

BAB V

PENUTUP

Pada bab lima akan menjelaskan mengenai kesimpulan dari hasil penelitian yang sudah dilakukan. Dalam bab ini juga akan memaparkan implikasi manajerial, dan merumuskan keterbatasan penelitian serta saran.

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pada penelitian ini, dapat ditemukan hasil dari hipotesis sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada H1, variabel desain kemasan *visual* berpengaruh positif secara signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut berarti bahwa desain kemasan *visual* yang dilakukan perusahaan akan berpengaruh pada keputusan pembelian. Pada penelitian variabel desain kemasan *visual* memiliki pengaruh terhadap pembelian produk, sehingga perusahaan mampu meningkatkan dan memberikan inovasi dengan desain kemasan yang berbeda dan menarik pada kemasan produk agar mempermudah konsumen dalam menentukan produk yang akan dibeli.
2. Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada H2, variabel desain kemasan *verbal* berpengaruh positif secara signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut berarti bahwa desain kemasan *verbal* yang dilakukan perusahaan akan berpengaruh pada

keputusan pembelian. Pada penelitian variabel desain kemasan *verbal* memiliki pengaruh terhadap pembelian produk, sehingga perusahaan mampu meningkatkan dan menambahkan informasi yang berkaitan dengan produk serta berinovasi pada kemasan produk agar mempermudah konsumen dalam menentukan produk yang akan dibeli.

3. Berdasarkan hasil regresi linear berganda pada H3, variabel manfaat kemasan berpengaruh positif secara signifikan baik secara parsial maupun simultan terhadap keputusan pembelian. Hal tersebut berarti bahwa manfaat kemasan yang dilakukan perusahaan akan berpengaruh pada keputusan pembelian. Pada penelitian variabel manfaat kemasan memiliki pengaruh terhadap pembelian produk, sehingga perusahaan mampu meningkatkan dan memberikan kemudahan pada kemasan produk agar konsumen nyaman dalam menggunakan produk serta memberikan inovasi agar mempermudah konsumen lebih yakin untuk memilih produk dan menentukan produk yang akan dibeli.
4. Berdasarkan hasil uji perbedaan Anova antara variabel desain kemasan *visual*, desain kemasan *verbal*, manfaat kemasan, dan keputusan pembelian dilihat dari usia dan pendapatan perbulan yaitu memberikan kesimpulan bahwa uji perbedaan Anova pada penelitian ini menunjukkan bahwa semua variabel yang menyangkut menilai perbedaan usia dan pendapatan perbulan memiliki persepsi yang sama dengan kata lain tidak ada perbedaan dalam penelitian variabel desain kemasan *visual*, desain kemasan *verbal*, manfaat

kemasan dan keputusan pembelian terhadap penilaian dilihat dari usia, dan pendapatan perbulan.

5.2 Implikasi Manajerial

1. Hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai beta pada manfaat kemasan memperoleh nilai sebesar 0,421 dimana nilai tersebut merupakan nilai beta yang paling tinggi dibandingkan dengan variabel lainnya yang berarti variabel manfaat kemasan memiliki pengaruh yang searah dengan keputusan pembelian, sedangkan pada nilai uji-t juga memperoleh hasil yang paling tinggi dengan hasil t-hitung ($5,959$) > t-tabel ($1,975387$), artinya bahwa manfaat kemasan berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian berdasarkan pada penilaian persepsi pada variabel manfaat kemasan ditemukan bahwa rata-rata (*mean*) tertinggi pada item pertanyaan nomor 2 dengan memperoleh hasil nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,13 dengan pertanyaan “Kemasan pada produk kosmetik Emina memiliki standar kualitas yang dapat diterima”. Bagi para konsumen kemasan produk kosmetik Emina memiliki standar kualitas yang diberikan sudah cukup dan dapat diterima karena Emina memiliki kualitas kemasan yang berfungsi baik dan dapat digunakan dengan mudah dalam penggunaan produk. Oleh karena itu sangat penting bagi perusahaan untuk lebih memperhatikan dan memastikan segala proses dalam pembuatan produk Emina dalam memenuhi standar pada produk serta dapat melakukan *quality control* pada produk dan mampu

meningkatkan kualitas produk dengan menunjukan sertifikat produk dan nantinya dapat mempengaruhi konsumen dalam memutuskan untuk melakukan pembelian produk kosmetik Emina.

2. Hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai beta pada desain kemasan *verbal* memperoleh nilai sebesar 0,265, dimana nilai tersebut merupakan nilai beta yang paling tinggi kedua yang berarti variabel desain kemasan *verbal* memiliki pengaruh yang searah dengan keputusan pembelian, sedangkan pada nilai t memperoleh hasil t-hitung $(3,148) > t\text{-tabel } (1,975387)$, artinya bahwa desain kemasan *verbal* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian berdasarkan pada penilaian persepsi pada variabel desain kemasan *verbal* ditemukan bahwa rata-rata (*mean*) tertinggi pada item pertanyaan nomor 7 dengan memperoleh hasil nilai rata-rata (*mean*) 4,32 dengan pertanyaan, “Saya lebih menyukai informasi pada kemasan produk kosmetik Emina yang tercetak dalam bahasa yang saya kenal”. Berdasarkan hal tersebut bagi konsumen bahasa yang digunakan pada kemasan produk Emina mampu dipahami para konsumen dari segi informasi yang disampaikan pada kemasan untuk dapat dibaca dan dipahami yang berkaitan dengan produk. Sehingga perusahaan harus mampu mempertahankan desain kemasan *verbal* mengenai bahasa yang dikenal yang digunakan pada produk kosmetik Emina, dengan memberikan informasi yang jelas pada produk agar mampu dipahami oleh konsumen, sehingga Emina kosmetik mampu mendapatkan kepercayaan lebih dari konsumen. Oleh karena itu,

informasi yang berkaitan dengan produk dengan menggunakan tata cara bahasa yang mampu dipahami merupakan hal yang sangat penting agar mampu mempengaruhi konsumen dalam keputusan pembelian mereka.

3. Hasil analisis regresi linear berganda pada penelitian ini menunjukkan bahwa nilai beta pada desain kemasan *visual* memperoleh nilai sebesar 0,146 dimana nilai tersebut merupakan nilai beta yang paling rendah dibandingkan dengan variabel lainnya dengan begitu berarti variabel desain kemasan *visual* tetap memiliki pengaruh yang searah dengan keputusan pembelian, sedangkan pada nilai t memperoleh hasil t-hitung $(2,171) > t\text{-tabel}$ $(1,975387)$, artinya bahwa desain kemasan *visual* berpengaruh secara positif dan signifikan terhadap keputusan pembelian. Kemudian berdasarkan pada penilaian persepsi pada variabel desain kemasan *visual* ditemukan bahwa rata-rata (*mean*) tertinggi pada item pertanyaan nomor 2 dengan memperoleh hasil nilai rata-rata (*mean*) sebesar 4,29 dengan pertanyaan “Warna kemasan pada kosmetik Emina mudah diingat”. Bagi konsumen warna yang unik pada kemasan Emina dan terkesan sebagai kemasan yang *eyecatching* dengan mengenali kemasan Emina yang memiliki *image* yang *fun* dan *playful*. Berdasarkan hal tersebut, maka perusahaan harus mempertahankan variabel desain kemasan *visual*, sehingga perusahaan mampu lebih berinovasi, mengembangkan, serta mempertahankan desain kemasan *visual* dengan memberikan desain yang menarik dan terus memperkenalkan desain kemasan terbaru produk kosmetik Emina, sehingga

desain kemasan *visual* dapat terus mempengaruhi konsumen untuk membuat keputusan pembelian mereka.

5.3 Keterbatasan Penelitian

1. Penelitian ini dilakukan hanya melihat pada satu merek produk saja, sehingga tidak dapat dikatakan bahwa hasil penelitian ini dapat berlaku secara umum pada semua kemasan produk kosmetik.
2. Responden penelitian ini dibatasi dengan cara penyebaran kuesioner melalui penyebaran melalui kuesioner *online*. Karena dengan melalui kuesioner dan penyebaran secara *online* responden dapat mengisi kuesioner penelitian ini secara tidak terkontrol (misalnya responden bisa saja mengisi kuesioner peneliti dengan repitisi atau pengisian kuesioner berulang, dan peneliti tidak mengetahui bahwa responden sudah benar-benar mengisi kuesioner peneliti atau tidak mengisi kuesioner peneliti), sehingga hasil dalam penelitian ini dapat berpengaruh dikarenakan jawaban responden yang tidak terkontrol tersebut.
3. Didalam jurnal utama yang digunakan pada penelitian ini menguji salah satu pada variabel manfaat kemasan yaitu menguji yang berhubungan dengan kemasan ramah lingkungan. Akan tetapi karena produk Emina Kosmetik tidak menggunakan kemasan yang ramah lingkungan, maka pertanyaan yang berkaitan dengan ramah lingkungan tersebut dihapus pada penelitian ini agar penelitian ini tetap relevan terhadap merek Emina sendiri.

5.4 Saran Penelitian Selanjutnya

1. Peneliti diharapkan selanjutnya agar menambahkan objek penelitian agar mampu melihat lebih luas atas fenomena yang ada. Misalnya peneliti meneliti menambahkan beberapa produk kemasan kosmetik yang lainnya, sehingga penelitian selanjutnya dapat menjelaskan dan melihat kemasan kosmetik dan berlaku secara umum.
2. Peneliti selanjutnya diharapkan untuk bisa memberikan alternatif digunakannya kuesioner langsung, dikarena proses pengisiannya menjadi lebih terkontrol, ataupun bisa ditambahkan metode wawancara kepada responden dalam penelitian selanjutnya.
3. Penelitian selanjutnya diharapkan agar mencari objek lain yang berkaitan dengan produk kemasan yang ramah lingkungan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abbasi, M., & Aghaei, D. M. (2016). The Effect of Packaging Factors on Customer Purchase Intention with Cognitive - Perceptual Approach. *International Journal of Humanities and Cultural Studies*, 13.
- Awuy, J. E., & Pangemanan, S. S. (2019). The Impact of Packaging Color on Consumer Decision Making Case Study: Pocky Stick Biscuit. *Jurnal EMBA; Vol. 7, No.1, Hal. 111-120*, 10.
- Bizteka, S. (2015, Desember 31). *Perkembangan Pasar Industri Kosmetik Di Indonesia, 2010 – 2015*. Reference Analysis of Business in Indonesia. diakses dari <https://cci-indonesia.com/perkembangan-pasar-industri-kosmetik-di-indonesia-2010-2015/> pada tanggal 5 Maret 2020.
- Cekindo. (2019, Desember 31). *Registrasi Kosmetik di Indonesia*. Cekindo. diakses dari <https://www.cekindo.com/id/layanan/registrasi-kosmetik-indonesia> pada tanggal 5 Maret 2020.
- Emina. (2019, Desember 31). *Emina Born to be Loved*. Emina. diakses dari <https://www.eminacosmetics.com/en/> pada tanggal 28 Februari 2020.
- Ghozali, P. I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25 Edisi 9*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gumiwang, R. (2019, Juni 21). *Industri Kosmetik di Balik Tren Masuknya Para Artis ke Industri Kosmetik*. Trito.id. diakses dari <https://tirto.id/di-balik->

tren-masuknya-para-artis-ke-industri-kosmetik-ecFW pada tanggal 6 Maret 2020.

