



Lampiran 1. Hasil pengujian MSA

Hasil pengujian MSA(Measure of Sampling Adequacy)

No	Variabel	Nilai MSA
1	X1	768
2	X2	614
3	X3	692
4	X4	691
5	X5	621
6	X6	679
7	X7	707
8	X8	726
9	X9	830
10	X10	622
11	X11	593
12	X12	781
13	X13	745
14	X14	585
15	X15	465
16	X16	580
17	X17	439
18	X18	608
19	X19	445
20	X20	462
21	X21	423
22	X22	442
23	X23	689
24	X24	713
25	X25	743
26	X26	720
27	X27	609
28	X28	694
29	X29	689
30	X30	768
31	X31	601
32	X32	676
33	X33	618
34	X34	735
35	X35	757
36	X36	722

Lampiran 2. Uji KMO**KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.746
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	1593.182
	df	435
	Sig.	.000



Lampiran 3. Hasil pengujian ulang MSA

Hasil pengujian MSA(Measure of Sampling Adequacy)

No	Variabel	Nilai MSA
1	X1	825
2	X2	625
3	X3	789
4	X4	790
5	X5	608
6	X6	786
7	X7	793
8	X8	765
9	X9	834
10	X10	625
11	X11	741
12	X12	737
13	X13	748
14	X14	647
16	X16	579
18	X18	678
19	X23	682
20	X24	681
21	X25	756
22	X26	788
23	X27	777
24	X28	748
25	X29	863
26	X30	796
27	X31	671
28	X32	724
29	X33	795
30	X34	795
31	X35	804
32	X36	778

Lampiran 4. Total Variance Explained

Total Variance Explained									
Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	7.723	25.744	25.744	7.723	25.744	25.744	3.664	12.214	12.214
2	3.412	11.373	37.117	3.412	11.373	37.117	3.473	11.578	23.792
3	3.051	10.171	47.288	3.051	10.171	47.288	3.350	11.167	34.959
4	2.013	6.710	53.998	2.013	6.710	53.998	3.161	10.535	45.495
5	1.750	5.834	59.832	1.750	5.834	59.832	2.151	7.169	52.664
6	1.440	4.800	64.633	1.440	4.800	64.633	2.070	6.899	59.563
7	1.235	4.118	68.750	1.235	4.118	68.750	1.853	6.177	65.740
8	1.057	3.523	72.274	1.057	3.523	72.274	1.686	5.621	71.361
9	1.000	3.333	75.607	1.000	3.333	75.607	1.274	4.246	75.607
10	.868	2.895	78.502						
11	.698	2.327	80.829						
12	.638	2.126	82.955						
13	.579	1.930	84.884						
14	.552	1.840	86.724						
15	.487	1.624	88.348						
16	.440	1.468	89.816						
17	.411	1.371	91.187						
18	.365	1.216	92.403						
19	.346	1.154	93.557						
20	.311	1.037	94.594						
21	.249	.832	95.426						
22	.226	.753	96.179						
23	.213	.710	96.888						
24	.208	.694	97.582						
25	.165	.551	98.133						
26	.149	.495	98.629						
27	.142	.472	99.100						
28	.104	.348	99.448						
29	.089	.298	99.746						

30	.076	.254	100.000						
Extraction Method: Principal Component Analysis.									
Sumber :spss									



Lampiran 5. Nilai Eigenvalue**Nilai Eigenvalue**

Faktor	Nilai Eigenvalue
<i>Advertising</i>	7.723
<i>Public relation</i>	3.412
<i>Persnal selling</i>	3.051
<i>Harga terrjangkau</i>	2.013
<i>Inovasi kemasan</i>	1.750
<i>Direct marketing</i>	1.440
<i>Mutu kemasan</i>	1.235
<i>Desain kemasan</i>	1.057
<i>Sales promotion</i>	1.000



