

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan dari Hasil Analisis

Dari hasil data yang telah diolah maka dapat diambil beberapa kesimpulan, diantaranya:

1. Dari hasil pengujian Validitas diperoleh nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ dengan demikian dapat dikatakan bahwa item-item pertanyaan yang ada dalam kuesioner adalah valid. Dimana penghitungan ini didasarkan tingkat signifikansi 5% dan $df = N - 2$. Uji validitas disini digunakan 30 responden untuk setiap merek sepeda motor sehingga total responden untuk uji validitas adalah 90 responden.
2. Setelah dilakukan uji Validitas maka diteruskan dengan uji Reliabilitas. Uji reliabilitas disini digunakan rumus Alpha Crobach, maka diperoleh nilai koefisien alpha yang lebih dari 0,70 maka item-item pertanyaan pada kuesioner ini dapat dikatakan reliable. Uji Reliabilitas ini bisa dikatakan reliable bila nilai $\alpha > 0,70$ (Hair, dkk, 1998).
3. Dari profil konsumen maka dapat disimpulkan sebagai berikut:
 - 1) Yamaha Mio
 - a) Profil responden berdasarkan usiaJenis kelamin terbesar adalah wanita sebanyak 62 %

Jenis kelamin terkecil pria sebesar 38 %

b) Profil responden berdasarkan usia:

Usia terbesar adalah usia 21-25 tahun sebesar 32%

Usia terkecil adalah usia lebih dari 35 tahun sebesar 11%

c) Profil responden berdasarkan pekerjaan:

Pekerjaan terbanyak adalah pelajar / mahasiswa sebesar 36 %

Pekerjaan terkecil adalah diluar pelajar/ mahasiswa, pegawai swasta, pegawai negeri dan wiraswasta sebesar 5 %.

d) Profil responden berdasarkan pendapatan:

Pendapatan terbanyak adalah sebesar Rp.500.00 – Rp. 1.000.000 sebesar 34%

Pendapatan terkecil adalah sebesar > Rp. 2.000.000 sebesar 7%

2) Honda vario

a). Profil responden berdasarkan jenis kelamin:

Jenis kelamin terbanyak wanita sebesar 68 %

Jenis kelamin terkecil adalah pria sebesar 32 %

b). profil responden berdasarkan usia

Usia terbanyak adalah antara 21-25 tahun sebanyak 34%

Usia terkecil adalah usia > 35 tahun sebanyak 10%

c). profil responden berdasarkan pekerjaan:

Pekerjaan terbanyak adalah pelajar / mahasiswa sebesar 40 %

Pekerjaan tersedikit adalah pekerjaan diluar pelajar/mahasiswa, pegawai swasta, pegawai negeri dan wiraswasta sebesar 6%

d). Profil responden berdasarkan pendapatan :

Pendapatan terbesar berada diantara Rp. 500.000-Rp. 1.000.000 sebesar 32%

Pendapatan terkecil berada > Rp. 2.000.000 sebesar 8%

3) Suzuki Spin

a). Profil responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis kelamin terbanyak adalah wanita sebesar 62%

Jenis kelamin terkecil adalah pria sebesar 38%

b) Profil responden berdasarkan usia

Usia terbanyak adalah 26-30 tahun sebanyak 32%

Usia terkecil adalah 31-35 tahun sebanyak 10%

c). profil responden berdasarkan pekerjaan

Pekerjaan terbanyak adalah pegawai swasta sebanyak 28%

Pekerjaan terkecil adalah diluar keempat pekerjaan yang ada sebesar 10%

d). Profil responden berdasarkan pendapatan

Pendapatan terbesar berada pada Rp. 1.000.000 – Rp.1.500.000 sebesar 30%

Pendapatan terkecil berada pada > Rp. 2.000.000 sebesar 6%

4. Asosiasi yang terbentuk adalah sebagai berikut

4.1. Asosiasi yang terbentuk pada sepeda motor merek **Yamaha Mio** adalah Mio melakukan perbaikan kualitas secara berkesinambungan, mio sangat terpercaya, responden bangga akan Mio, teman-teman disekitar responden juga memiliki Yamaha Mio, Mio sebagai pemimpin merek, Mio merupakan merek yang bergengsi, responden memberikan respon yang positif dengan adanya perluasan merek Yamaha Mio serta responden memberikan informasi yang positif mengenai Yamaha Mio kepada orang lain.

4.2. Asosiasi yang terbentuk pada merek sepeda motor **Honda Vario** adalah vario memberikan value for money terbaik, responden bangga memiliki Honda Vario, Vario sedang trandi, Honda vario direkomendasikan oleh orang yang dijadikan panutan, responden ada kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik serta responden memberikan saran untuk membeli Honda Vario kepada orang lain.

4.3. Asosiasi yang terbentuk pada **Suzuki Spin** adalah Spin selalu melakukan perbaikan kualitas secara berkesinambungan, Spin sangat terpercaya (meliputi garansi, ketersediaan suku cadang dan pelayanan purna jual), Spin memiliki kualitas yang sangat bagus, Spin memiliki reputasi yang baik, Spin merupakan merek yang bergengsi, responden Spin ada kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik serta responden Spin memberikan saran ke orang lain untuk membeli Suzuki Spin.

5.2. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran yang berkaitan dengan penelitian ini yang akan dijadikan bahan pertimbangan bagi pemasar maupun bagi peneliti selanjutnya:

1. Sepeda motor merek Yamaha Mio, Honda Vario dan Suzuki Spin harus tetap mempertahankan asosiasi yang melekat pada konsumen terutama yang sudah melekat erat pada benak konsumen, misalnya saja Yamaha Mio merupakan pemimpin merek, Honda Vario direkomendasikan oleh orang yang dijadikan panutan, Suzuki Spin sangat terpercaya (meliputi garansi, ketersediaan suku cadang serta pelayanan purna jualnya).
2. Sedangkan untuk asosiasi yang kurang melekat pada benak konsumen dapat dijadikan masukan bagi perusahaan untuk dapat memperbaikinya agar dapat membentuk *brand image* yang lebih kuat sehingga konsumen dapat lebih terpuaskan. Langkah yang harus dilakukan **Yamaha Mio** untuk memperkuat asosiasinya salah satunya misalnya Yamaha Mio memperkuat asosiasi bahwa Yamaha Mio selaras dengan gaya hidup para konsumennya.maka Yamaha Mio harus dapat meyakinkan para konsumen atau calon konsumennya bahwa Yamaha Mio selaras dengan gaya hidup mereka. jalan yang dapat ditempuh misalnya dengan

menggunakan media iklan untuk mengkomunikasikan produk ke dalam benak konsumen, sehingga asosiasi tersebut dapat diperkuat.

Untuk Honda Vario salah satu langkah yang dapat diambil untuk memperkuat asosiasi bahwa Honda Vario terpercaya adalah Honda Vario dapat memperbaiki lagi lewat jasa servis yang diberikan sebaik mungkin ataupun dengan pengadaan barang yang cepat sehingga calon konsumen yang akan membeli tidak perlu menunggu lama untuk mendapatkan produk yang diinginnnya.

Untuk Suzuki Spin salah satu langkah yang dapat dilakukan untuk memperkuat asosiasi yang kurang kuat misalnya saja asosiasi Suzuki Spin direkomendasikan oleh orang yang dijadikan panutan ,disini Suzuki Spin dapat memilih model ikannya yang dijadikan panutan oleh masyarakat atau memilih model yang selaras dengan citra produk itu sendiri. Misalnya pada Honda Vario menggunakan Agnes Monika yang sekarang sedang menjadi sorotan masyarakat. Disini sosok Agnes Monika dapat mencerminkan produk Honda yaitu produk yang dinamis, elegan, pintar serta masa kini.

3. Karena keterbatasan yang dimiliki oleh penulis sehingga lokasi yang dipilih hanya Kotamadya Yogyakarta, oleh karena itu diharapkan untuk penelitian sejenis selanjutnya populasi dapat diperluas dan dapat

dilakukan penelitian diluar Kotamadya Yogyakarta sehingga dapat dijadikan perbandingan. Selain itu peneliti selanjutnya dapat memperluas penelitian ini dengan menambahkan beberapa variabel baru yang akan muncul diemudian hari ataupun dapat menggunakan variabel yang telah ada tetapi dikembangkan lagi sehingga penelitian dapat lebih berkembang lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Aaker, David, 1991, **Managing Brand Equity**, Spektrum Mitra Utama . Prentis Hall. Jakarta
- Aaker, David, 1997, **Manajemen Ekuitas Merek**, Spektrum Mitra Utama. Prentice Hall, Jakarta.
- Albari & Anidyo Pramudito, 2005, Analisis Asosiasi Merek Handphon Nokia, Simens dan Sony Ericsson di Kotamadya Yogyakarta, Jurnal Siasat Bisnis . Yogyakarta (TSB No. 10 Vol 2 Desember 2005)
- Basu Swasta Dharmmestu dan T Hani Handoko, 2000, **Manajemen Pemasaran, Analisis Perilaku Konsumen**, BPFE, Yogyakarta.
- Blackwell, Engel & Miniard.1995. **Consumer Behavior** Seventh edition, Prenticehall Internasionall Inc.
- Durianto, Darmadi & Sugiarto & Tony Sitinjak, 2001, **Strategi Menaklukan Pasar**, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Hadi, Sutrisno.1991. **Analisis Butir untuk Instumen Angket, Tes dan Skala Nilai dengan Basisca**. Edisi I, Andi, Yogyakarta
- Husen, Umar, 1999, **Metodologi Penelitian Dalam Aplikasi Pemasaran**. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kasali, Rhenald, 1998, **Membidik Pasar Indonesia**, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- Kotler, Philip 1993, **Manajemen Pemasaran**, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip 1995, **Dasar-Dasar Pemasaran**, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip 1997, **Manajemen Pemasaran**, Prenhallindo, Jakarta.
- Kotler, Philip, and Gary Amstrong. 1999. **Dasar-dasar Pemasaran**, Jilid 1 & 2, Prenhallindo, Jakarta.
- Kuncoro Mudrat, Ph.D, 2003, **Metode Riset untuk Bisnis Ekonomi**, Erlangga. Jakarta

Rangkuty, Freddy, 1997, **Riset Pemasaran**, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Santoso, Singgih, 2001, **SPSS Versi 10**. Elek Media Komputindo: Jakarta.

