

DAFTAR PUSTAKA

- Amirullah 2002, **Perilaku Konsumen**, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit : Graha Ilmu, Jakarta
- Engel, et all. 2000. **Perilaku Konsumen**. Edisi Keenam. Jilid I. Binarupa Aksara, Jakarta
- Ferrinadewi Ema, 2008, **Merek & Psikologi Konsumen**, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit: Graha Ilmu, Yogyakarta
- Firdaus, Muhammad, 2008, **Manajemen Agribisnis**, cetakan pertama, Penerbit : Bumi Aksara, Jakarta
- Ghosali Iman, 2006, **Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS**, Badan Penerbit : Universitas Diponegoro, Jakarta
- Jonathan Sarwono. 2010. **Teori Analisis, Mengenal Analisis Korelasi**, (online). (<http://www.jonathansarwono.info/>), diakses 4mei 2012)
- Junaidi Chaniago,2008. **Transformasi Data Ordinal Ke Interval dengan Exel kasus kategori Tidak Terisi**. Junaidi FE-UNJA, (online). (<http://junaidichaniago.wordpress.com>, diakses 4 Mei 2012)
- Kotler, Philip. 2000. **Manajemen Pemasaran, Edisi Milenium Jilid I**. PT. Prenhallindo, Jakarta
- _____.2002. **Manajemen Pemasaran. Edisi Millenium jilid 2**. Alih bahasa : Hendra Teguh, dkk. Penerbit : Prenhalindo. Jakarta.
- _____.2005. **Manajemen Pemasaran. Edisi 11 jilid 2**. Alih bahasa : Benyamin Molan. Penerbit Indeks. Jakarta
- Machfoedz, Mahmud, 2005, **Pengantar Pemasaran Modern**, cetakan pertama, Penerbit: UPP-AMP YKPM, Yogyakarta
- Morrison, M.A, 2010, **Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu**, cetakan pertama, Penerbit : Kencana Prenada Media Group
- Oesman, Marty Yevis, 2010, **Sukses Mengelola Marketing Mix, CRM, Customer**
- Purwanto, Djoko, 2006, **Komunkasi Bisnis**, edisi ketiga, Penerbit : Erlangga. Jakarta

- Rangkuti Freddy, 2004, ***Flexible Marketing, Teknik Agar Tetap Tumbuh dalam Situasi Bisnis yang Bergejolak dan Analisis Kasus***, Penerbit : Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Ridwan dan Akdom, 2007, ***Rumus dan Data Dalam Analisis Statistik***, cetakan kedua, Penerbit: Alfabeta, Bandung
- Sekaran, Uma, 2006, ***Metodologi Penelitian Untuk Bisnis***, edisi keempat, Penerbit: Salemba Empat, Jakarta
- Shimp, Terence A. 2003. ***Periklanan Promosi dan Aspek Tambahan Komunikasi Pemasaran Terpadu, Edisi 5 Jilid 1***. Erlangga. Jakarta
- Simamora, Bilson, 2008, ***Panduan Riset Perilaku Konsumen***, cetakan ketiga, Penerbit: PT. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Sugiyono, 2009, ***Metode Penelitian Administrasi, dilengkapi dengan Metode R&D***, edisi revisi cetakan ketujuhbelas, Penerbit : Alfabeta, Bandung
- Subagyo Ahmad, 2010, ***Marketing In Business, Studi Kasus UMK & LKM***, edisi pertama, Penerbit: Mitra Wacana Media, Jakarta
- Sumarwan, Ujang, 2003, ***Perilaku Konsumen Teori & Penerapannya Dalam Pemasaran***, Cetakan Pertama, Penerbit: Ghalia Indonesia, Jakarta
- Suryani, Tatik, 2008, ***Perilaku Konsumen : Implikasi pada Strategi Pemasaran***, edisi pertama, cetakan pertama, Penerbit: Graha Ilmu, Jakarta.
- Sutabri, Tata, 2005, ***Sistem Informasi Manajemen***, Penerbit : Andi, Jakarta
- Sutisna, 2003, ***Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran***, cetakan ketiga, Penerbit: Remaja Rosdakarya, Bandung



LAMPIRAN



YAMINA JAYA
Photocopy & Printing
KANTIN RAMSIS UNHAS
Phone: 081342933050

Kepada Yang terhormat

Bapak/Ibu/Sdr(i)

Di -

Tempat

Saya adalah salah satu mahasiswa pada Universitas Hasanuddin (UNHAS) Makassar yang sedang melakukan penelitian mengenai **"Faktor-faktor yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Melalui Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Speedy di Makassar."**

Sehubungan dengan hal tersebut saya sangat mengharapkan kesediaan Bapak/Ibu/Sdr (i) bisa membantu saya untuk mengisi kuesioner di bawah ini. Semua pernyataan atau pertanyaan berkaitan dengan persepsi atau tanggapan Bapak/Ibu/Sdr(i) terhadap layanan cargo. Jawaban yang diberikan betul-betul hanya untuk kepentingan penelitian.

