

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS, DAN
HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DUNKIN
DONUTS SIDOARJO**

SKRIPSI

**Diajukan Untuk memenuhi Salah Satu Syarat Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Manajemen Progam Studi Manajemen**



Diajukan oleh :

Riastuti Nakarini

NPM : 1640082

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS WIJAYA KUSUMA SURABAYA
2021**

HALAMAN PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS,
DAN HARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DUNKIN DONUTS**

SIDOARJO

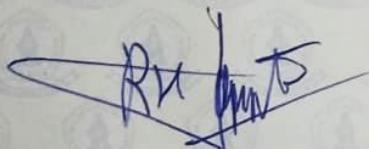
Diajukan Oleh :

RIASTUTI NAKARINI

NPM : 16420082

TELAH DISETUJUI DENGAN BAIK OLEH

DOSEN PEMBIMBING



Drs. Ec. REDY EKO HS., MM

Tanggal, 16 - Juli - 2021

KETUA PROGRAM STUDI



Dr. KRISTININGSIH, SE,M.Si

5 - 08 - 2021

Tanggal,

SURAT PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Riastuti Nakarini

NPM : 16420082

Alamat : 019/005 Tawing Munjungan Trenggalek

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi dengan judul "**Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dunkin Donuts Sidoarjo**" adalah benar-benar karya saya sendiri dan bebas dari plagiat, dan apabila pernyataan ini terbukti tidak benar maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surabaya, 30 Agustus 2021
Yang membuat pernyataan



RIASTUTI NAKARINI

(16420082)

HALAMAN DEWAN PENGUJI

SKRIPSI

**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS DAN HARGA
TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DUNKIN DONUTS SIDOARJO**

Dipersiapkan dan disusun oleh :

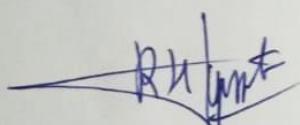
RIASTUTI NAKARINI

NPM : 16420082

Susunan Dewan Penguji

Pembimbing Utama

Ketua Tim Penguji

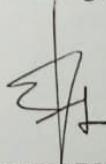


Drs. Ec. REDY EKO HS., MM.



MAQBULA AROCHMAN, SE., M.Ak

Anggota Dewan Penguji Lain



BAMBANG SETYADHARMA, SE., M.Ak

Skripsi telah diterima sebagai salah satu persyaratan

Untuk memperoleh gelar sarjana manajemen

Tanggal.....



Dr. KRISTININGSIH, SE., Msi

Ketua Program Studi

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, atas rahmat serta hidayahnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul “**PENGARUH SOCIAL MEDIA MARKETING, BRAND AWARENESS, DANHARGA TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PADA DUNKIN DONUTS SIDOARJO**”. Dapat terselesaikan dengan baik dan juga tepat waktu. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar Sarjana Manajemen (S.M) pada S-1 Progam Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

Dalam penulisan ini penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan kelemahan baik ditinjau dari segala aspek karena manusia tidak ada yang sempurna, dan diantara kesempurnaan manusia yaitu keistimewaan yang saling melengkapi antara individu yang satu dengan yang lainnya. Maka dari itu penulis menerima kritik dan saran yang membangun untuk menambah wawasan yang lebih lanjut lagi. Dalam kesempatan ini penulis juga menyampaikan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. H. Sri Harmaji, Dr. Sp. THT -KL (K), selaku Rektor Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
2. Bapak Drs. Ec. Gimanto Gunawan, MM, M.Ak Selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.
3. Ibu Dr. Kristiningsih SE,, Msi Selaku Ketua Jurusan Manajemen Universitas Wijaya Kusuma Surabaya.

4. Drs. Ec. Redy Eko HS. MM., Selaku Dosen Pembimbing penyusunan skripsi
5. Hendra Prasetya, S.E., M.Ak. , selaku dosen wali
6. Bapak dan Almh. Ibu saya yang selama ini mendo'akan dan memberi kasih sayang sehingga membangkitkan semangat si penulis, aku ingin mempersesembahkan yang terbaik atas perjuangan yang mereka lakukan untuk cit-cita dan masa depanku.
7. Semua saudaraku dari kakek, nenek, om, bulek, tante juga keponakan yang selalu memberi semangat dan mendo'akan supaya cepat selesai dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Diah Rahmawati, Dewita Sari, Nimas Ayu, Fitri Rahayu, Bintang Risa, Zulfatul Imaroh, Bella Charisma yang selama ini memberikan semangat dan motivasi dalam mengerjakan skripsi ini hingga selesai.

Demikian kata pengantar ini sebagai pembuka dari skripsi ini dan saran yang membangun selalu terbuka lebar untuk kebaikan dalam penulisan.

Surabaya, 16 juli 2021

Penulis



Riastuti Nakarini

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI.....	iii
HALAMAN DEWAN PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
ABSTRAK	xv
<i>ABSTRACT</i>	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.5 Sistematika Skripsi.....	6
BAB II TELAAH PUSTAKA.....	8
2.1 Landasan Teori	8
2.1.1 Pemasaran	9
2.1.1.1 Konsep Pemasaran	9

