

BAB V

KESIMPULLAN DAN SARAN

1.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui variabel mana sajakah yang mempunyai pengaruh pada Keputusan Pembelian. Dalam penelitian ini variabel bebas yang digunakan adalah variabel Gaya Hidup (X1) dan Citra Merek (X2) sedangkan variabel terikat yang digunakan adalah Keputusan Pembelian (Y).

Berdasarkan pada penghitungan analisis regresi linier berganda, dapat diketahui :

1. Berdasarkan model regresi linier diketahui bahwa variabel gaya hidup bernilai positif sehingga semakin besar gaya hidup maka semakin tinggi keputusan konsumen untuk membeli Iphone
2. Berdasarkan model regresi untuk variabel citra merek diketahui bahwa citra merek memberikan pengaruh yang positif terhadap keputusan pembelian. Selain itu, Hasil uji t untuk variabel citra merek diperoleh nilai signifikan sebesar 0,001 dengan tingkat signifikansi lebih kecil dibandingkan taraf signifikansi yang ditetapkan ($0,001 < 0,05$) sehingga citra merek mempengaruhi keputusan pembelian secara statistik.
3. Berdasarkan table ANOVA dan model *summary* diketahui bahwa gaya hidup dan citra merek dapat mempengaruhi keputusan pembelian secara bersama-sama dan sebesar 32,8%. Selain itu, kedua variable bebas ini memberikan pengaruh yang positif terhadap

keputusan pembelian sehingga semakin besar gaya hidup dan citra merek maka semakin tinggi keputusan seseorang untuk menggunakan Iphone.

1.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas, dapat dikemukakan beberapa saran yang diharapkan dapat bermanfaat bagi perusahaan maupun bagi pihak-pihak lain. Adapun saran yang diberikan, antara lain:

1. Diharapkan pihak perusahaan dapat mempertahankan serta meningkatkan pelayanan terhadap Citra Merek, karena variabel Citra Merek mempunyai pengaruh yang dominan dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian, diantaranya yaitu dengan selalu inovatif sehingga Keputusan Pembelian akan meningkat.
2. Mengingat variabel bebas dalam penelitian ini merupakan hal yang sangat penting dalam mempengaruhi Keputusan Pembelian diharapkan hasil penelitian ini dapat dipakai sebagai acuan bagi peneliti selanjutnya untuk mengembangkan penelitian ini dengan mempertimbangkan variabel-variabel lain yang merupakan variabel lain diluar variabel yang sudah masuk dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Alma, Buchari. 2013. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: CV.Alfabeta
- Arikunto, Suharsimi. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta
- Djarwanto PS dan Pangestu Subagyo. 2005. *Statistik Induktif*. Yogyakarta: BPFE
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS*.
- Kotler, Philip.2003. *Manajemen Pemasaran*. Edisi kesebelas, Jakarta: Indeks kelompok Gramedia
- Kotler, Philip. 2005. *Manajemen Pemasaran*. Jilid 1 dan 2. Jakarta : PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, Philip dan Armstrong, Gary. 2011. 10th Edition. “*Marketing an Introduction*”. Indonesia: Perason
- Kotler, Keller. (2009). *Manajemen Pemasaran*. Penerbit Erlangga. Jakarta
- Kotler, Philip dan Keller. 2012. *Manajemen Pemasaran*. Edisi 13 Jilid 1. Jakarta: Erlangga
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran, Edisi ke duabelas, Jilid 1*. Jakarta: Erlangga

- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran: Analisis, Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. Jakarta: PT. Prehallindo
- Kotler, Philip and Kevin Lane Keller. 2012. *Marketing Management 13*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc.
- Sarwono, J. dan Prihartono, K. 2012. *Perdagangan Online: Cara bisnis di Internet*. Elex Media Koputindo.
- Schiffman, Leon G. dan Leslie Lazar Kanuk. 2007. *Consumer Behavior Tenth Edition*. Pearson Education.
- Sugiyono, 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono, 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bndung: Penerbit Alfabeta.
- Sumarwan. 2011. *Perilaku Konsumen*. Edisi kedua. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. 2013. *Perilaku Konsumen (Panduan Riset Sederhana untuk Mengenal Konsumen)*. Jakarta: PT. Buku Seru.
- Tjiptono, 2014. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.
- Tjiptono, 2015. *Strategi Pemasaran*, Edisi 4, Penerbit Andi, Yogyakarta.