Atas partisipasi Bapak/Ibu/sdr (i) dalam mengisi kuesioner ini saya ucapkan terima kasih yang tulus.

Makassar, April 2012

Peneliti,

TRI HANDAYANI USMAN

BAGIAN B

Berikut ini penilaian anda terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen melalui iklan terhadap keputusan pembelian speedy di Makassar. Mohon anda memberi tanda cek list (√) nomor yang disediakan sesuai dengan penilaian anda dalam menilai setiap item pertanyaan.

- 1 = Sangat tidak setuju 4 = Setuju
2 = Tidak setuju 5 = Sangat setuju
3 = Netral

BAGIAN C

Tanggapan anda terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi sikap konsumen melalui iklan terhadap keputusan pembelian speedy di Makassar

1) Nilai Informasi

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
a. Iklan Speedy memberikan sumber informasi yang bernilai untuk mengetahui keunggulan produk yang ditawarkan					
b. Iklan Speedy menjelaskan saya karakteristik produk yang sedang saya butuhkan					
c. Iklan Speedy membantu saya untuk mengetahui secara terus-menerus produk-produk yang tersedia					
d. Iklan Speedy sangat menarik perhatian saya					
e. Nilai informasi produk yang diperoleh melalui iklan Speedy setara dengan manfaat dan biaya yang digunakan					

2) Isi pesan

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
a. Iklan Speedy berisikan pesan-pesan informasi					
b. Iklan Speedy memberikan informasi kepada publik					
c. Dengan melihat iklan speedy, saya dapat memahami dengan jelas isi pesan yang disampaikan dalam iklan tersebut					
d. Pesan yang disampaikan dalam iklan speedy menyadarkan bahwa saya tidak asing dengan produk yang ditawarkan					
e. Pesan yang disampaikan dalam iklan speedy mampu membuat saya untuk selalu ingat dengan produk tersebut					

3) Dorongan Iklan

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
a. Dengan adanya iklan speedy dapat menimbulkan keinginan konsumen untuk pembelian					
b. Iklan Speedy memberikan informasi kepada publik mengenai keunggulannya					
c. Setelah melihat iklan Speedy, saya merasa bahwa iklan tersebut pantas untuk saya ingat					
d. Iklan speedy membuat saya menjadi kenal akan merek tersebut					
e. Dengan melihat iklan speedy, saya memiliki kesan bahwa iklan speedy lebih baik dari iklan produk lain yang sejenis					

4) Keputusan Pembelian

Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
a. Adanya kepercayaan masyarakat terhadap produk speedy yang ditawarkan oleh PT. Telkom					
b. Citra yang melekat pada produk speedy membuat konsumen untuk membeli					
c. Nilai fungsional yang melekat pada speedy mempengaruhi keputusan pembelian					
d. Iklan speedy membuat saya ingin menjadikan speedy sebagai pilihan utama					
e. Dengan melihat iklan Speedy, saya jadi memiliki kepercayaan terhadap produk tersebut					

*****TERIMA KASIH*****

Frequency Table

Umur

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	dibawah 25 tahun	7	7.0	7.0	7.0
	26-39 tahun	21	21.0	21.0	28.0
	40-49 tahun	46	46.0	46.0	74.0
	di atas 50 tahun	26	26.0	26.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Jkel

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	51	51.0	51.0	51.0
	Wanita	49	49.0	49.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Pek

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	PNS	24	24.0	24.0	24.0
	Pensiunan	8	8.0	8.0	32.0
	Pegawai Swasta	28	28.0	28.0	60.0
	Mahasiswa/Pelajar	7	7.0	7.0	67.0
	Pengusaha	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Tkt

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA	7	7.0	7.0	7.0
	Akademi/Diploma	15	15.0	15.0	22.0
	S1	39	39.0	39.0	61.0
	S2	21	21.0	21.0	82.0
	S3	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

