

DAFTAR PUSTAKA

- Algifari. (2003). *Statistik Induktif untuk Ekonomi dan Bisnis*. Edisi II. Yogyakarta: UPP-AMP YKPN.
- Boyd, Walker dan Larreche. (2000). *Manajemen Pemasaran Pendekatan Strategis dengan Orientasi Global*. Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga
- Hidayat,Rahmad. (2003) *Pengaruh Iklan Sabun Lifeboy di Televisi Terhadap Pengambilan Keputusan Konsumen (Studi di Kecamatan Ngaglik Kabupaten Sleman)*. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta : Fakultas Ekonomi UMY.
- Kotler, P. (1997). *Manajemen Pemasaran-Analisis, Perencanaan, Implementasi dan Kontrol*. Jilid 1. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Hallindo.
- Manggolo, B. (2004). *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Pembelian Sabun Mandi (Studi kasus di kelurahan Pakembinangun Sleman Yogyakarta)*. Skripsi Sarjana (Tidak dipublikasikan). Yogyakarta: Fakultas Ekonomi UII.
- Mustafa, EQ. Z. (1995). *Pengantar Statistik Terapan untuk Ekonomi*. Edisi II. Yogyakarta: BPFE-UII.
- Robert D.Mason, Douglas A.Lind. (1999). *Teknik Statistika untuk Bisnis dan Ekonomi*. Jilid 2. Edisi Bahasa Indonesia. Jakarta: Erlangga.
- Sugiyono, Dr. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Cetakan Kelima. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono & Eri Wibowo. (2002). *Statistika untuk Penelitian dan Aplikasinya dengan SPSS 10.0 for Windows*. Cetakan Kedua. Bandung : Alfabeta.
- (2004). *Clearelaunch*. SPT Presentation. Thailand

		sangat baik							
3.	Menurut saya image produk Shampoo Clear Anti Ketombe lebih baik dibanding produk shampoo lain.								
4.	Saya lebih beminat terhadap image produk Shampoo Clear Anti Ketombe dibanding produk lainnya.								
5.	Sepengalaman saya image produk Shampoo Clear Anti Ketombe sangat dikenal oleh masyarakat luas.								

FORMULA

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Formula yang terkandung dalam Shampoo Clear Anti Ketombe sesuai yang saya inginkan.				
2.	Formula yang terkandung dalam Shampoo Clear Anti Ketombe benar-benar berkhasiat menghilangkan ketombe.				
3.	"Khasiat" formula yang terkandung dalam Shampoo Clear Anti Ketombe sering saya sampaikan kepada orang lain.				
4.	Formula yang terkandung di dalam Shampoo Clear Anti Ketombe senantiasa mengalami inovasi/perbaikan.				
5.	Formula yang terkandung di dalam Shampoo Clear Anti Ketombe lebih baik daripada produk lain.				

PROMOSI

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Saya sering menemui berbagai bentuk promosi produk Shampoo Clear Anti Ketombe di berbagai media cetak.				
2.	Saya sering menemui berbagai bentuk promosi produk Shampoo Clear Anti Ketombe di berbagai media elektronik.				
3.	Promosi yang dilakukan oleh Shampoo Clear Anti Ketombe melalui para "Sales"-nya sangat menarik.				
4.	Promosi yang dilakukan oleh Shampoo Clear Anti Ketombe senilai dengan harga yang ditawarkan.				
5.	Promosi yang dilakukan Shampoo Clear Anti Ketombe sangat agresif dan inovatif.				

KEPUTUSAN PEMBELIAN

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Harga berpengaruh terhadap keputusan saya dalam membeli Shampoo Clear Anti Ketombe.				
2.	Kemasan berpengaruh terhadap keputusan saya dalam membeli Shampoo Clear Anti Ketombe.				
3.	Image berpengaruh terhadap keputusan saya dalam membeli Shampoo Clear Anti Ketombe.				
4.	Formula berpengaruh terhadap keputusan saya dalam membeli Shampoo Clear Anti Ketombe.				
5.	Promosi berpengaruh terhadap keputusan saya dalam membeli Shampoo Clear Anti Ketombe.				