Lampiran 6. Component Transformation Matrix

Tabel 4.8

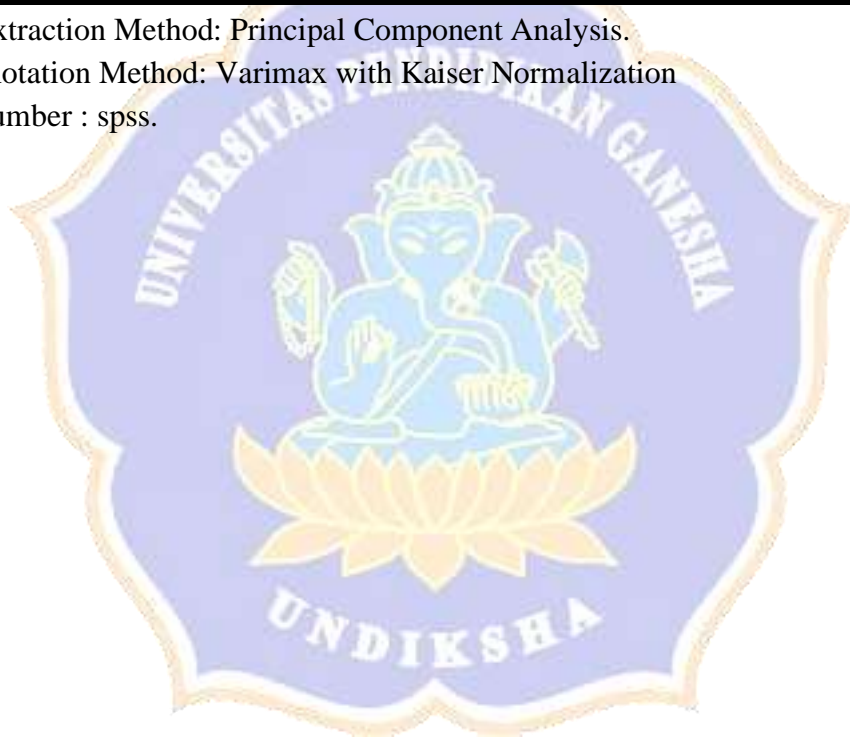
Component Transformation Matrix

Component	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	.401	.454	.517	.308	.296	.208	.314	.193	.064
2	-.642	.491	-.187	-.288	.333	.168	.096	.243	.148
3	-.464	-.290	.005	.737	.088	.340	.022	-.021	-.181
4	.281	-.409	-.265	-.324	.375	.605	.262	-.037	-.035
5	.234	.448	-.669	.304	-.021	-.022	.160	-.413	-.082
6	.226	-.161	-.375	.264	.362	-.293	-.267	.596	.264
7	.071	.092	-.085	.076	-.555	.497	-.177	.145	.605
8	.116	.216	.091	-.044	.249	.290	-.832	-.185	-.237
9	.092	.141	-.155	-.065	-.389	.169	.042	.566	-.664

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization

Sumber : spss.



Lampiran 7. Uji Validitas dan Reabilitas

1. Daftar Nama Responden Uji Validitas dan Reliabilitas

Uji validitas dan reliabilitas dilakukan dengan menyebarkan kuesioner kepada responden yaitu konsumen gula aren. Dengan jumlah responden sebanyak 30 orang. Adapun daftar nama-nama uji validitas dan reliabilitas sebagai berikut:

Nama	Umur	Pekerjaan	Alamat
Tia Amanda	23	Mahasiswa	Negara Bali
Ni Pt Ayu Siska Meliantari	25	Mahasiswa	Klungkung
Kadek Yudiarta	20	Mahasiswa	Desa Panji Anom Banjar Batu Pulu
I Gusti Ayu Putu Ngurah Journey Laksana	25	Mahasiswa	Banjar Dinas Mertasari, Desa Tinga-Tinga, Kec Gerokgak
Luh Tut Srinata Dewi	27	Pedagang	Sambirenteng
Ni Kadek Desi Wardiani	25	Mahasiswa	Br. Dinas Desa Tengah Bebandem, Karangasem
Ni Kadek Maya Viantari	18	Pelajar	Jln Pantai Pererenan Br Batu
Dwi Diantari	18	masih sekolah	Jl. Puputan Baru Gg III No 33x
R.B HADI GILANG LAKSANA PUTRA	19	Mahasiswa	Jln Tibungsari
Ni Nyoman Ayu Sintia Dewi	17	Pelajar	Jl. Gn Salak, Br. Abasan
Yuanita Dwi Rahayu	17	Pelajar	Btn Gunung Sari Indah
Gede Sandi Pratama	14	Pelajar(SMP)	Penuktukan
Gede Budiadnya	37	Swasta	Desa Penuktukan Fusun Batulumbang
Ni Made Dewi Juni Antari	23	pelajar	Canggu, Badung
Luh Putri Sentayu	20	Pelajar	Jl Pidada
Sang Ayu Putu Krisnayanti	24	Mahasiswa	Bangli
Rifkika Fanani	25	Mahasiswa	Penarukan
Kadek Dwi Cahyani	19	Sekolah	Desa Penuktukan
Ni Ketut Intan Pratiwi	23	mahasiswa	Jln Kampus Ngurah Rai Gang 1 no 3g3f
Ni Luh Supraeni	24	Mahasiswa	Desa Bontihing, Kecamatan Kubutambahan Kabupaten Buleleng
Laihatul	30	Ibu rumah tangga	Jl. pidada 7 no.1
Zaskia Nisa Ula Sabrina	17	Pelajar	Jl. Resimuka Barat Gg. Griya Resi No. 19
Ida Ayu Ketut Purnika Utami	20	Mahasiswa	Singaraja