Simamora, Bilson. 2001, **Remarketing for Business Recovery**. Gramedia : Jakarta

Sueratno , M.Ec & Lincoln Aisyah, Drs. 1988, **Metode Penelitian Untuk Ekonomi dan Bisnis**, BPFE: Yogyakarta

Suhaily Lili & Yohanes Pribadi Satrio. 2005. **Analisis Asosiasi Merek terhadap Kartu Telkom Flexy Trenggeng**, Jurnal Manajemen (Vol. 2 No. 1 November 2005)

Tjiptono, Fandy, Yanto Chandra dan Anastasia Diana. 2004. **Marketing Scales**. Andi: Yogyakarta

Triton P.B. 2006. **SPSS 13.00 Terapan Riset Statistik Parametrik**. Andi : Yogyakarta

www.kontan-online.com No.49, th X , 11 September 2006 (diakses 18 Maret 2007)

www.autoFinance.com (diakses 3 April 2007)

serviens in lumine veritatis

LAMPIRAN

Kepada :

Yth. Bapak / Ibu / Sdr/ i

Di Yogyakarta

Dengan hormat,

Bersama dengan surat ini saya,

Nama : Rosa Ika Febyana

Status : Mahasiswi Universitas Atma Jaya Yogyakarta

Fakultas Ekonomi Manajemen

Memohon kesediaan Anda berkenan menjawab pertanyaan-pertanyaan dalam kuesioner penelitian ini.

Tujuan dari pengisian kuesioner ini dalam rangka menyelesaikan tugas akhir dari penulis. Dimana topik yang dibuat adalah mengenai ” Asosiasi Merek Sepeda Motor Yamaha Mio, Honda Vario dan Suzuki Spin di Kotamadya Yogyakarta”.

Untuk itu sangat diharapkan kesediaan Anda untuk membantu dalam proses penelitian ini dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan yang ada dalam kuesioner ini.

Atas perhatian dan partisipasi Anda, sebelumnya saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,



Rosa Ika Febyana

Kuesioner I

Pilihlah jawaban ini sesuai dengan keadaan anda saat ini dengan memberikan tanda (√) didepan jawaban yang telah disediakan.

1. Anda adalah :

- ☐ Pria
- ☐ Wanita

2. Usia anda saat ini:

- ☐ 15 – 20 tahun
- ☐ 21 - 25 tahun
- ☐ 26 – 30 tahun
- ☐ 31 – 35 tahun
- ☐ lebih dari 35 tahun

3. Pekerjaan anda saat ini:

- ☐ Pelajar / Mahasiswa
- ☐ Pegawai swasta
- ☐ Pegawai Negri
- ☐ Wirasuasta
- ☐ lain-lain.....

4. Pendapatan anda per bulan:

- ☐ < Rp. 500.000
- ☐ Rp. 500.000 – Rp 1.000.000
- ☐ > Rp. 1.000.000 – Rp 1.500.000
- ☐ > Rp. 1.500.000 – Rp. 2.000.000
- ☐ > Rp. 2.000.000

Kuesioner 2

Berilah tanda (√) pada kotak ” Ya” atau ”Tidak”, sesuai dengan kesan Bapak / Ibu, Saudara / Saudari setelah memakai atau pernah memiliki merek sepeda motor Yamaha Mio.

No	Atribut	Yamaha MIO	
		Ya	Tidak
	JAMINAN		
1.	Yamaha Mio Selalu berusaha memperbaiki kualitas secara berkesinambungan		
2.	Yamaha Mio Sangat terpercaya (meliputi garansi, ketersediaan suku cadang dan pelayanan purna jual)		
3.	Yamaha Mio memiliki kualitas sangat bagus		
4.	Yamaha Mio Memberikan value-for-money (nilai dari uang) terbaik		
	IDENTIFIKASI PERSONAL		
5.	Anda teristimewa menyukai sepeda motor merek Yamaha Mio		
6.	Yamaha Mio Secara total selaras dengan gaya hidup Anda		
7.	Anda bangga memiliki sepeda motor merek ini		
	IDENTIFIKASI SOSIAL		
8.	Sepeda motor Yamaha Mio sedang trendy		
9.	Teman-teman Anda memiliki sepeda motor merek Yamaha Mio		
10.	Yamaha Mio memiliki reputasi yang baik		
11.	Yamaha Mio merupakan pemimpin merek		
	STATUS		
12.	Memakai prodak merek Yamaha Mio merupakan simbol status sosial		
13.	Direkomendasikan oleh orang yang saya jadikan panutan		
14.	Merek ini merupakan merek yang bergengsi		
	Kesediaan Menerima Perluasan Merek		
15.	Jika merek ini memutuskan untuk menjual pula produk lain selain sepeda motor metik, Anda mungkin akan membelinya.		
16.	Anda memberikan respon yang positif dengan perluasan merek sepeda motor ini.		
	Kesediaan Untuk Merekomendasikan Merek		
17.	Anda memberikan informasi yang positif mengenai merek ini kepada orang lain		
18.	Anda akan menyarankan orang lain untuk membeli sepeda motor metik merek Yamaha Mio.		

” Terima kasih atas partisipasi Anda”

” God Bless You”

Kuesioner 2

Berilah tanda (√) pada kotak " Ya" atau "Tidak", sesuai dengan kesan Bapak / Ibu, Saudara / Saudari setelah memakai atau pernah memiliki merek sepeda motor Honda Vario.

No	Atribut	Honda Vario	
		Ya	Tidak
	JAMINAN		
1.	Honda Vario selalu berusaha memperbaiki kualitas secara berkesinambungan		
2.	Honda Vario sangat terpercaya (meliputi garansi, ketersediaan suku cadang dan pelayanan purna jual).		
3.	Honda Vario memiliki kualitas sangat bagus		
4.	Honda Vario memberikan value-for-money (nilai dari uang) terbaik		
	IDENTIFIKASI PERSONAL		
5.	Anda teristimewa menyukai sepeda motor merek Honda Vario.		
6.	Honda Vario secara total selaras dengan gaya hidup Anda		
7.	Anda bangga memiliki sepeda motor merek ini		
	IDENTIFIKASI SOSIAL		
8.	Sepeda motor Honda Vario sedang trendy		
9.	Teman-teman Anda memiliki sepeda motor merek Honda Vario.		
10.	Honda Vario memiliki reputasi yang baik		
11.	Honda Vario merupakan pemimpin merek		
	STATUS		
12.	Memakai prodak merek Honda Vario merupakan simbol status sosial		
13.	Direkomendasikan oleh orang yang saya jadikan panutan		
14.	Merek ini merupakan merek yang bergengsi		
	Kesediaan Menerima Perluasan Merek		
15.	Jika merek ini memutuskan untuk menjual pula produk lain selain sepeda motor metik , Anda mungkin akan membelinya.		
16.	Anda memberikan respon yang positif dengan perluasan merek sepeda motor ini.		
	Kesediaan Untuk Merekomendasikan Merek		
17.	Anda memberikan informasi yang positif mengenai merek ini kepada orang lain		
18.	Anda akan menyarankan orang lain untuk membeli sepeda motor metik merek Honda Vario.		

" Terimakasih atas partisipasi Anda"

" God Bless You"

Kuesioner 2

Berilah tanda (√) pada kotak " Ya" atau "Tidak", sesuai dengan kesan Bapak / Ibu, Saudara / Saudari setelah memakai atau pernah memiliki merek sepeda motor Suzuki Spin.

No	Atribut	Suzuki Spin	
		Ya	Tidak
	JAMINAN		
1.	Sizuki Spin selalu berusaha memperbaiki kualitas secara berkesinambungan		
2.	Suzuki Spin sangat terpercaya (meliputi garansi, ketersediaan suku cadang dan pelayanan purna jual).		
3.	Suzuki Spin memiliki kualitas sangat bagus		
4.	Suzuki Spin memberikan value-for-money (nilai dari uang) terbaik		
	IDENTIFIKASI PERSONAL		
5.	Anda teristimewa menyukai sepeda motor merek Suzuki Spin.		
6.	Suzuki Spin secara total selaras dengan gaya hidup Anda		
7.	Anda bangga memiliki sepeda motor merek ini		
	IDENTIFIKASI SOSIAL		
8.	Sepeda motor Suzuki Spin sedang trendy		
9.	Teman-teman Anda memiliki sepeda motor merek Suzuki Spin.		
10.	Suzuki Spin memiliki reputasi yang baik		
11.	Suzuki Spin merupakan pemimpin merek		
	STATUS		
12.	Memakai prodak merek Suzuki Spin merupakan simbol status sosial		
13.	Suzuki Spin direkomendasikan oleh orang yang saya jadikan panutan		
14.	Merek ini merupakan merek yang bergengsi		
	Kesediaan Menerima Perluasan Merek		
15.	Jika merek ini memutuskan untuk menjual pula produk lain selain sepeda motor metik , Anda mungkin akan membelinya.		
16.	Anda memberikan respon yang positif dengan perluasan merek sepeda motor ini.		
	Kesediaan Untuk Merekomendasikan Merek		
17.	Anda memberikan informasi yang positif mengenai merek ini kepada orang lain		
18.	Anda akan menyarankan orang lain untuk membeli sepeda motor metik merek Suzuki Spin.		

