

Lampiran 1

KUISIONER PENELITIAN

ANALISIS 5P (PRICE, PROMOTION, PRODUCT, PLACE DAN PEOPLE)

YANG MEMPENGARUHI MINAT KONSUMEN BERLANGGANAN DI

SALON ROSANA JETIS PONOROGO



Oleh:

Rukayah

12412926

FAKULTAS EKONOMI MANAJEMEN

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PONOROGO

2017

No Responden : (di isi peneliti)

Lampiran 1 : kuesioner

Kepada Yth: Responden

Partisipasi anda dalam pengisian kuesioner ini sangat diperlukan demi terselesaikannya penyusunan skripsi yang berjudul **“Analisis Faktor 5P (Price, Promotion, Product, Place dan People) yang Mempengaruhi Minat Konsumen Berlangganan di Salon Rosana Jetis Ponorogo”**

Saya selaku peneliti memohon kesediaan Ibu/Bapak/Saudara/I untuk meluangkan waktu guna menjadi responden dengan cara mengisi daftar pertanyaan yang tersedia pada lampiran dengan sebenarnya,. Penelitian ini dilakukan untuk menyusun skripsi yang merupakan tugas akhir bagi mahasiswa S1 Fakultas Ekonomi jurusan Manajemen di Universitas Muhammadiyah Ponorogo. Oleh karena itu jawaban anda tidak dipublikasikan dan dijamin kerahasiaannya.

Demikian permohonan saya, atas perhatian dan kesediaanya meluangkan waktu, saya ucapkan terima kasih.

Hormat Saya

Rukayah

I. Karakteristik Responden

Mohon Bapak/ Ibu/ saudara/ saudari bersedia mengisi daftar isian berikut dengan cara memberikan jawaban atau mengisi tanda silang (X) sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

1. Nama Responden :
2. Jenis Kelamin :
 Laki-Laki Perempuan
3. Usia :
4. Status Pekerjaan :
 Bekerja Tidak Bekerja
5. Jenis Pekerjaan :
 Karyawan swasta Wiraswasta
 Pegawai Negeri Pensiunan
 Pelajar/Mahasiswa Ibu Rumah Tangga
 Lainnya :
6. Pendidikan Terakhir :
 SMP/MTs Sarjana
 SMA/SMK Pasca Sarjana
 Diploma Lainnya.....
7. Lama Menjadi Pelanggan Rosana
 1 Bulan – 3 Bulan 7 Bulan – 9 Bulan
 4 Bulan – 6 Bulan > 9 Bulan

Petunjuk pengisian:

PERNYATAAN	KETERANGAN
SS	Sangat Setuju
S	Setuju
RR	Ragu-ragu
TS	Tidak Setuju
STS	Sangat Tidak Setuju

Berilah tanda (X) pada jawaban yang anda berikan untuk pertanyaan dibawah ini:

1. Variabel X_1 (price/harga)

NO	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Harga yang ditawarkan oleh salon rosana terjangkau oleh daya beli pelanggan					
2	Harga yang ditawarkan oleh salon Rosana lebih rendah dari harga pesaing					
3	Harga yang ditawarkan oleh salon Rosana sesuai dengan hasil yang diperoleh pelanggan					
4	Sistem pembayaran disalon Rosana memudahkan pelanggan untuk mengetahui jumlah pembayaran, misalnya dengan adanya daftar harga dan bill					

2. Variabel X₂ (promotion)

NO	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Salon rosana memberikan kupn kepada setiap pelanggan untuk penawaran 6 kali pelayanan dengan 1 kali free pelayanan					
2	Salon rosana memberikan diskon untuk pelayanan tertentu kepada pelanggannya					
3	Hubungan baik kepada semua pelanggan sangat dijaga oleh pihak salon rosana					
4	Karyawan salon rosana memberkan pelayanan dengan service yang unggul kepada pelanggan					

3. Variabel X₃ (product)

NO	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Salon rosana menyediakan produk yang mempunysi keistimewaan tersendiri					
2	Produk yng di sediakan oleh salon rosana muutu dsn kwlitasnya terjamin					
3	Produk yang di sediakan oleh salo rosana merupakan produk yang bermere unggul					
4	Salon rosana menyediawan prodak yang bermanfaat bagi pelanggan					

