

SKRIPSI

ANALISIS BAURAN PEMASARAN STIK KIMPUL BEKU TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN



Ega Putra Wardhana

NPM: 16.23.00.05

PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
SURABAYA
2021

**ANALISIS BAURAN PEMASARAN STIK KIMPUL BEKU
TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Teknik
Program Studi Teknologi Industri Pertanian
Fakultas Teknik
Universitas Wijaya Kusuma Surabaya

Ega Putra Wardhana

NPM: 16.23.00.05

**PROGRAM STUDI TEKNOLOGI INDUSTRI PERTANIAN
FAKULTAS TEKNIK
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
SURABAYA
2021**

{ PAGE * MERGEFORMAT }

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi

: ANALISIS BAURAN PEMASARAN STIK
KIMPUL BEKU TERHADAP MINAT BELI
KONSUMEN

Nama Mahasiswa

: Ega Putra Wardhana

NPM

: 16.23.0005

Program Studi

: Teknologi Industri Pertanian

Surabaya, 21 Januari 2021

Menyetujui,

Dosen Pembimbing I

Ir. Tri Rahayuningsih, MA

NIK. 91132 – ET

Dosen Pembimbing II

Dr. Ir. Endang Retno Wedowati, M.T

NIK. 98679 – ET

Mengetahui,

Dekan
Fakultas Teknik

Johan Paing H.W., ST, M.T

NIP. 196903102005011002

Ketua Program Studi
Teknologi Industri Pertanian

Diana Puspitasari, S.TP, M.T

NIK. 98677 – ET

LEMBAR REVISI

Judul Skripsi : ANALISIS BAURAN PEMASARAN STIK KIMPUL BEKU TERHADAP MINAT BELI KONSUMEN

Nama Mahasiswa : Ega Putra Wardhana

NPM : 16 23 0005

Program Studi : Teknologi Industri Pertanian

Surabaya, 21 Januari 2021

Menyetujui,

Dosen Penguji I

(Dr. Ir. Fungki Sri Rejeki, MP)

NIK: 8977 – ET

Dosen Penguji II

(Diana Puspitasari, S.TP, MT)

NIK: 98677 – ET

Mengetahui,

Dosen Pembimbing I

Ir. Tri Rahayuningsih, MA

NIK. 91132-ET

Dosen Pembimbing II

Dr. Ir. Endang Retno Wedowati, M.T

NIK. 98679-ET

PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa sepanjang pengetahuan saya, di dalam naskah SKRIPSI ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain kecuali yang tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan pustaka.

Apabila ternyata dalam naskah SKRIPSI ini dapat dibuktikan mendapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia SKRIPSI ini digugurkan dan gelar akademik SARJANA yang telah saya peroleh dibatalkan, serta diproses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Surabaya, 21 Januari 2021



Nama : Ega Putra Wardhana
NPM : 16230005
Program Studi : Teknologi Industri Pertanian
Fakultas : Teknik UWKS

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala limpahan rahmat dan hidayahNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Analisis Bauran Pemasaran Stik Kimpul Beku Terhadap Minat Beli Konsumen”

Penyusunan proposal skripsi menjadi salah satu syarat yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Strata-1 pada Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknik, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam kesempatan ini penulis ingin mengucapkan terima kasih dan rasa hormat kepada pihak-pihak yang telah membantu dan memberi dukungan dalam proses penulisan laporan ini baik secara langsung maupun tidak langsung. Penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Johan Paing Heru Waskito, S.T, M.T selaku Dekan Fakultas Teknik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Ibu Diana Puspitasari S.TP, M.T selaku Ketua Program Studi Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Ir. Tri Rahayuningsih M.A., selaku Dosen Wali dan Dosen Pembimbing I yang telah meluangkan waktu, membimbing, mengarahkan, memberi ide, gagasan, saran, dan perhatiannya sehingga penyusunan laporan skripsi ini dapat terselesaikan.