" Terima kasih atas partisipasi Anda"

" God Bless You"

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Y_AT1 Yamaha Mio_ Jaminan

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Y_AT1.1	2.0000	1.1724	.5479	.6441
Y_AT1.2	2.1333	1.0851	.5063	.6642
Y_AT1.3	2.0333	1.1368	.5438	.6431
Y_AT1.4	2.2333	1.0816	.4627	.6950

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 4

Alpha = .7222

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Y_AT2 Yamaha Mio_ Identifikasi Personal

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Y_AT2.5	1.4333	.5989	.6152	.6142
Y_AT2.6	1.3000	.7690	.4662	.7773
Y_AT2.7	1.4000	.5931	.6537	.5659

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 3

Alpha = .7474

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Y_AT3 Yamaha Mio_ Identifikasi Sosial

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Y_AT3.8	2.1000	1.1966	.4910	.7435
Y_AT3.9	2.3000	.9069	.7112	.6160
Y_AT3.10	2.0000	1.3793	.4246	.7725
Y_AT3.11	2.2000	.9931	.6495	.6563

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 4

Alpha = .7631

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Y_AT4 Yamaha Mio_ Status

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Y_AT4.12	1.5667	.5299	.5183	.6768
Y_AT4.13	1.5000	.5345	.6030	.5677
Y_AT4.14	1.4667	.6023	.5242	.6641

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 3

Alpha = .7249

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Y_AT5 Yamaha Mio_ Kesiediaan Menerima Perluasan

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Y_AT5.15	.7333	.2023	.5584	.
Y_AT5.16	.7667	.1851	.5584	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 2

Alpha = .7162

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

Y_AT6 Yamaha Mio_ Kesiediaan Merekomendasikan Merek

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
Y_AT6.17	.7000	.2172	.5922	.
Y_AT6.18	.7333	.2023	.5922	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 2

Alpha = .7435

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

H_AT1 Honda Vario_ Jaminan

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
H_AT1.1	1.8000	1.4759	.3695	.7710
H_AT1.2	1.8333	1.4540	.3603	.7779
H_AT1.3	2.0333	1.0678	.6883	.5942
H_AT1.4	2.0333	.9989	.7797	.5316

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 4

Alpha = .7456

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

H_AT2 Honda Vario_ Identifikasi Personal

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
H_AT2.5	1.4667	.5333	.6281	.4914
H_AT2.6	1.4000	.6621	.4729	.6875
H_AT2.7	1.4667	.6023	.4957	.6641

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 3

Alpha = .7112

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

H_AT3 Honda Vario_ Identifikasi Sosial

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
H_AT3.8	1.8667	1.2920	.5578	.6699
H_AT3.9	1.7333	1.3747	.5427	.6798
H_AT3.10	1.9000	1.3345	.5059	.7003
H_AT3.11	1.8000	1.3379	.5352	.6830

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 4

Alpha = .7421

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

H_AT4 Honda Vario_ Status

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
H_AT4.12	1.2333	.7368	.5261	.6739
H_AT4.13	1.3667	.7230	.4165	.8013
H_AT4.14	1.4000	.5241	.7456	.3772

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 3

Alpha = .7289

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

H_AT5 Honda Vario_ Kesiediaan Menerima Perluasan

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
H_AT5.15	.8000	.1655	.5833	.
H_AT5.16	.8000	.1655	.5833	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 2

Alpha = .7368

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

H_AT6 Honda Vario_ Kesiediaan Merekomendasikan Merek

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
H_AT6.17	.7333	.2023	.5584	.
H_AT6.18	.7667	.1851	.5584	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 2

Alpha = .7162

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

S_AT1 Suzuki Spin_ Jaminan

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
S_AT1.1	2.2000	.9931	.5904	.5972
S_AT1.2	2.0333	1.1368	.5225	.6431
S_AT1.3	2.1000	1.0586	.5592	.6189
S_AT1.4	1.9667	1.3437	.3510	.7340

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 4

Alpha = .7162

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

S_AT2 Suzuki Spin_ Identifikasi Personal

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
S_AT2.5	1.5333	.4644	.7965	.4059
S_AT2.6	1.3333	.7126	.5064	.7677
S_AT2.7	1.3333	.7126	.5064	.7677

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 3

Alpha = .7602

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

S_AT3 Suzuki Spin_ Identifikasi Sosial

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
S_AT3.8	2.1000	1.1966	.4667	.6859
S_AT3.9	2.1000	1.0586	.6400	.5798
S_AT3.10	2.1333	1.1540	.4910	.6723
S_AT3.11	2.0667	1.2368	.4504	.6942

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 4

Alpha = .7218

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

S_AT4 Suzuki Spin_ Status

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
S_AT4.12	1.5000	.6034	.4935	.7162
S_AT4.13	1.4667	.5333	.6878	.4828
S_AT4.14	1.5000	.6034	.4935	.7162

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0

N of Items = 3

Alpha = .7313

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

S_AT5 Suzuki Spin_ Kesiediaan Menerima Perluasa

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
S_AT5.15	.7667	.1851	.5584	.
S_AT5.16	.7333	.2023	.5584	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .7162

Reliability

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

S_AT6 Suzuki Spin_ Kesiediaan Merekomendasikan

Item-total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Alpha if Item Deleted
S_AT6.17	.9000	.0931	.6296	.
S_AT6.18	.9000	.0931	.6296	.

Reliability Coefficients

N of Cases = 30.0 N of Items = 2

Alpha = .7727

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Pria	38	38.0	38.0	38.0
	2 Wanita	62	62.0	62.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Usia (Thn)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 15 - 20	16	16.0	16.0	16.0
	2 21 - 25	32	32.0	32.0	48.0
	3 26 - 30	23	23.0	23.0	71.0
	4 31 - 35	18	18.0	18.0	89.0
	5 > 35	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Pelajar/ Mahasiswa	36	36.0	36.0	36.0
	2 Peg. Swasta	28	28.0	28.0	64.0
	3 Peg. Negeri	17	17.0	17.0	81.0
	4 Wiraswasta	14	14.0	14.0	95.0
	5 Lain lain	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pendapatan/ Bln

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 <Rp. 500.000	20	20.0	20.0	20.0
	2 Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	34	34.0	34.0	54.0
	3 > Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	27	27.0	27.0	81.0
	4 > Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	12	12.0	12.0	93.0
	5 > Rp. 2.000.000	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Honda VARIO

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Pria	16	32.0	32.0	32.0
	2 Wanita	34	68.0	68.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Usia (Thn)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 15 - 20	9	18.0	18.0	18.0
	2 21 - 25	17	34.0	34.0	52.0
	3 26 - 30	10	20.0	20.0	72.0
	4 31 - 35	9	18.0	18.0	90.0
	5 > 35	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Pelajar/ Mahasiswa	20	40.0	40.0	40.0
	2 Peg. Swasta	16	32.0	32.0	72.0
	3 Peg. Negeri	7	14.0	14.0	86.0
	4 Wiraswasta	4	8.0	8.0	94.0
	5 Lain lain	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Pendapatan/ Bln

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 < Rp. 500.000	13	26.0	26.0	26.0
	2 Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	16	32.0	32.0	58.0
	3 > Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	8	16.0	16.0	74.0
	4 > Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	9	18.0	18.0	92.0
	5 > Rp. 2.000.000	4	8.0	8.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Pria	19	38.0	38.0	38.0
	2 Wanita	31	62.0	62.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Usia (Thn)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 15 - 20	9	18.0	18.0	18.0
	2 21 - 25	14	28.0	28.0	46.0
	3 26 - 30	16	32.0	32.0	78.0
	4 31 - 35	5	10.0	10.0	88.0
	5 > 35	6	12.0	12.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Pekerjaan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 Pelajar/ Mahasiswa	13	26.0	26.0	26.0
	2 Peg. Swasta	14	28.0	28.0	54.0
	3 Peg. Negeri	10	20.0	20.0	74.0
	4 Wiraswasta	8	16.0	16.0	90.0
	5 Lain lain	5	10.0	10.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Pendapatan/ Bln

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1 < Rp. 500.000	8	16.0	16.0	16.0
	2 Rp. 500.000 - Rp. 1.000.000	14	28.0	28.0	44.0
	3 > Rp. 1.000.000 - Rp. 1.500.000	15	30.0	30.0	74.0
	4 > Rp. 1.500.000 - Rp. 2.000.000	10	20.0	20.0	94.0
	5 > Rp. 2.000.000	3	6.0	6.0	100.0
	Total	50	100.0	100.0	

Data Jawaban Responden Yamaha Mio (Profile)