Imiru , G. A. (2017). The Effect of Packaging Attributes on Consumer Buying Decision Behavior in Major Commercial Cities in Ethiopia. *International Journal of Marketing Studies; Vol.9, No. 6, 12.*

Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management 15th Edition*. United Kingdom: Pearson Education.

Kuvykaite, R., Dovaliene, A., & Navickien, L. (2009). Impact of Package Elements on Consumer's Purchase Decision. *Economics & Management: 14, 7.*

NewsLab, R. (2018, April 9). *Ekonomi, Kosmetik, dan Perempuan*. NewsLab UAJY Situs warta Atma Jogja. diakses dari <http://newslab.uajy.ac.id/2018/04/09/ekonomi-kosmetik-dan-perempuan/> pada tanggal 6 Maret 2020.

R, U., Shellhammer, M. T., & Lopetcharat, K. (2004). Promoting brand benefits: the role of consumer psychographics and lifestyle. *Journal of Consumer Marketing; Vol. 21, Issue 2, Page. 97-108, 13.*

Salem, M. Z. (2018). Effects of Perfume Packaging on Basque Female Consumers Purchase Decision in Spain. *Management Decision; Vol. 56, No.8, 22.*

Salem, M. Z. (2019). Effects of Formula Milk Packaging Design on Breastfeeding Palestinian Women's Purchasing Decisions. *Ethiop. J. Health Dev, 3.*

Sekaran, U., & Bougie, R. (2016). *Research Methods for Business : a Skill-Building Approach Seventh Edition*. Chichester, West Sussex, United Kingdom: John Wiley & Sons.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian Edisi 6 Buku 1*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Sekaran, U., & Bougie, R. (2017). *Metode Penelitian untuk Bisnis Pendekatan Pengembangan-Keahlian Edisi 6 Buku 2*. Jakarta Selatan: Salemba Empat.

Seyedsalehi, M.-S. T. (2015). The Effect of Packaging and Brand on Children's and Parents' Purchasing Decisions and the Moderating Role of Pester Power. *British Food Journal*; Vol.177, Issue 8, 29.

Silayoi, P., & Speece, M. (2004). Packaging and Purchase Decisions an Exploratory Study on the Impact of Involvement Level and Time Pressure. *British Food Journal*; Vol.106, Issue 8, 31.

Statistik, B. P. (2019, Desember 31). *Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin 2019*. Badan Pusat Statistik. diakses dari https://www.bps.go.id/indikator/indikator/view_data_pub/0000/api_pub/58/da_03/1 pada tanggal 26 Februari 2020.

Sugiyono, P. (2007). *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, P. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Supranto, J. (2009). *Statistik Teori dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga.

Utama, P. M. (2016). *Aplikasi Analisis Kuantitatif untuk Ekonomi dan Bisnis*.

Denpasar: CV. Sastra Utama.

Waheed, S., Khan, M. M., & Ahmad, N. (2018). Product Packaging and Consumer Purchase Intentions. *Market Forces College of Management Sciences; Vol.13, Issue 2*, 18.

Widianti, N. (2019, Maret 13). *Perjalanan Emina Selama 4 Tahun Mewarnai Industri Kecantikan Tanah Air*. Beauty Journal by Sociolla. diakses dari <https://journal.sociolla.com/beauty/perjalanan-emina-selama-4-tahun/amp/> pada tanggal 28 Februari 2020.

Wulansari, A. S. (2019). Food Product Packaging Design as Marketing Tools in Purchase Decision. *Journal of Management and Leadership; Vol.2, No.2*, 12.

Zekiri, J. (2015). The Role and Impact of the Packaging Effect on Consumer Buying Behaviour. *Ecoforum; Vol. 4, Special Issue 1*, 9.



Kepada yang terhormat saudara / saudari:

Perkenalkan saya Maria Tessya Lerry Vernanda (160322683) Mahasiswa Fakultas Bisnis dan Ekonomika Program Studi Manajemen Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini saya sedang melakukan penelitian untuk tugas akhir saya maka dari itu, saya mohon saudara/saudari untuk mengisi kuesioner penelitian saya.

Adapun kuesioner ini ditujukan bagi orang-orang yang sudah pernah membeli dan menggunakan produk kosmetik Emina minimal 1 kali dalam kurun waktu 2 tahun terakhir. Tujuan dari kuesioner ini adalah untuk mengetahui seberapa besar Anda dalam merasakan produk kosmetik Emina dari segi kemasan yang mempengaruhi Anda dalam keputusan pembelian. Semua data yang diberikan pada kuesioner penelitian ini akan disimpan dan hanya digunakan untuk tujuan penelitian saja. Saya ucapkan banyak terima kasih untuk segala partisipasinya. Tuhan memberkati.

Berilah tanda cek list (✓) pada pilihan yang tersedia untuk pilih jawaban Anda. Setiap item terdiri dari kuesioner ini memiliki lima jawaban dengan keterangan sebagai berikut:

Pilihan Jawaban	Arti Jawaban
STS	Sangat Tidak Setuju
TS	Tidak Setuju
N	Netral
S	Setuju
SS	Sangat Setuju

Apakah Anda pernah membeli produk kosmetik Emina minimal 1 kali dalam kurun waktu 2 tahun terakhir?

- a. Ya (Lanjutkan)
- b. Tidak (Berhenti disini)

Apakah Anda juga menggunakan produk kosmetik Emina minimal 1 kali dalam kurun waktu 2 tahun terakhir?

- a. Ya (Lanjutkan)
- b. Tidak (Berhenti disini)

Profil Responden

Tolong berikan informasi tentang latar belakang Anda untuk penelitian ini, dengan menjawab pertanyaan berikut:

Jenis Kelamin

- a. Pria
- b. Wanita

Usia

.....

Tingkat Pendidikan Terakhir

- a. SMA
- b. D3
- c. S1
- d. S2

- e. Lainnya

Jenis Pekerjaan

- a. Pelajar/Mahasiswa
b. PNS/Karyawan Swasta
c. Wiraswasta/Pengusaha
d. Lainnya

Pendapatan / Uang Saku per Bulan (dalam keadaan situasi normal)

- a. $\leq$ Rp 1.500.000
b. $>$ Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
c. $>$ Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000
d. $\geq$ Rp. 4.500.000

A. Desain Kemasan Visual

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Warna kemasan pada kosmetik Emina menarik perhatian saya.					
Warna kemasan pada kosmetik Emina mudah diingat.					
Bentuk kemasan pada kosmetik Emina menarik perhatian saya.					
Bentuk kemasan pada produk kosmetik Emina nyaman digunakan.					
Ukuran kemasan pada kosmetik Emina memenuhi kebutuhan saya.					
Ukuran kemasan mendorong saya untuk membeli produk kosmetik Emina.					
Gambar pada kemasan membuat produk kosmetik Emina dikenali.					
Penggunaan huruf pada kemasan produk kosmetik Emina menarik perhatian saya.					

B. Desain Kemasan Verbal

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Merek kosmetik Emina yang tertera pada produknya menarik perhatian saya.					
Merek kosmetik Emina yang tertera pada kemasannya unik dibandingkan dengan merek yang lain.					
Merek kosmetik Emina yang tertera dalam kemasannya mudah diingat.					
Informasi produk (misalnya: bahan baku, cara penggunaan produk, varian produk, kegunaan produk, dll) tercantum dengan jelas pada kemasan kosmetik Emina.					
Informasi produk (misalnya: bahan baku, cara penggunaan produk, varian produk, kegunaan produk, dll) yang tertera pada kemasan kosmetik Emina memengaruhi kepercayaan saya terhadap produk.					
Instruksi mengenai penyimpanan produk (misalnya: penyimpanan di suhu ruangan / lokasi yang tidak lembab) yang tertera pada kemasan kosmetik Emina mudah untuk diikuti oleh saya.					
Saya lebih menyukai informasi pada kemasan produk kosmetik Emina yang tercetak dalam bahasa yang saya kenal.					
Menurut saya informasi produk pada kemasan (seperti: nama perusahaan, alamat, tanggal produksi dan kadaluwarsa) tercantum dengan jelas.					

C. Manfaat Kemasan

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Kemasan pada produk kosmetik Emina memiliki kualitas yang dibuat dengan baik.					
Kemasan pada produk kosmetik Emina memiliki standar kualitas yang dapat diterima.					
Kemasan pada kosmetik Emina membangkitkan perasaan yang nyaman (yang membuat saya rileks).					
Kemasan pada kosmetik Emina membangkitkan perasaan yang nyaman (memberikan saya kesenangan).					
Kemasan pada kosmetik Emina meningkatkan saya dalam konsep diri secara sosial (membantu saya agar merasa diterima).					
Kemasan pada kosmetik Emina meningkatkan saya dalam konsep diri secara sosial (memperbaiki cara saya agar dipahami oleh orang lain).					
Saya menyukai kemasan kosmetik Emina yang memiliki kualitas tinggi.					
Saya menyukai kemasan kosmetik Emina yang mudah dibuka.					

D. Keputusan Pembelian

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
Merek kosmetik Emina mempengaruhi saya dalam pengambilan keputusan pembelian.					
Adanya informasi mengenai produk (bahan baku, cara penggunaan produk, varian produk, kegunaan produk, tanggal produksi, tanggal kadaluwarsa, dll) yang tertera pada kemasan kosmetik Emina mempengaruhi saya dalam pengambilan keputusan pembelian kosmetik Emina.					
Warna dalam kemasan produk kosmetik Emina memengaruhi saya dalam pengambilan keputusan pembelian.					
Bentuk pada kemasan menarik saya untuk membeli produk kosmetik Emina.					
Ukuran kemasan yang sempurna mempengaruhi saya dalam pengambilan keputusan pembelian.					
Kemudahan penggunaan pada produk kosmetik Emina mempengaruhi saya dalam pengambilan keputusan pembelian.					
Manfaat pengemasan pada produk kosmetik Emina memengaruhi saya dalam pengambilan keputusan pembelian.					