4. Variabel X₄ (place/lokasi)

NO	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Salon rosana terletak dipinggir jalan raya sehingga memudahkan anda ketika ingin menuju kesalon tersebut					
2	Tuntutan gaya untuk tampil modis menjadi alasan untuk menjadi pelanggan di salon Rosana					
3	Salon Rosana menyediakan tempat parkir yang luas dan terjamin keamanannya					
4	Lokasi Salon Rosana terletak di lingkungan yang aman					

5. Variabel X₅ (people/karyawan)

NO	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Di salon rosana anda memperoleh pelayanan yang ramah dari karyawan					
2	Karyawan melayani anda dengan sopan dan menyenangkan					
3	Karyawan melayani pelanggan dengan cepat namun tetap dalam kehati-hatian					
4	Karyawan mampu memberikan informasi produk jasa dengan lengkap					

6. Variabel Y (Minat Berlanggana)

NO	Pertanyaan	SS	S	RR	TS	STS
1	Anda berlangganan di salon Rosana karena untuk mendapatkan suatu pelayanan jasa					
2	Dalam berlangganan anda mempertimbangkan produk yang disediakan oleh salon rosana					
3	Anda berlangganan di salon Rosana karena memprioritaskan hasil dari kualitas pelayanan yang anda dapatkan					
4	Untuk mendapatkan pelayanan anda mengorbankan waktu, biaya dan tenaga					

terima kasih atas waktu yang telah di luangkan Bapak/Ibu/Saudara/I semoga bermanfaat. Amien.

SALON ROSANA JETIS

Jl. Diponegoro No 03 (Utara Perempatan Jetis) Wonoketro – Jetis- Ponorogo. Telp 0813 3560 4306

SURAT KETERANGAN

Yang bertanda tangan dibawah ini pemilik “Salon Rosana” Jetis, menerangkan dengan sebenarnya bahwa:

Nama : Rukayah

NIM : 12412926

Alamat: Universitas Muhammadiyah Ponorogo.

Menerangkan bahwa mahasiswi tersebut di atas telah melakukan Penelitian di “Salon Rosana” Jetis selama bulan Juni 2016.

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Ponorogo, 17 Juli 2016



Suratu Sholihah, SE

Lampiran 2

TABULASI

V1.1	V1.2	V1.3	V1.4	V1	V2.1	V2.2	V2.3	V2.4	V2	V3.1	V3.2	V3.3	V3.4	V3	V4.1	V4.2	V4.3	V4.4	V4	V5.1	V5.2	V5.3	V5.4	V5	Y1	Y2	Y3	Y4	Y
5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	4	4	18	4	5	4	4	17	3	4	5	4	16	4	5	5	5	19
4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	3	4	4	4	15	5	4	4	4	17
4	5	4	3	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	4	3	16
4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	4	5	5	3	17	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
4	4	4	4	16	4	5	4	3	16	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19	4	3	3	3	13	5	4	5	4	18
5	5	4	5	19	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
4	4	4	4	16	5	4	4	3	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	5	4	3	16	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	4	5	4	4	17
4	4	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16
4	5	4	3	16	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	4	3	3	3	13	5	5	4	4	18
4	4	4	4	16	5	5	5	3	18	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19
5	5	5	5	20	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	4	4	4	5	17
4	4	4	4	16	5	4	4	3	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16
4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	4	5	4	3	16	5	5	5	4	19	4	3	3	3	13	5	5	4	4	18
4	5	4	3	16	4	3	4	3	14	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	3	15	4	3	3	3	13	4	4	5	4	17	4	4	4	4	16	5	5	4	5	19	4	4	4	3	15
4	5	4	3	16	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	5	4	4	3	16	4	3	4	3	14	4	5	4	3	16
4	4	4	4	16	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	4	3	16	3	4	4	4	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	5	4	4	3	16	5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20
5	5	4	5	19	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	3	4	5	4	16	5	5	4	5	19
4	3	4	3	14	5	5	5	3	18	5	4	3	3	15	4	4	4	4	16	3	4	5	5	17	4	4	4	4	16