4. Ibu Ir. Endang Retno Wedowati, M.T selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, membimbing, mengarahkan, memberi ide, gagasan, saran, dan perhatiannya sehingga penyusunan laporan skripsi ini dapat terselesaikan.
5. Ibu Dr. Ir. Fungki Sri Rejeki, M.P, Bapak Ir. H. Mujianto, M.P., Ibu Marina Revitriani S.TP, M.P. serta Ibu Ir. Endang Noerhartati, M.P selaku dosen pengajar di Program Studi Teknologi Industri Pertanian, Fakultas Teknik, Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberikan banyak ilmu selama masa perkuliahan.
6. Kedua orangtua (Papa dan Mama) serta segenap keluarga yang telah memberi dukungan moral dan materiil bagi Penulis agar menyelesaikan skripsi dengan baik.
7. Teman-teman dari Dewan Perwakilan Mahasiswa Fakultas Teknik Universitas Wijaya Kusuma Surabaya yang telah memberi dukungan selama ini.
8. Teman-teman angkatan 2016 Program Studi Teknologi Industri Pertanian Fakultas Teknik, Nicho, Nisa', Rochim, Ega, Jaladini, Egi dan Aziz.
9. Kakak senior saya Kak Reni, Kak Bagus, Kak Dio, Kak Dinda, Kak Fresh, Kak Ami dan kakak senior lainnya yang telah membantu membagikan pengalaman dan pengetahuannya apabila saya mendapat kesulitan dalam mengerjakan laporan skripsi.

Penulis berharap laporan skripsi ini bisa bermanfaat bagi pribadi dan juga bagi masyarakat. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, maka dari itu penulis berharap kritik dan saran

yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini. Akhir kata penulis menyampaikan permohonan maaf yang sedalam-dalamnya apabila terdapat kesalahan baik perkataan maupun penyusunan kalimat yang kurang berkenan bagi pembaca pada penyusunan laporan skripsi ini.

Surabaya, 21 Januari 2021

Penulis

Ega Putra Wardhana. 16230005. Analisis Bauran Pemasaran Stik Kimpul Beku Terhadap Minat Beli Konsumen. Di bawah bimbingan Ir. Tri Rahayuningsih, MA dan Dr. Ir. Endang Retno Wedowati, MT

Stik kimpul beku adalah camilan makanan ringan yang berbentuk panjang, menyerupai tongkat yang berbahan utama tepung terigu menggunakan proses memasak di goreng (Galih, 2014). Stik kimpul beku merupakan produk inovasi berbahan baku kimpul dengan substitusi kacang hijau sebagai sumber protein, dan penambahan konsentrasi karagenan untuk mendapatkan tekstur yang renyah. Stik kimpul beku merupakan makanan siap saji dan bergizi produk ini merupakan produk baru sehingga bagi pelaku usaha stik kimpul beku perlu melakukan pengenalan produk kepada masyarakat (Pratama, 2020). Oleh karena itu perlu dilakukan analisis faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli ditinjau dari bauran pemasaran (4p) yaitu produk (product), Harga (Price), Tempat (Place), dan Promosi (Promotion). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis faktor bauran pemasaran yang mempengaruhi minat beli pada produk stik kimpul beku.

Penelitian ini dilakukan di daerah Taman, Sepanjang, Sidoarjo, Jawa Timur. Pelaksanaan dimulai pada bulan Juli 2020. Data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner terhadap 10 responden di uji validitas dan uji reliabilitas apabila telah dinyatakan *valid* dan *reliabel*, maka dilakukan penyebaran kuesioner pada sampel sebanyak 100 responden. Uji validitas kuesioner dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, r_{tabel} memiliki nilai sebesar 0,197. Pada uji reliabilitas dinyatakan *reliable* apabila sama atau melebihi *Alpha Cronbach* 0,6. Uji validitas dilakukan untuk mengetahui apakah alat ukur tersebut memiliki ketepatan dalam melakukan pengukuran. Uji reliabilitas berguna untuk mengetahui apakah kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan tingkat ketepatan, keakuratan, dan konsistensi.

Data yang diperoleh akan dihitung dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif, analisis faktor dan analisis regresi linier berganda. Pada penelitian ini analisis deskriptif bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis dan faktual tentang fakta-fakta dengan cara

menganalisis, mengelolah dan mengintrepetasi data. Analisis faktor merupakan suatu analisis yang mereduksi variabel-variabel asal yang memiliki dalam jumlah besar menjadi beberapa faktor. Analisis regresi linier berganda digunakan untuk mengetahui hubungan antar faktor-faktor bauran pemasaran Produk (X1), Harga (X2), Tempat (X3) dan Promosi (X4) dengan minat beli (Y).