Nama :

Jenis Kelamin : laki-laki / perempuan

Penghasilan : a. di bawah Rp. 300.000,-
b. Rp. 300.000 s/d Rp. 600.000,-
c. di atas Rp. 600.000,-

Asal Daerah : a. D.I. Yogyakarta
b. Jawa Tengah
c. Jawa Barat
d. Jawa Timur
e. Luar Jawa

Petunjuk Pengisian

Berilah tanda pada kolom yang tersedia dalam menjawab pernyataan berikut.

STS= Sangat Tidak Setuju; TS= Tidak Setuju; S= Setuju; SS= Sangat Setuju

HARGA

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Menurut saya harga shampoo Clear Anti Ketombe sesuai dengan pendapatan/uang saku saya.				
2.	Menurut saya harga shampoo Clear Anti Ketombe sesuai dengan kualitas yang saya dapatkan.				
3.	Menurut saya harga shampoo Clear Anti Ketombe bersaing dengan harga produk lain.				
4.	Harga Shampoo Clear Anti Ketombe dari tahun ke tahun cenderung stabil/tetap.				
5.	Harga shampoo Clear Anti Ketombe untuk setiap kemasannya sudah pantas/tepat.				

KEMASAN

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Menurut saya produk shampoo Clear Anti Ketombe telah dikemas secara higienis.				
2.	Menurut saya produk shampoo Clear Anti Ketombe telah dikemas dalam bentuk kemasan yang menarik.				
3.	Menurut saya produk shampoo Clear Anti Ketombe telah dikemas secara praktis dan efisien dalam penggunaannya.				
4.	Berbagai pilihan kemasan produk Shampoo Clear Anti Ketombe memberikan pilihan yang mudah untuk saya beli.				
5.	Jumlah/takaran Shampoo Clear Anti Ketombe untuk setiap kemasannya sudah sesuai/tepat bagi saya.				

IMAGE

No.	Pernyataan	STS	TS	S	SS
1.	Dengan menggunakan Shampoo Clear Anti Ketombe akan semakin mengangkat image saya dihadapan orang lain.				
2.	Menurut saya produk Shampoo Clear Anti Ketombe				