Luh Dina Darma Sari	22	kuliah	singaraja
Brinata Agusti Muzaqima	23	Siswa	Br. Muding Mekar, Kerobokan, Kuta Utara, Badung
Angga Andiana	23	Karyawan swasta	Singaraja
I Made Dwi Aksara	22	Mahasiswa	Lingkungan Penglipuran
NI LUH RIANA OCTAVIANI	23	Mahasiswi	Jl seroja, denpasar
Andina Firrial Nabila	21	mahasiswa	Jalan parikesit singaraja bali
Nyoman Ayu Arya Indrayani	25	Mahasiswi	Jln. Gunung Batur no 16 Singaraja
Luh Putu Sumiantari	22	Mahasiswa	Lovina
Mochammad Chamim Badruzzaman	18	Pelajar	Jalan Ahmad Yani, gang singosari
Feri	30	Swasta	Banjar
Kadek ari saputra	19	Mahasiswa	Jl. Tubuh sari
Kadek satria muliawan	14	Pedagang	desa sambirenteng, tejakula, Buleleng, bali
I Gede Rediasa	16	Siswa	Desa Sambirenteng Dusun Gretek

2. Kuesioner Penelitian

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT BELI GULA AREN DI DESA SAMBIRENTENG

A. Identitas Responden

1. Nama :
2. usia :
3. pekerjaan :
4. Alamat :

B. Petunjuk Pengisian

Pernyataa-pernyataan dibawah ini merupakan *item-item* terkait faktor-faktor yang mempengaruhi minat beli gula aren. untuk itu mohon saudara/saudari untuk memberikan *tick mark* (✓) pada kolom jawaban yang di sediakan.

Keterangan pada kolom jawaban yang disediakan adalah sebagai berikut.

Pilihlah salah satu jawaban yang sesuai dengan keadaan anda sebenarnya. Berilah tanda (√) pada kolom yang tersedia sesuai pilihan anda.

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

KS : Kurang Setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju



C. Kuesioner

Lampiran Daftar Pertanyaan kuesioner variabel X1,X2,X3 dan X4

1. Kemasan (X1)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
Desain kemasan						
1	Pengemasan dalam penjualan gula aren sangat diperlukan					
2	Desain kemasan yang kreatif dapat menarik minat konsumen					
Mutu kemasan						
3	Dibalik kemasan yang menarik ada bahan-bahan yang berkualitas					
4	Gula aren berkemasan sangat mudah untuk dibawa					
Inovasi kemasan						
5	Berkreatifitas pada kemasan akan berpengaruh besar pada penjualan					
6	Inovasi kemasan berpengaruh penting bagi penjualan produk gula aren					

2. Promosi (X2)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
Advertising						
7	Promosi sangat bergantung pada pengemasan yang menarik					
8	Semakin bagus sebuah kemasan akan semakin baik juga dalam mempromosikan					
Sales promotion (promosi penjualan)						
9	Promosi semakin lancar jika dibarengin dengan memberikan contoh sampel					

	dari produk					
10	Memberikan sampel pada konsumen akan mempermudah dalam promosi					
<i>Personal selling</i> (penjualan perseorangan)						
11	Dalam promosi sangat penting untuk menjelaskan tentang produk secara terperinci					
12	Sangat penting bagi konsumen meneliti sebelum membeli suatu produk					
<i>Public relations</i> (hubungan masyarakat)						
13	Menjalin hubungan baik dengan konsumen dapat mempermudah suatu promosi					
14	Bersikap yang ramah sangat diperlukan dalam melakukan promosi					
<i>Direct marketing</i> (penjualan langsung)						
15	Promosi secara langsung sangat efektif dalam penjualan					
16	Promosi secara langsung akan mempercepat dalam memperkenalkan sebuah produk					