Berdasarkan hasil analisis regresi linier berganda menunjukkan bahwa variabel *independent* (4P) secara simultan berpengaruh signifikan terhadap minat beli produk stik kimpul sedangkan bila diuji secara parsial hanya variabel produk (X1), variabel tempat (X3) dan variabel promosi (X4) yang memiliki hubungan secara signifikan terhadap minat beli. Hasil perhitungan menunjukkan persamaan sebagai berikut:

$$Y = 1,241 + 0,442 X_1 + 0,427 X_3 + 0,545 X_4$$

Pada persamaan tersebut dapat diketahui bahwa konstanta sebesar 1.241 mengindikasikan bahwa jika variabel produk (X1), Variabel promosi (X3), dan variabel distribusi (X4) dianggap nol, maka minat beli (Y) nilainya 1.241. Koefisien regresi variabel produk (X1) sebesar 0,442 artinya jika produk mengalami kenaikan sebesar 1 unit, maka minat beli konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 44,2%. Koefisien regresi variabel promosi (X2) sebesar 0,427 artinya jika promosi mengalami kenaikan sebesar 1 unit, maka minat beli konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 42,7%. Koefisien regresi variabel distribusi (X4) sebesar 0,545 artinya jika distribusi mengalami kenaikan sebesar 1 unit, maka minat beli konsumen akan mengalami peningkatan sebesar 44,2%.

Kata Kunci : Stik kimpul beku, Bauran pemasaran, Minat beli konsumen

DAFTAR ISI

{ TOC \o "1-3" \h \z \u }

{ PAGE * MERGEFORMAT }

DAFTAR GAMBAR

Nomor	Teks	Halaman
	{ TOC \h \z \c "Gambar" } Gambar 4.3 Grafik Responden Berdasarkan Pekerjaan { HYPERLINK \l "_Toc61895997" }	
	Gambar 4.4 Grafik Responden Berdasarkan Penghasilan { HYPERLINK \l "_Toc61895997" }	

DAFTAR TABEL

Nomor	Teks	Halaman
	{ TOC \h \z \c "Gambar" } Tabel 4.5 Hasil Uji Validitas Minat Beli { HYPERLINK \l "_Toc61895997" }	
	Tabel 4.6 Hasil Uji Reliabilitas { HYPERLINK \l "_Toc61895997" }	
	{ TOC \h \z \c "Gambar" } Tabel 4.12 Nama Produk Membuat Konsumen Tertarik (X1.6){ HYPERLINK \l "_Toc61895997" }	
	Tabel 4.13 Label Kemasan Membuat Konsumen Tertarik (X1.7){ HYPERLINK \l "_Toc61895997" }	
	{ TOC \h \z \c "Gambar" } Tabel 4.19 Kemudahan Konsumen Mendapatkan Produk Stik Kimpul (X3.1){ HYPERLINK \l "_Toc61895997" }	
	{ TOC \h \z \c "Gambar" } Tabel 4.25 Kemudahan Memperoleh Informasi Produk Stik Kimpul (X4.4){ HYPERLINK \l "_Toc61895997" }	
	{ TOC \h \z \c "Gambar" } Tabel 4.31 Hasil Uji t{ HYPERLINK \l "_Toc61895997" }	
	Tabel 4.32 Hasil Uji t{ HYPERLINK \l "_Toc61895997" }	

DAFTAR LAMPIRAN

{ PAGE * MERGEFORMAT }

DAFTAR PUSTAKA

- Ali, H., 2008. **Marketing.** Penerbit MedPress (Anggota IKAPI). Yogyakarta.
- Ahman, E. 2009. **Teori Ekonomi Mikro.** Universitas Pendidikan Indonesia. Bandung.
- Basu, S. 2000. **Manajemen Penjualan.** Liberty. Yogyakarta.
- Buchari, A. 2010. **Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa.** Alfabeta. Bandung.
- Desmita. 2008. **Psikologi Perkembangan.** Remaja Rosdakarya. Bandung
- Durianto dan liana, 2004. **Strategi Menaklukkan Pasar Melalui Riset Ekuitas Dan Perilaku.** Pt. Gramedia Pustaka Utama. Jakarta.
- Fahrian. 2015. **Jurnal administrasi Bisnis (JAB).** administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id (diakses tanggal 15 Januari 2020)
- Galih. 2014. **Sejarah Snack Stik** . <http://snackkeju.weebly.com/> (diakses tanggal 08 Januari 2020).
- Ghozali, I. 2006. **Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program SPSS.** Cetakan Keempat. Universitas Diponegoro. Semarang.
- Gitosudarmo. 2000. **Manajemen Pemasaran, Cet ke-6.** Yogyakarta : BPFE
- Hasan, A. 2013. **Marketing dan Kasus-Kasus Pilihan.** CAPS (Center Academic Publishing Service). Yogyakarta.