LAMPIRAN II

PENELITIAN TERDAHULU

No.	Penulis	Variabel dan Metode Penelitian	Hasil
1.	<i>Packaging and Purchase Decisions</i> Pinya Silayoi, Mark Speece (2004)	Variabel Independen: 1. Elemen <i>Visual</i> (Grafik) 2. Elemen <i>Visual</i> (Ukuran/Bentuk) 3. Elemen Informasi (Informasi Produk) 4. Elemen Informasi (Teknologi) Variabel Dependen: 1. Keputusan Pembelian Variabel Mediasi: 1. Tekanan Waktu 2. Tingkat Keterlibatan Metode: • Metode kelompok fokus • Wawancara kelompok	Hasil studi kelompok fokus ini memang mendukung proposisi yang sudah tercantum pada penelitian. Secara umum, elemen-elemen visual dari kemasan memengaruhi pilihan produk menjadi hebat luasnya, dan grafik serta warna seringkali merupakan pengaruh utama. Kemasan yang menarik menghasilkan perhatian konsumen dengan menerobos kekacauan kompetitif. Kejelasan gambar memiliki dampak paling positif untuk produk dengan tingkat keterlibatan yang lebih rendah. Namun, elemen informasi menjadi semakin penting dan berpengaruh pilihan. Para peserta cenderung menilai kinerja produk makanan dengan membaca label jika mereka mempertimbangkan produk lebih hati-hati. Informasi yang disampaikan dengan tepat pada kemasan menghasilkan dampak kuat pada keputusan pembelian konsumen. Ini informasi mengurangi ketidakpastian dan menciptakan kredibilitas produk.
2.	<i>The Effect of Packaging and Brand on Children's and Parents' Purchasing Decisions and The Moderating Role of Pester Power.</i> Mahsa-Sadat Taghavi Alireza SeyedSalehi (2015)	Variabel Independen: 1. Efek pengemasan pada orang tua dan anak-anak 2. Efek merek pada anak-anak 3. Efek merek pada orang tua Variabel Dependen: 1. Keputusan pembelian	Hasil penelitian ini mendukung hipotesis tentang pengaruh kemasan pada keputusan pembelian orang tua dan anak-anak mereka. Temuan ini menekankan pentingnya elemen visual kemasan sebagai alat pemasaran dan menyiratkan bahwa elemen kemasan seperti karakter kartun, warna, gambar, dan formulir harus diperhitungkan oleh manajer, produsen, dan agen pemasaran sebagai cara untuk meningkatkan

		Variabel Mediasi: 1. Kekuatan mengganggu anak-anak Metode: • Skala likert • Kuesioner • <i>Cornbach alpha</i> • Faktor analisis • <i>Structural Equation Modeling (SEM)</i> • SPSS 21 • IBM AMOS 21 • <i>Path Analysis</i>	penjualan. Dengan kata lain, dengan memperhatikan elemen-elemen ini, produsen dapat memiliki efek paling kuat pada orang tua dan anak-anak.
3.	<i>The Role and Impact of The Packaging Effect on Consumer Buying Behaviour.</i> Jusuf Zekiri (2015)	Variabel Independen: 1. Warna Kemasan 2. Labeling 3. Kualitas bahan kemasan 4. Desain kemasan 5. Informasi yang tercetak 6. Bahasa 7. Citra Merek 8. Inovasi dan kepraktisan 9. Kualitas Kemasan Variabel Dependen: 1. Perilaku pembelian konsumen	Hasil penelitian yang diperoleh tentang peran dan dampak pengemasan pada perilaku pembelian konsumen terletak kesimpulan, yang menyatakan bahwa elemen pengemasan, warna kemasan label, informasi pada kemasan, bahasa, kualitas bahan kemasan, Inovasi dan kepraktisan, dan desain kemasan tampaknya menjadi yang paling penting dalam pemilihan produk selama proses pembelian. Karena pada hasil yang diperoleh menemukan bahwa elemen pada kemasan sangat penting selama proses pembelian dan mereka banyak memfasilitasi proses pengambilan keputusan.

		Metode: • Kuesioner • SPSS • Excel • Data Primer dan Sekunder	
4.	<i>The Impact of Packaging Color on Consumer Decision Making Case Study: Pocky Stick Biscuit.</i> Jubal Eduard Nyong Awuy, Sifrid S Pangemanan (2019)	Variabel Independen: 1. Desain 2. Budaya 3. Emosi 4. Kualitas Variabel Dependen: 1. Perilaku Konsumen Metode: • Regresi berganda • SPSS • Cronbach alpha • Kuesioner	Hasil dalam penelitian ini merupakan temuan dan hasilnya dapat kesimpulan berdasarkan penelitian ini bisa menjadi dirumuskan sebagai berikut: 1. Desain, Budaya, Emosi, dan Kualitas sebagai variabel independen secara simultan mempengaruhi Konsumen Perilaku sebagai variabel dependen. 2. Desain sebagai salah satu variabel independen tidak mempengaruhi Perilaku Konsumen secara signifikan. 3. Budaya sebagai salah satu variabel independen tidak mempengaruhi Perilaku Konsumen secara signifikan. 4. Emosi sebagai salah satu variabel independen tidak secara signifikan mempengaruhi Perilaku Konsumen. 5. Kualitas sebagai salah satu variabel independen tidak mempengaruhi Perilaku Konsumen secara parsial
5.	<i>The Effect of Packaging Factors on Customer Purchase Intention with Cognitive - Perceptual Approach.</i>	Variabel Independen: 1. Faktor Kemasan 2. Faktor Individu 3. Faktor yang terkait dengan produk 4. Desain Penampilan Produk 5. Evaluasi pengemasan	Hasil penelitian ini untuk memahami dampak faktor pengemasan pada niat pembelian pelanggan dan dalam keputusan mereka tentang meningkatkan kemauan untuk membeli. diantara konsumen, menggunakan hasil penelitian ini pada faktor-faktor yang mempengaruhi investasi mereka. Peneliti juga

	Dr. Mohammad Aghaei, Dr. Mohammad Aghaei (2016)	6. Metode konsumsi Variabel Dependen: 1. <i>Word of mouth advertising</i> (iklan dari mulut ke mulut) 2. Memilih produk Variabel Mediasi: 1. Pendekatan persepsi kognitif ke produk 2. Pendekatan kognitif 3. Pendekatan persepsi 4. Kecenderungan untuk membeli produk Metode: • <i>Partial Least Squares (PLS)</i> • <i>5 Point Skala Likert</i> • Kuesioner • <i>Cronbach Alpha</i>	melanjutkan penelitian dapat memperhatikan hal-hal berikut: Menambahkan variabel lain dalam bidang model konseptual kemasan, pengaruh jenis dan sifat produk dalam kemasan, uji model baru dan ulasan hasil hipotesis pada populasi.
--	--	--	---



LAMPIRAN III

UJI VALIDITAS

HASIL UJI VALIDITAS DESAIN KEMASAN VISUAL

		Correlations								
		DVS1	DVS2	DVS3	DVS4	DVS5	DVS6	DVS7	DVS8	TOTAL_DVS
DVS1	Pearson Correlation	1	.415*	.429*	.301	.409*	.119	.152	.239	.538**
	Sig. (2-tailed)		.023	.018	.107	.025	.531	.423	.203	.002
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DVS2	Pearson Correlation	.415*	1	.333	.509**	.524**	.184	.475**	.351	.690**
	Sig. (2-tailed)	.023		.072	.004	.003	.331	.008	.057	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DVS3	Pearson Correlation	.429*	.333	1	.366*	.394*	.535**	.331	.312	.700**
	Sig. (2-tailed)	.018	.072		.047	.031	.002	.074	.093	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DVS4	Pearson Correlation	.301	.509**	.366*	1	.474**	.356	.306	.158	.637**
	Sig. (2-tailed)	.107	.004	.047		.008	.054	.100	.405	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DVS5	Pearson Correlation	.409*	.524**	.394*	.474**	1	.336	.058	.070	.591**
	Sig. (2-tailed)	.025	.003	.031	.008		.069	.761	.713	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DVS6	Pearson Correlation	.119	.184	.535**	.356	.336	1	.473**	.413*	.699**
	Sig. (2-tailed)	.531	.331	.002	.054	.069		.008	.023	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DVS7	Pearson Correlation	.152	.475**	.331	.306	.058	.473**	1	.604**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.423	.008	.074	.100	.761	.008		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DVS8	Pearson Correlation	.239	.351	.312	.158	.070	.413*	.604**	1	.658**
	Sig. (2-tailed)	.203	.057	.093	.405	.713	.023	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_DVS	Pearson Correlation	.538**	.690**	.700**	.637**	.591**	.699**	.683**	.658**	1
	Sig. (2-tailed)	.002	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

HASIL UJI VALIDITAS DESAIN KEMASAN VERBAL

		Correlations								
		DVB1	DVB2	DVB3	DVB4	DVB5	DVB6	DVB7	DVB8	TOTAL_DVB
DVB1	Pearson Correlation	1	.164	.019	.058	.231	.454*	-.058	.125	.496**
	Sig. (2-tailed)		.387	.922	.762	.220	.012	.761	.509	.005
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DVB2	Pearson Correlation	.164	1	.266	.054	.235	.421*	.045	.279	.474**
	Sig. (2-tailed)	.387		.156	.775	.211	.021	.815	.136	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DVB3	Pearson Correlation	.019	.266	1	.247	.254	.227	.106	.585**	.474**
	Sig. (2-tailed)	.922	.156		.188	.175	.227	.576	.001	.008
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DVB4	Pearson Correlation	.058	.054	.247	1	.607**	.310	.624**	.599**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.762	.775	.188		.000	.095	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DVB5	Pearson Correlation	.231	.235	.254	.607**	1	.671**	.428*	.549**	.786**
	Sig. (2-tailed)	.220	.211	.175	.000		.000	.018	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DVB6	Pearson Correlation	.454*	.421*	.227	.310	.671**	1	.319	.561**	.823**
	Sig. (2-tailed)	.012	.021	.227	.095	.000		.086	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DVB7	Pearson Correlation	-.058	.045	.106	.624**	.428*	.319	1	.581**	.556**
	Sig. (2-tailed)	.761	.815	.576	.000	.018	.086		.001	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DVB8	Pearson Correlation	.125	.279	.585**	.599**	.549**	.561**	.581**	1	.797**
	Sig. (2-tailed)	.509	.136	.001	.000	.002	.001	.001		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_DVB	Pearson Correlation	.496**	.474**	.474**	.640**	.786**	.823**	.556**	.797**	1
	Sig. (2-tailed)	.005	.008	.008	.000	.000	.000	.001	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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

HASIL Uji VALIDITAS MANFAAT KEMASAN

		Correlations								
		MK1	MK2	MK3	MK4	MK5	MK6	MK7	MK8	TOTAL_MK
MK1	Pearson Correlation	1	.831**	.710**	.808**	.318	.252	.752**	.564**	.820**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.087	.179	.000	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MK2	Pearson Correlation	.831**	1	.770**	.816**	.115	.131	.647**	.609**	.755**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.546	.490	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MK3	Pearson Correlation	.710**	.770**	1	.831**	.343	.502**	.691**	.609**	.860**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.064	.005	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MK4	Pearson Correlation	.808**	.816**	.831**	1	.442*	.427*	.805**	.751**	.924**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.014	.019	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MK5	Pearson Correlation	.318	.115	.343	.442*	1	.815**	.451*	.461*	.662**
	Sig. (2-tailed)	.087	.546	.064	.014		.000	.012	.010	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MK6	Pearson Correlation	.252	.131	.502**	.427*	.815**	1	.388*	.489**	.666**
	Sig. (2-tailed)	.179	.490	.005	.019	.000		.034	.006	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MK7	Pearson Correlation	.752**	.647**	.691**	.805**	.451*	.388*	1	.449*	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.012	.034		.013	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
MK8	Pearson Correlation	.564**	.609**	.609**	.751**	.461*	.489**	.449*	1	.763**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.010	.006	.013		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_MK	Pearson Correlation	.820**	.755**	.860**	.924**	.662**	.666**	.829**	.763**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