Jurnal

- Andri. 2018. Pengaruh Gaya Hidup dan Inovasi Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Survei Pada Mahasiswa S1 Jurusan Ilmu Administrasi Universitas Brawijaya Malang yang Membeli, Menggunakan dan Mengetahui *Smartphone* Samsung Galaxy Series).
- Habibi, M. (2014). Pengaruh Dimensi Gaya Hidup Terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Blackberry Di Purworejo. *Jurnal Manajemen dan Bisnis*, 10(1), 1–10
- Indra Putri. 2017. Pengaruh Citra Merek dan Kualitas Prooduk Terhadap Keputusan Pembelian Iphone Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Univesitas Muhammadiyah Sumetra Utara
- Pramudi, R. Y. (2015). Pengaruh Gaya Hidup Konsumtif Dan Kelompok Referensi Terhadap Keputusan Pembelian Kosmetik Lokal. *Jurnal Riset Ekonomi dan Manajemen*. 15(2). 280-31.
- Resky Putri Pertiwi. 2021. Pengaruh Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Produk Iphone Dengan Gaya Hidup Sebagai Variabel Intervening di Kabupaten Barru
- Romadhoni. 2015. Pengaruh Citra Merek (*Brand Image*) Terhadap Pegambilan Keputusan Pembelian Sepatu *Nike* Pada Mahasiswa FIK UNY.
- Sari, A. (2016). Pengaruh Gaya Hidup, Kualitas Produk dan citra Merek terhadap Keputusan Pembelian Smartphone Merek Iphone (Studi Kasus pada

Konsumen iPhone di Kota Pontianak). Jurnal Manajemen Update, 5(4).

Somantri, B., Afrianka, R., & Fahrurrazi. (2020). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek terhadap Pembelian Produk Iphone (Studi Kasus pada Siswa dan Siswi SMAN 3 Kota Sukabumi). Cakrawala, 3(1), 1–10.

Utari, Y. (2017). Pengaruh Gaya Hidup dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Iphone pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi UMSU

Internet

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/02/21/penjualan-iphone-capai-242-juta-unit-pada-2021>

<https://tekno.kompas.com/read/2022/01/12/15050087/melihat-evolusi-15-tahun-iphone-dari-masa-ke-masa?page=all>