Rekapitulasi Jawaban Mahasiswa/Mahasiswi

Tentang Keputusan Pembelian Shampoo Clear Anti Ketombe

Resp.	JK	Saku	Asal	Harga					Kemasan					Image					Formula					Promosi					Keputusan Pembelian				
				p1	p2	p3	p4	p5	jml	p1	p2	p3	p4	p5	jml	p1	p2	p3	p4	p5	jml	p1	p2	p3	p4	p5	jml	p1	p2	p3	p4	p5	jml
1	P	1	1	4	3	3	2	3	15	4	4	4	4	20	3	3	2	3	3	14	3	3	2	4	3	3	15	3	4	2	3	4	16
2	L	2	4	3	3	4	4	3	17	4	4	3	3	4	18	3	3	4	4	18	4	4	3	4	4	18	4	3	4	3	3	17	
3	L	3	3	3	4	4	3	3	17	4	3	3	3	4	17	4	4	3	3	17	4	4	3	3	3	17	4	4	3	3	3	17	
4	P	2	2	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	
5	L	2	2	3	3	3	3	2	14	3	3	2	2	12	3	3	3	3	15	3	3	3	4	3	3	17	3	3	3	3	3	15	
6	P	3	2	3	3	3	3	3	15	2	3	2	3	13	2	3	2	2	12	2	3	2	2	2	2	12	3	3	2	2	3	13	
7	L	1	2	4	3	4	3	2	16	3	3	3	3	14	2	3	3	2	12	3	3	1	3	2	3	15	4	4	2	4	18		
8	L	1	2	3	2	3	2	3	13	3	3	3	3	14	2	3	3	2	12	3	3	2	3	2	3	14	3	2	3	3	14		
9	L	2	1	3	3	2	3	3	14	3	3	2	3	13	2	3	2	3	12	3	3	2	3	2	3	14	3	3	3	3	2	14	
10	L	3	5	3	1	3	3	3	13	3	3	3	4	2	15	2	2	1	3	9	1	1	3	1	3	7	3	3	2	4	3	15	
11	P	2	5	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	
12	L	3	1	4	4	4	4	4	20	3	3	4	4	18	4	4	3	4	19	4	4	3	4	4	4	18	4	3	3	4	4	18	
13	P	3	2	3	3	4	4	4	18	3	3	3	4	4	17	4	4	4	4	20	4	4	3	4	3	17	4	4	4	4	4	20	
14	L	1	2	2	2	4	3	4	13	4	4	3	4	3	18	2	3	2	3	14	4	3	2	3	2	14	3	3	2	1	12	12	
15	P	1	2	3	3	2	2	3	13	4	2	3	2	3	14	1	3	2	2	11	3	2	3	2	3	13	2	3	2	3	3	12	
16	L	2	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	
17	L	2	4	3	4	3	4	4	18	4	3	4	4	3	18	3	4	3	4	17	3	4	4	4	4	19	4	3	3	4	4	18	
18	L	2	4	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	4	4	4	4	4	20	
19	L	2	4	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	4	19	4	4	4	4	19	3	4	4	4	4	16	3	4	4	3	3	14	
20	P	2	2	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	3	18	4	4	3	3	17	3	3	4	4	4	18	3	4	4	3	3	17	
21	P	2	2	4	4	3	4	4	19	4	3	4	4	3	18	4	4	3	3	17	3	3	4	4	4	18	3	4	4	3	3	17	
22	L	2	3	3	4	4	3	4	18	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	18	4	4	3	4	3	18	
23	L	2	3	3	4	4	3	4	18	4	3	4	4	3	18	4	4	4	4	20	3	4	4	4	4	18	4	4	3	4	3	18	
24	L	2	1	3	4	3	4	4	18	4	3	4	4	3	18	3	4	3	3	17	3	4	4	4	4	18	3	4	3	4	3	17	
25	P	2	1	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	
26	P	1	2	2	3	3	3	2	13	3	3	2	3	2	13	2	3	2	3	12	2	3	3	3	3	14	2	2	2	2	2	10	
27	L	1	1	1	2	2	2	2	9	2	2	2	2	2	10	2	1	1	1	7	1	2	2	2	2	10	2	2	2	2	2	10	
28	L	2	2	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	
29	L	1	1	2	3	2	2	3	12	3	2	3	2	12	2	3	3	3	14	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	
30	P	2	1	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	
31	L	2	3	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	
32	L	1	2	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	3	3	3	3	3	15	

Frequencies

Statistics

		Jenis Kelamin	Uang Saku	Asal Daerah
N	Valid	100	100	100
	Missing	0	0	0

Frequency Table

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Pria	50	50,0	50,0	50,0
	Wanita	50	50,0	50,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Uang Saku

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< Rp.300.000,-	27	27,0	27,0	27,0
	Rp.300rb s/d Rp.600rb	63	63,0	63,0	90,0
	> Rp.600.000	10	10,0	10,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Asal Daerah

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	DIY	30	30,0	30,0	30,0
	Jateng	30	30,0	30,0	60,0
	Jabar	20	20,0	20,0	80,0
	Jatim	12	12,0	12,0	92,0
	Luar Jawa	8	8,0	8,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Validitas-Harga

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,553**	,563**	,458*	,542**	,791**
	Sig. (2-tailed)		,002	,001	,011	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,553**	1	,499**	,512**	,653**	,823**
	Sig. (2-tailed)	,002		,005	,004	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,563**	,499**	1	,463**	,404*	,739**
	Sig. (2-tailed)	,001	,005		,010	,027	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,458*	,512**	,463**	1	,626**	,775**
	Sig. (2-tailed)	,011	,004	,010		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,542**	,653**	,404*	,626**	1	,815**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,027	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,791**	,823**	,739**	,775**	,815**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	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).