2.1.2 <i>Social Media Marketing</i>	9
2.1.2.1 Indikator <i>Social Media Marketing</i>	10
2.1.3 <i>Brand Awareness</i>	11
2.1.3.1 Tingkatan <i>Brand Awareness</i>	12
2.1.3.2 Nilai-nilai <i>Brand Awareness</i>	12
2.1.3.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi <i>Brand Awareness</i> .	12
2.1.3.4 Indikator <i>Brand Awareness</i>	13
2.1.4 Harga.....	13
2.1.4.1 Indikator Harga	14
2.1.5 Keputusan Pembelian	14
2.1.5.1 Faktor-faktor yang mempengaruhiKeputusan pembelian.....	15
2.1.5.2 Indikator-indikator keputusan pembelian.....	15
2.1.6 Hubungan Antar Variabel	16
2.1.6.1 Hubungan antara <i>Social Media Marketing</i> dan keputusan pembelian.....	16
2.1.6.2 Hubungan antara <i>Brand Awareness</i> dan Keputusan pembelian.....	16
2.1.6.3 Hubungaan antara Harga dan keputusan pembelian ...	17
2.2 Penelitian Terdahulu	18
2.3 Hipotesis dan Model Penelitian	19
2.3.1 Hipotesis	19
2.3.2 Model Penelitian.....	20

BAB III METODE PENELITIAN	21
3.1 Pendekatan Penelitian	21
3.2 Populasi dan Sampel	21
3.2.1 Populasi.....	21
3.2.2 Sampel	21
3.2.3 Teknik Pengambilan Sampel.....	22
3.3 Identifikasi Variabel.....	22
3.4 Definisi Operasional Variabel	23
3.5 Jenis dan Sumber Data	25
3.5.1 Jenis Penelitian	25
3.5.2 Sumber Data.....	25
3.6 Prosedur Pengumpulan Data	25
3.7 Teknik Analisis	26
3.7.1 Uji Kualitas Data	26
3.7.1.1 Uji Validitas	26
3.7.1.2 Uji Reliabilitas	26
3.7.2 Uji Asumsi Klasik	26
3.7.2.1. Uji Normalitas.....	27
3.7.2.2. Uji Multikolinearitas	27
3.7.2.3. Uji Autokorelasi.....	27
3.7.2.4. Uji Heteroskedastisitas	27
3.7.3 Uji Hipotesis.....	28
3.7.3.1 Analisis Regresi Linear Berganda.....	28

3.7.3.2 Uji t (Uji Parsial).....	28
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	30
4.1 Gambaran Umum Obyek Penelitian	30
4.2 Deskripsi Hasil Penelitian	31
4.2.1 Data Responden.....	31
4.2.1.1Memiliki Sosial Media di Dunkin Donut Sidoarjo	31
4.2.1.2Jenis Kelamin.....	31
4.2.1.3Pernah Melakukan Pembelian di Dunkin Donut Sidoarjo	32
4.2.1.4Responden Usia	32
4.2.1.5Deskripsi Responden Tingkat Pendidikan Terakhir	33
4.2.2 Uji Validitas	33
4.2.3 Uji Reliabilitas.....	35
4.2.4 Uji Asumsi Klasik	36
4.2.4.1 Uji Normalitas.....	36
4.2.4.2 Uji Multikolinearitas	36
4.2.4.3 Uji Autokorelasi.....	36
4.2.4.4 Uji Heteroskedastisitas	38
4.2.5 Analisis Regresi Linear Berganda	38
4.2.6 Uji Koefisien Determinan (R^2).....	40
4.2.7. Uji F (uji Simultan).....	40
4.2.8. Uji T (Uji Parsial)	42
4.2.9. Hasil Pengujian Hipotesis	47

4.3 Pembahasan	48
4.3.1 Social Media Marketing berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.....	48
4.3.2 Brans Awareness berpengaruh terhadap Keputusan pembelian.....	49
4.3.3 Harga berpengaruh terhadap keputusan pembelian.....	50
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	51
5.1 Simpulan.....	51
5.2 Saran.....	51
5.3 Keterbatasan	53
DAFTAR PUSTAKA	54
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.....	4
Tabel 2.1.....	18
Tabel 4.1.....	31
Tabel 4.2.....	31
Tabel 4.3.....	32
Tabel 4.4.....	32
Tabel 4.5.....	33
Tabel 4.6.....	34
Tabel 4.7.....	35
Tabel 4.8.....	36
Tabel 4.9.....	37
Tabel 4.10.....	39
Tabel 4.11.....	40
Tabel 4.12.....	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	20
Gambar 4.1	42
Gambar 4.2	44
Gambar 4.3	45
Gambar 4.4	47

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian

Lampiran 2 Hasil Olah Data SPSS

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *social media marketing*, *brand awareness*, dan harga terhadap keputusan pembelian pada Dunkin Donuts Sidoarjo. Untuk mencapai tujuan tersebut metode penelitian yang digunakan bersifat Kuantitatif. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah teknik *non-probability sampling* dengan metode purposive sampling, dan jumlah sampel yang digunakan adalah 100 responden. Untuk variabel independen (X) dari penelitian ini adalah *social media marketing* (X1), *brand awareness* (X2) dan harga(X3). Untuk variabel dependen dari penelitian ini adalah keputusan pembelian (Y). Untuk metode analisis data dengan menggunakan Regresi Linear Berganda. Sedangkan untuk olah data dengan menggunakan progam SPSS. Hasil analisis menunjukkan bahwa berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan pada Dunkin Donuts Sidoarjo *social media marketing*, *brand awareness*, dan harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian.

Kata Kunci : *Social Media Marketing*, *Brand Awareness*, Harga, Keputusan Pembelian.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of social media marketing, brand awareness and price its impact on purchasing decisions at Dunkin Donuts Sidoarjo. To achieve these objectives the research method used is quantitative. The sampling technique in this study was non-probability sampling, technique with a purposive sampling method, and the number of samples used was 100 respondents. For independent variables (X) from this study are social media marketing (X1), brand awareness (X2) and price (X3). For dependent variables from this study are purchasing decision (Y). For data analysis methods using Multiple Linear Analisys. As for data processing using the SPSS program. The analysis shows that based on the results of research conducted at Dunkin Donuts Sidoarjo sosial media marketing, brand awareness and price have a significant effect on purchasing decisions.