https://id.wikipedia.org/wiki/Universitas_Muhammadiyah_Mataram





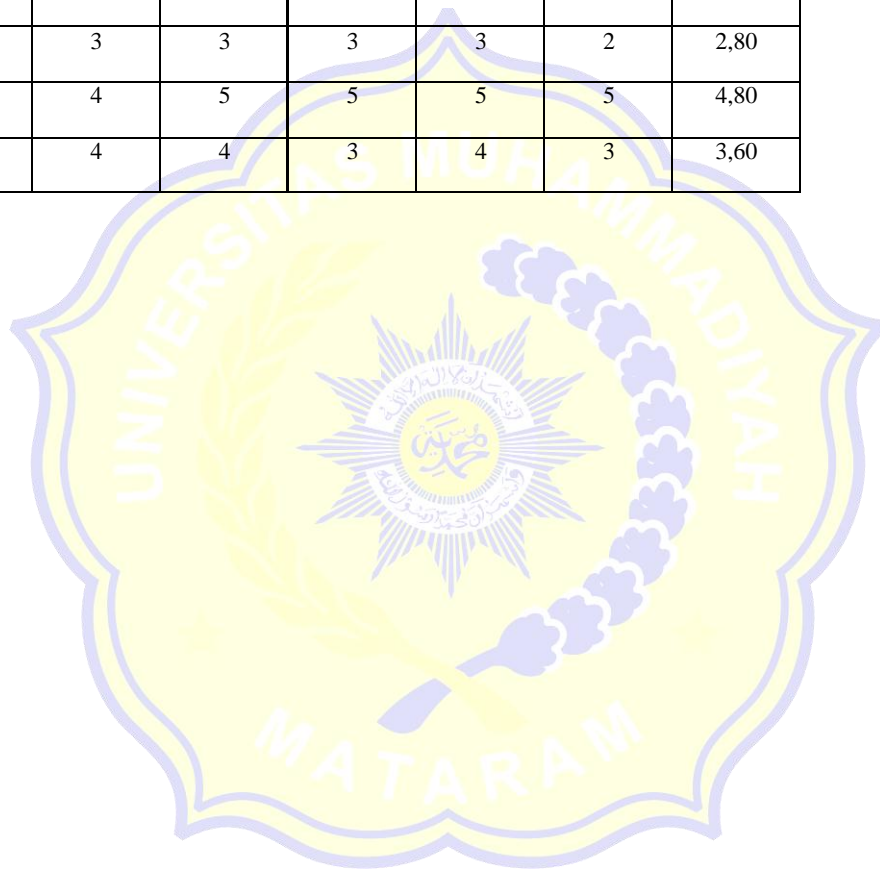
LAMPIRAN – LAMPIRAN

no	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	rata-rata
1	4	3	2	3	3	3,00
2	3	3	3	4	4	3,40
3	2	4	4	4	4	3,60
4	4	4	4	4	4	4,00
5	4	4	4	4	4	4,00
6	5	4	4	4	4	4,20
7	3	4	4	5	5	4,20
8	3	4	4	3	4	3,60
9	4	4	3	4	3	3,60
10	3	3	4	4	4	3,60
11	3	4	1	3	4	3,00
12	3	4	1	3	4	3,00
13	3	4	4	4	4	3,80
14	3	4	4	4	4	3,80
15	1	4	3	3	4	3,00
16	4	4	4	4	4	4,00
17	2	3	3	2	2	2,40
18	3	4	4	4	4	3,80
19	4	4	3	3	3	3,40
20	1	3	2	3	4	2,60
21	4	4	4	4	3	3,80
22	4	4	3	3	3	3,40
23	4	4	4	3	4	3,80
24	4	5	4	5	4	4,40
25	3	4	4	4	4	3,80
26	4	4	4	4	4	4,00
27	3	4	4	4	4	3,80
28	4	4	3	4	3	3,60
29	1	3	2	4	3	2,60

30	2	5	5	4	4	4,00
31	4	4	4	4	4	4,00
32	4	4	4	4	3	3,80
33	3	4	4	4	4	3,80
34	3	4	3	3	3	3,20
35	2	5	5	4	4	4,00
36	2	4	4	4	4	3,60
37	4	5	4	4	4	4,20
38	4	4	4	5	4	4,20
39	1	3	3	3	3	2,60
40	5	4	4	4	4	4,20
41	3	4	4	4	4	3,80
42	3	4	3	3	3	3,20
43	4	4	4	4	3	3,80
44	3	4	4	5	5	4,20
45	1	3	2	4	3	2,60
46	3	3	3	4	4	3,40
47	3	4	4	5	5	4,20
48	4	3	2	3	3	3,00
49	4	4	3	3	3	3,40
50	1	3	3	3	3	2,60
51	4	4	4	4	4	4,00
52	4	4	4	4	4	4,00
53	3	3	1	4	3	2,80
54	3	4	4	3	4	3,60
55	3	3	3	4	4	3,40
56	2	4	3	3	3	3,00
57	2	3	2	3	4	2,80
58	3	4	1	3	4	3,00
59	4	4	4	4	4	4,00