HASIL Uji VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN

		Correlations							
		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7	TOTAL_KP
KP1	Pearson Correlation	1	.420*	.619**	.594**	.340	.639**	.506**	.785**
	Sig. (2-tailed)		.021	.000	.001	.066	.000	.004	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
KP2	Pearson Correlation	.420*	1	.292	.201	.120	.316	.438*	.517**
	Sig. (2-tailed)	.021		.117	.286	.527	.089	.016	.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
KP3	Pearson Correlation	.619**	.292	1	.821**	.361	.572**	.534**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.000	.117		.000	.050	.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
KP4	Pearson Correlation	.594**	.201	.821**	1	.552**	.722**	.635**	.869**
	Sig. (2-tailed)	.001	.286	.000		.002	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
KP5	Pearson Correlation	.340	.120	.361	.552**	1	.696**	.473**	.640**
	Sig. (2-tailed)	.066	.527	.050	.002		.000	.008	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
KP6	Pearson Correlation	.639**	.316	.572**	.722**	.696**	1	.750**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.000	.089	.001	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
KP7	Pearson Correlation	.506**	.438*	.534**	.635**	.473**	.750**	1	.804**
	Sig. (2-tailed)	.004	.016	.002	.000	.008	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL_KP	Pearson Correlation	.785**	.517**	.818**	.869**	.640**	.871**	.804**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.003	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

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



HASIL UJI RELIABILITAS DESAIN KEMASAN VISUAL

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
DVS1	4.20	.610	30
DVS2	4.23	.626	30
DVS3	4.10	.712	30
DVS4	4.20	.714	30
DVS5	4.23	.774	30
DVS6	3.83	.950	30
DVS7	4.13	.819	30
DVS8	3.77	1.040	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DVS1	28.50	14.328	.418	.787
DVS2	28.47	13.499	.596	.765
DVS3	28.60	13.076	.592	.763
DVS4	28.50	13.431	.514	.774
DVS5	28.47	13.499	.446	.783
DVS6	28.87	12.120	.546	.769
DVS7	28.57	12.737	.551	.767
DVS8	28.93	12.133	.471	.786

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
32.70	16.631	4.078	8

HASIL UJI RELIABILITAS DESAIN KEMASAN VERBAL

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.769	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
DVB1	3.57	1.006	30
DVB2	3.83	.592	30
DVB3	4.10	.548	30
DVB4	4.30	.535	30
DVB5	4.00	.743	30
DVB6	4.00	.830	30
DVB7	4.30	.651	30
DVB8	4.17	.592	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
DVB1	28.70	9.666	.233	.810
DVB2	28.43	10.530	.326	.766
DVB3	28.17	10.626	.338	.764
DVB4	27.97	10.033	.535	.739
DVB5	28.27	8.616	.680	.704
DVB6	28.27	8.064	.716	.693
DVB7	27.97	10.033	.406	.755
DVB8	28.10	9.197	.720	.708

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
32.27	12.133	3.483	8

HASIL UJI RELIABILITAS MANFAAT KEMASAN

Case Processing Summary

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

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.904	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
MK1	3.90	.923	30
MK2	3.97	.850	30
MK3	3.50	.974	30
MK4	3.73	.980	30
MK5	3.37	1.189	30
MK6	3.30	1.022	30
MK7	3.53	.973	30
MK8	4.03	.669	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
MK1	25.43	27.013	.757	.887
MK2	25.37	28.240	.682	.893
MK3	25.83	26.144	.807	.882
MK4	25.60	25.352	.893	.873
MK5	25.97	27.206	.525	.913
MK6	26.03	28.102	.552	.906
MK7	25.80	26.510	.765	.886
MK8	25.30	29.528	.709	.894

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
29.33	35.126	5.927	8

HASIL UJI RELIABILITAS KEPUTUSAN PEMEBELIAN

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
KP1	3.97	.890	30
KP2	4.00	.830	30
KP3	3.90	.995	30
KP4	3.80	1.031	30
KP5	4.07	.691	30
KP6	4.00	.788	30
KP7	3.90	.759	30

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
KP1	23.67	15.333	.689	.854
KP2	23.63	17.689	.365	.893
KP3	23.73	14.478	.721	.850
KP4	23.83	13.799	.793	.839
KP5	23.57	17.357	.537	.873
KP6	23.63	15.275	.818	.840
KP7	23.73	15.926	.731	.851

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
27.63	20.930	4.575	7



LAMPIRAN V

ANALISIS DESKRIPTIF RESPONDEN

HASIL ANALISIS DESKRIPTIF RESPONDEN

Statistics

		Usia	Tingkat Pendidikan Terakhir	Jenis Pekerjaan	Pendapatan Perbulan
N	Valid	159	159	159	159
	Missing	0	0	0	0

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-21	91	57.2	57.2	57.2
	22-26	68	42.8	42.8	100.0
	Total	159	100.0	100.0	

Tingkat Pendidikan Terakhir

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	117	73.6	73.6	73.6
	S1	41	25.8	25.8	99.4
	S2	1	.6	.6	100.0
	Total	159	100.0	100.0	

Jenis Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pelajar/Mahasiswa	146	91.8	91.8	91.8
	PNS/Karyawan Swasta	7	4.4	4.4	96.2
	Wiraswasta/Pengusaha	3	1.9	1.9	98.1
	Lainnya	3	1.9	1.9	100.0
	Total	159	100.0	100.0	

Pendapatan Perbulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	≤ Rp 1.500.000	56	35.2	35.2	35.2
	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	83	52.2	52.2	87.4
	> Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000	12	7.5	7.5	95.0
	≥ Rp. 4.500.000	8	5.0	5.0	100.0
	Total	159	100.0	100.0	



LAMPIRAN VI

ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL

HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL DESAIN KEMASAN VISUAL

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DVS1	159	3	5	4.24	.611
DVS2	159	2	5	4.29	.669
DVS3	159	2	5	4.17	.740
DVS4	159	2	5	4.21	.637
DVS5	159	2	5	4.16	.716
DVS6	159	1	5	3.90	.901
DVS7	159	2	5	4.24	.660
DVS8	159	2	5	3.89	.876
TOTAL_DVS	159	23	40	33.09	4.150
Valid N (listwise)	159				

HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL DESAIN KEMASAN VERBAL

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
DVB1	159	1	5	3.87	.891
DVB2	159	2	5	3.87	.877
DVB3	159	2	5	4.15	.628
DVB4	159	2	5	4.11	.792
DVB5	159	2	5	4.08	.784
DVB6	159	1	5	4.11	.824
DVB7	159	3	5	4.32	.687
DVB8	159	2	5	4.16	.719
TOTAL_DVB	159	21	40	32.67	4.529
Valid N (listwise)	159				

HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL MANFAAT KEMASAN

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
MK1	159	1	5	4.07	.676
MK2	159	2	5	4.13	.624
MK3	159	1	5	3.74	.828
MK4	159	1	5	3.95	.778
MK5	159	1	5	3.60	.975
MK6	159	1	5	3.55	.925
MK7	159	1	5	3.89	.787
MK8	159	2	5	4.21	.669
TOTAL_MK	159	10	40	31.14	4.718
Valid N (listwise)	159				

HASIL ANALISIS DESKRIPTIF VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
KP1	159	1	5	4.13	.730
KP2	159	2	5	4.15	.797
KP3	159	1	5	4.11	.904
KP4	159	1	5	4.10	.789
KP5	159	2	5	4.16	.716
KP6	159	2	5	4.28	.693
KP7	159	2	5	4.00	.771
TOTAL_KP	159	13	35	28.92	4.182
Valid N (listwise)	159				



LAMPIRAN VII

ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

HASIL ANALISIS REGRESI LINEAR BERGANDA

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Manfaat Kemasan, Desain Kemasan Visual, Desain Kemasan Verbal ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.688 ^a	.473	.463	3.06557

a. Predictors: (Constant), Manfaat Kemasan, Desain Kemasan Visual, Desain Kemasan Verbal

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1306.448	3	435.483	46.339	.000 ^b
	Residual	1456.646	155	9.398		
	Total	2763.094	158			

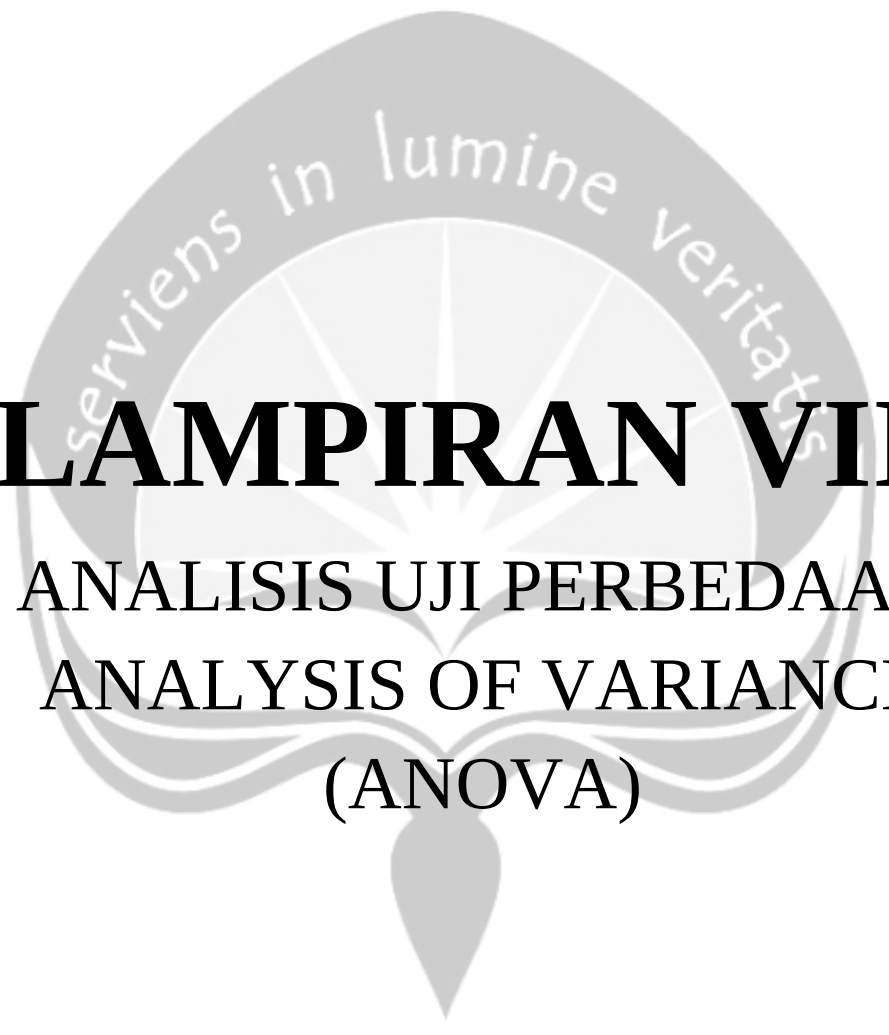
a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Manfaat Kemasan, Desain Kemasan Visual, Desain Kemasan Verbal