NI1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	4.0	4.0	4.0
	tidak setuju	15	15.0	15.0	19.0
	cukup setuju	33	33.0	33.0	52.0
	setuju	44	44.0	44.0	96.0
	sangat setuju	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

NI2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	3	3.0	3.0	5.0
	cukup setuju	31	31.0	31.0	36.0
	setuju	54	54.0	54.0	90.0
	sangat setuju	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

NI3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	5.0	5.0	5.0
	tidak setuju	9	9.0	9.0	14.0
	cukup setuju	30	30.0	30.0	44.0
	setuju	49	49.0	49.0	93.0
	sangat setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

NI4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	5	5.0	5.0	7.0
	cukup setuju	34	34.0	34.0	41.0
	setuju	51	51.0	51.0	92.0
	sangat setuju	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

NI5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	5	5.0	5.0	7.0
	cukup setuju	29	29.0	29.0	36.0
	setuju	54	54.0	54.0	90.0
	sangat setuju	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

IP1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	5.0	5.0	5.0
	tidak setuju	6	6.0	6.0	11.0
	cukup setuju	29	29.0	29.0	40.0
	setuju	53	53.0	53.0	93.0
	sangat setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

IP2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	7	7.0	7.0	7.0
	tidak setuju	10	10.0	10.0	17.0
	cukup setuju	24	24.0	24.0	41.0
	setuju	49	49.0	49.0	90.0
	sangat setuju	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

IP3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	6	6.0	6.0	6.0
	tidak setuju	13	13.0	13.0	19.0
	cukup setuju	22	22.0	22.0	41.0
	setuju	52	52.0	52.0	93.0
	sangat setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

IP4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	4.0	4.0	4.0
	tidak setuju	4	4.0	4.0	8.0
	cukup setuju	22	22.0	22.0	30.0
	setuju	60	60.0	60.0	90.0
	sangat setuju	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

IP5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	7	7.0	7.0	7.0
	tidak setuju	10	10.0	10.0	17.0
	cukup setuju	24	24.0	24.0	41.0
	setuju	50	50.0	50.0	91.0
	sangat setuju	9	9.0	9.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

DI1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	4	4.0	4.0	4.0
	tidak setuju	2	2.0	2.0	6.0
	cukup setuju	30	30.0	30.0	36.0
	setuju	53	53.0	53.0	89.0
	sangat setuju	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

DI2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
	tidak setuju	7	7.0	7.0	10.0
	cukup setuju	27	27.0	27.0	37.0
	setuju	55	55.0	55.0	92.0
	sangat setuju	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

DI3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	7	7.0	7.0	9.0
	cukup setuju	21	21.0	21.0	30.0
	setuju	59	59.0	59.0	89.0
	sangat setuju	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

DI4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
	tidak setuju	6	6.0	6.0	9.0
	cukup setuju	28	28.0	28.0	37.0
	setuju	56	56.0	56.0	93.0
	sangat setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

DI5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	3	3.0	3.0	3.0
	tidak setuju	6	6.0	6.0	9.0
	cukup setuju	39	39.0	39.0	48.0
	setuju	46	46.0	46.0	94.0
	sangat setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KP1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	12	12.0	12.0	14.0
	cukup setuju	29	29.0	29.0	43.0
	setuju	49	49.0	49.0	92.0
	sangat setuju	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KP2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	7	7.0	7.0	9.0
	cukup setuju	17	17.0	17.0	26.0
	setuju	60	60.0	60.0	86.0
	sangat setuju	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KP3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	2	2.0	2.0	4.0
	cukup setuju	23	23.0	23.0	27.0
	setuju	68	68.0	68.0	95.0
	sangat setuju	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KP4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	2	2.0	2.0	2.0
	tidak setuju	2	2.0	2.0	4.0
	cukup setuju	31	31.0	31.0	35.0
	setuju	58	58.0	58.0	93.0
	sangat setuju	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KP5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	sangat tidak setuju	5	5.0	5.0	5.0
	tidak setuju	9	9.0	9.0	14.0
	cukup setuju	32	32.0	32.0	46.0
	setuju	48	48.0	48.0	94.0
	sangat setuju	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Correlations