60	4	4	3	4	3	3,60
61	3	3	4	4	4	3,60
62	4	4	3	3	3	3,40
63	4	4	3	4	3	3,60
64	4	4	4	4	3	3,80
65	1	4	3	3	4	3,00
66	3	4	1	3	4	3,00
67	3	3	3	4	4	3,40
68	4	4	3	3	3	3,40
69	3	3	3	4	4	3,40
70	4	4	3	3	3	3,40
71	2	5	5	4	4	4,00
72	4	4	3	3	3	3,40
73	3	3	5	3	4	3,60
74	4	5	4	5	4	4,40
75	3	3	3	4	4	3,40
76	2	4	4	4	4	3,60
77	1	4	3	3	4	3,00
78	3	4	3	3	3	3,20
79	3	4	3	3	3	3,20
80	3	4	3	3	3	3,20
81	4	5	5	4	4	4,40
82	3	4	3	3	3	3,20
83	2	3	3	3	3	2,80
84	3	4	3	3	3	3,20
85	4	4	3	3	3	3,40
86	3	4	3	3	3	3,20
87	4	5	4	5	4	4,40
88	3	3	3	3	2	2,80
89	3	4	3	3	3	3,20

90	3	4	3	3	3	3,20
91	4	5	4	5	4	4,40
92	3	4	3	3	3	3,20
93	3	4	3	3	3	3,20
94	3	4	3	3	3	3,20
95	3	4	4	3	4	3,60
96	3	3	1	4	3	2,80
97	2	3	3	3	3	2,80
98	3	3	3	3	2	2,80
99	4	5	5	5	5	4,80
100	4	4	3	4	3	3,60



NO	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	rata-rata
1	4	3	3	4	3	3	3,33
2	3	3	4	3	3	4	3,33
3	4	3	2	3	4	3	3,17
4	5	4	4	5	4	4	4,33
5	4	5	4	4	5	4	4,33
6	4	4	3	4	4	3	3,67
7	3	5	3	3	5	3	3,67
8	3	3	2	3	3	2	2,67
9	4	4	3	4	4	3	3,67
10	4	3	3	4	3	3	3,33
11	2	2	2	2	2	2	2,00
12	4	4	5	4	4	5	4,33
13	2	3	3	2	3	3	2,67
14	4	4	4	4	4	4	4,00
15	2	3	3	2	3	3	2,67
16	3	3	2	3	3	2	2,67
17	4	3	3	4	3	3	3,33
18	2	2	3	2	2	3	2,33
19	4	4	4	4	4	4	4,00
20	2	2	3	2	2	3	2,33
21	2	2	3	2	2	3	2,33
22	5	5	5	5	5	5	5,00
23	3	2	3	3	2	3	2,67
24	2	2	3	2	2	3	2,33
25	1	3	3	1	3	3	2,33
26	5	4	4	5	4	4	4,33
27	4	4	4	4	4	4	4,00
28	3	4	2	3	4	2	3,00
29	2	4	3	2	4	3	3,00
30	4	5	4	4	5	4	4,33
31	4	5	4	4	5	4	4,33

32	4	4	5	4	4	5	4,33
33	3	3	3	3	3	3	3,00
34	3	3	4	3	3	4	3,33
35	2	2	2	2	2	2	2,00
36	4	3	3	4	3	3	3,33
37	5	5	5	5	5	5	5,00
38	4	5	4	4	5	4	4,33
39	3	3	3	3	3	3	3,00
40	5	4	3	5	4	3	4,00
41	5	5	5	5	5	5	5,00
42	5	4	3	5	4	3	4,00
43	4	4	4	4	4	4	4,00
44	2	2	2	2	2	2	2,00
45	5	5	5	5	5	5	5,00
46	3	2	4	3	2	4	3,00
47	4	4	4	4	4	4	4,00
48	3	3	3	3	3	3	3,00
49	3	4	5	3	4	5	4,00
50	3	2	3	3	2	3	2,67
51	4	4	5	4	4	5	4,33
52	5	5	4	5	5	4	4,67
53	5	4	5	5	4	5	4,67
54	3	2	4	3	2	4	3,00
55	3	2	3	3	2	3	2,67
56	4	3	5	4	3	5	4,00
57	2	2	2	2	2	2	2,00
58	1	3	3	1	3	3	2,33
59	2	2	3	2	2	3	2,33
60	4	3	3	4	3	3	3,33
61	3	4	4	3	4	4	3,67
62	3	4	4	3	4	4	3,67
63	4	4	4	4	4	4	4,00