Keywords : Social Media Marketing, Brand Awareness, Price, Purchashing

LAMPIRAN KUESIONER

KUISIONER PENELITIAN

Kepada Yth.

Bapak / Ibu Responden

Di Tempat

Dengan Hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan sebagai penunjang skripsi saya yang berjudul "**Pengaruh Social Media Marketing, Brand Awareness, dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Pada Dunkin Donuts Sidoarjo**" (Studi kasus pada konsumen yang mempunyai sosial media dan juga konsumen yang pernah melakukan pembelian di Dunkin Donuts Sidoarjo).

Berkaitan dengan hal tersebut, saya mohon bantuan kepada bapak/ibu bersedia mengisi kuesioner sesuai dengan petunjuk. Bantuan bapak/ibu saya harapkan demi keberhasilan penelitian ini jawaban dan identitas Bapak/Ibu akan terjamin kerahasiaannnya.

Atas bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu dalam mengisi kuesioner, saya mengucapkan banyak terimakasih.

Peneliti

(RIASTUTI NAKARINI)

Identitas Responden

Beri tanda (✓) pada kolom kotak pada pertanyaan

1. Nama Pelanggan:

(Boleh Diisi atau Tidak)

2. Memiliki Sosial Media Dunkin Donuts Sidoarjo

Ya Tidak

3. Jenis Kelamin

Perempuan Laki-laki

4. Pernah Melakukan Pembelian di Dunkin Donuts Sidoarjo (dalam Sebulan)

1-3 Kali 10-12 Kali

4-6 Kali > 13 Kali

7-9 Kali

5. Usia

19 – <29 Tahun 39 – 48 Tahun

29 – <39 Tahun 39- < 49 Tahun

6. Tingkat Pendidikan Terakhir

SMA/ Sederajat S2

D3 S3

S1

Petunjuk Pengisian:

1. Pilih alternative jawaban yang paling sesuai menurut anda dan berikan tanda centang(✓)
2. Bacalah sebaik-baiknya setiap pertanyaan dan setiap alternative jawaban yang diberikan.

Keterangan

1. STS (Sangat Tidak Setuju)
2. TS (Tidak Setuju)

3. N (Netral)
4. S (Setuju)
5. SS (Sangat Setuju)

I. SOCIAL MEDIA MARKETING

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Mengunggah foto yang kreatif tentang dunkin donuts sehingga pelanggan merasa penasaran					
2	Mengunggah foto yang lucu sehingga menarik minat pelanggan					
3	Postingan yang diunggah disertai caption yang menarik					
4	Ungahan disertai keterangan yang mudah dimengerti dan singkat					
5	Setiap hari mengupgrade postingan tentang produk dalam akun instagram					
6	Setiap hari aktif memposting tentang dunkin donuts dalam akun instagram					

II. BRAND AWARENESS / CITRA MEREK

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Dunkin Donuts lebih banyak dipilih oleh orang dewasa					
2	Merasa lebih suka membeli produk dunkin donuts					
3	Produk yang saya beli dibuat oleh perusahaan yang mempunyai reputasi baik					
4	Distribusi dalam penjualan dunkin donuts sangat luas					
5	Merek Dunkin Donuts mudah diingat					
6	Dunkin donuts cocok untuk semua kalangan					

III. HARGA

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Harga dunkin donuts terjangkau					
2	Harga sesuai dengan varian produk					
3	Harga sesuai dengan kualitas produk					
4	Harga sesuai dengan produk yang diinginkan					
5	Harga dunkin donuts dapat bersaing dengan harga produk lain					
6	Harga dunkin donuts lebih ekonomis dibandingkan dengan produk donat lain					

IV. KEPUTUSAN PEMBELIAN

NO	PERTANYAAN	JAWABAN				
		STS	TS	N	S	SS
1	Dunkin donuts menyediakan kebutuhan yang diinginkan konsumen					
2	Kebutuhan saya terhadap dunkin donuts tinggi					
3	Merasa puas dengan produk Dunkin Donuts					
4	Selalu melakukan pembelian ulang kembali dunkin donuts					
5	Memutuskan untuk membeli donat merek dunkin donuts setelah mengevaluasi beberapa alternatif					
6	Merasa yakin dengan keputusan pembelian produk Dunkin Donuts					

No	Nama Pelanggan	Memiliki Media Sosial	Jenis Kelamin	Pembelian Berapa kali (sebulan)
1	Tanti Yosefa	Ya	Perempuan	2
2	zayyan Navis	Ya	Laki-laki	2
3	khusnul hidayat	Ya	Perempuan	2
4	Arief Hidayat	Ya	Laki-laki	2
5	Sam Wibowo	Ya	Laki-laki	1
6	wafa Yuniarsih	Ya	Perempuan	1
7	Erna Widyan	Ya	Perempuan	1
8	Salsabila	Ya	Perempuan	5
9	Riska Fitria	Ya	Perempuan	1
10	Marthya	Ya	Perempuan	1
11	Zulfatul imaroh	Ya	Perempuan	1
12	Diah Rahmawati	Ya	Perempuan	1
13	Nita Azizah	Ya	Perempuan	1
14	Nastiti pratiwi	Ya	Perempuan	1
15	Nara Atifa	Ya	Perempuan	2
16	Siti Masithoh	Ya	Perempuan	1
17	Ida Trisnawati	Ya	Perempuan	1
18	Nanda Puspita	Ya	Perempuan	1
19	Feri Ardiansyah	Ya	Laki-laki	6
20	Uswathun C.	Ya	Perempuan	2
21	Ima Yosi antari	Ya	Perempuan	2
22	Risky Budiarto	Ya	Laki-laki	1
23	Jeri Rio A.	Ya	Laki-laki	2
24	Rini Yulia	Ya	Perempuan	1
25	Reza Ainur	Ya	Laki-laki	1
26	Aditya Putra	Ya	Laki-laki	3
27	Dewita Sari	Ya	Perempuan	7
28	Ainun Najib	Ya	Laki-laki	7
29	Elma Fuadah	Ya	Perempuan	1
30	Ulfa Azizah	Ya	Perempuan	1
31	Qomariyah	Ya	Perempuan	1
32	Uswara Sri A.	Ya	Perempuan	1
33	Kurin Amalia	Ya	Perempuan	1
34	Nurul Hima	Ya	Perempuan	1
35	Helga Nurmila	Ya	Perempuan	1
36	Intan Nuraini	Ya	Perempuan	2
37	Vivi Lestari	Ya	Laki-laki	1
38	Joni Widianto	Ya	Laki-laki	1
39	Sherly Aulia P.	Ya	Perempuan	1
40	Cahyo Prasetyo	Ya	Laki-laki	1
41	Hasan Yasrif	Ya	Laki-laki	1
42		Ya	Laki-laki	1
43		Ya	Perempuan	1
44		Ya	Perempuan	1