	Jenis Kelamin	Usia (Thn)	Pekerjaan	Pendapatan/ Bln
1	2	2	1	2
2	1	5	4	5
3	2	4	2	2
4	2	3	4	5
5	2	4	2	2
6	2	5	5	4
7	1	2	1	1
8	2	2	2	3
9	2	3	4	3
10	2	4	5	3
11	1	4	2	2
12	2	1	1	1
13	2	2	1	3
14	2	4	4	5
15	1	3	3	1
16	2	2	2	3
17	2	4	3	3
18	1	2	2	3
19	1	3	4	5
20	2	1	1	1
21	1	1	1	1
22	1	3	2	3
23	2	2	1	2
24	2	3	3	2
25	2	3	4	4
26	1	2	2	3
27	2	2	1	1
28	1	2	1	3
29	1	1	1	1
30	2	2	1	1
31	2	4	2	3
32	1	4	2	2
33	1	1	1	1
34	2	1	1	1
35	2	2	2	2
36	1	3	2	2
37	2	3	3	2
38	2	5	3	3
39	2	4	3	5

40	2	4	3	4
41	2	2	1	1
42	2	2	2	2
43	2	3	3	3
44	2	2	2	3
45	2	4	2	4
46	2	3	4	4
47	2	3	2	2
48	2	2	1	2
49	2	3	3	4
50	2	5	5	4
51	2	5	4	4
52	2	3	2	2
53	1	1	1	1
54	1	2	2	3
55	2	2	1	3
56	2	3	3	2
57	1	3	3	3
58	2	5	4	5
59	1	4	2	3
60	2	2	1	2
61	2	2	1	2
62	1	3	2	2
63	1	2	2	2
64	2	3	3	3
65	1	2	1	2
66	2	2	2	3
67	2	3	4	4
68	1	4	2	1
69	2	1	1	1
70	1	5	3	3
71	2	4	2	2
72	1	4	2	2
73	1	3	3	2
74	1	4	3	4
75	2	3	3	3
76	2	5	4	3
77	1	2	2	2
78	2	2	1	1
79	1	1	1	1
80	2	5	4	4
81	2	1	1	2
82	1	3	2	3
83	2	1	1	1
84	1	1	1	1

85	2	2	1	2
86	1	2	2	3
87	1	2	1	2
88	1	2	1	2
89	2	1	1	2
90	2	4	5	2
91	2	5	5	3
92	2	2	1	2
93	2	2	1	2
94	1	1	1	1
95	2	4	4	3
96	2	3	3	5
97	1	5	4	4
98	1	2	1	2
99	1	1	1	1
100	1	1	1	2
Tota	N			
I	100	100	100	100

Data Jawaban Responden Honda Vario (Profile)

	Jenis Kelamin	Usia (Thn)	Pekerjaan	Pendapatan/ Bln
1	2	3	2	4
2	2	4	3	4
3	2	1	1	1
4	1	3	2	3
5	2	1	1	1
6	2	1	1	1
7	2	1	2	1
8	2	2	2	3
9	2	1	1	1
10	2	4	2	5
11	1	2	2	3
12	2	4	2	5
13	1	3	3	3
14	2	2	1	1
15	1	3	2	2
16	2	1	1	2
17	1	2	1	1
18	1	2	1	2
19	1	3	3	4
20	1	2	1	2
21	1	1	1	1
22	1	1	1	1
23	2	1	2	2
24	2	4	5	4
25	2	3	3	4
26	2	2	1	2
27	2	4	4	5
28	1	3	2	2
29	2	2	2	2
30	1	4	2	3
31	2	5	5	4
32	1	3	2	2
33	2	5	4	4
34	1	4	4	4
35	2	2	1	2
36	1	2	2	2
37	1	3	1	2
38	2	5	5	3
39	2	2	1	1
40	2	2	2	2
41	2	5	3	3

42		2	2	1	2
43		2	2	1	1
44		2	4	3	4
45		2	2	1	2
46		2	3	2	2
47		2	5	4	5
48		2	2	1	1
49		2	4	3	3
50		2	2	1	1
Total	N	50	50	50	50



Data Responden Suzuki Spin

	Jenis Kelamin	Usia (Thn)	Pekerjaan	Pendapatan/ Bln
1	2	2	2	2
2	1	1	1	1
3	1	3	4	4
4	2	2	1	1
5	1	2	2	2
6	1	1	1	1
7	1	2	3	4
8	2	1	1	1
9	2	4	3	4
10	2	3	4	4
11	1	5	2	3
12	2	2	1	2
13	2	4	4	4
14	1	2	1	2
15	2	3	5	3
16	1	2	2	3
17	2	5	5	5
18	2	3	5	2
19	1	1	1	1
20	1	4	4	5
21	1	3	3	3
22	2	1	1	2
23	2	1	1	1
24	1	3	4	5
25	2	3	3	4
26	1	5	3	3
27	2	2	2	2
28	1	3	3	3
29	2	2	1	2
30	2	5	2	2
31	1	2	2	2
32	1	3	3	4
33	1	2	2	3
34	2	1	1	1
35	2	3	3	3
36	2	2	2	2
37	2	5	2	2
38	2	2	2	3
39	1	1	1	2
40	2	3	4	3
41	2	3	5	3

42		2	1	1	1
43		2	3	4	4
44		2	3	3	2
45		2	4	5	4
46		2	3	4	3
47		2	4	2	4
48		2	5	2	3
49		2	3	3	3
50		1	2	2	3
Total	N	50	50	50	50



Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Y_AT1.1 Mio Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	100	.84	.368
Y_AT1.2 Mio Sangat terpercaya	100	.87	.338
Y_AT1.3 Mio Kualitas sangat bagus	100	.62	.488
Y_AT1.4 Mio Value for money	100	.61	.490
Y_AT2.5 Mio Menyukai merek	100	.62	.488
Y_AT2.6 Mio Selaras dengan gaya hidup	100	.61	.490
Y_AT2.7 Mio Bangga memiliki	100	.81	.394
Y_AT3.8 Mio Sedang trendi	100	.48	.502
Y_AT3.9 Mio Teman-teman memiliki	100	.85	.359
Y_AT3.10 Mio mempunyai reputasi baik	100	.58	.496
Y_AT3.11 Mio Pemimpin merek	100	.86	.349
Y_AT4.12 Mio Simbol status sosial	100	.62	.488
Y_AT4.13 Mio Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	100	.58	.496
Y_AT4.14 Mio Merek bergengsi	100	.87	.338
Y_AT5.15 Mio Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	100	.68	.469
Y_AT5.16 Mio pemberian respon positif	100	.88	.327
Y_AT6.17 Mio pemberian informasi yang positif	100	.80	.402
Y_AT6.18 Mio Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	100	.60	.492

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Y_AT1.1 Mio Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	16	84
Y_AT1.2 Mio Sangat terpercaya	13	87
Y_AT1.3 Mio Kualitas sangat bagus	38	62
Y_AT1.4 Mio Value for money	39	61
Y_AT2.5 Mio Menyukai merek	38	62
Y_AT2.6 Mio Selaras dengan gaya hidup	39	61
Y_AT2.7 Mio Bangga memiliki	19	81
Y_AT3.8 Mio Sedang trendi	52	48
Y_AT3.9 Mio Teman-teman memiliki	15	85
Y_AT3.10 Mio mempunyai reputasi baik	42	58
Y_AT3.11 Mio Pemimpin merek	14	86
Y_AT4.12 Mio Simbol status sosial	38	62
Y_AT4.13 Mio Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	42	58
Y_AT4.14 Mio Merek bergengsi	13	87
Y_AT5.15 Mio Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	32	68
Y_AT5.16 Mio pemberian respon positif	12	88
Y_AT6.17 Mio pemberian informasi yang positif	20	80
Y_AT6.18 Mio Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	40	60

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	149.380 ^a
df	17
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Y_AT1.1 Mio Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	100	.84	.368
Y_AT1.2 Mio Sangat terpercaya	100	.87	.338
Y_AT1.3 Mio Kualitas sangat bagus	100	.62	.488
Y_AT1.4 Mio Value for money	100	.61	.490
Y_AT2.5 Mio Menyukai merek	100	.62	.488
Y_AT2.6 Mio Selaras dengan gaya hidup	100	.61	.490
Y_AT2.7 Mio Bangga memiliki	100	.81	.394
Y_AT3.9 Mio Teman-teman memiliki	100	.85	.359
Y_AT3.10 Mio mempunyai reputasi baik	100	.58	.496
Y_AT3.11 Mio Pemimpin merek	100	.86	.349
Y_AT4.12 Mio Simbol status sosial	100	.62	.488
Y_AT4.13 Mio Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	100	.58	.496
Y_AT4.14 Mio Merek bergengsi	100	.87	.338
Y_AT5.15 Mio Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	100	.68	.469
Y_AT5.16 Mio pemberian respon positif	100	.88	.327
Y_AT6.17 Mio pemberian informasi yang positif	100	.80	.402
Y_AT6.18 Mio Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	100	.60	.492

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Y_AT1.1 Mio Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	16	84
Y_AT1.2 Mio Sangat terpercaya	13	87
Y_AT1.3 Mio Kualitas sangat bagus	38	62
Y_AT1.4 Mio Value for money	39	61
Y_AT2.5 Mio Menyukai merek	38	62
Y_AT2.6 Mio Selaras dengan gaya hidup	39	61
Y_AT2.7 Mio Bangga memiliki	19	81
Y_AT3.9 Mio Teman-teman memiliki	15	85
Y_AT3.10 Mio mempunyai reputasi baik	42	58
Y_AT3.11 Mio Pemimpin merek	14	86
Y_AT4.12 Mio Simbol status sosial	38	62
Y_AT4.13 Mio Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	42	58
Y_AT4.14 Mio Merek bergengsi	13	87
Y_AT5.15 Mio Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	32	68
Y_AT5.16 Mio pemberian respon positif	12	88
Y_AT6.17 Mio pemberian informasi yang positif	20	80
Y_AT6.18 Mio Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	40	60