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4.451	2.261		1.969	.051
	Desain Kemasan Visual	.147	.068	.146	2.171	.031
	Desain Kemasan Verbal	.245	.070	.265	3.481	.001
	Manfaat Kemasan	.373	.063	.421	5.959	.000

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian



LAMPIRAN VIII

ANALISIS UJI PERBEDAAN ANALYSIS OF VARIANCE (ANOVA)

**HASIL ANALISIS PERBEDAAN PENILAIAN PADA VARIABEL DESAIN
KEMASAN VISUAL, DESAIN KEMASAN VERBAL, MANFAAT
KEMASAN, KEPUTUSAN PEMBELIAN DILIHAT DARI USIA**

Descriptives

Desain Kemasan Visual

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
17-21	91	32.88	4.371	.458	31.97	33.79	23	40
22-26	68	33.38	3.848	.467	32.45	34.31	26	40
Total	159	33.09	4.150	.329	32.44	33.74	23	40

Test of Homogeneity of Variances

Desain Kemasan Visual

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.738	1	157	.392

ANOVA

Desain Kemasan Visual

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	9.856	1	9.856	.571	.451
Within Groups	2711.729	157	17.272		
Total	2721.585	158			

Descriptives

Desain Kemasan Verbal

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
17-21	91	32.66	4.410	.462	31.74	33.58	21	40
22-26	68	32.69	4.717	.572	31.55	33.83	23	40
Total	159	32.67	4.529	.359	31.96	33.38	21	40

Test of Homogeneity of Variances

Desain Kemasan Verbal

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.231	1	157	.631

ANOVA

Desain Kemasan Verbal

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.039	1	.039	.002	.965
Within Groups	3240.954	157	20.643		
Total	3240.994	158			

Descriptives

Manfaat Kemasan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
17-21	91	31.15	4.489	.471	30.22	32.09	19	40
22-26	68	31.12	5.042	.611	29.90	32.34	10	40
Total	159	31.14	4.718	.374	30.40	31.88	10	40

ANOVA

Manfaat Kemasan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	.051	1	.051	.002	.962
Within Groups	3516.905	157	22.401		
Total	3516.956	158			

Test of Homogeneity of Variances

Manfaat Kemasan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.382	1	157	.537

Descriptives

Keputusan Pembelian

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
17-21	91	28.82	4.461	.468	27.90	29.75	16	35
22-26	68	29.06	3.804	.461	28.14	29.98	13	35
Total	159	28.92	4.182	.332	28.27	29.58	13	35

Test of Homogeneity of Variances

Keputusan Pembelian

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
3.230	1	157	.074

ANOVA

Keputusan Pembelian

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	2.143	1	2.143	.122	.728
Within Groups	2760.952	157	17.586		
Total	2763.094	158			



HASIL ANALISIS PERBEDAAN PENILAIAN PADA VARIABEL DESAIN KEMASAN VISUAL, DESAIN KEMASAN VERBAL, MANFAAT KEMASAN, KEPUTUSAN PEMBELIAN DILIHAT DARI PENDAPATAN PERBULAN

Descriptives

Desain Kemasan Visual

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
≤ Rp 1.500.000	56	32.68	4.148	.554	31.57	33.79	24	40
> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	83	33.34	4.241	.465	32.41	34.26	23	40
≥ Rp. 3.000.000	20	33.25	3.878	.867	31.44	35.06	26	40
Total	159	33.09	4.150	.329	32.44	33.74	23	40

Test of Homogeneity of Variances

Desain Kemasan Visual

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.369	2	156	.692

ANOVA

Desain Kemasan Visual

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	15.066	2	7.533	.434	.649
Within Groups	2706.519	156	17.349		
Total	2721.585	158			

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Desain Kemasan Visual

			Mean Difference (I- J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
(I) Pendapatan Perbulan	(J) Pendapatan Perbulan	Lower Bound				Upper Bound	
Tukey HSD	≤ Rp 1.500.000	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	-.659	.720	.632	-2.36	1.05
		≥ Rp. 3.000.000	-.571	1.085	.858	-3.14	2.00
	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	.659	.720	.632	-1.05	2.36
		≥ Rp. 3.000.000	.087	1.038	.996	-2.37	2.54
	≥ Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	.571	1.085	.858	-2.00	3.14
		> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	-.087	1.038	.996	-2.54	2.37
Bonferroni	≤ Rp 1.500.000	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	-.659	.720	1.000	-2.40	1.08
		≥ Rp. 3.000.000	-.571	1.085	1.000	-3.20	2.05
	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	.659	.720	1.000	-1.08	2.40
		≥ Rp. 3.000.000	.087	1.038	1.000	-2.42	2.60
	≥ Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	.571	1.085	1.000	-2.05	3.20
		> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	-.087	1.038	1.000	-2.60	2.42

Desain Kemasan Visual

Pendapatan Perbulan	N	Subset for alpha = 0.05
		1
Tukey HSD ^{a,b}		
≤ Rp 1.500.000	56	32.68
≥ Rp. 3.000.000	20	33.25
> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	83	33.34
Sig.		.772

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 37.544.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Descriptives

Desain Kemasan Verbal

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
≤ Rp 1.500.000	56	32.54	4.492	.600	31.33	33.74	21	40
> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	83	32.84	4.761	.523	31.80	33.88	23	40
≥ Rp. 3.000.000	20	32.35	3.746	.838	30.60	34.10	26	40
Total	159	32.67	4.529	.359	31.96	33.38	21	40

Test of Homogeneity of Variances

Desain Kemasan Verbal

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.399	2	156	.250

ANOVA

Desain Kemasan Verbal

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	5.551	2	2.776	.134	.875
Within Groups	3235.442	156	20.740		
Total	3240.994	158			

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Desain Kemasan Verbal

	(I) Pendapatan Perbulan	(J) Pendapatan Perbulan	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	≤ Rp 1.500.000	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	-.308	.788	.919	-2.17	1.56
		≥ Rp. 3.000.000	.186	1.186	.987	-2.62	2.99
	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	.308	.788	.919	-1.56	2.17
		≥ Rp. 3.000.000	.493	1.134	.901	-2.19	3.18
	≥ Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	-.186	1.186	.987	-2.99	2.62
		> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	-.493	1.134	.901	-3.18	2.19
Bonferroni	≤ Rp 1.500.000	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	-.308	.788	1.000	-2.21	1.60
		≥ Rp. 3.000.000	.186	1.186	1.000	-2.69	3.06
	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	.308	.788	1.000	-1.60	2.21
		≥ Rp. 3.000.000	.493	1.134	1.000	-2.25	3.24
	≥ Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	-.186	1.186	1.000	-3.06	2.69
		> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	-.493	1.134	1.000	-3.24	2.25

Desain Kemasan Verbal

Pendapatan Perbulan	N	Subset for alpha = 0.05
		1
Tukey HSD ^{a,b} ≥ Rp. 3.000.000	20	32.35
≤ Rp 1.500.000	56	32.54
> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	83	32.84
Sig.		.886

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 37.544.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Descriptives

Manfaat Kemasan

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
≤ Rp 1.500.000	56	30.34	4.550	.608	29.12	31.56	19	40
> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	83	31.36	4.972	.546	30.28	32.45	10	40
≥ Rp. 3.000.000	20	32.45	3.818	.854	30.66	34.24	22	40
Total	159	31.14	4.718	.374	30.40	31.88	10	40

Test of Homogeneity of Variances

Manfaat Kemasan

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.686	2	156	.505

ANOVA

Manfaat Kemasan

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	74.296	2	37.148	1.683	.189
Within Groups	3442.660	156	22.068		
Total	3516.956	158			

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Manfaat Kemasan

	(I) Pendapatan Perbulan	(J) Pendapatan Perbulan	Mean Difference (I-J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
						Lower Bound	Upper Bound
Tukey HSD	≤ Rp 1.500.000	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	-1.022	.812	.421	-2.94	.90
		≥ Rp. 3.000.000	-2.111	1.224	.199	-5.01	.78
	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	1.022	.812	.421	-.90	2.94
		≥ Rp. 3.000.000	-1.089	1.170	.622	-3.86	1.68
	≥ Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	2.111	1.224	.199	-.78	5.01
		> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	1.089	1.170	.622	-1.68	3.86
Bonferroni	≤ Rp 1.500.000	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	-1.022	.812	.631	-2.99	.94
		≥ Rp. 3.000.000	-2.111	1.224	.260	-5.07	.85
	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	1.022	.812	.631	-.94	2.99
		≥ Rp. 3.000.000	-1.089	1.170	1.000	-3.92	1.74
	≥ Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	2.111	1.224	.260	-.85	5.07
		> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	1.089	1.170	1.000	-1.74	3.92

Manfaat Kemasan

Pendapatan Perbulan	N	Subset for alpha = 0.05
		1
Tukey HSD ^{a,b} ≤ Rp 1.500.000	56	30.34
> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	83	31.36
≥ Rp. 3.000.000	20	32.45
Sig.		.129

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 37.544.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.

Descriptives

Keputusan Pembelian

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
≤ Rp 1.500.000	56	28.41	4.782	.639	27.13	29.69	16	35
> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	83	29.13	4.036	.443	28.25	30.01	13	35
≥ Rp. 3.000.000	20	29.50	2.763	.618	28.21	30.79	26	35
Total	159	28.92	4.182	.332	28.27	29.58	13	35

Test of Homogeneity of Variances

Keputusan Pembelian

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1.307	2	156	.273

ANOVA

Keputusan Pembelian

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	24.999	2	12.499	.712	.492
Within Groups	2738.096	156	17.552		
Total	2763.094	158			

Multiple Comparisons

Dependent Variable: Keputusan Pembelian

			Mean Difference (I- J)	Std. Error	Sig.	95% Confidence Interval	
(I) Pendapatan Perbulan	(J) Pendapatan Perbulan	Lower Bound				Upper Bound	
Tukey HSD	≤ Rp 1.500.000	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	-.722	.724	.580	-2.44	.99
		≥ Rp. 3.000.000	-1.089	1.091	.579	-3.67	1.49
	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	.722	.724	.580	-.99	2.44
		≥ Rp. 3.000.000	-.367	1.044	.934	-2.84	2.10
	≥ Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	1.089	1.091	.579	-1.49	3.67
		> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	.367	1.044	.934	-2.10	2.84
Bonferroni	≤ Rp 1.500.000	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	-.722	.724	.962	-2.48	1.03
		≥ Rp. 3.000.000	-1.089	1.091	.959	-3.73	1.55
	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	.722	.724	.962	-1.03	2.48
		≥ Rp. 3.000.000	-.367	1.044	1.000	-2.89	2.16
	≥ Rp. 3.000.000	≤ Rp 1.500.000	1.089	1.091	.959	-1.55	3.73
		> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	.367	1.044	1.000	-2.16	2.89

Keputusan Pembelian

		N	Subset for alpha = 0.05
Pendapatan Perbulan			1
Tukey HSD ^{a, b}	≤ Rp 1.500.000	56	28.41
	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000	83	29.13
	≥ Rp. 3.000.000	20	29.50
	Sig.		.499

Means for groups in homogeneous subsets are displayed.

a. Uses Harmonic Mean Sample Size = 37.544.

b. The group sizes are unequal. The harmonic mean of the group sizes is used. Type I error levels are not guaranteed.