- Heizer, J dan Barry. 2006. **Manajemen Operasi Edisi Ketujuh.** Salemba Empat. Jakarta.
- Jerome. 1996. **Dasar-Dasar Pemasaran.** Erlangga. Jakarta.
- Karim, M. 2013. **Analisis Tingkat Kesukaan Konsumen Terhadap Otak-otak dengan Bahan Baku Ikan Berbeda.** Jurnal Balik Dawa.
- Kertajaya, H. 2010. **Brand Operation.** Esensi Erlanga Grup. Jakarta
- Kotler. P., 2004. **Manajemen Pemasaran Analisis, Perencanaan, implementasi dan Kontrol.** Alih Bahasa, Hendra Teguh. Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan Armstrong, G., 2008. **Prinsip Prinsip Pemasaran. Edisi. 12. Jilid 1.** Erlangga. Jakarta.
- Kotler, P. dan Keller. 2009. **Manajemen pemasaran. Jilid 1. Edisi ke 13.** Erlangga. Jakarta.
- Laksana, F.. 2008. **Manajemen Pemasaran, edisi pertama.** Graha Ilmu. Yogyakarta.
- Pramono. 2012. **Pertimbangan Dalam Membeli Produk Barang Maupun Jasa.** Intidayu Press. Jakarta.
- Pratama. 2020. **Subtitusi Kacang Hijau Pada Pembuatan Stik Kimpul Beku Dengan Penambahan Karagenan.** Skripsi. Surabaya.
- Prasetyo, A. 2009. **Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Tingkat Penjualan Produk Kecap Wowin Di PT. Wowin Purnomo Trenggalek.** Skripsi. Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
- Purwono, dan Hartono, R. 2005. **Kacang Hijau.** Penebar Swadaya. Jakarta

Puspitasari Diana, Rahayuningsih Tri, dan Sri Rejeki Fungki. 2012. **Karakteristik dan Formulasi Tepung Komposit Kimpul Kacang Tunggak Untuk Pengembangan Biskuit Non Terigu.** Surabaya

Saladin, D. 2006. **Manajemen Pemasaran Edisi Keempat.** Linda Karya. Bandung.

Santoso, S. dan Tjiptono, F. 2001. **Riset Pemasaran. Konsep dan Aplikasi dengan SPSS.** Elex Media Komputindo. Jakarta.

Sugiyono, 2005. **Metode Penelitian Administrasi.** Alfabeta. Bandung.

Sugiyono. 2009. **Metode Penelitian Bisnis.** Alfabeta. Bandung.

Tjiptono, F. 2008. **Strategi Pemasaran.** ANDI. Yogyakarta.

Wibowo, B. A. 2015. **Pengaruh Suasana Toko, Promosi, dan Lokasi terhadap Minat Beli di Planet Distro Kota Banjarnegara.** Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. Yogyakarta.

Winarno, F.G. 2004. **Kimia Pangan dan Gizi.** PT. Gramedia. Jakarta.

Lampiran

Lampiran 1: Kuesioner Penelitian

KUESIONER

Dengan Hormat,

Penulis sangat mengharapkan bantuan dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara untuk bersedia meluangkan waktu, mengisi kuesioner ini, dengan cara memberikan respon dari setiap item pernyataan dengan sejujurnya, tanpa paksaan maupun tekanan. Kuesioner ini merupakan bagian dari penyusunan tugas akhir, dan tidak ada maksud lain. Atas perhatian dan partisipasi Bapak/Ibu/Saudara, penulis mengucapkan terima kasih.

Bagian I : Identitas Responden

Berilah tanda silang (x) sesuai dengan jawaban yang anda pilih.

1. Jenis kelamin :

() Laki-laki

() Perempuan

2. Usia :

() 11 s/d 15 tahun () 16 s/d 20 tahun () 21 s/d 25 tahun

() 26 s/d 30 tahun () > 31 tahun

3. Pekerjaan :

() Mahasiswa/pelajar

() Pengusaha/Wiraswasta

() Karyawan Swasta

() PNS/BUMN

() Lain-lain isi

4. Tingkat penghasilan sebulan :

- () < Rp 1.000.000,-
- () Rp. 1.100.000,- s/d Rp. 2.000.000,-
- () Rp. 2.100.000,- s/d 3.000.000,-
- () Rp. 3.100.000,- s/d Rp. 4.000.000,-
- () Rp. 4.100.000,- s/d Rp. 5.000.000,-
- () > Rp. 5.000.000,-