4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	4	4	4	3	15	5	5	4	5	19	3	4	5	4	16	4	4	3	4	15
4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
4	4	3	3	14	4	3	3	3	13	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	3	4	4	4	15	4	4	4	3	15
5	4	4	3	16	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19
5	4	4	3	16	5	4	4	4	17	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	4	4	3	16
4	4	4	3	15	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	4	4	3	3	14
5	3	4	3	15	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19
5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	5	4	17	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16
5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	5	5	5	4	19
5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	5	5	5	4	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	5	5	4	4	19	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16
4	4	4	4	16	4	3	3	3	13	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	5	4	3	3	15
5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20	5	5	5	5	20
5	5	4	5	19	5	5	4	5	19	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
5	5	5	5	20	5	5	4	4	19	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	4	4	4	17
5	4	4	4	17	5	4	4	4	17	5	5	4	5	19	4	3	3	5	15	5	4	4	4	17	5	4	5	4	18
5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19
5	5	4	5	19	5	5	4	4	18	4	3	3	3	13	4	3	5	5	17	5	5	4	5	19	5	5	4	4	18
4	4	4	4	16	5	4	4	4	17	4	4	4	4	16	4	5	5	5	19	5	5	5	4	19	5	4	4	3	16
5	4	5	4	18	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	3	5	4	17	5	5	5	5	20	5	5	5	3	18
4	4	5	4	17	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	4	3	4	4	15	4	4	4	4	16	5	5	5	3	18
4	4	4	4	16	5	5	4	4	18	5	5	4	4	19	5	4	5	4	18	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16
5	5	4	5	19	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	4	5	4	4	17	4	4	4	4	16	5	5	4	4	18
4	3	4	3	14	5	5	5	5	20	5	4	4	3	16	4	4	4	4	16	5	4	5	4	18	4	4	4	3	15
4	3	3	3	13	5	5	4	4	18	5	4	4	3	16	5	5	4	5	19	4	5	4	4	17	3	4	3	4	14
5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	4	5	4	4	17	5	5	5	4	19	4	4	4	4	16	5	5	5	4	19
5	5	5	5	20	5	5	4	4	18	5	4	4	4	17	5	5	5	5	20	5	5	4	5	19	5	5	5	5	20
4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	5	4	3	3	15	4	4	4	4	16	4	3	4	3	14	4	4	4	4	16
4	4	3	3	14	4	5	4	4	17	4	4	4	3	15	5	3	5	5	18	4	3	3	3	13	5	4	3	3	15
4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20	4	4	4	4	16	4	4	4	4	16	5	5	5	5	20

Lampiran 3

HASIL ANALISIS

1. Uji Validitas

a. Variabel Price

		Correlations				
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	variabel price
X1.1	Pearson Correlation	1	.552**	.559**	.612**	.784**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X1.2	Pearson Correlation	.552**	1	.561**	.634**	.829**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X1.3	Pearson Correlation	.559**	.561**	1	.650**	.815**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X1.4	Pearson Correlation	.612**	.634**	.650**	1	.894**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60
variabel price	Pearson Correlation	.794**	.829**	.815**	.894**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

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

b. Variabel Promotion

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	variabel promotion
X2.1	Pearson Correlation	1	.637**	.420**	.352**	.720**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.006	.000
	N	60	60	60	60	60
X2.2	Pearson Correlation	.637**	1	.669**	.650**	.920**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X2.3	Pearson Correlation	.420**	.669**	1	.573**	.795**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X2.4	Pearson Correlation	.352**	.650**	.573**	1	.808**
	Sig. (2-tailed)	.006	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60
variabel promotion	Pearson Correlation	.720**	.920**	.795**	.808**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

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

c. Variabel Product

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	variabel product
X3.1	Pearson Correlation	1	.535**	.295*	.306*	.686**
	Sig. (2-tailed)		.000	.022	.018	.000
	N	60	60	60	60	60
X3.2	Pearson Correlation	.535**	1	.591**	.537**	.881**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X3.3	Pearson Correlation	.295*	.591**	1	.417**	.719**
	Sig. (2-tailed)	.022	.000		.001	.000
	N	60	60	60	60	60
X3.4	Pearson Correlation	.306*	.537**	.417**	1	.754**
	Sig. (2-tailed)	.018	.000	.001		.000
	N	60	60	60	60	60
variabel product	Pearson Correlation	.686**	.881**	.719**	.754**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

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

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

d. Variabel Place

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	variabel place
X4.1	Pearson Correlation	1	.566**	.628**	.325*	.844**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.011	.000
	N	60	60	60	60	60
X4.2	Pearson Correlation	.566**	1	.386**	.241	.772**
	Sig. (2-tailed)	.000		.002	.063	.000
	N	60	60	60	60	60
X4.3	Pearson Correlation	.628**	.386**	1	.293*	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000	.002		.023	.000
	N	60	60	60	60	60
X4.4	Pearson Correlation	.325*	.241	.293*	1	.618**
	Sig. (2-tailed)	.011	.063	.023		.000
	N	60	60	60	60	60
variabel place	Pearson Correlation	.845**	.772**	.765**	.594**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