3. Harga (X3)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
Harga terjangkau						
17	Harga gula aren desa sambirenteng sangatlah terjangkau					
18	Harga yang terjangkau dapat menarik minat beli masyarakat					
Kesesuaian harga						
19	Kesesuaian harga sangat berpengaruh pada tingkat penjualan					
20	Penjual harus memberikan harga yang sesuai kepada konsumen					
Daya saing harga						
21	Harga gula aren dapat bersaing dengan produk sejenisnya					
22	Pemilik usaha memberikan potongan khusus kepada konsumen yang membeli banyak					
Kesesuaian harga dan manfaat						
23	Harga gula aren sesuai dengan manfaat yang ditawarkan					
24	Kualitas gula aren sesuai dengan harganya					

4. Kualitas (X4)

No	Pernyataan	Alternatif Jawaban				
		5	4	3	2	1
		SS	S	KS	TS	STS
Kinerja						
25	Ketahanan dari produk gula aren sangat baik					
26	Produk gula aren mampu bertahan lama karena tidak mengandung zat kimia					
Daya tahan						
27	Produk gula aren tidak mudah rusak					
28	Produk ini bisa bertahan dalam suhu apapun					
Kesesuaian dengan spesifikasi						
29	Produk gula aren menawarkan manfaat yang sesuai					
30	Produk ini menawarkan kualitas yang sesuai					
Keistimewaan tambahan						
31	Produk ini sangat bagus jika dicampurkan kedalam makanan					
32	Produk ini sangat bagus jika dipakai sebagai pemanis dalam makanan					
Reabiliti						
33	Produk ini baik untuk di konsumsi oleh semua kalangan					
34	Produk ini bisa langsung di konsumsi ataupun sebagai campuran makanan					
Kualitas yang dirasakan						
35	Gula aren memiliki rasa manis yang asli .					
36	Selain sebagai pemanis makanan bisa juga sebagai pemanis dalam minuman					

Lampiran 8. Teknik analisis faktor

A. Kemasan

		Correlations						
		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,545**	,440*	-,039	,507**	,197	,663**
	Sig. (2-tailed)		,002	,015	,836	,004	,297	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,545**	1	,448*	-,004	,704**	,219	,735**
	Sig. (2-tailed)	,002		,013	,982	,000	,244	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,440*	,448*	1	,367*	,242	,448*	,715**
	Sig. (2-tailed)	,015	,013		,046	,198	,013	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	-,039	-,004	,367*	1	,184	,502**	,477**
	Sig. (2-tailed)	,836	,982	,046		,329	,005	,008
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,507**	,704**	,242	,184	1	,379*	,764**
	Sig. (2-tailed)	,004	,000	,198	,329		,039	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	,197	,219	,448*	,502**	,379*	1	,678**
	Sig. (2-tailed)	,297	,244	,013	,005	,039		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,663**	,735**	,715**	,477**	,764**	,678**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,008	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,768	7

A. Promosi

Correlations

		P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	TOTAL
												L
P7	Pearson Correlation	1	,339	,222	,549*	,183	,343	,070	,338	,524*	,293	,615**
	Sig. (2-tailed)		,067	,239	,002	,333	,064	,713	,068	,003	,116	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	,339	1	,418*	,433*	,247	,340	,340	,324	,272	,395*	,616**
	Sig. (2-tailed)	,067		,021	,017	,189	,066	,066	,081	,147	,031	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	,222	,418*	1	,045	,430*	,428*	,488*	,578*	,431*	,619*	,696**
	Sig. (2-tailed)	,239	,021		,813	,018	,018	,006	,001	,018	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	,549*	,433*	,045	1	,109	,238	,374*	,290	,450*	,141	,574**
	Sig. (2-tailed)	,002	,017	,813		,567	,205	,042	,119	,013	,457	,001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P11	Pearson Correlation	,183	,247	,430*	,109	1	,300	,502*	,414*	,279	,427*	,568**
	Sig. (2-tailed)	,333	,189	,018	,567		,108	,005	,023	,135	,019	,001