Correlations

		NI1	NI2	NI3	NI4	NI5	Nilai Informasi
NI1	Pearson Correlation	1	.391**	.003	.156	.180	.518**
	Sig. (2-tailed)		.000	.978	.122	.073	.000
	N	100	100	100	100	100	100
NI2	Pearson Correlation	.391**	1	.326**	.492**	.456**	.765**
	Sig. (2-tailed)	.000		.001	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
NI3	Pearson Correlation	.003	.326**	1	.415**	.419**	.647**
	Sig. (2-tailed)	.978	.001		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
NI4	Pearson Correlation	.156	.492**	.415**	1	.556**	.750**
	Sig. (2-tailed)	.122	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
NI5	Pearson Correlation	.180	.456**	.419**	.556**	1	.751**
	Sig. (2-tailed)	.073	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Nilai Infor masi	Pearson Correlation	.518**	.765**	.647**	.750**	.751**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.706	5

Correlations

Correlations

		IP1	IP2	IP3	IP4	IP5	Isi Pesan
IP1	Pearson Correlation	1	.302**	.456**	.548**	.495**	.757**
	Sig. (2-tailed)		.002	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
IP2	Pearson Correlation	.302**	1	.208*	.455**	.409**	.665**
	Sig. (2-tailed)	.002		.037	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
IP3	Pearson Correlation	.456**	.208*	1	.385**	.478**	.701**
	Sig. (2-tailed)	.000	.037		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
IP4	Pearson Correlation	.548**	.455**	.385**	1	.365**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
IP5	Pearson Correlation	.495**	.409**	.478**	.365**	1	.768**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Isi Pesan	Pearson Correlation	.757**	.665**	.701**	.739**	.768**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.772	5

Correlations

Correlations

		DI1	DI2	DI3	DI4	DI5	Dorongan Iklan
DI1	Pearson Correlation	1	.500**	.402**	.373**	.446**	.736**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
DI2	Pearson Correlation	.500**	1	.473**	.304**	.436**	.733**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.002	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
DI3	Pearson Correlation	.402**	.473**	1	.472**	.395**	.737**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
DI4	Pearson Correlation	.373**	.304**	.472**	1	.611**	.739**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
DI5	Pearson Correlation	.446**	.436**	.395**	.611**	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Dorongan Iklan	Pearson Correlation	.736**	.733**	.737**	.739**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

Reliability
Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.797	5

Correlations

		KP1	KP2	KP3	KP4	KP5	Keputusan Pembelian
KP1	Pearson Correlation	1	.340**	.230*	.357**	.421**	.707**
	Sig. (2-tailed)		.001	.021	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KP2	Pearson Correlation	.340**	1	.479**	.362**	.057	.642**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000	.573	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KP3	Pearson Correlation	.230*	.479**	1	.559**	.409**	.743**
	Sig. (2-tailed)	.021	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KP4	Pearson Correlation	.357**	.362**	.559**	1	.270**	.709**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.007	.000
	N	100	100	100	100	100	100
KP5	Pearson Correlation	.421**	.057	.409**	.270**	1	.651**
	Sig. (2-tailed)	.000	.573	.000	.007		.000
	N	100	100	100	100	100	100
Keputusan Pembelian	Pearson Correlation	.707**	.642**	.743**	.709**	.651**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100

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

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.714	5

Regression

Variables Entered/Removed

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Dorongan Iklan, Isi Pesan, Nilai Informasi ^a		. Enter

a. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.786 ^a	.618	.606	1.75393	.618	51.732	3	96	.000

a. Predictors: (Constant), Dorongan Iklan, Isi Pesan, Nilai Informasi

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	477.427	3	159.142	51.732	.000 ^a
	Residual	295.323	96	3.076		
	Total	772.750	99			

a. Predictors: (Constant), Dorongan Iklan, Isi Pesan, Nilai Informasi

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.129	1.352		1.575	.118
	Nilai Informasi	.562	.087	.578	6.492	.000
	Isi Pesan	.166	.051	.208	3.220	.002
	Dorongan Iklan	.174	.081	.194	2.147	.034

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Correlation

		Nilai Informasi	Isi Pesan	Dorongan Iklan
Nilai Informasi	Pearson Correlation	1	.113	.705**
	Sig. (2-tailed)		.262	.000
	N	100	100	100
Isi Pesan	Pearson Correlation	.113	1	.208*
	Sig. (2-tailed)	.262		.038
	N	100	100	100
Dorongan Iklan	Pearson Correlation	.705**	.208*	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.038	
	N	100	100	100