64	4	3	2	4	3	2	3,00
65	4	4	3	4	4	3	3,67
66	4	3	4	4	3	4	3,67
67	4	4	4	4	4	4	4,00
68	3	3	3	3	3	3	3,00
69	4	3	4	4	3	4	3,67
70	3	2	3	3	2	3	2,67
71	4	4	3	4	4	3	3,67
72	4	4	4	4	4	4	4,00
73	4	4	4	4	4	4	4,00
74	3	3	3	3	3	3	3,00
75	4	5	4	4	5	4	4,33
76	3	2	4	3	2	4	3,00
77	4	4	3	4	4	3	3,67
78	3	2	3	3	2	3	2,67
79	4	4	3	4	4	3	3,67
80	4	4	3	4	4	3	3,67
81	4	3	4	4	3	4	3,67
82	3	4	4	3	4	4	3,67
83	4	5	5	4	5	5	4,67
84	5	5	4	5	5	4	4,67
85	5	5	4	5	5	4	4,67
86	3	2	3	3	2	3	2,67
87	3	3	3	3	3	3	3,00
88	4	4	3	4	4	3	3,67
89	5	5	4	5	5	4	4,67
90	2	3	1	2	3	1	2,00
91	3	2	4	3	2	4	3,00
92	3	4	3	3	4	3	3,33
93	3	4	3	3	4	3	3,33
94	3	4	3	3	4	3	3,33
95	3	4	3	3	4	3	3,33

96	3	4	3	3	4	3	3,33
97	4	5	5	4	5	5	4,67
98	5	5	5	5	5	5	5,00
99	4	3	3	4	3	3	3,33
100	4	3	3	4	3	3	3,33



No	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	RATA-RATA
1	4	3	5	3	3	5	3,83
2	3	3	4	4	3	3	3,33
3	4	4	4	4	4	4	4,00
4	5	5	5	5	5	5	5,00
5	5	5	5	5	5	5	5,00
6	4	5	4	5	4	5	4,50
7	4	4	3	5	3	5	4,00
8	4	4	4	4	4	4	4,00
9	4	5	3	4	3	4	3,83
10	2	4	3	4	3	4	3,33
11	4	5	4	5	4	5	4,50
12	3	5	3	3	3	3	3,33
13	4	4	3	5	3	5	4,00
14	3	4	4	5	4	5	4,17
15	4	3	2	4	2	4	3,17
16	4	5	4	5	3	5	4,33
17	3	3	3	2	3	2	2,67
18	4	4	4	5	4	5	4,33
19	3	5	4	3	4	3	3,67
20	2	2	3	4	3	4	3,00
21	5	4	3	4	3	4	3,83
22	4	4	4	3	4	3	3,67
23	4	4	4	4	4	4	4,00
24	5	5	5	5	5	5	5,00
25	4	5	3	4	3	4	3,83
26	5	4	4	5	4	5	4,50
27	4	3	4	5	4	5	4,17
28	4	3	3	5	3	5	3,83
29	3	2	3	3	3	3	2,83
30	4	5	4	5	4	5	4,50
31	5	5	5	4	5	4	4,67

32	3	5	4	4	4	4	4,00
33	4	3	4	5	4	5	4,17
34	3	3	5	3	5	3	3,67
35	4	5	5	5	5	5	4,83
36	4	4	3	4	3	4	3,67
37	5	5	4	5	4	5	4,67
38	5	5	4	5	4	5	4,67
39	3	3	3	2	3	2	2,67
40	4	5	5	5	5	5	4,83
41	4	4	4	4	4	4	4,00
42	3	3	4	4	4	4	3,67
43	4	4	4	4	4	4	4,00
44	5	5	5	4	5	4	4,67
45	3	2	3	3	3	3	2,83
46	3	4	4	3	4	3	3,50
47	5	5	5	4	5	4	4,67
48	3	4	3	3	3	3	3,17
49	4	4	3	3	3	3	3,33
50	3	2	3	3	3	3	2,83
51	4	4	5	5	5	5	4,67
52	4	4	5	5	5	5	4,67
53	3	3	3	3	3	3	3,00
54	4	3	4	4	4	4	3,83
55	3	4	3	4	3	4	3,50
56	3	3	3	3	3	3	3,00
57	3	3	3	2	3	2	2,67
58	4	3	3	3	3	3	3,17
59	4	5	4	5	4	5	4,50
60	3	4	4	4	4	4	3,83
61	4	4	3	4	3	4	3,67
62	4	5	1	4	1	4	3,17
63	4	3	4	4	4	4	3,83