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	124.796 ^a
df	16
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Y_AT1.1 Mio Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	100	.84	.368
Y_AT1.2 Mio Sangat terpercaya	100	.87	.338
Y_AT1.3 Mio Kualitas sangat bagus	100	.62	.488
Y_AT1.4 Mio Value for money	100	.61	.490
Y_AT2.5 Mio Menyukai merek	100	.62	.488
Y_AT2.6 Mio Selaras dengan gaya hidup	100	.61	.490
Y_AT2.7 Mio Bangga memiliki	100	.81	.394
Y_AT3.9 Mio Teman-teman memiliki	100	.85	.359
Y_AT3.11 Mio Pemimpin merek	100	.86	.349
Y_AT4.12 Mio Simbol status sosial	100	.62	.488
Y_AT4.14 Mio Merek bergengsi	100	.87	.338
Y_AT5.15 Mio Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	100	.68	.469
Y_AT5.16 Mio pemberian respon positif	100	.88	.327
Y_AT6.17 Mio pemberian informasi yang positif	100	.80	.402
Y_AT6.18 Mio Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	100	.60	.492

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Y_AT1.1 Mio Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	16	84
Y_AT1.2 Mio Sangat terpercaya	13	87
Y_AT1.3 Mio Kualitas sangat bagus	38	62
Y_AT1.4 Mio Value for money	39	61
Y_AT2.5 Mio Menyukai merek	38	62
Y_AT2.6 Mio Selaras dengan gaya hidup	39	61
Y_AT2.7 Mio Bangga memiliki	19	81
Y_AT3.9 Mio Teman-teman memiliki	15	85
Y_AT3.11 Mio Pemimpin merek	14	86
Y_AT4.12 Mio Simbol status sosial	38	62
Y_AT4.14 Mio Merek bergengsi	13	87
Y_AT5.15 Mio Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	32	68
Y_AT5.16 Mio pemberian respon positif	12	88
Y_AT6.17 Mio pemberian informasi yang positif	20	80
Y_AT6.18 Mio Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	40	60

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	105.208 ^a
df	14
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Y_AT1.1 Mio Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	100	.84	.368
Y_AT1.2 Mio Sangat terpercaya	100	.87	.338
Y_AT1.3 Mio Kualitas sangat bagus	100	.62	.488
Y_AT1.4 Mio Value for money	100	.61	.490
Y_AT2.5 Mio Menyukai merek	100	.62	.488
Y_AT2.6 Mio Selaras dengan gaya hidup	100	.61	.490
Y_AT2.7 Mio Bangga memiliki	100	.81	.394
Y_AT3.9 Mio Teman-teman memiliki	100	.85	.359
Y_AT3.11 Mio Pemimpin merek	100	.86	.349
Y_AT4.12 Mio Simbol status sosial	100	.62	.488
Y_AT4.14 Mio Merek bergengsi	100	.87	.338
Y_AT5.15 Mio Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	100	.68	.469
Y_AT5.16 Mio pemberian respon positif	100	.88	.327
Y_AT6.17 Mio pemberian informasi yang positif	100	.80	.402

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Y_AT1.1 Mio Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	16	84
Y_AT1.2 Mio Sangat terpercaya	13	87
Y_AT1.3 Mio Kualitas sangat bagus	38	62
Y_AT1.4 Mio Value for money	39	61
Y_AT2.5 Mio Menyukai merek	38	62
Y_AT2.6 Mio Selaras dengan gaya hidup	39	61
Y_AT2.7 Mio Bangga memiliki	19	81
Y_AT3.9 Mio Teman-teman memiliki	15	85
Y_AT3.11 Mio Pemimpin merek	14	86
Y_AT4.12 Mio Simbol status sosial	38	62
Y_AT4.14 Mio Merek bergengsi	13	87
Y_AT5.15 Mio Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	32	68
Y_AT5.16 Mio pemberian respon positif	12	88
Y_AT6.17 Mio pemberian informasi yang positif	20	80

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	95.534 ^a
df	13
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Y_AT1.1 Mio Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	100	.84	.368
Y_AT1.2 Mio Sangat terpercaya	100	.87	.338
Y_AT1.3 Mio Kualitas sangat bagus	100	.62	.488
Y_AT2.5 Mio Menyukai merek	100	.62	.488
Y_AT2.7 Mio Bangga memiliki	100	.81	.394
Y_AT3.9 Mio Teman-teman memiliki	100	.85	.359
Y_AT3.11 Mio Pemimpin merek	100	.86	.349
Y_AT4.12 Mio Simbol status sosial	100	.62	.488
Y_AT4.14 Mio Merek bergensi	100	.87	.338
Y_AT5.15 Mio Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	100	.68	.469
Y_AT5.16 Mio pemberian respon positif	100	.88	.327
Y_AT6.17 Mio pemberian informasi yang positif	100	.80	.402

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Y_AT1.1 Mio Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	16	84
Y_AT1.2 Mio Sangat terpercaya	13	87
Y_AT1.3 Mio Kualitas sangat bagus	38	62
Y_AT2.5 Mio Menyukai merek	38	62
Y_AT2.7 Mio Bangga memiliki	19	81
Y_AT3.9 Mio Teman-teman memiliki	15	85
Y_AT3.11 Mio Pemimpin merek	14	86
Y_AT4.12 Mio Simbol status sosial	38	62
Y_AT4.14 Mio Merek bergensi	13	87
Y_AT5.15 Mio Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	32	68
Y_AT5.16 Mio pemberian respon positif	12	88
Y_AT6.17 Mio pemberian informasi yang positif	20	80

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	75.118 ^a
df	11
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Y_AT1.1 Mio Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	100	.84	.368
Y_AT1.2 Mio Sangat terpercaya	100	.87	.338
Y_AT2.7 Mio Bangga memiliki	100	.81	.394
Y_AT3.9 Mio Teman-teman memiliki	100	.85	.359
Y_AT3.11 Mio Pemimpin merek	100	.86	.349
Y_AT4.14 Mio Merek bergengsi	100	.87	.338
Y_AT5.15 Mio Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	100	.68	.469
Y_AT5.16 Mio pemberian respon positif	100	.88	.327
Y_AT6.17 Mio pemberian informasi yang positif	100	.80	.402

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Y_AT1.1 Mio Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	16	84
Y_AT1.2 Mio Sangat terpercaya	13	87
Y_AT2.7 Mio Bangga memiliki	19	81
Y_AT3.9 Mio Teman-teman memiliki	15	85
Y_AT3.11 Mio Pemimpin merek	14	86
Y_AT4.14 Mio Merek bergengsi	13	87
Y_AT5.15 Mio Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	32	68
Y_AT5.16 Mio pemberian respon positif	12	88
Y_AT6.17 Mio pemberian informasi yang positif	20	80

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	21.676 ^a
df	8
Asymp. Sig.	.006

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
Y_AT1.1 Mio Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	100	.84	.368
Y_AT1.2 Mio Sangat terpercaya	100	.87	.338
Y_AT2.7 Mio Bangga memiliki	100	.81	.394
Y_AT3.9 Mio Teman-teman memiliki	100	.85	.359
Y_AT3.11 Mio Pemimpin merek	100	.86	.349
Y_AT4.14 Mio Merek bergengsi	100	.87	.338
Y_AT5.16 Mio pemberian respon positif	100	.88	.327
Y_AT6.17 Mio pemberian informasi yang positif	100	.80	.402

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
Y_AT1.1 Mio Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	16	84
Y_AT1.2 Mio Sangat terpercaya	13	87
Y_AT2.7 Mio Bangga memiliki	19	81
Y_AT3.9 Mio Teman-teman memiliki	15	85
Y_AT3.11 Mio Pemimpin merek	14	86
Y_AT4.14 Mio Merek bergengsi	13	87
Y_AT5.16 Mio pemberian respon positif	12	88
Y_AT6.17 Mio pemberian informasi yang positif	20	80

Test Statistics

N	100
Cochran's Q	4.577 ^a
df	7
Asymp. Sig.	.711

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
H_AT1.1 Vario Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	50	.44	.501
H_AT1.2 Vario Sangat terpercaya	50	.48	.505
H_AT1.3 Vario Kualitas sangat bagus	50	.52	.505
H_AT1.4 Vario Value for money	50	.76	.431
H_AT2.5 Vario Menyukai merek	50	.58	.499
H_AT2.6 Vario Selaras dengan gaya hidup	50	.56	.501
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	50	.84	.370
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	50	.82	.388
H_AT3.9 Vario Teman-teman memiliki	50	.54	.503
H_AT3.10 Vario mempunyai reputasi baik	50	.50	.505
H_AT3.11 Vario Pemimpin merek	50	.52	.505
H_AT4.12 Vario Simbol status sosial	50	.56	.501
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	50	.78	.418
H_AT4.14 Vario Merek bergengsi	50	.54	.503
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
H_AT5.16 Vario pemberian respon positif	50	.58	.499
H_AT6.17 Vario pemberian informasi yang positif	50	.58	.499
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.72	.454