DATA JAWABAN PROFIL RESPONDEN

No.	Filter Pertanyaan 1	Filter Pertanyaan 2	Jenis Kelamin	Usia	Tingkat Pendidikan Terakhir	Jenis Pekerjaan	Pendapatan Perbulan
1	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
2	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
3	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
4	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
5	Ya	Ya	Wanita	26	S1	BUMN	≥ Rp. 4.500.000
6	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
7	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
8	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
9	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000
10	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
11	Ya	Ya	Wanita	26	S1	BUMN	≥ Rp. 4.500.000
12	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000
13	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
14	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
15	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
16	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000

17	Ya	Ya	Wanita	18	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000
18	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
19	Ya	Ya	Wanita	21	S1	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
20	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
21	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
22	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
23	Ya	Ya	Wanita	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
24	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
25	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≥ Rp. 4.500.000
26	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
27	Ya	Ya	Wanita	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
28	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
29	Ya	Ya	Wanita	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
30	Ya	Ya	Wanita	24	S1	Wiraswasta/Pengusaha	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
31	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
32	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
33	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
34	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000
35	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
36	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
37	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
38	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000

39	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
40	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
41	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
42	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
43	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
44	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
45	Ya	Ya	Wanita	20	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
46	Ya	Ya	Wanita	19	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
47	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
48	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
49	Ya	Ya	Wanita	20	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
50	Ya	Ya	Wanita	20	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000
51	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
52	Ya	Ya	Wanita	21	S1	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
53	Ya	Ya	Wanita	22	S2	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
54	Ya	Ya	Wanita	23	S1	Pengangguran	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
55	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
56	Ya	Ya	Wanita	20	S1	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
57	Ya	Ya	Wanita	23	S1	Wiraswasta/Pengusaha	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
58	Ya	Ya	Wanita	17	S1	Pelajar/Mahasiswa	≥ Rp. 4.500.000
59	Ya	Ya	Wanita	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
60	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000

61	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000
62	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
63	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
64	Ya	Ya	Wanita	20	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
65	Ya	Ya	Wanita	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000
66	Ya	Ya	Wanita	21	S1	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
67	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
68	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
69	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
70	Ya	Ya	Wanita	21	S1	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
71	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
72	Ya	Ya	Wanita	23	S1	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
73	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
74	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
75	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
76	Ya	Ya	Wanita	21	S1	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
77	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
78	Ya	Ya	Wanita	22	S1	Wiraswasta/Pengusaha	≤ Rp 1.500.000
79	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000
80	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
81	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
82	Ya	Ya	Wanita	23	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000

83	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
84	Ya	Ya	Wanita	22	S1	PNS/Karyawan Swasta	≥ Rp. 4.500.000
85	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
86	Ya	Ya	Wanita	24	S1	PNS/Karyawan Swasta	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
87	Ya	Ya	Wanita	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
88	Ya	Ya	Wanita	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
89	Ya	Ya	Wanita	19	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
90	Ya	Ya	Wanita	23	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
91	Ya	Ya	Wanita	19	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
92	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
93	Ya	Ya	Wanita	25	S1	PNS/Karyawan Swasta	≥ Rp. 4.500.000
94	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
95	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000
96	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
97	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000
98	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
99	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
100	Ya	Ya	Wanita	18	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
101	Ya	Ya	Wanita	21	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
102	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
103	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
104	Ya	Ya	Wanita	19	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000

105	Ya	Ya	Wanita	24	S1	PNS/Karyawan Swasta	> Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000
106	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
107	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
108	Ya	Ya	Wanita	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
109	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
110	Ya	Ya	Wanita	19	S1	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
111	Ya	Ya	Wanita	23	S1	PNS/Karyawan Swasta	≤ Rp 1.500.000
112	Ya	Ya	Wanita	24	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
113	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
114	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
115	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 3.000.000 - Rp. 4.500.000
116	Ya	Ya	Wanita	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
117	Ya	Ya	Wanita	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
118	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
119	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
120	Ya	Ya	Wanita	18	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
121	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
122	Ya	Ya	Wanita	23	S1	PNS/Karyawan Swasta	≥ Rp. 4.500.000
123	Ya	Ya	Wanita	21	S1	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
124	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
125	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
126	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000

127	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
128	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
129	Ya	Ya	Wanita	21	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
130	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
131	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
132	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
133	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
134	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
135	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
136	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
137	Ya	Ya	Wanita	22	S1	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
138	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
139	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
140	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
141	Ya	Ya	Wanita	24	S1	PNS/Karyawan Swasta	≥ Rp. 4.500.000
142	Ya	Ya	Wanita	23	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
143	Ya	Ya	Wanita	19	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
144	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
145	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	≤ Rp 1.500.000
146	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
147	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
148	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	> Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000

149	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq$ Rp 1.500.000
150	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq$ Rp 1.500.000
151	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$>$ Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
152	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$>$ Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
153	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq$ Rp 1.500.000
154	Ya	Ya	Wanita	22	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$>$ Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
155	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$>$ Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
156	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$\leq$ Rp 1.500.000
157	Ya	Ya	Wanita	20	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$>$ Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
158	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$>$ Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000
159	Ya	Ya	Wanita	21	SMA	Pelajar/Mahasiswa	$>$ Rp. 1.500.000 - Rp. 3.000.000

DATA JAWABAN VARIABEL DESAIN KEMASAN VISUAL

No.	DVS1	DVS2	DVS3	DVS4	DVS5	DVS6	DVS7	DVS8
1	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	4	5	5	5	5	4
3	3	4	4	3	4	3	4	3
4	4	5	5	4	5	5	5	5
5	3	5	4	5	4	5	5	3
6	5	5	5	4	5	2	2	2
7	4	4	2	3	4	2	3	4
8	4	4	4	4	5	4	4	2
9	4	4	3	5	4	2	3	3
10	4	4	4	4	3	4	4	5
11	4	4	4	4	5	4	4	4
12	3	4	3	4	3	3	4	4
13	4	3	4	2	3	4	4	4
14	5	4	4	4	4	4	4	4
15	4	3	4	4	2	3	4	2
16	4	4	3	4	4	2	4	2
17	4	5	4	4	4	4	5	5
18	4	4	5	5	4	5	4	5
19	4	4	4	4	4	4	4	4
20	5	5	4	5	5	4	5	5
21	4	4	4	4	4	4	4	4
22	5	5	5	5	5	5	5	5
23	4	4	4	4	4	3	4	3
24	5	5	5	5	5	4	5	5
25	5	4	5	4	4	4	5	5
26	5	5	5	5	5	4	5	4
27	4	3	4	4	5	5	2	2
28	4	4	5	5	5	4	4	4
29	5	5	4	5	5	5	4	3
30	5	5	4	4	4	4	5	4
31	4	4	4	4	4	4	4	5
32	5	4	5	4	4	4	4	4
33	5	5	5	5	5	5	5	5
34	5	5	5	4	4	4	5	4
35	4	5	4	4	4	4	4	4
36	4	4	4	4	4	4	4	4
37	4	4	2	4	4	2	4	2
38	4	5	4	5	4	5	5	4
39	4	5	3	4	4	2	4	4
40	5	5	4	4	5	5	4	4

41	5	5	5	5	5	5	4	4
42	5	4	4	4	5	4	5	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	5	5	4	4	4	4	4
46	3	3	3	3	3	3	3	3
47	4	4	5	5	4	2	4	4
48	5	4	4	4	3	4	4	3
49	4	4	3	4	4	4	3	3
50	5	5	5	4	4	4	4	3
51	4	5	4	3	4	4	4	4
52	5	5	4	4	2	3	3	2
53	5	5	5	5	5	5	5	5
54	5	4	4	4	4	5	4	4
55	5	5	5	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	5	5	4	5	3
58	4	5	5	4	5	4	5	4
59	5	5	4	5	5	5	5	5
60	4	5	4	5	5	4	5	5
61	4	4	4	4	3	4	5	4
62	4	4	4	4	4	4	5	4
63	4	4	4	4	4	4	4	4
64	5	5	4	4	3	1	3	3
65	4	4	4	4	4	4	4	3
66	5	5	5	4	5	5	5	3
67	5	3	5	4	5	5	5	5
68	4	4	4	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	4	4	4	4
71	4	5	5	4	4	4	4	5
72	4	4	4	4	4	3	4	3
73	5	5	5	5	4	4	5	5
74	3	4	4	4	3	4	4	3
75	3	4	4	4	3	4	4	3
76	4	4	4	4	4	4	4	4
77	5	5	5	4	5	5	5	5
78	5	5	5	5	3	3	5	5
79	4	4	4	4	4	4	4	4
80	4	5	4	4	4	3	5	3
81	5	5	5	5	4	4	5	5
82	5	5	5	5	5	5	5	4
83	4	3	4	3	3	2	4	4
84	3	2	2	4	4	3	4	4

85	4	4	4	5	5	4	5	3
86	5	5	5	5	5	5	5	3
87	4	4	4	4	3	3	3	3
88	4	4	4	4	3	3	4	4
89	3	2	4	3	3	3	4	2
90	5	5	5	5	5	5	4	4
91	4	4	4	5	5	4	4	5
92	4	5	3	3	5	4	4	5
93	4	4	4	4	4	3	4	4
94	4	4	5	5	2	2	5	5
95	5	5	4	4	4	4	5	4
96	4	4	4	4	4	4	4	4
97	5	5	5	5	5	5	4	5
98	5	5	5	5	4	4	5	5
99	3	4	4	4	4	3	5	3
100	3	3	3	3	4	4	3	3
101	4	4	3	4	4	4	4	4
102	4	4	4	4	4	2	4	4
103	5	5	5	5	5	5	3	3
104	4	5	3	3	3	3	3	2
105	3	3	4	4	4	3	3	3
106	4	4	3	4	4	4	3	2
107	5	5	5	5	5	5	5	4
108	4	4	4	4	4	4	4	3
109	4	4	5	4	4	4	5	5
110	4	5	4	4	5	4	4	4
111	4	4	3	3	4	4	4	4
112	3	3	3	4	4	3	4	3
113	4	4	4	4	4	4	4	4
114	4	5	4	3	3	3	5	4
115	5	5	5	5	5	5	5	5
116	4	4	4	4	3	3	4	4
117	4	4	4	4	3	3	4	4
118	4	5	5	5	5	5	5	4
119	5	5	5	5	4	4	5	5
120	3	3	2	3	3	3	3	3
121	4	4	4	4	4	4	4	4
122	5	5	5	4	5	5	4	4
123	4	3	2	3	4	4	4	4
124	3	3	3	3	3	3	3	3
125	4	4	3	4	4	2	5	2
126	4	4	3	4	4	2	5	2
127	5	5	5	5	4	5	4	4
128	4	3	3	3	3	3	4	3