45	Ya	Perempuan	1
46	Ya	Laki-laki	5
47	Ya	Laki-laki	3
48	Ya	Perempuan	3
49	Ya	Laki-laki	3
50	Ya	Perempuan	4
51	Ya	Laki-laki	1
52	Ya	Laki-laki	1
53	Ya	Laki-laki	1
54	Ya	Laki-laki	1
55	Ya	Perempuan	1
56	Ya	Perempuan	1
57	Ya	Laki-laki	1
58	Ya	Laki-laki	1
59	Ya	Laki-laki	1
60	Ya	Laki-laki	1
61	Ya	Perempuan	1
62	Ya	Laki-laki	2
63	Ya	Laki-laki	2
64	Ya	Laki-laki	1
65	Ya	Perempuan	1
66	Ya	Perempuan	1
67	Ya	Perempuan	1
68	Ya	Perempuan	1
69	Ya	Perempuan	5
70	Ya	Laki-laki	3
71	Ya	Laki-laki	1
72	Ya	Laki-laki	1
73	Ya	Perempuan	1
74	Ya	Laki-laki	1
75	Ya	Laki-laki	1
76	Ya	Laki-laki	1
77	Ya	Perempuan	1
78	Ya	Laki-laki	1
79	Ya	Laki-laki	2
80	Ya	Perempuan	2
81	Ya	Laki-laki	2
82	Ya	Perempuan	2
83	Ya	Perempuan	1
84	Ya	Laki-laki	1
85	Ya	Laki-laki	1
86	Ya	Laki-laki	1
87	Ya	Laki-laki	1
88	Ya	Laki-laki	1
89	Ya	Perempuan	1
90	Ya	Laki-laki	1
91	Ya	Laki-laki	1

92	Ya	Perempuan	1
93	Ya	Perempuan	1
94	Ya	Perempuan	1
95	Ya	Perempuan	1
96	Ya	Laki-laki	2
97	Ya	Perempuan	1
98	Ya	Laki-laki	1
99	Ya	Perempuan	1
100	Ya	Perempuan	1

Usia	Pendidikan	(X1)						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	
20	SMA	5	5	4	5	4	4	3
22	SMA	5	5	5	3	4	4	4
31	S1	5	5	2	4	5	5	4
20	SMA	5	5	5	3	5	5	4
20	SMA	5	3	4	5	5	4	5
19	SMA	5	5	3	4	5	3	4
26	SMA	5	3	2	4	4	4	3
20	SMA	5	4	5	5	5	5	5
23	SMA	5	5	4	4	5	5	4
40	S2	5	4	3	3	5	5	4
33	S1	4	5	5	5	4	4	4
21	SMA	5	4	4	4	4	4	4
21	SMA	5	5	3	4	5	5	5
21	SMA	5	5	5	5	5	5	5
20	SMA	5	4	4	4	4	4	3
19	SMA	5	5	2	5	4	5	5
30	D3	5	5	5	4	5	4	4
28	S1	5	5	4	4	4	4	4
21	SMA	5	4	5	5	5	4	4
21	SMA	5	5	4	4	3	3	4
26	S1	5	5	4	3	4	4	5
28	S1	5	4	5	4	4	4	5
22	SMA	5	5	4	5	5	5	5
21	SMA	4	5	5	4	4	4	5
20	SMA	5	5	3	3	5	5	5
20	SMA	5	5	4	5	4	4	5
20	SMA	4	4	2	4	5	5	3
20	SMA	5	5	5	4	4	3	4
20	SMA	5	5	4	5	4	5	3
20	SMA	4	4	2	4	5	4	4
20	SMA	5	5	5	4	4	5	4
20	SMA	5	5	4	5	5	4	4
20	SMA	4	4	5	4	5	4	5
20	SMA	5	4	3	3	5	5	4
20	SMA	5	3	5	5	5	4	3
47	S2	4	5	4	4	5	5	5
40	SMA	5	4	5	4	4	4	4
32	S1	5	5	3	5	5	5	4
30	S1	5	5	5	4	4	4	4
22	D3	5	4	4	4	4	4	4
19	SMA	5	5	5	5	4	4	5
25	SMA	5	5	2	4	5	5	5
22	SMA	4	4	4	3	5	4	5
22	SMA	5	5	5	5	4	4	5