Bagian II : Sikap Responden Terhadap Variabel Penelitian

Isi dan jawablah pertanyaan-pertanyaan dibawah ini sesuai dengan pilihan dan pendapat anda, beri tanda cek (✓) didalam kolom yang sesuai pada :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Produk stik kimpul memiliki rasa yang enak.					
2.	Produk stik kimpul memiliki tekstur yang mudah dicerna.					
3.	Produk stik kimpul memiliki warna yang menarik.					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
4.	Produk stik kimpul memiliki banyak kandungan gizi.					
5.	Produk stik kimpul merupakan produk inovasi dari stik kimpul.					
6.	Nama produk membuat konsumen tertarik.					
7.	Label kemasan produk stik kimpul membuat konsumen tertarik.					
8.	Nama sebuah produk membuat konsumen tertarik.					
9.	Desain kemasan stik kimpul sangat menarik.					
10.	Harga stik kimpul terjangkau oleh konsumen.					
11.	Harga yang ditawarkan sesuai dengan kualitas produk stik kimpul..					
12.	Adanya harga promosi membuat konsumen stik kimpul tertarik.					
13.	Kemudahan konsumen mendapatkan produk stik kimpul.					
14.	Produk stik kimpul memberikan informasi yang berguna mengenai produknya.					
15.	Pengenalan produk stik kimpul.					
16.	Mempromosikan produk stik kimpul secara <i>online</i> .					

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
17.	Mengiklankan produk untuk memperkenalkan produk lebih luas.					
18.	Melakukan kegiatan promosi penjualan.					
19.	Kemudahan memperoleh informasi produk stik kimpul.					
20.	Saya berminat membeli produk stik kimpul untuk memenuhi kebutuhan.					
21.	Saya berminat membeli produk stik kimpul.					
22.	Saya tertarik dengan harga produk stik kimpul yang terjangkau.					
23.	Saya tertarik dengan rencana promosi produk stik kimpul.					
24.	Saya tertarik karena produk stik kimpul mudah didapatkan.					

Keterangan:

Skala Mutu	Skor
Sangat Suka	5
Suka	4
Netral	3
Tidak suka	2
Sangat Tidak Suka	1

Lampiran 2: Output Uji Validitas

Correlations					
		X2.1	X2.2	X2.3	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,729**	,697**	,898**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,729**	1	,602**	,884**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,697**	,602**	1	,873**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	,898**	,884**	,873**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

Correlations					
		X3.1	X3.2	X3.3	X3
X3.1	Pearson Correlation	1	,775**	,740**	,873**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	,775**	1	,977**	,980**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	,740**	,977**	1	,970**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100
X3	Pearson Correlation	,873**	,980**	,970**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100

Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4
X4. 1	Pearson Correlation	1	,694**	,837**	,696**	,889**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X4. 2	Pearson Correlation	,694**	1	,710**	,991**	,925**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X4. 3	Pearson Correlation	,837**	,710**	1	,703**	,903**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100
X4. 4	Pearson Correlation	,696**	,991**	,703**	1	,923**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100
X4	Pearson Correlation	,889**	,925**	,903**	,923**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	100	100	100	100	100

Correlations							
		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y
Y1.1	Pearson Correlation	1	,841* *	,819* *	,701* *	,767* *	,919* *
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,841* *	1	,796* *	,715* *	,733* *	,908* *
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,819* *	,796* *	1	,676* *	,681* *	,881* *
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	,701* *	,715* *	,676* *	1	,723* *	,863* *
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y1.5	Pearson Correlation	,767* *	,733* *	,681* *	,723* *	1	,888* *
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000		,000
	N	100	100	100	100	100	100
Y	Pearson Correlation	,919* *	,908* *	,881* *	,863* *	,888* *	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
		100	100	100	100	100	100

Lampiran 3: Output Uji Reliabilitas

RELIABILITY

```
/VARIABLES=X1.1 X1.2 X1.3 X1.4 X1.5 X1.6 X1.7 X1.8 X1.9
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,958	9

RELIABILITY