129	4	4	4	4	4	3	4	4
130	5	4	5	5	4	5	4	4
131	3	5	4	5	4	3	4	5
132	4	4	4	4	4	4	4	4
133	4	4	5	4	5	4	5	4
134	5	4	4	4	4	2	4	2
135	4	5	5	4	4	4	5	5
136	4	5	4	3	4	4	4	4
137	5	4	4	4	4	3	4	3
138	4	4	4	4	5	5	5	4
139	4	4	4	4	4	4	4	4
140	4	4	4	4	4	4	4	4
141	4	4	4	5	4	5	4	5
142	4	4	5	5	5	5	4	4
143	4	4	4	4	5	3	4	3
144	5	4	5	5	5	4	4	4
145	4	4	5	5	4	4	4	5
146	4	4	4	4	4	4	4	4
147	4	4	5	5	5	5	5	4
148	4	5	5	5	5	4	4	4
149	4	4	4	4	4	4	4	4
150	4	4	4	4	4	4	4	4
151	4	4	4	4	4	4	4	4
152	4	4	4	4	4	4	4	4
153	5	5	5	5	5	5	5	5
154	5	5	5	5	5	5	5	5
155	5	5	5	5	5	5	5	5
156	5	5	4	5	5	5	5	5
157	5	5	5	4	4	5	5	5
158	5	5	5	5	5	5	5	5
159	5	5	5	5	5	5	5	5

DATA JAWABAN VARIABEL DESAIN KEMASAN VERBAL

No.	DVB1	DVB2	DVB3	DVB4	DVB5	DVB6	DVB7	DVB8
1	4	4	4	4	4	4	4	4
2	2	4	4	4	4	4	5	4
3	5	5	5	4	4	5	4	5
4	2	4	5	5	5	3	5	5
5	2	4	4	4	2	2	4	4
6	4	4	3	4	4	4	4	4
7	4	3	4	4	4	5	5	5
8	4	4	5	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4
10	2	3	4	4	2	2	4	4
11	3	4	3	4	3	4	5	3
12	4	3	4	5	4	3	5	4
13	5	4	5	5	4	5	5	5
14	5	3	4	5	4	4	4	4
15	4	4	4	4	4	4	5	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4
17	3	3	4	4	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4
19	3	4	4	3	3	3	3	3
20	3	4	4	5	4	4	4	4
21	4	4	3	5	5	4	5	4
22	4	3	4	4	4	4	4	4
23	4	4	4	4	4	4	4	4
24	3	3	4	4	4	3	3	3
25	3	4	4	5	5	5	5	5
26	4	3	4	4	4	4	4	4
27	5	5	5	5	5	5	5	5
28	1	4	5	5	5	5	5	5
29	4	4	4	5	5	5	5	5
30	4	5	4	4	4	5	3	4
31	4	4	5	4	4	4	4	4
32	5	4	5	4	4	4	4	4
33	5	5	5	5	5	5	5	5
34	4	4	5	5	5	5	5	5
35	4	3	4	5	4	4	4	3
36	4	4	4	4	5	4	4	4
37	2	4	4	4	4	4	4	4
38	5	4	5	4	5	4	5	4
39	3	5	5	5	5	5	5	4

40	4	4	4	5	5	5	5	5
41	4	3	3	4	4	4	4	4
42	4	4	4	5	5	5	5	5
43	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	5	5	4	4	4
46	3	3	3	3	3	3	3	3
47	4	5	5	5	4	5	5	5
48	3	4	4	3	3	3	3	4
49	4	2	3	3	3	3	3	3
50	5	3	4	4	3	3	4	4
51	4	4	4	3	4	3	4	4
52	3	4	3	5	5	5	5	4
53	5	5	5	4	4	5	5	4
54	4	4	4	5	4	4	4	4
55	5	5	5	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	5	4	5	5	5	5	5
58	4	5	4	5	4	5	4	4
59	5	4	5	4	5	5	5	4
60	4	4	5	5	4	4	5	5
61	5	4	4	2	2	4	4	4
62	4	4	4	4	4	3	4	3
63	4	4	4	4	4	4	4	4
64	2	3	4	5	4	1	5	4
65	4	4	4	4	4	4	3	4
66	2	3	3	3	2	2	3	3
67	3	4	4	4	4	3	4	4
68	4	4	4	4	4	3	4	4
69	5	5	5	5	5	5	5	5
70	4	4	4	4	5	5	5	5
71	4	4	4	5	4	4	4	5
72	4	4	4	4	3	5	5	4
73	4	5	5	3	3	4	4	4
74	4	3	4	3	4	4	3	4
75	4	3	4	3	4	4	3	4
76	4	4	4	4	4	4	4	4
77	5	5	5	5	5	5	5	5
78	4	5	5	5	5	5	5	5
79	4	3	4	4	4	4	4	5
80	4	3	4	4	4	4	5	5
81	4	5	5	3	3	4	4	4
82	5	4	4	4	4	4	4	4
83	2	2	3	4	4	3	3	4

84	4	4	4	4	4	4	4	4
85	4	3	4	4	5	4	5	4
86	3	3	3	3	3	4	4	4
87	3	3	3	5	5	4	5	4
88	2	3	4	2	2	4	3	3
89	3	2	4	3	3	4	4	4
90	4	2	4	4	4	4	5	2
91	5	5	4	5	5	5	5	5
92	4	3	4	4	5	5	5	4
93	4	4	4	4	4	4	4	4
94	5	4	5	4	5	5	5	5
95	4	4	5	4	4	4	4	2
96	4	4	4	4	3	4	4	3
97	5	5	5	4	4	5	5	5
98	4	5	5	3	3	4	4	4
99	3	4	4	3	3	3	3	4
100	3	2	2	2	4	3	5	3
101	4	4	4	4	4	4	4	5
102	4	2	4	4	4	4	4	4
103	5	5	3	3	5	5	5	3
104	4	2	3	3	3	3	4	3
105	3	3	3	4	3	3	3	4
106	2	2	4	4	3	4	3	4
107	4	3	4	3	4	2	5	5
108	3	3	3	3	3	3	3	3
109	4	5	4	4	4	3	5	4
110	5	5	5	4	4	4	4	3
111	3	3	4	4	4	5	3	5
112	3	2	3	3	4	3	4	3
113	4	4	4	4	4	4	4	4
114	4	4	4	3	3	3	4	4
115	5	5	5	5	5	5	5	5
116	2	3	4	2	2	4	3	3
117	2	3	4	2	2	4	3	3
118	5	5	4	5	5	5	5	5
119	5	5	5	5	5	5	5	4
120	3	2	4	4	3	4	5	4
121	4	4	4	4	4	4	4	3
122	4	5	4	4	4	4	4	5
123	5	3	4	2	5	5	5	5
124	3	3	3	4	3	2	3	3
125	2	2	4	4	4	4	5	4
126	2	2	4	4	4	4	5	4
127	3	4	4	4	4	4	4	4
128	3	3	3	4	4	4	4	4

129	4	4	4	3	4	4	4	4
130	4	5	5	5	4	4	5	5
131	4	3	4	5	4	5	5	5
132	4	4	4	4	4	4	4	4
133	4	5	4	5	4	4	5	4
134	4	4	4	2	4	2	5	2
135	5	5	5	5	5	5	5	5
136	4	3	4	4	3	3	4	3
137	3	4	5	5	5	5	5	5
138	5	4	4	4	4	4	4	4
139	4	4	4	4	4	4	4	4
140	4	4	4	5	5	5	5	5
141	4	3	4	4	5	4	5	5
142	4	4	5	5	5	5	5	5
143	3	3	4	4	5	5	5	5
144	4	5	5	5	5	5	5	5
145	5	5	5	5	5	5	5	5
146	4	4	4	4	4	4	4	4
147	4	4	4	5	5	5	5	5
148	5	5	5	5	5	5	5	5
149	4	4	4	4	4	4	4	4
150	5	5	5	5	5	5	5	5
151	5	5	5	5	5	5	5	5
152	5	5	5	5	5	5	5	5
153	5	5	5	5	5	5	5	5
154	5	5	4	4	4	5	4	4
155	4	4	5	4	4	5	4	5
156	5	5	5	5	5	5	5	5
157	5	5	4	4	4	4	4	5
158	5	5	5	5	5	5	5	5
159	5	5	5	5	4	5	5	4

DATA JAWABAN VARIABEL MANFAAT KEMASAN

No.	MK1	MK2	MK3	MK4	MK5	MK6	MK7	MK8
1	4	4	4	4	4	4	4	4
2	4	4	2	2	1	1	3	3
3	5	4	4	4	5	4	5	4
4	4	5	4	3	1	2	2	4
5	2	2	2	2	4	4	2	4
6	4	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	3	4	4	3	4	4
8	5	4	4	4	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4	4
10	2	2	2	2	4	4	2	4
11	4	4	4	4	3	3	5	3
12	4	4	3	4	4	4	3	5
13	5	5	4	5	2	2	5	5
14	5	4	4	4	4	3	3	4
15	4	5	4	4	4	4	4	4
16	4	4	4	4	4	4	4	4
17	4	4	4	4	3	3	3	4
18	4	4	4	4	4	4	4	4
19	3	3	3	3	3	3	3	4
20	4	4	3	3	3	3	3	4
21	4	5	5	5	5	5	4	5
22	4	4	2	4	4	2	4	4
23	4	4	4	4	2	4	4	4
24	3	3	3	3	3	3	3	3
25	4	5	5	5	2	2	4	5
26	4	4	3	4	3	3	3	4
27	5	5	5	5	5	5	5	5
28	1	2	1	1	1	1	1	2
29	5	5	4	5	5	4	4	5
30	4	4	3	4	2	3	3	4
31	5	5	4	4	4	4	4	4
32	5	5	4	4	4	4	4	4
33	4	4	4	4	4	4	5	5
34	5	5	4	4	4	4	4	4
35	4	4	4	4	3	3	4	5
36	5	5	4	4	4	4	4	4
37	4	4	4	4	2	2	2	4
38	5	4	5	4	5	4	4	4
39	4	4	3	3	4	2	4	4