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

LAMPIRAN : REKAP JAWABAN RESPONDEN

NO RESP	Karakteristik Resp				Nilai Informasi					Isi Pesan					Dorongan Iklan					Keputusan Pembelian				
	umur	J- kel	Pek	Tpt	NI1	NI2	NI3	NI4	NI5	IPI	IP2	IP3	IP4	IP5	DI1	DI2	DI3	DI4	DI5	KPI	KP2	KP3	KP4	KP5
1	1	1	4	1	3	3	3	4	4	5	3	5	4	1	3	5	4	1	1	5	5	3	3	4
2	2	2	1	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	5	2	2	4	4	4	4	5
3	3	2	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	5	2	2	4	4	4	5	5
4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	5	3	5	4	3	3	3	4	4	4	5	5
5	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	3	5	4	5	4	3	3	3	4	4	4	5	4
6	4	2	3	5	4	4	3	3	3	3	5	3	4	4	5	3	3	4	3	3	3	4	4	4
7	4	2	3	5	4	4	3	4	3	3	5	3	4	5	4	3	3	4	3	3	3	3	4	4
8	4	1	3	5	3	3	3	3	3	3	5	4	4	5	4	3	3	5	4	3	3	3	3	4
9	3	1	3	5	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	3	3
10	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	3	3	4	3	4	3	3	3
11	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	5	3	4	4	3	4	3	5	3	4	4	3	3
12	3	1	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	4	4	3	4	3	4	4	4	3
13	3	1	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4	3	3	3	3	3	2	4	4	4	3
14	2	1	5	1	3	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	3	3	3	2	5	5	4	3
15	2	1	5	2	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	3	4	4	4	2	3	4	4	3
16	2	1	5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	4	3	3	5	4	5	4	2	3	4	4	3
17	2	1	5	3	3	3	3	3	3	4	4	4	5	3	3	4	5	4	3	2	3	4	3	4
18	1	1	4	1	3	3	3	3	3	5	4	3	4	3	2	2	2	2	2	2	3	4	3	4
19	1	1	4	1	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	2	2	2	2	2	2	4	4	3	4
20	1	1	4	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
21	2	1	5	3	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1
22	2	1	5	3	2	2	2	2	2	4	4	3	4	5	1	2	2	2	2	2	2	2	2	2
23	2	1	5	2	2	2	2	2	2	4	4	3	4	5	1	1	2	2	2	2	2	2	2	2
24	3	1	2	2	3	3	3	3	3	4	4	3	4	5	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4
25	3	1	1	5	3	3	3	3	3	4	4	4	3	5	3	3	3	3	3	2	4	4	3	4
26	4	1	1	5	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	2	5	5	3	3

27	4	1	1	4	3	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	5	4	3	3
28	4	1	1	4	4	4	3	3	2	3	4	5	3	4	4	4	3	4	4	3	5	4	3	3
29	4	1	1	4	4	4	3	3	2	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	5	4	3	3
30	4	1	1	4	4	5	4	3	2	3	3	4	4	4	4	4	4	5	4	3	5	4	3	2
31	3	1	1	4	3	5	4	4	3	3	3	4	4	4	4	5	4	4	4	3	4	4	4	2
32	3	1	1	4	3	4	4	4	3	4	3	3	3	3	5	4	5	4	4	3	4	4	4	2
33	3	1	1	5	3	4	5	4	3	4	4	2	3	3	5	3	4	4	4	3	4	3	4	2
34	3	1	1	4	3	4	3	5	4	4	4	2	3	3	3	3	4	4	4	3	4	3	4	1
35	3	1	1	3	2	4	4	4	4	5	5	2	3	3	3	3	4	4	3	3	4	3	4	1
36	3	1	5	3	2	4	4	4	4	5	4	5	1	4	4	3	3	4	4	3	4	4	3	1
37	3	1	5	3	2	4	4	4	4	4	4	4	1	4	4	3	4	4	4	3	4	4	4	2
38	2	1	5	3	2	5	4	4	4	4	4	4	2	5	4	4	4	4	4	3	4	4	4	2
39	2	1	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	5	3	4	5	5	4	2
40	2	1	5	4	3	4	3	5	4	4	4	4	2	4	4	4	5	4	3	4	3	5	5	3
41	2	1	5	5	3	4	3	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	4	3	4	3	4	4	3
42	2	1	5	4	4	4	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	3
43	1	2	4	4	4	4	2	4	5	3	3	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	3
44	1	2	4	4	4	4	2	4	4	4	3	3	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4
45	1	2	4	4	5	4	2	4	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	4	5	4	4
46	2	2	5	4	4	4	1	3	4	4	4	2	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
47	2	2	5	4	4	4	1	3	4	4	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4
48	2	2	5	4	4	4	1	3	3	4	2	4	4	4	4	4	3	4	4	3	5	4	4	3
49	2	2	5	4	4	4	2	4	3	5	1	4	5	4	5	3	3	3	3	5	4	4	3	4
50	3	2	5	3	4	4	2	4	3	4	1	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	3	4
51	3	2	5	3	3	3	4	5	4	4	1	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4
52	3	2	5	3	3	3	4	5	4	4	2	3	4	3	4	4	4	2	3	3	4	4	3	4
53	4	2	1	4	3	3	4	4	5	4	2	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	4
54	4	1	1	4	3	3	5	4	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	4	3	4	4	3	3
55	4	1	1	4	4	3	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	2	4	4	3	4	4	3	3
56	4	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	3	4	3	3	3	2	4	5	3	4	3	3	3
57	3	2	1	2	4	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3	2	4	4	3	3	4	4	3