64	4	5	4	4	4	4	4,17
65	3	3	3	4	3	4	3,33
66	3	3	3	3	3	3	3,00
67	3	3	3	5	3	5	3,67
68	4	3	3	4	3	4	3,50
69	4	4	3	3	3	3	3,33
70	3	4	4	3	4	3	3,50
71	4	5	4	4	4	4	4,17
72	4	5	4	4	4	4	4,17
73	3	3	3	3	3	3	3,00
74	4	5	4	4	4	4	4,17
75	3	3	3	3	3	3	3,00
76	4	3	4	4	4	4	3,83
77	3	3	3	4	3	4	3,33
78	3	3	3	4	3	4	3,33
79	5	5	3	4	3	4	4,00
80	4	5	3	5	3	5	4,17
81	4	4	4	3	4	3	3,67
82	3	5	3	4	3	4	3,67
83	4	5	4	4	4	4	4,17
84	4	5	4	4	4	4	4,17
85	5	5	4	4	4	4	4,33
86	3	4	3	3	3	3	3,17
87	3	5	3	4	3	4	3,67
88	3	3	3	4	3	4	3,33
89	4	4	4	5	4	5	4,33
90	4	5	4	3	4	3	3,83
91	3	4	3	3	3	3	3,17
92	3	5	3	3	3	3	3,33
93	4	5	4	4	4	4	4,17
94	4	5	4	4	4	4	4,17
95	4	5	4	4	4	4	4,17

96	5	5	5	5	5	5	5,00
97	5	5	5	5	5	5	5,00
98	4	4	5	5	5	5	4,67
99	3	4	4	4	4	4	3,83
100	3	4	4	3	4	3	3,50



Frequency Table

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	8	8.0	8.0	8.0
	2.00	11	11.0	11.0	19.0
	3.00	43	43.0	43.0	62.0
	4.00	36	36.0	36.0	98.0
	5.00	2	2.0	2.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3.00	24	24.0	24.0	24.0
	4.00	66	66.0	66.0	90.0
	5.00	10	10.0	10.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	6	6.0	6.0	6.0
	2.00	6	6.0	6.0	12.0
	3.00	43	43.0	43.0	55.0
	4.00	39	39.0	39.0	94.0
	5.00	6	6.0	6.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	1	1.0	1.0	1.0
	3.00	44	44.0	44.0	45.0
	4.00	46	46.0	46.0	91.0
	5.00	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	41	41.0	41.0	44.0
	4.00	52	52.0	52.0	96.0
	5.00	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	13	13.0	13.0	15.0
	3.00	31	31.0	31.0	46.0
	4.00	40	40.0	40.0	86.0
	5.00	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	19	19.0	19.0	19.0
	3.00	28	28.0	28.0	47.0
	4.00	36	36.0	36.0	83.0
	5.00	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	9	9.0	9.0	10.0
	3.00	45	45.0	45.0	55.0
	4.00	32	32.0	32.0	87.0
	5.00	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	13	13.0	13.0	15.0
	3.00	32	32.0	32.0	47.0
	4.00	39	39.0	39.0	86.0
	5.00	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	19	19.0	19.0	19.0
	3.00	27	27.0	27.0	46.0
	4.00	37	37.0	37.0	83.0
	5.00	17	17.0	17.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	8	8.0	8.0	9.0
	3.00	46	46.0	46.0	55.0
	4.00	32	32.0	32.0	87.0
	5.00	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.0	2.0	2.0
	3.00	35	35.0	35.0	37.0
	4.00	49	49.0	49.0	86.0
	5.00	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	26	26.0	26.0	30.0
	4.00	31	31.0	31.0	61.0
	5.00	39	39.0	39.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	1	1.0	1.0	2.0
	3.00	40	40.0	40.0	42.0
	4.00	43	43.0	43.0	85.0
	5.00	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y4