Frequencies

	Value	
	0	1
H_AT1.1 Vario Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	28	22
H_AT1.2 Vario Sangat terpercaya	26	24
H_AT1.3 Vario Kualitas sangat bagus	24	26
H_AT1.4 Vario Value for money	12	38
H_AT2.5 Vario Menyukai merek	21	29
H_AT2.6 Vario Selaras dengan gaya hidup	22	28
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	8	42
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	9	41
H_AT3.9 Vario Teman-teman memiliki	23	27
H_AT3.10 Vario mempunyai reputasi baik	25	25
H_AT3.11 Vario Pemimpin merek	24	26
H_AT4.12 Vario Simbol status sosial	22	28
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	11	39
H_AT4.14 Vario Merek bergengsi	23	27
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
H_AT5.16 Vario pemberian respon positif	21	29
H_AT6.17 Vario pemberian informasi yang positif	21	29
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	14	36

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	69.034 ^a
df	17
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
H_AT1.2 Vario Sangat terpercaya	50	.48	.505
H_AT1.3 Vario Kualitas sangat bagus	50	.52	.505
H_AT1.4 Vario Value for money	50	.76	.431
H_AT2.5 Vario Menyukai merek	50	.58	.499
H_AT2.6 Vario Selaras dengan gaya hidup	50	.56	.501
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	50	.84	.370
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	50	.82	.388
H_AT3.9 Vario Teman-teman memiliki	50	.54	.503
H_AT3.10 Vario mempunyai reputasi baik	50	.50	.505
H_AT3.11 Vario Pemimpin merek	50	.52	.505
H_AT4.12 Vario Simbol status sosial	50	.56	.501
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	50	.78	.418
H_AT4.14 Vario Merek bergengsi	50	.54	.503
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
H_AT5.16 Vario pemberian respon positif	50	.58	.499
H_AT6.17 Vario pemberian informasi yang positif	50	.58	.499
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.72	.454

Frequencies

	Value	
	0	1
H_AT1.2 Vario Sangat terpercaya	26	24
H_AT1.3 Vario Kualitas sangat bagus	24	26
H_AT1.4 Vario Value for money	12	38
H_AT2.5 Vario Menyukai merek	21	29
H_AT2.6 Vario Selaras dengan gaya hidup	22	28
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	8	42
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	9	41
H_AT3.9 Vario Teman-teman memiliki	23	27
H_AT3.10 Vario mempunyai reputasi baik	25	25
H_AT3.11 Vario Pemimpin merek	24	26
H_AT4.12 Vario Simbol status sosial	22	28
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	11	39
H_AT4.14 Vario Merek bergengsi	23	27
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
H_AT5.16 Vario pemberian respon positif	21	29
H_AT6.17 Vario pemberian informasi yang positif	21	29
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	14	36

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	61.129 ^a
df	16
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
H_AT1.3 Vario Kualitas sangat bagus	50	.52	.505
H_AT1.4 Vario Value for money	50	.76	.431
H_AT2.5 Vario Menyukai merek	50	.58	.499
H_AT2.6 Vario Selaras dengan gaya hidup	50	.56	.501
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	50	.84	.370
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	50	.82	.388
H_AT3.9 Vario Teman-teman memiliki	50	.54	.503
H_AT3.10 Vario mempunyai reputasi baik	50	.50	.505
H_AT3.11 Vario Pemimpin merek	50	.52	.505
H_AT4.12 Vario Simbol status sosial	50	.56	.501
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	50	.78	.418
H_AT4.14 Vario Merek bergensi	50	.54	.503
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
H_AT5.16 Vario pemberian respon positif	50	.58	.499
H_AT6.17 Vario pemberian informasi yang positif	50	.58	.499
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.72	.454

Frequencies

	Value	
	0	1
H_AT1.3 Vario Kualitas sangat bagus	24	26
H_AT1.4 Vario Value for money	12	38
H_AT2.5 Vario Menyukai merek	21	29
H_AT2.6 Vario Selaras dengan gaya hidup	22	28
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	8	42
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	9	41
H_AT3.9 Vario Teman-teman memiliki	23	27
H_AT3.10 Vario mempunyai reputasi baik	25	25
H_AT3.11 Vario Pemimpin merek	24	26
H_AT4.12 Vario Simbol status sosial	22	28
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	11	39
H_AT4.14 Vario Merek bergensi	23	27
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
H_AT5.16 Vario pemberian respon positif	21	29
H_AT6.17 Vario pemberian informasi yang positif	21	29
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	14	36

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	55.510 ^a
df	15
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
H_AT1.3 Vario Kualitas sangat bagus	50	.52	.505
H_AT1.4 Vario Value for money	50	.76	.431
H_AT2.5 Vario Menyukai merek	50	.58	.499
H_AT2.6 Vario Selaras dengan gaya hidup	50	.56	.501
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	50	.84	.370
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	50	.82	.388
H_AT3.9 Vario Teman-teman memiliki	50	.54	.503
H_AT3.11 Vario Pemimpin merek	50	.52	.505
H_AT4.12 Vario Simbol status sosial	50	.56	.501
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	50	.78	.418
H_AT4.14 Vario Merek bergengsi	50	.54	.503
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
H_AT5.16 Vario pemberian respon positif	50	.58	.499
H_AT6.17 Vario pemberian informasi yang positif	50	.58	.499
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.72	.454

Frequencies

	Value	
	0	1
H_AT1.3 Vario Kualitas sangat bagus	24	26
H_AT1.4 Vario Value for money	12	38
H_AT2.5 Vario Menyukai merek	21	29
H_AT2.6 Vario Selaras dengan gaya hidup	22	28
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	8	42
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	9	41
H_AT3.9 Vario Teman-teman memiliki	23	27
H_AT3.11 Vario Pemimpin merek	24	26
H_AT4.12 Vario Simbol status sosial	22	28
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	11	39
H_AT4.14 Vario Merek bergengsi	23	27
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
H_AT5.16 Vario pemberian respon positif	21	29
H_AT6.17 Vario pemberian informasi yang positif	21	29
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	14	36

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	50.755 ^a
df	14
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
H_AT1.4 Vario Value for money	50	.76	.431
H_AT2.5 Vario Menyukai merek	50	.58	.499
H_AT2.6 Vario Selaras dengan gaya hidup	50	.56	.501
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	50	.84	.370
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	50	.82	.388
H_AT3.9 Vario Teman-teman memiliki	50	.54	.503
H_AT4.12 Vario Simbol status sosial	50	.56	.501
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	50	.78	.418
H_AT4.14 Vario Merek bergengsi	50	.54	.503
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
H_AT5.16 Vario pemberian respon positif	50	.58	.499
H_AT6.17 Vario pemberian informasi yang positif	50	.58	.499
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.72	.454

Frequencies

	Value	
	0	1
H_AT1.4 Vario Value for money	12	38
H_AT2.5 Vario Menyukai merek	21	29
H_AT2.6 Vario Selaras dengan gaya hidup	22	28
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	8	42
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	9	41
H_AT3.9 Vario Teman-teman memiliki	23	27
H_AT4.12 Vario Simbol status sosial	22	28
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	11	39
H_AT4.14 Vario Merek bergengsi	23	27
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
H_AT5.16 Vario pemberian respon positif	21	29
H_AT6.17 Vario pemberian informasi yang positif	21	29
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	14	36

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	42.259 ^a
df	12
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
H_AT1.4 Vario Value for money	50	.76	.431
H_AT2.5 Vario Menyukai merek	50	.58	.499
H_AT2.6 Vario Selaras dengan gaya hidup	50	.56	.501
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	50	.84	.370
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	50	.82	.388
H_AT4.12 Vario Simbol status sosial	50	.56	.501
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	50	.78	.418
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
H_AT5.16 Vario pemberian respon positif	50	.58	.499
H_AT6.17 Vario pemberian informasi yang positif	50	.58	.499
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.72	.454

Frequencies

	Value	
	0	1
H_AT1.4 Vario Value for money	12	38
H_AT2.5 Vario Menyukai merek	21	29
H_AT2.6 Vario Selaras dengan gaya hidup	22	28
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	8	42
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	9	41
H_AT4.12 Vario Simbol status sosial	22	28
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	11	39
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
H_AT5.16 Vario pemberian respon positif	21	29
H_AT6.17 Vario pemberian informasi yang positif	21	29
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	14	36

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	34.024 ^a
df	10
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
H_AT1.4 Vario Value for money	50	.76	.431
H_AT2.5 Vario Menyukai merek	50	.58	.499
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	50	.84	.370
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	50	.82	.388
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	50	.78	.418
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
H_AT5.16 Vario pemberian respon positif	50	.58	.499
H_AT6.17 Vario pemberian informasi yang positif	50	.58	.499
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.72	.454

Frequencies

	Value	
	0	1
H_AT1.4 Vario Value for money	12	38
H_AT2.5 Vario Menyukai merek	21	29
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	8	42
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	9	41
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	11	39
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
H_AT5.16 Vario pemberian respon positif	21	29
H_AT6.17 Vario pemberian informasi yang positif	21	29
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	14	36

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	24.545 ^a
df	8
Asymp. Sig.	.002

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
H_AT1.4 Vario Value for money	50	.76	.431
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	50	.84	.370
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	50	.82	.388
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	50	.78	.418
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.72	.454

Frequencies

	Value	
	0	1
H_AT1.4 Vario Value for money	12	38
H_AT2.7 Vario Bangga memiliki	8	42
H_AT3.8 Vario Sedang trendi	9	41
H_AT4.13 Vario Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	11	39
H_AT5.15 Vario Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
H_AT6.18 Vario Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	14	36