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P12	Pearson Correlation	,343	,340	,428*	,238	,300	1	,484*	,494*	,292	,485*	,664**
	Sig. (2- tailed)	,064	,066	,018	,205	,108		,007	,006	,118	,007	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P13	Pearson Correlation	,070	,340	,488*	,374*	,502*	,484*	1	,603*	,246	,285	,645**
	Sig. (2- tailed)	,713	,066	,006	,042	,005	,007		,000	,190	,127	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P14	Pearson Correlation	,338	,324	,578*	,290	,414*	,494*	,603*	1	,421*	,363*	,718**
	Sig. (2- tailed)	,068	,081	,001	,119	,023	,006	,000		,021	,049	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P15	Pearson Correlation	,524*	,272	,431*	,450*	,279	,292	,246	,421*	1	,723*	,732**
	Sig. (2- tailed)	,003	,147	,018	,013	,135	,118	,190	,021		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P16	Pearson Correlation	,293	,395*	,619*	,141	,427*	,485*	,285	,363*	,723*	1	,730**
	Sig. (2- tailed)	,116	,031	,000	,457	,019	,007	,127	,049	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,615*	,616*	,696*	,574*	,568*	,664*	,645*	,718*	,732*	,730*	1
	Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000	,001	,001	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

P23	Pearson Correlation	,465**	,397*	,560**	,491**	,394*	,453*	1	,685**	,801**
	Sig. (2-tailed)	,010	,030	,001	,006	,031	,012		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P24	Pearson Correlation	,166	,139	,595**	,442*	,108	,350	,685**	1	,625**
	Sig. (2-tailed)	,379	,465	,001	,014	,571	,058	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,701**	,623**	,774**	,764**	,625**	,731**	,801**	,625**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,773	9

	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P31	Pearson Correlati on	,46 8**	,44 0*	,40 5*	,58 4**	,50 6**	,80 2**	1	,62 7**	,54 8**	,511 **	,64 7**	,49 1**	,782**
	Sig. (2- tailed)	,00 9	,01 5	,02 6	,00 1	,00 4	,00 0		,00 0	,00 2	,00 4	,00 0	,00 6	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P32	Pearson Correlati on	,28 4	,54 0**	,12 5	,49 7**	,45 6*	,61 2**	,62 7**	1	,65 2**	,82 9**	,67 1**	,46 4**	,756**
	Sig. (2- tailed)	,12 8	,00 2	,51 0	,00 5	,011 0	,00 0	,00 0		,00 0	,00 0	,00 0	,01 0	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P33	Pearson Correlati on	,35 8	,72 3**	,31 8	,48 4**	,49 4**	,52 1**	,54 8**	,65 2**	1	,71 8**	,74 9**	,45 2*	,807**
	Sig. (2- tailed)	,05 2	,00 0	,08 7	,00 7	,00 6	,00 3	,00 2	,00 0		,00 0	,00 0	,01 2	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P34	Pearson Correlati on	,31 2	,62 6**	,27 3	,42 7*	,48 1**	,50 8**	,511 **	,82 9**	,71 8**	1	,72 5**	,47 0**	,781**
	Sig. (2- tailed)	,09 3	,00 0	,14 4	,01 9	,00 7	,00 4	,00 4	,00 0	,00 0		,00 0	,00 9	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P35	Pearson Correlati on	,51 9**	,64 0**	,40 8*	,60 5**	,49 1**	,51 9**	,64 7**	,67 1**	,74 9**	,72 5**	1	,40 6*	,852**
	Sig. (2- tailed)	,00 3	,00 0	,02 5	,00 0	,00 6	,00 3	,00 0	,00 0	,00 0	,00 0		,02 6	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P36	Pearson Correlati on	,50 3**	,43 2*	,45 7*	,38 3*	,33 1	,46 7**	,49 1**	,46 4**	,45 2*	,47 0**	,40 6*	1	,651**
	Sig. (2- tailed)	,00 5	,01 7	,011 0	,03 7	,07 4	,00 9	,00 6	,01 0	,01 2	,00 9	,02 6		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOT AL	Pearson Correlati on	,68 1**	,78 9**	,59 0**	,73 4**	,65 1**	,73 4**	,78 2**	,75 6**	,80 7**	,78 1**	,85 2**	,65 1**	1

Sig. (2-tailed)	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	,00	
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,770	13