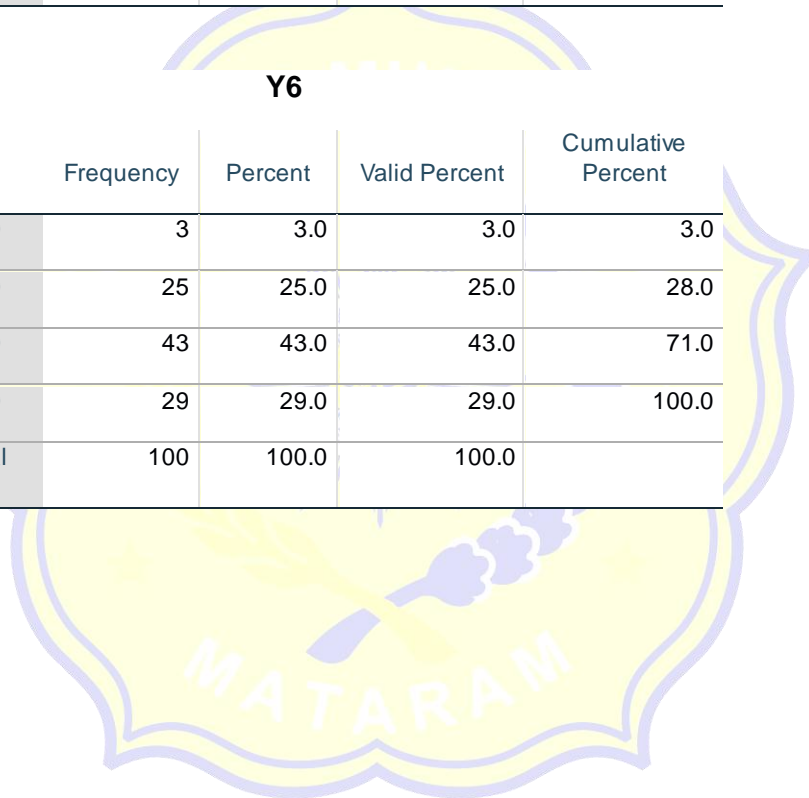
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	25	25.0	25.0	28.0
	4.00	44	44.0	44.0	72.0
	5.00	28	28.0	28.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	1	1.0	1.0	2.0
	3.00	43	43.0	43.0	45.0
	4.00	41	41.0	41.0	86.0
	5.00	14	14.0	14.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0

Y6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	25	25.0	25.0	28.0
	4.00	43	43.0	43.0	71.0
	5.00	29	29.0	29.0	100.0
	Total		100	100.0	100.0



Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.341**	.224	.293**	.010	.600**
	Sig. (2-tailed)		.001	.025	.003	.919	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.341**	1	.499**	.344**	.313**	.693**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.224	.499**	1	.473**	.412**	.775**
	Sig. (2-tailed)	.025	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.293**	.344**	.473**	1	.590**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.010	.313**	.412**	.590**	1	.620**
	Sig. (2-tailed)	.919	.002	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	.600**	.693**	.775**	.758**	.620**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6
X2.1	Pearson Correlation	1	.660**	.545**	.995**	.665**	.559**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.660**	1	.528**	.665**	.995**	.529**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	.545**	.528**	1	.563**	.511**	.993**
	Sig. (2-tailed)						
	N	100	100	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	.995**	.665**	.563**	1	.660**	.565**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	.665**	.995**	.511**	.660**	1	.524**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	.559**	.529**	.993**	.565**	.524**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	.874**	.870**	.797**	.878**	.866**	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100



