	4	4	4	16	4.000
44	4	4	4	5	17	4.250
45	3	4	2	4	13	3.250
46	4	4	4	3	15	3.750
47	4	3	3	4	14	3.500
48	3	4	4	4	15	3.750
49	4	4	5	5	18	4.500
50	5	4	4	5	18	4.500
Total	199	204	194	211		
Rata-rata	3.98	4.08	3.88	4.22		
Validitas	0.727	0.552	0.678	0.548		

Reliabilitas
Kualitas Produk (X1)

No. Resp	Skor Ganjil								Total Skor Ganjil	Skor Genap								Total Skor Genap
	P1	P3	P5	P7	P9	P11	P13	P15		P2	P4	P6	P8	P10	P12	P14	P16	
1	4	5	5	4	4	5	4	4	35	5	4	4	5	4	5	5	5	37
2	4	5	4	5	4	4	4	5	35	4	5	4	5	5	4	4	4	35
3	5	4	4	4	5	4	5	4	35	4	4	4	5	4	5	5	4	35
4	4	4	5	4	5	4	4	5	35	4	4	4	4	4	4	4	5	33
5	4	5	4	4	4	5	4	5	35	5	4	5	5	4	4	4	4	35
6	5	4	4	4	4	5	4	5	35	5	5	4	4	4	4	4	4	34
7	5	4	4	5	4	4	5	4	35	4	5	4	4	5	4	4	4	34
8	5	4	4	5	5	4	4	4	35	4	4	5	4	5	4	5	5	36
9	4	4	4	4	4	5	4	4	33	4	4	5	4	4	5	4	5	35
10	4	5	5	4	4	5	4	5	36	4	4	4	4	4	5	4	4	33
11	4	4	5	4	4	4	4	5	34	5	4	4	4	4	4	4	4	33
12	5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	5	4	5	4	5	4	4	36
13	4	5	4	5	4	4	5	4	35	5	4	4	5	4	4	4	4	34
14	4	4	5	4	5	4	4	5	35	5	4	4	4	5	5	5	4	36
15	4	4	4	4	4	4	5	4	33	4	5	4	4	4	4	5	5	35
16	4	4	5	4	4	5	4	5	35	4	4	5	4	4	4	4	4	33
17	4	4	5	5	4	4	5	4	35	5	4	4	4	4	5	5	5	36
18	4	5	4	5	4	4	5	4	35	4	4	5	5	4	5	5	4	36
19	5	4	4	4	5	4	4	4	34	4	5	4	4	2	4	4	4	31
20	5	4	4	4	5	4	4	4	34	4	5	4	4	5	4	4	5	35

21	4	4	4	4	4	5	4	4	33	5	5	4	4	4	5	4	4	35
22	4	4	4	5	4	4	4	4	33	5	5	5	4	4	5	4	5	37
23	4	4	5	4	4	4	4	5	34	4	4	5	4	4	5	4	4	34
24	5	5	4	4	4	4	4	4	34	4	4	5	4	5	4	5	5	36
25	4	4	5	4	5	4	5	4	35	4	4	5	5	4	4	4	4	34
26	4	4	5	4	4	5	5	4	35	4	4	5	5	5	4	4	4	35
27	4	5	4	4	4	4	4	5	34	4	4	4	5	4	4	5	4	34
28	4	5	4	4	5	4	4	5	35	4	4	4	4	4	4	4	5	33
29	5	4	4	4	4	4	4	4	33	5	4	4	4	4	4	4	5	34
30	5	4	4	4	5	4	4	4	34	4	4	5	4	4	5	5	4	35
31	5	4	4	4	4	5	4	4	34	5	5	4	4	4	4	5	5	36
32	4	4	5	4	3	4	5	3	32	4	4	4	5	2	4	4	4	31
33	4	5	4	5	4	5	5	5	37	4	5	4	4	5	5	4	4	35
34	5	5	4	5	5	4	4	5	37	5	4	5	4	4	4	4	5	35
35	4	3	5	4	3	4	4	4	31	4	3	4	4	2	4	4	5	30
36	4	4	5	4	4	5	4	4	34	4	5	5	5	4	4	4	4	35
37	4	4	4	4	5	4	4	3	32	5	4	3	4	4	4	4	3	31
38	3	3	4	4	4	3	5	5	31	4	5	5	5	3	5	5	4	36
39	4	4	5	5	4	4	4	5	35	4	4	4	4	5	5	4	4	34
40	4	3	4	3	3	3	4	4	28	3	5	4	4	4	4	3	5	32
41	5	4	5	5	5	4	5	5	38	5	4	5	5	5	5	5	4	38
42	4	4	3	4	4	4	3	3	29	4	4	2	3	3	4	4	4	28
43	3	5	3	4	3	5	3	5	31	4	5	4	4	4	5	4	3	33
44	4	4	4	4	5	4	4	4	33	3	4	3	4	3	4	5	4	30
45	5	5	4	5	4	4	4	3	34	4	5	4	4	4	5	3	5	34