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	3.455 ^a
df	5
Asymp. Sig.	.630

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	50	.60	.495
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	50	.76	.431
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	50	.74	.443
S_AT1.4 Spin Value for money	50	.58	.499
S_AT2.5 Spin Menyukai merek	50	.50	.505
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	50	.74	.443
S_AT2.7 Spin Bangga memiliki	50	.56	.501
S_AT3.8 Spin Sedang trendi	50	.48	.505
S_AT3.9 Spin Teman-teman memiliki	50	.52	.505
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	50	.76	.431
S_AT3.11 Spin Pemimpin merek	50	.52	.505
S_AT4.12 Spin Simbol status sosial	50	.54	.503
S_AT4.13 Spin Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	50	.44	.501
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	50	.74	.443
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
S_AT5.16 Spin pemberian respon positif	50	.58	.499
S_AT6.17 Spin pemberian informasi yang positif	50	.58	.499
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.80	.404

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	20	30
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	12	38
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	13	37
S_AT1.4 Spin Value for money	21	29
S_AT2.5 Spin Menyukai merek	25	25
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	13	37
S_AT2.7 Spin Bangga memiliki	22	28
S_AT3.8 Spin Sedang trendi	26	24
S_AT3.9 Spin Teman-teman memiliki	24	26
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	12	38
S_AT3.11 Spin Pemimpin merek	24	26
S_AT4.12 Spin Simbol status sosial	23	27
S_AT4.13 Spin Direkomendasikan oleh orang yg jadi panutan	28	22
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	13	37
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
S_AT5.16 Spin pemberian respon positif	21	29
S_AT6.17 Spin pemberian informasi yang positif	21	29
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	10	40

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	55.886 ^a
df	17
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	50	.60	.495
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	50	.76	.431
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	50	.74	.443
S_AT1.4 Spin Value for money	50	.58	.499
S_AT2.5 Spin Menyukai merek	50	.50	.505
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	50	.74	.443
S_AT2.7 Spin Bangga memiliki	50	.56	.501
S_AT3.8 Spin Sedang trendi	50	.48	.505
S_AT3.9 Spin Teman-teman memiliki	50	.52	.505
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	50	.76	.431
S_AT3.11 Spin Pemimpin merek	50	.52	.505
S_AT4.12 Spin Simbol status sosial	50	.54	.503
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	50	.74	.443
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
S_AT5.16 Spin pemberian respon positif	50	.58	.499
S_AT6.17 Spin pemberian informasi yang positif	50	.58	.499
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.80	.404

Cochran Test

Frequencies

	Value	
	0	1
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	20	30
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	12	38
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	13	37
S_AT1.4 Spin Value for money	21	29
S_AT2.5 Spin Menyukai merek	25	25
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	13	37
S_AT2.7 Spin Bangga memiliki	22	28
S_AT3.8 Spin Sedang trendi	26	24
S_AT3.9 Spin Teman-teman memiliki	24	26
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	12	38
S_AT3.11 Spin Pemimpin merek	24	26
S_AT4.12 Spin Simbol status sosial	23	27
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	13	37
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
S_AT5.16 Spin pemberian respon positif	21	29
S_AT6.17 Spin pemberian informasi yang positif	21	29
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	10	40

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	47.611 ^a
df	16
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	50	.60	.495
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	50	.76	.431
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	50	.74	.443
S_AT1.4 Spin Value for money	50	.58	.499
S_AT2.5 Spin Menyukai merek	50	.50	.505
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	50	.74	.443
S_AT2.7 Spin Bangga memiliki	50	.56	.501
S_AT3.9 Spin Teman-teman memiliki	50	.52	.505
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	50	.76	.431
S_AT3.11 Spin Pemimpin merek	50	.52	.505
S_AT4.12 Spin Simbol status sosial	50	.54	.503
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	50	.74	.443
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
S_AT5.16 Spin pemberian respon positif	50	.58	.499
S_AT6.17 Spin pemberian informasi yang positif	50	.58	.499
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.80	.404

Frequencies

	Value	
	0	1
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	20	30
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	12	38
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	13	37
S_AT1.4 Spin Value for money	21	29
S_AT2.5 Spin Menyukai merek	25	25
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	13	37
S_AT2.7 Spin Bangga memiliki	22	28
S_AT3.9 Spin Teman-teman memiliki	24	26
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	12	38
S_AT3.11 Spin Pemimpin merek	24	26
S_AT4.12 Spin Simbol status sosial	23	27
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	13	37
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
S_AT5.16 Spin pemberian respon positif	21	29
S_AT6.17 Spin pemberian informasi yang positif	21	29
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	10	40

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	42.001 ^a
df	15
Asymp. Sig.	.000

a. 1 is treated as: a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	50	.60	.495
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	50	.76	.431
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	50	.74	.443
S_AT1.4 Spin Value for money	50	.58	.499
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	50	.74	.443
S_AT2.7 Spin Bangga memiliki	50	.56	.501
S_AT3.9 Spin Teman-teman memiliki	50	.52	.505
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	50	.76	.431
S_AT3.11 Spin Pemimpin merek	50	.52	.505
S_AT4.12 Spin Simbol status sosial	50	.54	.503
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	50	.74	.443
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
S_AT5.16 Spin pemberian respon positif	50	.58	.499
S_AT6.17 Spin pemberian informasi yang positif	50	.58	.499
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.80	.404

Frequencies

	Value	
	0	1
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	20	30
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	12	38
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	13	37
S_AT1.4 Spin Value for money	21	29
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	13	37
S_AT2.7 Spin Bangga memiliki	22	28
S_AT3.9 Spin Teman-teman memiliki	24	26
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	12	38
S_AT3.11 Spin Pemimpin merek	24	26
S_AT4.12 Spin Simbol status sosial	23	27
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	13	37
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
S_AT5.16 Spin pemberian respon positif	21	29
S_AT6.17 Spin pemberian informasi yang positif	21	29
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	10	40

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	36.837 ^a
df	14
Asymp. Sig.	.001

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	50	.60	.495
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	50	.76	.431
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	50	.74	.443
S_AT1.4 Spin Value for money	50	.58	.499
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	50	.74	.443
S_AT2.7 Spin Bangga memiliki	50	.56	.501
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	50	.76	.431
S_AT4.12 Spin Simbol status sosial	50	.54	.503
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	50	.74	.443
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
S_AT5.16 Spin pemberian respon positif	50	.58	.499
S_AT6.17 Spin pemberian informasi yang positif	50	.58	.499
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.80	.404

Frequencies

	Value	
	0	1
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	20	30
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	12	38
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	13	37
S_AT1.4 Spin Value for money	21	29
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	13	37
S_AT2.7 Spin Bangga memiliki	22	28
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	12	38
S_AT4.12 Spin Simbol status sosial	23	27
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	13	37
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
S_AT5.16 Spin pemberian respon positif	21	29
S_AT6.17 Spin pemberian informasi yang positif	21	29
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	10	40

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	27.866 ^a
df	12
Asymp. Sig.	.006

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	50	.60	.495
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	50	.76	.431
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	50	.74	.443
S_AT1.4 Spin Value for money	50	.58	.499
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	50	.74	.443
S_AT2.7 Spin Bangga memiliki	50	.56	.501
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	50	.76	.431
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	50	.74	.443
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
S_AT5.16 Spin pemberian respon positif	50	.58	.499
S_AT6.17 Spin pemberian informasi yang positif	50	.58	.499
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.80	.404

Frequencies

	Value	
	0	1
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	20	30
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	12	38
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	13	37
S_AT1.4 Spin Value for money	21	29
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	13	37
S_AT2.7 Spin Bangga memiliki	22	28
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	12	38
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	13	37
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
S_AT5.16 Spin pemberian respon positif	21	29
S_AT6.17 Spin pemberian informasi yang positif	21	29
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	10	40

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	23.721 ^a
df	11
Asymp. Sig.	.014

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	50	.60	.495
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	50	.76	.431
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	50	.74	.443
S_AT1.4 Spin Value for money	50	.58	.499
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	50	.74	.443
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	50	.76	.431
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	50	.74	.443
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
S_AT5.16 Spin pemberian respon positif	50	.58	.499
S_AT6.17 Spin pemberian informasi yang positif	50	.58	.499
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.80	.404

Frequencies

	Value	
	0	1
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	20	30
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	12	38
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	13	37
S_AT1.4 Spin Value for money	21	29
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	13	37
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	12	38
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	13	37
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
S_AT5.16 Spin pemberian respon positif	21	29
S_AT6.17 Spin pemberian informasi yang positif	21	29
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	10	40

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	19.924 ^a
df	10
Asymp. Sig.	.030

a. 1 is treated as a success.

Descriptive Statistics

	N	Mean	Std. Deviation
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	50	.60	.495
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	50	.76	.431
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	50	.74	.443
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	50	.74	.443
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	50	.76	.431
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	50	.74	.443
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	50	.74	.443
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	50	.80	.404

Frequencies

	Value	
	0	1
S_AT1.1 Spin Perbaikan kualitas scr berkesinambungan	20	30
S_AT1.2 Spin Sangat terpercaya	12	38
S_AT1.3 Spin Kualitas sangat bagus	13	37
S_AT2.6 Spin Selaras dengan gaya hidup	13	37
S_AT3.10 Spin mempunyai reputasi baik	12	38
S_AT4.14 Spin Merek bergengsi	13	37
S_AT5.15 Spin Kemungkinan untuk membeli produk selain jenis metik	13	37
S_AT6.18 Spin Pemberian saran ke orang lain untuk membeli	10	40

Test Statistics

N	50
Cochran's Q	6.800 ^a
df	7
Asymp. Sig.	.450

a. 1 is treated as a success.