Validitas-Kemasan

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,473**	,754**	,557**	,531**	,813**
	Sig. (2-tailed)		,008	,000	,001	,003	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,473**	1	,372*	,581**	,579**	,716**
	Sig. (2-tailed)	,008		,043	,001	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,754**	,372*	1	,729**	,611**	,870**
	Sig. (2-tailed)	,000	,043		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,557**	,581**	,729**	1	,512**	,844**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,000		,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,531**	,579**	,611**	,512**	1	,803**
	Sig. (2-tailed)	,003	,001	,000	,004		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,813**	,716**	,870**	,844**	,803**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	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).

Validitas-Image

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,801**	,771**	,687**	,548**	,871**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,801**	1	,767**	,763**	,654**	,893**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,771**	,767**	1	,857**	,721**	,939**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,687**	,763**	,857**	1	,691**	,907**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,548**	,654**	,721**	,691**	1	,805**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,871**	,893**	,939**	,907**	,805**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Validitas-Formula

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,731**	,550**	,249	,536**	,781**
	Sig. (2-tailed)		,000	,002	,185	,002	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,731**	1	,715**	,562**	,512**	,885**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,001	,004	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,550**	,715**	1	,596**	,572**	,872**
	Sig. (2-tailed)	,002	,000		,001	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,249	,562**	,596**	1	,389*	,675**
	Sig. (2-tailed)	,185	,001	,001		,033	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,536**	,512**	,572**	,389*	1	,760**
	Sig. (2-tailed)	,002	,004	,001	,033		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,781**	,885**	,872**	,675**	,760**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	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).

Validitas-Promosi

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	,684**	,458*	,716**	,569**	,840**
	Sig. (2-tailed)		,000	,011	,000	,001	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	,684**	1	,478**	,589**	,451*	,788**
	Sig. (2-tailed)	,000		,008	,001	,012	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,458*	,478**	1	,480**	,502**	,729**
	Sig. (2-tailed)	,011	,008		,007	,005	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,716**	,589**	,480**	1	,731**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,007		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,569**	,451*	,502**	,731**	1	,811**
	Sig. (2-tailed)	,001	,012	,005	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,840**	,788**	,729**	,871**	,811**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	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).

Validitas-Keputusan Pembelian

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	-,042	,771**	,583**	,701**	,863**
	Sig. (2-tailed)		,826	,000	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	-,042	1	,045	-,125	,131	,205
	Sig. (2-tailed)	,826		,813	,510	,491	,277
	N	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	,771**	,045	1	,593**	,709**	,871**
	Sig. (2-tailed)	,000	,813		,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	,583**	-,125	,593**	1	,703**	,770**
	Sig. (2-tailed)	,001	,510	,001		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	,701**	,131	,709**	,703**	1	,903**
	Sig. (2-tailed)	,000	,491	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	,863**	,205	,871**	,770**	,903**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,277	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30

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

Reliability – Variabel Harga

*** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ***

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	P1	3,1333	,7303	30,0
2.	P2	3,2333	,7739	30,0
3.	P3	3,1667	,6989	30,0
4.	P4	3,2333	,7279	30,0
5.	P5	3,2667	,6915	30,0

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0

N of Items = 5

Alpha = ,8479

Reliability – Variabel Kemasan

*** Method 1 (space saver) will be used for this analysis **

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	P1	3,4333	,6261	30,0
2.	P2	3,1000	,5477	30,0
3.	P3	3,2333	,7279	30,0
4.	P4	3,3333	,7581	30,0
5.	P5	3,0667	,7397	30,0

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0

N of Items = 5

Alpha = ,8676

Reliability – Variabel Image

*** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ***

RELIABILITY ANALYSIS-SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	P1	3,0000	,9097	30,0
2.	P2	3,3667	,6149	30,0
3.	P3	2,9000	,8847	30,0
4.	P4	3,0667	,8277	30,0
5.	P5	3,2667	,6915	30,0

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0

N of Items = 5

Alpha = ,9247

Reliability – Variabel Formula

*** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ***

RELIABILITY ANALYSIS-SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	P1	3,0333	,8087	30,0
2.	P2	3,2000	,8052	30,0
3.	P3	3,1000	,9229	30,0
4.	P4	3,2667	,6397	30,0
5.	P5	2,9000	,8030	30,0