23	SMA	5	5	5	4	5	4	5
22	SMA	5	4	4	4	4	4	3
20	SMA	5	5	5	4	5	5	4
19	SMA	5	3	3	5	5	5	4
19	SMA	5	5	5	4	5	5	5
19	SMA	5	5	3	4	5	5	5
20	SMA	5	5	4	5	5	4	5
19	SMA	5	4	5	3	5	5	5
29	S1	5	5	4	4	5	4	5
28	S1	4	5	5	3	4	4	5
21	SMA	5	5	3	5	5	5	3
21	SMA	5	5	4	4	4	3	5
20	SMA	4	4	2	4	4	4	5
19	SMA	5	5	5	5	5	5	5
30	SMA	3	4	3	4	5	4	5
28	SMA	4	5	4	3	5	5	5
30	SMA	3	4	3	5	4	5	5
30	S1	4	5	4	4	4	5	3
26	S1	4	4	4	4	4	4	4
26	S1	4	5	4	5	5	5	3
22	SMA	5	4	5	4	5	5	4
21	SMA	4	3	4	5	5	5	5
29	S2	3	4	3	4	4	4	5
28	SMA	5	4	5	4	5	5	5
19	SMA	4	4	4	5	4	3	5
19	SMA	4	5	4	4	4	4	5
20	SMA	4	5	4	3	4	4	5
19	SMA	4	4	4	4	5	5	3
29	S1	5	5	5	5	4	4	4
26	SMA	5	4	5	4	4	4	3
20	SMA	5	3	5	3	4	4	4
20	SMA	5	4	5	5	3	4	4
20	SMA	5	5	5	4	5	4	4
19	SMA	5	3	3	4	4	4	4
25	D3	5	5	5	5	4	4	4
22	SMA	5	5	3	4	4	3	4
19	SMA	5	5	4	4	5	4	3
19	SMA	5	5	5	5	5	5	5
19	SMA	5	5	5	5	5	4	4
19	SMA	5	4	4	2	4	4	5
24	D3	5	4	5	5	5	5	4
22	SMA	4	4	4	3	4	3	3
19	SMA	4	4	3	4	4	4	3
22	SMA	5	5	5	5	5	5	5
22	SMA	5	5	5	5	5	4	5
19	SMA	5	5	5	5	5	5	5
23	SMA	5	4	5	5	4	5	2

19	SMA	5	5	5	5	4	5	4
25	SMA	4	4	4	4	4	4	4
22	SMA	5	5	5	5	5	5	4
22	SMA	5	4	4	4	5	5	5
23	D3	5	4	4	4	5	5	5
22	SMA	4	4	4	4	4	4	4
20	SMA	5	5	5	5	5	5	5
22	SMA	4	4	3	4	4	3	2
29	D3	4	4	4	4	4	4	5

(X2)					(X3)			
X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
4	5	4	4	4	5	5	5	4
5	3	5	5	5	3	4	3	5
3	4	2	2	3	4	5	4	2
4	3	3	5	5	3	4	3	3
5	4	4	4	4	1	5	4	4
3	5	4	4	5	4	4	4	5
4	3	5	5	2	4	5	4	3
5	4	2	2	5	5	4	5	4
2	3	3	5	3	4	3	4	2
3	4	4	4	5	3	4	3	3
4	4	5	3	3	5	4	5	5
5	4	3	2	3	4	4	4	4
3	5	4	5	5	4	5	4	3
4	4	2	4	4	4	5	4	3
2	3	3	3	4	4	4	4	5
3	5	5	5	3	5	5	5	4
5	4	4	4	2	5	4	5	2
4	4	3	3	3	5	3	5	3
4	4	3	5	4	5	4	5	5
5	4	5	4	3	5	4	5	4
5	5	4	2	4	3	5	3	3
4	5	2	5	4	4	4	4	2
5	5	3	4	4	4	4	4	3
4	5	5	5	4	3	4	4	4
3	5	4	4	5	3	4	3	3
4	5	4	4	4	5	5	5	3
4	3	5	5	5	4	4	3	5
5	4	2	2	2	5	4	4	5
4	3	3	5	5	4	5	3	4
4	4	4	4	4	5	4	5	5
3	4	5	3	4	4	4	4	3
4	4	3	2	5	5	5	4	5
3	5	4	5	4	4	4	5	4
4	4	2	4	4	3	3	4	5
4	3	3	3	4	4	5	3	5
4	5	5	5	5	4	4	5	5
5	4	4	4	4	4	4	4	5
4	4	3	3	5	5	5	4	4
3	4	3	5	3	5	4	5	5
5	4	5	4	4	4	4	4	3
4	5	4	2	3	5	5	5	5
4	5	2	5	5	4	4	4	4
4	5	3	4	5	3	3	4	5
4	5	5	5	4	4	5	5	5

5	5	4	4	5	4	4	4	5
5	3	3	4	4	5	4	3	5
5	4	2	5	4	4	4	4	5
5	5	4	4	5	4	5	5	4
5	5	4	2	5	3	4	4	5
3	5	2	5	5	4	4	3	4
4	5	3	4	2	4	3	4	2
4	5	5	5	5	3	4	3	3
4	5	4	4	5	5	4	5	5
3	5	4	4	3	4	4	4	4
5	3	5	5	4	4	5	4	3
4	5	4	2	5	4	5	4	3
4	5	2	5	3	4	4	4	5
2	5	3	4	5	5	5	5	4
5	5	5	5	5	5	4	5	2
4	5	4	4	5	5	3	5	3
5	5	4	4	4	5	4	5	5
4	3	5	5	2	5	4	5	4
4	4	2	2	4	3	5	3	3
5	3	3	5	4	4	4	4	2
4	4	4	4	5	4	4	4	3
5	5	4	2	3	4	3	4	4
3	5	2	5	4	3	4	3	3
4	5	3	4	2	5	5	5	3
5	5	5	5	4	4	4	3	5
3	5	4	4	3	5	4	4	5
4	5	4	4	3	4	5	3	4
3	3	5	5	5	5	4	5	5
3	4	2	2	4	4	4	4	3
5	3	3	5	5	5	5	4	5
4	4	4	4	4	4	4	5	4
5	4	5	3	5	3	3	4	5
5	3	5	5	4	4	5	3	5
4	5	5	4	3	4	4	5	5
3	4	5	3	2	4	4	4	5
3	4	5	3	2	4	4	4	5
3	3	2	2	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
4	4	5	5	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	4	4	4	3
4	5	4	4	5	4	4	5	2
2	4	5	4	4	3	3	4	2
4	3	3	3	5	5	5	5	5
5	5	5	5	5	5	5	5	5
5	1	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	5	5	5	5
2	2	4	4	5	5	5	5	4