```
/VARIABLES=X2.1 X2.2 X2.3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.
```

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,852	3

RELIABILITY

/VARIABLES=X3.1 X3.2 X3.3
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,935	3

RELIABILITY

/VARIABLES=X4.1 X4.2 X4.3 X4.4
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,928	4

RELIABILITY

/VARIABLES=Y1.1 Y1.2 Y1.3 Y1.4 Y1.5
/SCALE('ALL VARIABLES') ALL
/MODEL=ALPHA.

Reliability

Reliability Statistics

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	100	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	100	100,0

Cronbach's Alpha	N of Items
,931	5

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	X1, X2, X3, X4	.	Enter

a. Dependent Variable: X

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,976 ^a	,953	,951	,7912

a. Predictors: (Constant), X1, X2, X3, X4

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1089,725	4	272,431	146,664	,000 ^b
	Residual	176,465	95	1,858		
	Total	1266,190	99			

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	1,241	0,720		1,724	0,088
	X1	0,442	0,078	0,784	5,639	0,000
	X2	-0,083	0,189	-0,043	-0,440	0,661
	X3	0,427	0,153	0,346	2,793	0,006
	X4	0,545	0,153	0,348	3,558	0,001

Lampiran 4: Output Analisis Deskriptif

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3,0	27	27,0	27,0	27,0
4,0	44	44,0	44,0	71,0
5,0	29	29,0	29,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,0	14	14,0	14,0	14,0
3,0	44	44,0	44,0	58,0
4,0	40	40,0	40,0	98,0
5,0	2	2,0	2,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,0	26	26,0	26,0	26,0
	4,0	43	43,0	43,0	69,0
	5,0	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	15	15,0	15,0	15,0
	3,0	41	41,0	41,0	56,0
	4,0	37	37,0	37,0	93,0
	5,0	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	13	13,0	13,0	13,0
	3,0	28	28,0	28,0	41,0
	4,0	40	40,0	40,0	81,0
	5,0	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	14	14,0	14,0	14,0
	3,0	44	44,0	44,0	58,0
	4,0	40	40,0	40,0	98,0
	5,0	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.7

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	10	10,0	10,0	10,0
	3,0	24	24,0	24,0	34,0
	4,0	43	43,0	43,0	77,0
	5,0	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.8

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	11	11,0	11,0	11,0
	3,0	24	24,0	24,0	35,0
	4,0	42	42,0	42,0	77,0
	5,0	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X1.9

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,0	23	23,0	23,0	23,0
	4,0	43	43,0	43,0	66,0
	5,0	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	1	1,0	1,0	1,0
	3,0	18	18,0	18,0	19,0
	4,0	49	49,0	49,0	68,0
	5,0	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	13	13,0	13,0	13,0
	3,0	28	28,0	28,0	41,0
	4,0	40	40,0	40,0	81,0
	5,0	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	11	11,0	11,0	11,0
	3,0	24	24,0	24,0	35,0
	4,0	42	42,0	42,0	77,0
	5,0	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	1	1,0	1,0	1,0
	3,0	40	40,0	40,0	41,0
	4,0	41	41,0	41,0	82,0
	5,0	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	14	14,0	14,0	14,0
	3,0	23	23,0	23,0	37,0
	4,0	54	54,0	54,0	91,0
	5,0	9	9,0	9,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	1	1,0	1,0	1,0
	3,0	32	32,0	32,0	33,0
	4,0	49	49,0	49,0	82,0
	5,0	18	18,0	18,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X4.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,0	9	9,0	9,0	9,0
3,0	30	30,0	30,0	39,0
4,0	42	42,0	42,0	81,0
5,0	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X4.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2,0	9	9,0	9,0	9,0
3,0	35	35,0	35,0	44,0
4,0	37	37,0	37,0	81,0
5,0	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	5	5,0	5,0	5,0
	3,0	36	36,0	36,0	41,0
	4,0	49	49,0	49,0	90,0
	5,0	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

X4.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	6	6,0	6,0	6,0
	3,0	32	32,0	32,0	38,0
	4,0	55	55,0	55,0	93,0
	5,0	7	7,0	7,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	1	1,0	1,0	1,0
	3,0	18	18,0	18,0	19,0
	4,0	49	49,0	49,0	68,0
	5,0	32	32,0	32,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	14	14,0	14,0	14,0
	3,0	44	44,0	44,0	58,0
	4,0	40	40,0	40,0	98,0
	5,0	2	2,0	2,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	3,0	25	25,0	25,0	25,0
	4,0	44	44,0	44,0	69,0
	5,0	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	14	14,0	14,0	14,0
	3,0	22	22,0	22,0	36,0
	4,0	53	53,0	53,0	89,0
	5,0	11	11,0	11,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Y1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2,0	15	15,0	15,0	15,0
	3,0	18	18,0	18,0	33,0
	4,0	46	46,0	46,0	79,0
	5,0	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Lampiran 5 : Desain Kemasan