58	3	2	3	2	5	3	4	3	4	4	3	5	4	3	3	2	5	4	3	3	3	4	4	4
59	3	2	3	5	4	4	4	3	5	4	4	4	4	3	4	3	5	4	3	3	3	4	4	4
60	3	2	3	5	4	4	3	3	4	3	4	4	5	3	4	3	5	4	3	3	2	4	4	4
61	3	1	2	5	4	5	3	2	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	2	4	4	4
62	3	1	5	5	4	3	3	2	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	2	4	4	4
63	3	1	5	5	4	3	4	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4
64	3	1	5	5	4	3	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	4	4	4	2	4	3	4
65	3	1	5	5	4	4	5	3	3	4	4	4	3	4	4	5	3	3	5	5	3	4	3	5
66	3	1	5	3	3	4	4	3	4	5	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4
67	3	1	5	3	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	4	3	3	3	4
68	3	1	2	2	3	5	4	3	5	4	3	4	3	4	5	4	3	3	4	4	4	3	3	4
69	4	2	3	2	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	4
70	4	2	5	2	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3
71	4	2	5	1	2	4	5	4	4	4	3	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	4	3
72	4	2	5	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	5	4	3
73	3	2	3	2	2	4	4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	4	5	4	5	4	4	4	3
74	3	2	3	3	1	3	4	4	5	4	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4
75	3	2	2	3	1	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4
76	3	2	1	3	2	3	4	4	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4
77	3	2	1	3	2	4	5	4	4	3	4	3	4	2	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
78	3	2	3	2	2	4	4	4	5	3	4	3	4	2	5	4	5	3	3	4	4	4	4	4
79	3	2	3	2	3	5	4	5	3	3	4	2	4	1	4	4	4	3	3	4	4	4	4	4
80	4	2	1	3	3	4	4	4	3	1	3	2	4	1	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
81	4	2	1	3	3	4	4	4	4	2	3	2	4	2	4	4	4	3	3	4	4	4	4	3
82	4	2	3	3	4	4	4	4	4	2	3	3	4	2	4	3	4	4	5	3	4	3	3	3
83	3	2	3	5	4	4	4	4	5	3	4	3	4	3	4	3	4	4	5	3	4	3	3	3
84	3	2	3	3	4	4	3	4	4	3	4	3	5	3	4	3	4	5	5	4	5	3	3	4
85	3	1	2	2	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4
86	2	1	5	2	4	5	3	5	4	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
87	2	1	3	2	4	4	3	4	4	3	4	5	4	5	3	4	4	4	3	5	4	4	4	5
88	2	2	3	3	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	4	5	5	4

89	2	2	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
90	3	2	3	3	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
91	3	2	3	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4
92	3	2	5	3	4	4	4	3	4	5	4	4	5	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4
93	4	2	5	3	4	5	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	3
94	4	2	3	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4	3
95	4	2	3	3	5	4	4	5	4	2	2	2	2	2	2	4	4	4	4	4	4	4	3
96	4	2	2	5	4	5	4	4	4	2	2	2	2	2	4	5	4	4	4	5	4	3	4
97	4	2	1	5	4	4	5	4	4	1	1	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	3	4
98	3	2	2	3	4	3	4	4	4	1	1	1	1	1	3	4	4	4	4	4	4	3	4
99	3	2	2	3	4	4	4	4	3	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	3	4	5
100	4	1	1	3	4	4	4	4	4	2	2	2	2	2	3	4	4	3	4	4	3	4	4