4	2	2	2	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
4	4	4	4	4	5	5	5	5
5	5	5	5	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4
4	4	4	4	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	4	4	4	4
2	2	2	2	4	4	4	4	4
5	5	5	5	5	3	2	3	2

		(Y)						Total X1
X3.5	X3.6	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	
4	4	5	5	4	4	3	3	27
5	5	5	4	5	3	4	5	26
2	3	4	5	2	5	5	5	26
5	5	5	5	3	4	5	5	28
4	4	5	4	4	3	4	4	26
3	2	4	5	5	5	3	3	25
2	2	5	5	3	3	4	4	22
5	2	5	4	4	4	5	5	29
4	4	4	4	2	3	5	5	28
3	4	5	3	3	3	5	5	25
5	3	5	5	5	3	5	2	27
4	4	5	5	5	5	5	5	25
3	5	5	5	4	3	5	5	27
5	4	5	5	5	3	4	4	30
4	4	5	4	5	5	3	3	25
2	3	5	5	4	4	5	4	26
5	2	4	5	5	3	5	4	28
4	2	5	4	4	5	4	4	26
5	2	5	5	3	3	5	5	28
4	1	4	5	4	4	4	5	24
4	4	5	4	4	3	4	4	25
5	4	5	5	5	3	4	4	26
4	4	4	3	4	3	4	4	29
5	4	4	5	4	4	5	5	26
3	5	3	5	3	3	5	5	26
4	4	5	5	4	5	4	4	27
5	5	4	3	3	5	5	5	24
3	2	5	4	4	5	3	3	26
4	5	5	3	4	5	5	5	28
3	3	4	4	4	5	5	4	23
3	1	5	4	5	4	4	4	28
5	5	5	4	4	5	5	5	28
4	4	4	5	3	5	4	4	26
5	4	5	4	5	5	4	4	25
5	4	5	3	4	5	4	4	27
4	5	5	5	4	5	5	5	27
3	4	5	4	4	4	4	4	26
5	5	4	4	4	5	5	4	28
4	4	5	4	5	5	4	5	27
4	4	3	4	5	5	4	4	25
5	3	5	5	5	5	3	3	28
3	5	4	5	5	4	5	5	26
4	5	5	5	5	5	5	5	24
5	4	5	5	3	5	5	5	28

3	5	5	5	4	5	4	5	28
5	4	5	3	4	5	5	4	25
4	3	5	4	4	5	5	5	29
4	5	4	4	3	5	5	5	26
5	5	5	4	5	5	5	5	29
4	5	4	3	4	4	5	5	27
4	3	5	5	3	4	4	4	28
3	5	5	4	4	3	5	5	27
5	4	4	5	5	5	5	5	27
4	2	5	5	3	3	3	4	25
3	4	5	4	4	4	5	4	28
5	2	4	4	2	3	4	3	25
4	4	5	3	3	3	5	5	22
2	5	5	5	5	3	5	5	30
5	5	4	4	4	4	4	4	23
4	5	5	5	4	3	5	5	26
5	2	5	5	5	3	5	5	24
4	4	5	4	5	5	4	4	26
4	4	5	5	4	4	4	4	24
5	4	4	5	5	3	4	5	28
4	5	5	4	4	5	4	4	28
5	3	5	5	3	3	4	4	26
3	4	4	5	4	4	4	4	22
4	1	5	4	4	3	4	4	28
5	4	5	5	5	3	4	4	24
3	3	4	3	4	3	3	3	25
4	4	4	5	4	4	4	4	24
3	5	3	5	3	3	5	5	26
3	4	5	5	4	5	4	4	28
5	2	4	3	3	5	4	4	26
4	4	5	4	4	5	4	4	24
5	1	5	3	4	5	4	5	26
5	5	4	4	4	5	4	5	28
4	3	5	4	5	4	4	3	23
3	3	5	4	4	5	4	2	28
3	4	4	5	3	5	4	4	24
4	4	4	4	4	4	4	4	27
5	5	5	5	4	4	4	4	30
5	5	4	5	5	5	5	5	29
3	3	3	5	4	5	5	4	23
2	5	4	5	5	5	5	5	29
2	4	5	4	4	4	4	4	22
5	5	5	5	5	5	5	5	23
5	5	5	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	4	5	4	29
5	5	5	5	5	5	5	5	30
5	5	5	5	4	5	5	4	28

4	4	4	5	5	5	5	5	29
4	4	4	5	4	5	4	5	24
4	4	4	5	3	4	4	5	30
4	4	4	5	5	5	4	5	27
4	4	4	5	5	5	5	5	27
4	4	4	5	3	2	4	4	24
4	4	4	5	5	5	5	5	30
4	4	4	5	4	3	3	4	22
2	3	3	5	4	4	5	4	24

Total X2	Total X3	Total Y
24	27	24
27	25	26
18	20	26
24	23	27
26	22	24
25	22	25
22	20	24
23	25	27
20	21	23
24	20	24
23	27	25
21	24	30
27	24	27
23	25	26
18	25	25
26	24	27
23	23	26
21	22	26
24	26	26
25	23	26
25	22	24
25	23	26
26	23	22
29	24	27
26	21	24
26	26	27
25	26	25
19	23	24
23	25	27
24	25	26
23	19	26
22	29	28
26	25	25
22	24	27
20	26	25
29	27	29
25	24	25
23	28	26
22	27	28
26	23	25
23	28	26
26	24	28
26	24	30
28	28	28