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

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

e. Variabel People

Correlations

		X5.1	X5.2	X5.3	X5.4	variabel people
X5.1	Pearson Correlation	1	.572**	.178	.441**	.691**
	Sig. (2-tailed)		.000	.174	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X5.2	Pearson Correlation	.572**	1	.573**	.867**	.946**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X5.3	Pearson Correlation	.178	.573**	1	.505**	.683**
	Sig. (2-tailed)	.174	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60
X5.4	Pearson Correlation	.441**	.867**	.505**	1	.883**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	60	60	60	60	60
variabel people	Pearson Correlation	.691**	.946**	.683**	.883**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

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

f. Minat konsumen

Correlations

		Y1	Y2	Y3	Y4	minat konsumen berlangganan
Y1	Pearson Correlation	1	.515**	.415**	.080	.649**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.544	.000
	N	60	60	60	60	60
Y2	Pearson Correlation	.515**	1	.572**	.403**	.816**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.001	.000
	N	60	60	60	60	60
Y3	Pearson Correlation	.415**	.572**	1	.474**	.832**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000		.000	.000
	N	60	60	60	60	60
Y4	Pearson Correlation	.080	.403**	.474**	1	.686**
	Sig. (2-tailed)	.544	.001	.000		.000
	N	60	60	60	60	60
minat konsumen berlangganan	Pearson Correlation	.649**	.816**	.832**	.686**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	60	60	60	60	60

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

2. Uji Reliabilitas

a. Variabel Price

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.823	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	29.03	12.575	.740	.802
X1.2	29.15	11.825	.770	.782
X1.3	29.27	12.402	.764	.796
X1.4	29.45	10.692	.843	.748
variabel price	16.70	3.841	1.000	.845

b. Variabel Promotion

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	29.25	12.564	.646	.805
X2.2	29.43	10.656	.884	.738
X2.3	29.58	12.247	.744	.791
X2.4	29.75	11.377	.739	.771
variabel promotion	16.85	3.757	.998	.828

c. Variabel Product

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.799	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	29.18	9.847	.593	.783
X3.2	29.32	8.695	.829	.726
X3.3	29.50	9.678	.650	.774
X3.4	29.73	9.046	.666	.756
variabel product	16.80	2.942	.995	.764

d. Variabel Place

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.798	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	31.02	8.288	.787	.737
X4.2	31.10	8.092	.671	.745
X4.3	31.10	8.566	.683	.757
X4.4	31.27	9.284	.483	.796
variabel place	17.78	2.749	1.000	.731

e. Variabel People

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X5.1	28.77	12.351	.596	.803
X5.2	28.85	10.774	.923	.735
X5.3	28.83	12.684	.598	.808
X5.4	28.93	11.419	.840	.760
variabel people	16.48	3.813	1.000	.820

f. Minat konsumen

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	60	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	60	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.796	5

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	29.90	9.142	.541	.783
Y2	30.00	8.678	.755	.748
Y3	30.25	8.258	.764	.733
Y4	30.48	8.695	.566	.770
minat konsumen berlangganan	17.23	2.792	1.000	.728

3. Pengujian menggunakan Regresi Linier Berganda

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	variabel people, variabel place, variabel promotion, variabel product, variabel price ^a		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: minat konsumen berlangganan

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.672 ^a	.452	.401	1.293

a. Predictors: (Constant), variabel people, variabel place, variabel promotion, variabel product, variabel price

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	74.351	5	14.870	8.884	.000 ^a
	Residual	90.382	54	1.674		
	Total	164.733	59			

a. Predictors: (Constant), variabel people, variabel place, variabel promotion, variabel product, variabel price

b. Dependent Variable: minat konsumen berlangganan

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	3.381	3.213		1.052	.297
	variabel price	.471	.094	.553	5.005	.000
	variabel promotion	.158	.092	.184	1.712	.093
	variabel product	.105	.103	.110	1.017	.314
	variabel place	.026	.104	.026	.248	.805
	variabel people	.066	.078	.078	.719	.476

a. Dependent Variable: minat konsumen berlangganan