46	3	3	3	4	4	4	4	4	29	4	3	4	3	4	5	4	4	31
47	5	5	4	4	3	3	3	5	32	5	4	4	5	3	4	4	5	34
48	5	4	4	4	4	5	4	5	35	5	5	5	4	4	5	5	5	38
49	4	5	4	4	4	3	5	4	33	4	3	4	3	3	4	4	3	28
50	5	5	5	5	5	4	5	5	39	4	5	4	4	5	5	4	5	36
Validitas									0.549									0.549
Reliabilitas									0.709									0.709

Reliabilitas
Citra Merek (X2)

o. Resp	Skor Ganjil						Total Skor Ganjil	Skor Genap					Total Skor Genap
	P1	P3	P5	P7	P9	P11		P2	P4	P6	P8	P10	
1	5	4	4	5	5	5	28	4	5	5	4	4	22
2	4	5	4	5	4	4	26	4	4	4	4	4	20
3	4	4	4	4	5	5	26	5	4	5	5	4	23
4	4	5	5	4	5	5	28	4	4	4	4	4	20
5	5	4	4	4	4	4	25	4	4	5	5	4	22
6	5	4	4	5	4	4	26	4	5	4	4	5	22
7	4	4	5	4	4	4	25	5	4	4	4	4	21
8	4	5	4	5	4	4	26	4	4	4	4	4	20
9	4	4	4	5	4	5	26	4	5	4	4	4	21
10	4	5	4	4	5	4	26	4	4	5	4	4	21
11	5	4	5	4	4	4	26	4	4	4	4	5	21
12	4	4	4	4	4	4	24	5	4	4	5	4	22
13	4	4	4	4	5	4	25	5	5	4	4	4	22
14	4	5	4	5	4	5	27	4	4	4	4	4	20
15	5	4	4	5	4	5	27	4	4	4	4	4	20
16	4	5	5	4	5	4	27	4	4	4	5	4	21
17	4	4	4	4	4	4	24	5	4	5	4	4	22
18	5	4	4	4	4	4	25	4	4	5	4	2	19
19	4	4	4	4	5	4	25	4	4	4	4	4	20
20	4	5	4	5	4	4	26	4	4	4	4	4	20
21	4	4	4	4	4	4	24	4	5	4	4	4	21
22	4	4	5	5	4	5	27	5	4	5	5	4	23
23	5	4	4	4	4	4	25	4	4	4	5	4	21
24	4	4	5	4	4	4	25	4	4	5	4	5	22
25	4	4	4	3	4	5	24	4	5	4	4	4	21
26	4	5	4	4	5	4	26	4	4	4	4	4	20
27	4	4	4	4	4	5	25	4	4	5	4	4	21
28	4	4	5	5	4	5	27	5	4	4	4	4	21
29	2	5	4	4	5	4	24	5	4	4	2	4	19
30	5	4	4	4	4	4	25	4	5	4	3	5	21
31	4	4	2	4	4	4	22	4	4	4	4	4	20
32	4	4	5	2	5	4	24	4	4	4	4	4	20
33	3	4	4	4	4	4	23	4	3	4	4	2	17