Correlations

X2

X2.1	Pearson Correlation	.874**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.2	Pearson Correlation	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.3	Pearson Correlation	.797**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.4	Pearson Correlation	.878**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

X2.5	Pearson Correlation	.866**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2.6	Pearson Correlation	.803**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
X2	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6
Y1	Pearson Correlation	1	.519**	.466**	.510**	.468**	.527**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y2	Pearson Correlation	.519**	1	.355**	.375**	.389**	.358**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y3	Pearson Correlation	.466**	.355**	1	.389**	.950**	.423**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y4	Pearson Correlation	.510**	.375**	.389**	1	.406**	.962**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y5	Pearson Correlation	.468**	.389**	.950**	.406**	1	.392**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Y6	Pearson Correlation	.527**	.358**	.423**	.962**	.392**	1
	Sig. (2-tailed)						
	N						

	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	.754**	.671**	.773**	.799**	.779**	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100

Correlations

Y

Y1	Pearson Correlation	.754**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y2	Pearson Correlation	.671**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y3	Pearson Correlation	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y4	Pearson Correlation	.799**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y5	Pearson Correlation	.779**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y6	Pearson Correlation	.802**
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
Y	Pearson Correlation	1
	Sig. (2-tailed)	
	N	100

Reliability

Scale: X1

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
.701	5

Scale: X2

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
.922	6

Scale: Y

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
.853	6

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
X1	.085	100	.073	.979	100	.110
X2	.085	100	.069	.968	100	.016
Y	.085	100	.072	.974	100	.045

UJI REGRESI LINIER

Variables Entered/Removed^a

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

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.585 ^a	.342	.328	.49783

a. Predictors: (Constant), X2, X1

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	12.493	2	6.246	25.205	.000 ^b
	Residual	24.040	97	.248		
	Total	36.533	99			

a. Dependent Variable: Y

b. Predictors: (Constant), X2, X1

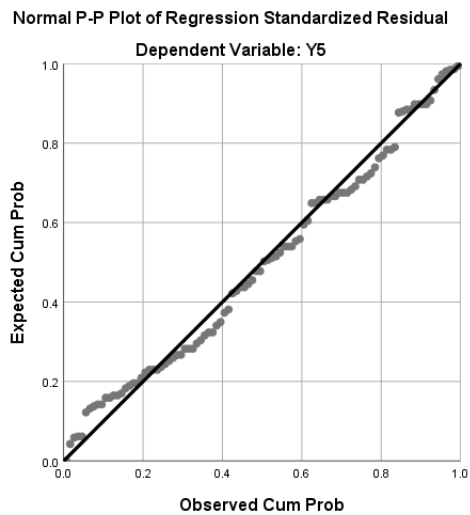
Coefficients^a

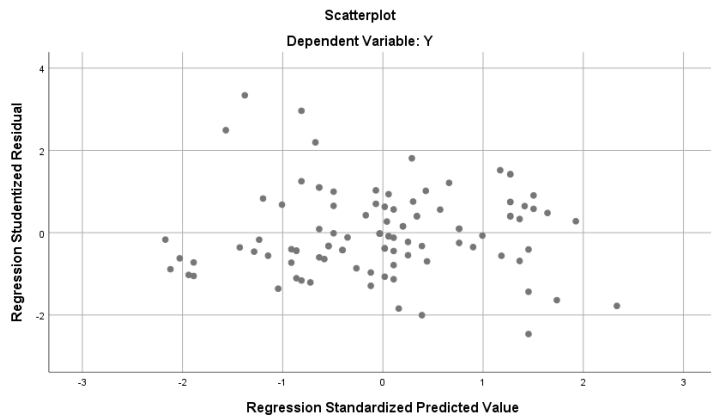
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.017	.413		2.460	.016
	X1	.660	.098	.553	6.708	.000
	X2	.150	.063	.197	2.387	.019

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	(Constant)		
	X1	1.000	1.000
	X2	1.000	1.000

a. Dependent Variable: Y





Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	.422	.261		1.619	.109
	X1	-.047	.062	-.076	-.758	.450
	X2	.035	.040	.088	.876	.383