28	25	28
22	26	26
24	24	28
27	27	26
26	26	29
25	24	25
23	20	25
29	21	26
27	28	29
24	22	23
25	23	26
25	23	20
24	25	24
24	26	28
30	26	24
27	25	27
27	26	28
22	26	27
20	22	26
23	23	26
25	24	26
24	23	24
24	20	25
23	23	24
29	25	26
24	24	20
25	24	25
24	27	24
19	22	27
24	26	23
24	25	26
26	21	26
26	27	26
25	25	25
21	23	24
21	24	25
17	24	24
30	30	26
27	30	29
30	21	26
26	22	29
22	18	25
21	30	30
30	30	30
25	24	26
30	30	30
19	29	28

18	24	29
24	24	27
24	28	25
29	24	28
30	24	29
24	24	22
30	24	29
14	24	23
30	15	25

Descriptives

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	100	3	5	4.70	.522
X1.2	100	3	5	4.49	.628
X1.3	100	2	5	4.11	.920
X1.4	100	2	5	4.21	.701
X1.5	100	3	5	4.50	.541
X1.6	100	3	5	4.34	.623
X2.1	100	2	5	4.26	.787
X2.2	100	2	5	4.04	.875
X2.3	100	1	5	4.20	.899
X2.4	100	2	5	3.81	1.070
X2.5	100	2	5	3.99	1.049
X2.6	100	2	5	4.09	.933
X3.1	100	1	5	4.16	.735
X3.2	100	2	5	4.19	.647
X3.3	100	3	5	4.17	.697
X3.4	100	2	5	3.97	1.010
X3.5	100	2	5	4.01	.904
X3.6	100	1	5	3.82	1.095
Y1.1	100	3	5	4.54	.593
Y1.2	100	3	5	4.46	.688
Y1.3	100	2	5	4.08	.787
Y1.4	100	2	5	4.18	.881
Y1.5	100	3	5	4.39	.634
Y1.6	100	2	5	4.34	.714
Valid N (listwise)	100				

Frequencies

Frequency Table

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	3	3.0	3.0
	S	24	24.0	24.0
	SS	73	73.0	73.0
	Total	100	100.0	100.0

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	7	7.0	7.0
	S	37	37.0	37.0
	SS	56	56.0	56.0
	Total	100	100.0	100.0

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0
	N	16	16.0	16.0
	S	36	36.0	36.0
	SS	41	41.0	41.0
	Total	100	100.0	100.0

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0
	N	13	13.0	13.0
	S	50	50.0	50.0
	SS	36	36.0	36.0
				100.0

Total	100	100.0	100.0
-------	-----	-------	-------

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	2	2.0	2.0
	S	46	46.0	46.0
	SS	52	52.0	52.0
	Total	100	100.0	100.0

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	8.0	8.0
	S	50	50.0	50.0
	SS	42	42.0	42.0
	Total	100	100.0	100.0

X2.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0
	N	15	15.0	15.0
	S	38	38.0	38.0
	SS	45	45.0	45.0
	Total	100	100.0	100.0

X2.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	6	6.0	6.0
	N	18	18.0	18.0
	S	42	42.0	42.0
	SS	34	34.0	34.0
	Total	100	100.0	100.0

X2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0
	TS	3	3.0	3.0
	N	17	17.0	17.0
	S	33	33.0	54.0
	SS	46	46.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

X2.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	16	16.0	16.0
	N	20	20.0	20.0
	S	31	31.0	31.0
	SS	33	33.0	33.0
	Total	100	100.0	100.0

X2.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	15	15.0	15.0
	N	10	10.0	10.0
	S	36	36.0	36.0
	SS	39	39.0	39.0
	Total	100	100.0	100.0

X2.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	8	8.0	8.0
	N	15	15.0	15.0
	S	37	37.0	60.0

SS	40	40.0	40.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X3.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	1	1.0	1.0
	N	14	14.0	14.0
	S	52	52.0	67.0
	SS	33	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

X3.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0
	N	10	10.0	10.0
	S	58	58.0	69.0
	SS	31	31.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

X3.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	17	17.0	17.0
	S	49	49.0	66.0
	SS	34	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

X3.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	10	10.0	10.0
	N	22	22.0	32.0
	S	29	29.0	61.0

SS	39	39.0	39.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X3.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	7	7.0	7.0
	N	19	19.0	19.0
	S	40	40.0	66.0
	SS	34	34.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

X3.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	4	4.0	4.0
	TS	11	11.0	11.0
	N	13	13.0	13.0
	S	43	43.0	71.0
	SS	29	29.0	29.0
	Total	100	100.0	100.0

Y1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	5.0	5.0
	S	36	36.0	36.0
	SS	59	59.0	59.0
	Total	100	100.0	100.0

Y1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	11	11.0	11.0
	S	32	32.0	43.0

SS	57	57.0	57.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	3.0	3.0
	N	18	18.0	18.0
	S	47	47.0	68.0
	SS	32	32.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Y1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	1.0	1.0
	N	28	28.0	28.0
	S	23	23.0	52.0
	SS	48	48.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0

Y1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	8	8.0	8.0
	S	45	45.0	45.0
	SS	47	47.0	47.0
	Total	100	100.0	100.0

Y1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	2.0	2.0
	N	8	8.0	8.0
	S	44	44.0	54.0

SS	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

MediaSosial

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid YA	100	100.0	100.0	100.0

JenisKelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
PEREMPUAN	54	54.0	54.0	54.0
Valid LAKI-LAKI	46	46.0	46.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