Data Responden Yamaha MIO

	Y_A T1.1	Y_A T1.2	Y_A T1.3	Y_A T1.4	Y_A T2.5	Y_A T2.6	Y_A T2.7	Y_A T3.8	Y_A T3.9	Y_A T3.1	Y_A T3.2	Y_A T4.1	Y_A T4.3	Y_A T4.4	Y_A T5.1	Y_A T5.6	Y_A T6.1	Y_A T6.8
1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
3	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1
7	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1
8	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
9	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0
10	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
11	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
14	1	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1
17	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
19	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0
20	1	1	1	0	0	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1
21	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0
22	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
23	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0
24	1	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1

25	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1
26	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1
27	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
28	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
29	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1
30	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
31	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1
32	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
33	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1
34	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
35	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
36	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0
37	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0
38	1	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1
39	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0
40	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	1
41	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1
42	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0
43	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
44	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0
45	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1
46	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	0	1
47	0	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	0
48	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1
49	1	1	1	0	1	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
50	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	0
51	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1
52	0	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Data Responden Suzuki Spin

	S_A T1.1	S_A T1.2	S_A T1.3	S_A T1.4	S_A T2.5	S_A T2.6	S_A T2.7	S_A T3.8	S_A T3.9	S_A T3.1 0	S_A T3.1 1	S_A T4.1 2	S_A T4.1 3	S_A T4.1 4	S_A T5.1 5	S_A T5.1 6	S_A T6.1 7	S_A T6.1 8
1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0
3	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1
4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1
5	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1
6	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	0
7	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0
8	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0
9	0	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1
10	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	1	1	1
11	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
12	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
13	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
14	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
15	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
16	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0
17	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1
18	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1
19	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1
20	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1
21	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0
22	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0
23	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1

[illegible]

tabel r

1 tail	0.01	0.05	0.15	0.3
1	0.985	0.929	0.814	0.649
2	0.881	0.770	0.640	0.486
3	0.776	0.663	0.542	0.404
4	0.695	0.590	0.479	0.353
5	0.634	0.536	0.433	0.317
6	0.586	0.495	0.399	0.290
7	0.548	0.462	0.371	0.270
8	0.516	0.434	0.349	0.253
9	0.489	0.411	0.330	0.237
10	0.465	0.392	0.314	0.227
11	0.445	0.375	0.300	0.216
12	0.427	0.360	0.288	0.207
13	0.411	0.346	0.277	0.199
14	0.397	0.334	0.267	0.192
15	0.384	0.323	0.258	0.186
16	0.373	0.310	0.250	0.180
17	0.362	0.305	0.243	0.175
18	0.352	0.296	0.237	0.170
19	0.343	0.289	0.230	0.165
20	0.335	0.282	0.225	0.161
21	0.327	0.275	0.219	0.157
22	0.320	0.269	0.214	0.154
23	0.313	0.263	0.210	0.150
24	0.307	0.258	0.206	0.147
25	0.301	0.253	0.201	0.144
26	0.295	0.248	0.198	0.141
27	0.290	0.244	0.194	0.139
28	0.285	0.239	0.191	0.136
29	0.280	0.235	0.187	0.134
30	0.275	0.231	0.184	0.132
31	0.271	0.228	0.177	0.130
32	0.268	0.225	0.170	0.128
33	0.264	0.222	0.163	0.127
34	0.261	0.219	0.156	0.125
35	0.257	0.216	0.149	0.123
36	0.253	0.213	0.142	0.121
37	0.250	0.210	0.135	0.119
38	0.246	0.207	0.128	0.118
39	0.243	0.204	0.121	0.116
40	0.239	0.201	0.114	0.114
41	0.237	0.199	0.113	0.113
42	0.235	0.197	0.112	0.112
43	0.233	0.196	0.111	0.111
44	0.230	0.194	0.110	0.110
45	0.228	0.192	0.109	0.109
46	0.226	0.190	0.108	0.108
47	0.224	0.188	0.107	0.107
48	0.222	0.187	0.106	0.106
49	0.220	0.185	0.105	0.105
50	0.218	0.183	0.104	0.104

TABEL DISTRIBUSI CHI SQUARE

DF	5%	10%	DF	5%	10%	DF	5%	10%	DF	5%	10%
1	3,84	2,71	51	68,67	64,30	101	125,46	119,59	151	180,68	173,66
2	5,99	4,61	52	69,83	65,42	102	126,57	120,68	152	181,77	174,73
3	7,81	6,25	53	70,99	66,55	103	127,69	121,77	153	182,86	175,80
4	9,49	7,78	54	72,15	67,67	104	128,80	122,86	154	183,96	176,88
5	11,07	9,24	55	73,31	68,80	105	129,92	123,95	155	185,05	177,95
6	12,59	10,64	56	74,47	69,92	106	131,03	125,04	156	186,15	179,02
7	14,07	12,02	57	75,62	71,04	107	132,14	126,12	157	187,24	180,09
8	15,51	13,36	58	76,78	72,16	108	133,26	127,21	158	188,33	181,17
9	16,92	14,68	59	77,93	73,28	109	134,37	128,30	159	189,42	182,24
10	18,31	15,99	60	79,08	74,40	110	135,48	129,39	160	190,52	183,31
11	19,68	17,28	61	80,23	75,51	111	136,59	130,47	161	191,61	184,38
12	21,03	18,55	62	81,38	76,63	112	137,70	131,56	162	192,70	185,45
13	22,36	19,81	63	82,53	77,75	113	138,81	132,64	163	193,79	186,52
14	23,68	21,06	64	83,68	78,86	114	139,92	133,73	164	194,88	187,60
15	25,00	22,31	65	84,82	79,97	115	141,03	134,81	165	195,97	188,67
16	26,30	23,54	66	85,96	81,09	116	142,14	135,90	166	197,06	189,74
17	27,59	24,77	67	87,11	82,20	117	143,25	136,98	167	198,15	190,81
18	28,87	25,99	68	88,25	83,31	118	144,35	138,07	168	199,24	191,88
19	30,14	27,20	69	89,39	84,42	119	145,46	139,15	169	200,33	192,95
20	31,41	28,41	70	90,53	85,53	120	146,57	140,23	170	201,42	194,02
21	32,67	29,62	71	91,67	86,64	121	147,67	141,32	171	202,51	195,09
22	33,92	30,81	72	92,81	87,74	122	148,78	142,40	172	203,60	196,16
23	35,17	32,01	73	93,95	88,85	123	149,88	143,48	173	204,69	197,23
24	36,42	33,20	74	95,08	89,96	124	150,99	144,56	174	205,78	198,29
25	37,65	34,38	75	96,22	91,06	125	152,09	145,64	175	206,87	199,36
26	38,89	35,56	76	97,35	92,17	126	153,20	146,72	176	207,95	200,43
27	40,11	36,74	77	98,48	93,27	127	154,30	147,80	177	209,04	201,50
28	41,34	37,92	78	99,62	94,37	128	155,40	148,89	178	210,13	202,57
29	42,56	39,09	79	100,75	95,48	129	156,51	149,97	179	211,22	203,64
30	43,77	40,26	80	101,88	96,58	130	157,61	151,05	180	212,30	204,70
31	44,99	41,42	81	103,01	97,68	131	158,71	152,12	181	213,39	205,77
32	46,19	42,58	82	104,14	98,78	132	159,81	153,20	182	214,48	206,84
33	47,40	43,75	83	105,27	99,88	133	160,91	154,28	183	215,56	207,91
34	48,60	44,90	84	106,39	100,98	134	162,02	155,36	184	216,65	208,97
35	49,80	46,06	85	107,52	102,08	135	163,12	156,44	185	217,73	210,04
36	51,00	47,21	86	108,65	103,18	136	164,22	157,52	186	218,82	211,11
37	52,19	48,36	87	109,77	104,28	137	165,32	158,60	187	219,91	212,17
38	53,38	49,51	88	110,90	105,37	138	166,42	159,67	188	220,99	213,24
39	54,57	50,66	89	112,02	106,47	139	167,51	160,75	189	222,08	214,31
40	55,76	51,81	90	113,15	107,57	140	168,61	161,83	190	223,16	215,37
41	56,94	52,95	91	114,27	108,66	141	169,71	162,90	191	224,24	216,44
42	58,12	54,09	92	115,39	109,76	142	170,81	163,98	192	225,33	217,50
43	59,30	55,23	93	116,51	110,85	143	171,91	165,06	193	226,41	218,57
44	60,48	56,37	94	117,63	111,94	144	173,00	166,13	194	227,50	219,63
45	61,66	57,51	95	118,75	113,04	145	174,10	167,21	195	228,58	220,70
46	62,83	58,64	96	119,87	114,13	146	175,20	168,28	196	229,66	221,76
47	64,00	59,77	97	120,99	115,22	147	176,29	169,36	197	230,75	222,83
48	65,17	60,91	98	122,11	116,32	148	177,39	170,43	198	231,83	223,89
49	66,34	62,04	99	123,23	117,41	149	178,49	171,51	199	232,91	224,96
50	67,50	63,17	100	124,34	118,50	150	179,58	172,58	200	233,99	226,02