40	4	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4	4
42	5	5	5	5	4	4	4	4
43	4	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4	4
45	4	4	4	4	4	4	5	5
46	3	3	3	3	3	3	3	3
47	4	5	4	4	2	2	4	4
48	4	4	3	3	3	3	3	3
49	4	4	4	4	3	3	2	3
50	5	4	3	5	3	3	4	4
51	4	4	4	4	4	4	4	4
52	4	4	2	4	4	4	4	4
53	5	5	5	5	5	5	5	5
54	5	4	3	3	3	3	4	4
55	5	5	5	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	4	3	3	3	4	5
58	4	4	4	4	5	4	4	5
59	4	4	4	5	4	4	4	5
60	5	4	5	5	5	5	4	5
61	4	4	4	4	4	4	4	5
62	5	3	3	4	3	4	3	4
63	4	4	2	2	2	2	4	4
64	4	4	2	2	1	1	5	5
65	4	4	4	4	4	4	4	5
66	3	3	2	2	2	1	4	2
67	4	5	3	4	2	2	4	4
68	3	3	3	3	3	3	3	3
69	5	5	5	5	5	5	5	5
70	5	5	5	5	5	5	5	5
71	4	4	4	4	4	4	4	4
72	4	4	3	3	1	1	5	5
73	5	5	5	5	5	5	5	5
74	4	5	4	4	3	3	4	4
75	4	5	4	4	3	3	4	4
76	4	4	4	4	4	4	5	4
77	2	4	5	5	4	4	2	5
78	5	5	3	4	4	2	4	5
79	5	4	3	4	3	3	4	3
80	4	4	3	5	4	4	4	5
81	5	5	5	5	5	5	5	5
82	4	4	5	5	4	4	4	4
83	4	4	3	3	2	3	4	3

84	4	5	5	5	5	5	4	4
85	4	4	3	3	3	3	4	4
86	4	4	5	5	3	3	3	5
87	5	4	4	3	4	4	4	3
88	3	3	3	3	3	3	3	4
89	3	3	3	3	2	2	3	4
90	4	5	5	5	5	4	4	5
91	4	4	4	4	4	4	4	4
92	4	4	4	3	4	3	5	5
93	4	4	4	4	4	4	4	4
94	5	5	5	5	5	5	4	5
95	4	4	4	4	4	4	4	4
96	4	4	3	4	4	4	4	4
97	5	5	4	4	5	5	5	5
98	5	5	5	5	5	5	5	5
99	4	4	3	3	2	2	2	4
100	3	3	3	4	4	4	5	4
101	4	5	4	5	4	4	4	4
102	4	4	4	4	2	4	2	2
103	3	3	3	3	3	3	3	4
104	4	4	3	3	3	3	4	5
105	4	4	4	4	3	3	4	4
106	3	4	2	4	2	2	3	3
107	5	5	4	5	5	4	5	5
108	4	4	3	4	4	4	3	3
109	4	4	3	4	3	3	4	4
110	4	4	4	4	4	4	3	5
111	4	4	3	4	3	3	3	4
112	3	4	3	3	3	3	4	5
113	4	4	4	4	4	4	4	4
114	4	4	3	4	3	3	4	4
115	5	5	5	5	5	5	5	5
116	3	3	3	3	3	3	3	4
117	3	3	3	3	3	3	3	4
118	5	5	4	5	5	5	4	5
119	4	5	5	5	5	5	5	5
120	4	4	4	4	4	4	5	5
121	4	4	4	4	4	4	4	4
122	5	5	4	4	4	4	4	5
123	3	4	2	3	2	4	4	5
124	3	3	3	3	3	3	3	3
125	4	4	3	4	3	3	4	4
126	4	4	3	4	3	3	4	4
127	4	4	4	4	4	3	4	5

128	3	4	3	3	3	3	4	4
129	4	4	4	4	3	3	4	4
130	4	5	4	4	4	4	5	5
131	4	5	3	4	3	3	5	5
132	4	4	4	4	4	4	4	4
133	4	4	4	4	4	4	4	4
134	4	4	4	4	2	2	5	5
135	5	5	5	5	5	5	4	4
136	4	4	4	4	4	4	4	4
137	4	4	5	5	3	3	4	4
138	4	4	2	3	2	2	4	4
139	4	4	4	4	4	4	4	4
140	4	4	4	4	4	4	4	4
141	4	4	5	5	4	4	4	5
142	4	4	4	4	4	4	5	5
143	4	4	3	3	3	3	5	5
144	4	4	4	4	4	4	5	5
145	4	4	4	4	4	4	4	4
146	4	4	4	4	4	4	4	4
147	4	4	4	4	4	4	4	4
148	4	4	4	4	4	4	4	4
149	4	4	4	4	4	4	4	4
150	4	4	4	4	4	4	4	4
151	4	4	4	4	4	4	4	4
152	4	4	4	4	4	4	4	4
153	5	4	4	5	5	5	2	5
154	4	4	4	4	4	4	4	4
155	5	5	5	5	4	4	4	4
156	5	4	4	5	4	4	4	5
157	4	4	4	4	4	4	3	5
158	4	5	4	4	4	4	3	4
159	4	4	4	5	3	3	4	4

DATA JAWABAN VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN

No.	KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	KP6	KP7
1	4	4	4	4	4	4	4
2	2	4	2	2	2	2	2
3	5	4	4	5	4	5	4
4	4	3	5	5	5	5	3
5	4	2	4	4	4	4	4
6	4	4	4	4	4	4	4
7	4	4	4	4	3	4	4
8	4	4	5	4	4	4	4
9	4	4	4	4	4	4	4
10	4	2	4	4	4	4	4
11	5	5	5	3	3	3	3
12	3	4	4	3	4	4	4
13	5	5	5	5	5	5	5
14	4	5	4	4	4	4	5
15	5	4	4	5	5	5	4
16	4	4	4	4	4	4	4
17	3	4	5	4	4	4	4
18	4	4	4	4	4	4	4
19	4	4	3	3	4	3	3
20	5	4	3	2	3	4	4
21	5	4	5	5	5	4	4
22	4	4	4	4	4	4	4
23	4	5	4	4	4	4	4
24	4	4	3	3	4	3	3
25	4	5	2	2	5	5	4
26	4	4	4	4	4	4	4
27	5	5	5	5	5	5	5
28	1	2	1	1	4	2	2
29	4	5	5	5	5	5	5
30	3	4	3	4	4	4	5
31	4	4	4	4	4	4	4
32	5	5	5	4	4	5	4
33	4	4	4	4	4	5	5
34	4	5	5	5	4	5	4
35	5	4	4	4	3	5	4
36	4	4	4	4	4	5	4
37	2	2	1	2	2	4	5
38	4	5	4	5	4	4	4
39	4	5	4	4	3	3	4

40	4	4	4	4	4	4	4
41	4	4	4	4	4	4	4
42	4	4	4	5	5	5	3
43	4	4	4	4	4	4	4
44	4	4	4	4	4	4	4
45	5	5	5	4	4	5	4
46	3	3	3	3	3	3	3
47	4	5	4	5	4	5	5
48	4	4	4	4	4	4	4
49	4	4	3	4	4	3	3
50	3	4	5	5	5	4	3
51	4	4	4	4	4	4	3
52	4	5	1	4	4	4	3
53	5	5	5	5	5	5	5
54	4	4	4	4	4	4	4
55	5	5	5	5	5	5	5
56	4	4	4	4	4	4	4
57	4	4	3	4	4	4	4
58	4	5	4	5	4	5	5
59	4	5	5	5	5	5	5
60	5	4	5	4	5	4	4
61	4	4	4	4	4	4	4
62	4	3	3	4	4	4	4
63	4	4	4	4	4	4	4
64	3	5	5	5	5	5	5
65	4	4	4	4	5	4	4
66	3	3	5	5	5	5	3
67	3	4	4	4	4	4	4
68	4	4	4	4	4	4	4
69	5	5	5	5	5	5	5
70	4	5	4	5	5	5	5
71	4	5	4	4	4	4	4
72	4	4	4	4	4	4	4
73	5	3	5	4	4	5	4
74	3	4	2	3	4	4	3
75	3	4	2	3	4	4	3
76	4	5	5	5	5	5	5
77	5	2	5	5	5	5	5
78	4	5	5	4	5	5	3
79	4	4	4	5	5	5	3
80	5	5	5	4	4	4	4
81	5	3	5	4	4	5	4
82	5	5	2	4	4	4	4
83	4	4	4	3	3	3	4

84	4	4	5	5	5	5	5
85	4	5	3	3	3	4	4
86	4	4	5	5	5	5	4
87	5	4	4	4	4	4	4
88	4	4	4	4	4	4	3
89	4	3	3	3	3	3	3
90	5	4	5	5	5	5	5
91	4	4	4	4	4	4	4
92	5	5	5	4	4	4	4
93	4	4	4	4	4	4	4
94	5	5	5	5	5	5	5
95	4	3	5	5	5	5	5
96	4	4	4	4	4	4	3
97	5	5	5	5	5	5	5
98	5	3	5	4	4	5	4
99	4	4	3	3	4	4	4
100	4	3	5	4	4	5	3
101	4	5	5	4	3	4	4
102	4	4	4	4	4	4	4
103	5	5	5	5	5	5	3
104	4	2	3	3	4	4	3
105	4	3	4	4	4	4	4
106	2	4	3	3	4	4	4
107	5	5	5	5	5	5	4
108	4	3	4	4	4	4	3
109	4	4	4	4	4	4	4
110	5	4	3	4	5	5	3
111	4	4	5	4	5	5	3
112	4	4	4	3	4	4	4
113	4	5	4	4	4	4	4
114	3	4	3	4	3	3	3
115	5	5	5	5	5	5	5
116	4	4	4	4	4	4	3
117	4	4	4	4	4	4	3
118	5	5	5	5	5	5	5
119	5	5	5	5	5	5	4
120	4	4	3	4	3	3	3
121	2	2	4	2	2	2	2
122	4	4	4	4	4	4	5
123	4	5	4	5	5	3	5
124	3	3	3	3	2	3	3
125	5	5	5	4	4	4	3
126	5	5	5	4	4	4	3
127	3	2	2	2	2	4	3

128	3	3	3	3	3	3	3
129	4	4	4	4	4	4	4
130	4	3	5	4	3	4	4
131	4	5	5	4	4	5	3
132	4	4	4	4	4	4	4
133	4	4	4	4	5	5	5
134	4	4	4	4	4	4	4
135	4	4	4	5	4	5	4
136	4	3	3	3	4	4	4
137	4	4	4	4	4	5	5
138	4	4	4	4	4	4	2
139	4	4	4	4	4	4	4
140	5	5	5	5	5	5	5
141	3	5	3	4	4	5	5
142	4	4	4	4	4	4	4
143	4	4	3	3	3	4	3
144	5	5	5	5	5	5	5
145	5	5	5	5	5	5	5
146	4	4	4	4	4	4	4
147	5	5	5	5	5	5	5
148	5	5	5	5	5	5	5
149	4	4	4	4	4	4	4
150	5	5	5	5	5	5	5
151	5	5	5	5	5	5	5
152	4	4	4	4	4	4	4
153	5	5	5	5	5	5	5
154	5	5	5	5	5	5	5
155	5	5	5	5	5	5	5
156	5	5	5	5	5	5	5
157	5	5	5	4	4	5	5
158	5	5	5	5	5	5	5
159	5	5	5	5	5	5	5