34	4	5	4	5	5	4	27	4	5	5	4	4	22
35	5	4	5	4	5	5	28	5	4	4	5	4	22
36	4	4	3	4	4	4	23	4	4	4	4	2	18
37	4	5	4	2	4	4	23	4	3	4	4	4	19
38	4	4	4	4	4	3	23	3	4	3	4	5	19
39	5	4	5	5	5	4	28	4	4	5	4	5	22
40	4	4	2	5	4	4	23	4	3	4	4	4	19
41	4	3	4	4	4	4	23	4	2	4	3	4	17
42	3	4	3	4	5	3	22	4	4	5	4	4	21
43	4	5	4	5	4	4	26	5	4	4	5	4	22
44	4	4	4	4	4	5	25	5	4	4	4	4	21
45	5	4	3	4	4	4	24	4	3	4	4	5	20
46	5	5	4	5	5	5	29	5	4	4	5	4	22
47	4	3	4	4	4	4	23	4	2	4	4	4	18
48	4	5	4	4	5	5	27	4	4	5	5	5	23
49	4	4	5	4	5	5	27	5	4	4	4	4	21
50	5	4	5	5	5	4	28	4	5	4	4	5	22
'aliditas							0.568						0.568
liabilitas							0.724						0.724

Reliabilitas
Promosi (X3)

No. Resp	Skor Ganjil		Total Skor Ganjil	Skor Genap		Total Skor Genap
	P1	P3		P2	P4	
1	4	5	9	5	4	9
2	4	4	8	4	4	8
3	5	4	9	4	4	8
4	5	4	9	5	4	9
5	5	5	10	4	5	9
6	4	4	8	4	5	9
7	4	5	9	4	4	8
8	5	4	9	4	5	9
9	4	4	8	5	4	9
10	4	2	6	4	4	8
11	2	5	7	4	4	8
12	4	4	8	4	4	8
13	2	4	6	4	4	8
14	5	4	9	5	4	9
15	4	5	9	4	5	9
16	4	4	8	5	4	9
17	4	4	8	4	4	8
18	5	4	9	4	5	9
19	4	3	7	4	4	8
20	4	5	9	4	4	8
21	4	4	8	5	4	9
22	5	4	9	5	4	9
23	4	4	8	4	4	8
24	5	4	9	4	4	8
25	4	5	9	4	4	8
26	4	4	8	4	4	8
27	4	4	8	4	5	9
28	4	4	8	5	4	9
29	4	4	8	4	4	8
30	4	4	8	3	4	7
31	3	2	5	4	4	8
32	5	4	9	4	5	9
33	4	3	7	4	4	8
34	4	4	8	5	4	9
35	4	2	6	4	3	7
36	3	4	7	3	4	7

37	4	3	7	4	4	8
38	4	4	8	4	5	9
39	2	4	6	3	4	7
40	4	3	7	4	5	9
41	4	4	8	4	4	8
42	3	3	6	3	4	7
43	4	4	8	4	4	8
44	4	4	8	4	5	9
45	3	2	5	4	4	8
46	4	4	8	4	3	7
47	4	3	7	3	4	7
48	3	4	7	4	4	8
49	4	5	9	4	5	9
50	5	4	9	4	5	9
Validitas			0.534			0.534
Reliabilitas			0.696			0.696

UNIVERSITAS DARMA PERSADA

Lampiran 3

Nilai-nilai r Product Moment

N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan		N	Taraf Signifikan	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	27	0,381	0,487	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	28	0,374	0,478	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	29	0,367	0,470	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	30	0,361	0,463	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	31	0,355	0,456	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	32	0,349	0,449	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	33	0,344	0,442	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	34	0,339	0,436	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	35	0,334	0,430	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	36	0,329	0,424	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	37	0,325	0,418	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	38	0,320	0,413	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	39	0,316	0,408	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	40	0,312	0,403	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	41	0,308	0,398	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	42	0,304	0,393	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	43	0,301	0,389	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	44	0,297	0,384	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	45	0,294	0,380	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	46	0,291	0,376	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	47	0,288	0,372	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	48	0,284	0,368	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	49	0,281	0,364			
26	0,388	0,496	50	0,279	0,361			

Sumber: Sugiyono (2013:524)

Lampiran 4

1. **Pengaruh Kualitas produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *User* dan *Non User***

   a. **Korelasi Sederhana**

Eigenvalues

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	.972[a]	100.0	100.0	.702

a. First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

   b. **Diskriminan Sederhana**

Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function
	1
X1	4.198
(Constant)	-18.826