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0

N of Items = 5

Alpha = ,8565

Reliability – Variabel Promosi

*** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ***

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	P1	3,2000	,6103	30,0
2.	P2	3,3333	,6609	30,0
3.	P3	3,0667	,6915	30,0
4.	P4	3,2333	,6789	30,0
5.	P5	3,0000	,6948	30,0

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0

N of Items = 5

Alpha = ,8652

Reliability – Variabel Keputusan Pembelian

*** Method 1 (space saver) will be used for this analysis ***

RELIABILITY ANALYSIS - SCALE (ALPHA)

		Mean	Std Dev	Cases
1.	P1	2,6333	,9643	30,0
2.	P2	3,1667	,7466	30,0
3.	P3	2,6000	,7701	30,0
4.	P4	2,7333	,7397	30,0
5.	P5	2,6667	,8841	30,0

Reliability Coefficients

N of Cases = 30,0

N of Items = 5

Alpha = ,8130

Frequency Table

Harga Shampo Clear Anti Ketombe Sesuai Dengan Uang Saku

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Tidak Setuju	22	22,0	22,0	26,0
	Setuju	44	44,0	44,0	70,0
	Sangat Setuju	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Harga Shampo Clear Anti Ketombe Sesuai Dengan Kualitasnya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Tidak Setuju	22	22,0	22,0	25,0
	Setuju	41	41,0	41,0	66,0
	Sangat Setuju	34	34,0	34,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Harga Shampo Clear Anti Ketombe Bersaing Dengan Harga Produk Lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Tidak Setuju	18	18,0	18,0	21,0
	Setuju	46	46,0	46,0	67,0
	Sangat Setuju	33	33,0	33,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Harga Shampo Clear Anti Ketombe Relatif Tetap Dari Tahun ke Tahun

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Tidak Setuju	26	26,0	26,0	30,0
	Setuju	42	42,0	42,0	72,0
	Sangat Setuju	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Harga Shampo Clear Anti Ketombe Sudah Tepat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Tidak Setuju	20	20,0	20,0	25,0
	Setuju	44	44,0	44,0	69,0
	Sangat Setuju	31	31,0	31,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Frequency Table

Shampo Clear Anti Ketombe Dikemas Secara Higienis

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	16	16,0	16,0	16,0
	Setuju	49	49,0	49,0	65,0
	Sangat Setuju	35	35,0	35,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Shampo Clear Anti Ketombe Dikemas Dengan Kemasan Yang Menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	21	21,0	21,0	21,0
	Setuju	56	56,0	56,0	77,0
	Sangat Setuju	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Shampo Clear Anti Ketombe Dikemas Secara Praktis dan Efisien

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	19	19,0	19,0	19,0
	Setuju	52	52,0	52,0	71,0
	Sangat Setuju	29	29,0	29,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Shampo Clear Anti Ketombe Dikemas Dalam Berbagai Pilihan Kemasan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	18	18,0	18,0	18,0
	Setuju	52	52,0	52,0	70,0
	Sangat Setuju	30	30,0	30,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Jumlah/Volume Shampo Clear Anti Ketombe Untuk Setiap Kemasannya Sudah Tepat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	24	24,0	24,0	24,0
	Setuju	52	52,0	52,0	76,0
	Sangat Setuju	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Frequency Table

Dengan Menggunakan Shampo Clear Anti Ketombe Dapat Meningkatkan Image Pemakainya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Tidak Setuju	34	34,0	34,0	36,0
	Setuju	45	45,0	45,0	81,0
	Sangat Setuju	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Image Produk Shampo Clear Anti Ketombe Sangat Baik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	19	19,0	19,0	19,0
	Setuju	54	54,0	54,0	73,0
	Sangat Setuju	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Image Produk Shampo Clear Anti Ketombe Lebih Baik Dibanding Produk Lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Tidak Setuju	32	32,0	32,0	35,0
	Setuju	42	42,0	42,0	77,0
	Sangat Setuju	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Minat Yang Lebih Terhadap Shampo Clear Anti Ketombe Dibanding Produk Lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Tidak Setuju	19	19,0	19,0	24,0
	Setuju	54	54,0	54,0	78,0
	Sangat Setuju	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Image Shampo Clear Anti Ketombe Sangat Dikenal Masyarakat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Tidak Setuju	12	12,0	12,0	14,0
	Setuju	59	59,0	59,0	73,0
	Sangat Setuju	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Frequency Table