PembelianBerapaKali

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1-3 KALI	93	93.0	93.0	93.0
4-6 KALI	5	5.0	5.0	98.0
7-9 KALI	2	2.0	2.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Usia

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
19-28 TAHUN	85	85.0	85.0	85.0
29-38 TAHUN	12	12.0	12.0	97.0
39-48 TAHUN	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

SMA/SEDERAJAT	78	78.0	78.0	78.0
D3	6	6.0	6.0	84.0
Valid S1	13	13.0	13.0	97.0
S2	3	3.0	3.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Correlations

Correlations	
	X1
Pearson Correlation	.550**
X1.1 Sig. (2-tailed)	.000
N	100
Pearson Correlation	.505**
X1.2 Sig. (2-tailed)	.000
N	100
Pearson Correlation	.599**
X1.3 Sig. (2-tailed)	.000
N	100
Pearson Correlation	.539**
X1.4 Sig. (2-tailed)	.000
N	100
Pearson Correlation	.487**
X1.5 Sig. (2-tailed)	.000
N	100
Pearson Correlation	.534**
X1.6 Sig. (2-tailed)	.000
N	100

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

Correlations

Correlations	
	X2
X2.1 Pearson Correlation	.639**

	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
	Pearson Correlation	.515**
X2.2	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
	Pearson Correlation	.609**
X2.3	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
	Pearson Correlation	.603**
X2.4	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
	Pearson Correlation	.606**
X2.5	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
	Pearson Correlation	.460**
X2.6	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

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

Correlations

Correlations		
		X3
	Pearson Correlation	.586**
X3.1	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
	Pearson Correlation	.505**
X3.2	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
	Pearson Correlation	.483**
X3.3	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
	Pearson Correlation	.644**
X3.4	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100
	Pearson Correlation	.586**
X3.5	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100

Pearson Correlation	.406 **
X3.6 Sig. (2-tailed)	.000
N	100

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

Correlations

Correlations	
	Y
Pearson Correlation	.237 *
Y1.1 Sig. (2-tailed)	.018
N	100
Pearson Correlation	.383 **
Y1.2 Sig. (2-tailed)	.000
N	100
Pearson Correlation	.563 **
Y1.3 Sig. (2-tailed)	.000
N	100
Pearson Correlation	.538 **
Y1.4 Sig. (2-tailed)	.000
N	100
Pearson Correlation	.531 **
Y1.5 Sig. (2-tailed)	.000
N	100
Pearson Correlation	.554 **
Y1.6 Sig. (2-tailed)	.000
N	100

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

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

Reliability

Scale: ALL VARIABLES

Case Processing Summary

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

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.702	.712	7

Inter-Item Covariance Matrix

	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1
X1.1	.273	.068	.134	.054	.040	.042	.611
X1.2	.068	.394	.107	.048	.025	.034	.675
X1.3	.134	.107	.846	.108	-.015	-.007	1.173
X1.4	.054	.048	.108	.491	.035	.069	.805
X1.5	.040	.025	-.015	.035	.293	.182	.561
X1.6	.042	.034	-.007	.069	.182	.388	.708
X1	.611	.675	1.173	.805	.561	.708	4.533

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	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.725	.753	7

Inter-Item Covariance Matrix

	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2
X2.1	.619	.181	.533	.090	.124	.067	1.615
X2.2	.181	.766	.103	.210	.101	.087	1.449
X2.3	.533	.103	.808	.139	.103	.073	1.760
X2.4	.090	.210	.139	1.145	.412	.078	2.075
X2.5	.124	.101	.103	.412	1.101	.203	2.044
X2.6	.067	.087	.073	.078	.203	.871	1.379
X2	1.615	1.449	1.760	2.075	2.044	1.379	10.321

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	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.698	.713	7

Inter-Item Covariance Matrix

	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	X3
X3.1	.540	.121	.326	.177	.130	-.122	1.171
X3.2	.121	.418	.058	.107	.069	.115	.888
X3.3	.326	.058	.486	.106	.059	-.121	.915
X3.4	.177	.107	.106	1.019	.293	.065	1.767
X3.5	.130	.069	.059	.293	.818	.073	1.441
X3.6	-.122	.115	-.121	.065	.073	1.200	1.210
X3	1.171	.888	.915	1.767	1.441	1.210	7.392

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	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.658	.606	7

Inter-Item Covariance Matrix

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y
Y1.1	.352	-.049	.078	-.007	-.041	-.044	.288
Y1.2	-.049	.473	.084	-.043	.031	.044	.540
Y1.3	.078	.084	.620	.157	-.011	-.017	.910
Y1.4	-.007	-.043	.157	.775	.040	.049	.972
Y1.5	-.041	.031	-.011	.040	.402	.270	.691
Y1.6	-.044	.044	-.017	.049	.270	.509	.812
Y	.288	.540	.910	.972	.691	.812	4.212

Regression

Variables Entered/Removed^a

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

a. Dependent Variable: Y

b. All requested variables entered.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics					Durbin-Watson
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change	
1	.478 ^a	.229	.205	1.830	.229	9.500	3	96	.000	2.016

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

b. Dependent Variable: Y

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	95.457	3	31.819	9.500	.000 ^b
Residual	321.533	96	3.349		

Total	416.990	99			
-------	---------	----	--	--	--

- a. Dependent Variable: Y
 b. Predictors: (Constant), X3, X2, X1

Model	Coefficients ^a						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	12.271	2.680		4.578	.000		
1 X1	.214	.092	.222	2.322	.022	.879	1.138
X2	.118	.058	.184	2.035	.045	.978	1.023
X3	.214	.072	.284	2.967	.004	.879	1.137

- a. Dependent Variable: Y

Charts