Unstandardized coefficients

2. **Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada *User* dan *Non User***

   a. **Korelasi Sederhana**

Eigenvalues

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	1.148[a]	100.0	100.0	.731

a. First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

b. Diskriminan Sederhana

Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function
	1
X2	4.168
(Constant)	-18.522

Unstandardized coefficients

3. Pengaruh Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *User* dan *Non User*

a. Korelasi Sederhana

Eigenvalues

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	.324[a]	100.0	100.0	.495

a. First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

b. Diskriminan Sederhana

Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function
	1
X3	2.622
(Constant)	-11.158

Unstandardized coefficients

4. Pengaruh Kualitas Produk, Citra Merek, dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *User* dan *Non User*

a. Korelasi Ganda

Eigenvalues

Function	Eigenvalue	% of Variance	Cumulative %	Canonical Correlation
1	2.105[a]	100.0	100.0	.823

a. First 1 canonical discriminant functions were used in the analysis.

b. Diskriminan Ganda

Canonical Discriminant Function Coefficients

	Function
	1
X1	2.722
X2	2.865
X3	.346
(Constant)	-26.409

Unstandardized coefficients

5. Uji Signifikansi

a. Uji t (Parsial) Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian Pada *User* dan *Non User*

Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
X1	.507	95.269	1	98	.000

b. Uji t (Parsial) Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada *User* dan *Non User*

Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
X2	.466	112.506	1	98	.000

c. **Uji t (Parsial) Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *User* dan *Non User***

Tests of Equality of Group Means

	Wilks' Lambda	F	df1	df2	Sig.
X3	.755	31.790	1	98	.000

d. **Uji f (Simultan) Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Pada *User* dan *Non User***

Wilks' Lambda

Test of Function(s)	Wilks' Lambda	Chi-square	df	Sig.
1	.322	109.335	3	.000

6. **Variabel Independen yang Paling Dominan Dalam Menentukan Keputusan Pembelian Pada *User* dan *Non User***

Classification Function Coefficients

	Kelompok	
	1.00	2.00
X1	79.124	71.303
X2	74.409	66.180
X3	12.390	11.396
(Constant)	-389.767	-313.906

Fisher's linear discriminant functions

Lampiran 5

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap	: Resti Nurul Hikmah
Tempat/Tanggal Lahir	: Jakarta, 1 Agustus 1992
Jenis Kelamin	: Perempuan
Agama	: Islam
Alamat	: Jl. Dukuh V Rt 06/RW 04 Kelurahan Dukuh Kramat Jati Jakarta Timur 13550

PENDIDIKAN:

Tahun 1998-2004	: SDN Dukuh 05 PG, Jakarta Timur
Tahun 2004-2007	: SMP Islam Assyafi'iyah 04, Bekasi
Tahun 2007-2010	: MA Al-Masthuriyah, Sukabumi
Tahun 2010-2014	: Universitas Darma Persada, Jakarta Timur
	Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen

LEMBAR KONSULTASI

BIMBINGAN SKRIPSI MAHASISWA

Nama Mahasiswa : Resti Nurul Hikmah

No. Induk Mhs : 2010410059

Dosen Pembimbing : Drs. Fauzi Baisyir, MM

Mulai Bimbingan : 27-12-2013

Terakhir Bimbingan : 25-6-2014

No.	Hari/Tanggal Bimbingan	Bab.Materi Bimbingan	Tanda Tangan Pembimbing
1.	Jum'at / 27-12-13	Pengajuan Proposal	
2.	Rabu / 1-1-14	Bimbingan Proposal Bab 1, bab 2, dan bab 3	
3.	Senin / 3-2-14	Revisi bab 1, bab 2, dan bab 3	
4.	Kamis / 13-2-14	Sidang Proposal	
5.	Selasa / 25-3-14	Revisi bab 1 dan bab 3	
6.	Rabu / 9-4-14	Bimbingan Kuesioner	
7.	Rabu / 11-6-14	Pemeriksaan bab 4 dan bab 5	
8.	Rabu / 25-6-14	Acc Sidang Skripsi	

Jakarta, 3 Juli 2014.

Mengetahui Kajur,

(.....)

Pembimbing,

(.....)