Formula Yang Terkandung Dalam Shampo Clear Anti Ketombe Sesuai Yang Diinginkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
	Tidak Setuju	26	26,0	26,0	30,0
	Setuju	47	47,0	47,0	77,0
	Sangat Setuju	23	23,0	23,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Formula Yang Terkandung Dalam Shampo Clear Anti Ketombe Sangat Berkhasiat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Tidak Setuju	23	23,0	23,0	25,0
	Setuju	50	50,0	50,0	75,0
	Sangat Setuju	25	25,0	25,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Khasiat Yang Terkandung Dalam Shampo Clear Anti Ketombe Sering Disampaikan Kepada Orang Lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Tidak Setuju	32	32,0	32,0	35,0
	Setuju	41	41,0	41,0	76,0
	Sangat Setuju	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Shampo Clear Anti Ketombe Sering Melakukan Inovasi Pada Formulanya

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	17	17,0	17,0	17,0
	Setuju	57	57,0	57,0	74,0
	Sangat Setuju	26	26,0	26,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Formula Yang Terkandung di dalam Sjampto Clear Anti Ketombe Lebih baik Daripada Produk Lain

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Tidak Setuju	30	30,0	30,0	32,0
	Setuju	47	47,0	47,0	79,0
	Sangat Setuju	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Frequency Table

Promosi Shampo Clear Anti Ketombe di Media Cetak

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	19	19,0	19,0	19,0
	Setuju	60	60,0	60,0	79,0
	Sangat Setuju	21	21,0	21,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Promosi Shampo Clear Anti Ketombe di Media Elektronik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	13	13,0	13,0	13,0
	Setuju	60	60,0	60,0	73,0
	Sangat Setuju	27	27,0	27,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Promosi Melalui Shampo Clear Anti Ketombe Melalui "Sales Promotion" Yang Menarik

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	22	22,0	22,0	22,0
	Setuju	54	54,0	54,0	76,0
	Sangat Setuju	24	24,0	24,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Promosi Shampo Clear Anti Ketombe Dengan Harga Yang Sesuai

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	17	17,0	17,0	17,0
	Setuju	61	61,0	61,0	78,0
	Sangat Setuju	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Promosi Shampo Clear Anti Ketombe Yang Agresif dan Inovatif

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	24	24,0	24,0	25,0
	Setuju	56	56,0	56,0	81,0
	Sangat Setuju	19	19,0	19,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Frequency Table

Harga Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	5,0	5,0	5,0
	Tidak Setuju	33	33,0	33,0	38,0
	Setuju	40	40,0	40,0	78,0
	Sangat Setuju	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Kemasan Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	26	26,0	26,0	26,0
	Setuju	52	52,0	52,0	78,0
	Sangat Setuju	22	22,0	22,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Image Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
	Tidak Setuju	39	39,0	39,0	41,0
	Setuju	43	43,0	43,0	84,0
	Sangat Setuju	16	16,0	16,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Formula Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
	Tidak Setuju	23	23,0	23,0	24,0
	Setuju	64	64,0	64,0	88,0
	Sangat Setuju	12	12,0	12,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Promosi Berpengaruh Terhadap Keputusan Pembelian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
	Tidak Setuju	25	25,0	25,0	28,0
	Setuju	44	44,0	44,0	72,0
	Sangat Setuju	28	28,0	28,0	100,0
	Total	100	100,0	100,0	

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Promosi, Harga, Formula, Kemasan, Image		Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,504 ^a	,254	,214	,51795

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Formula, Kemasan, Image

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8,572	5	1,714	6,391	,000 ^a
	Residual	25,218	94	,268		
	Total	33,790	99			

a. Predictors: (Constant), Promosi, Harga, Formula, Kemasan, Image

b. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,150	,318		3,610	,000
	Harga	,022	,109	,028	,203	,840
	Kemasan	,051	,138	,051	,369	,713
	Image	,011	,157	,012	,070	,944
	Formula	,154	,137	,167	1,128	,262
	Promosi	,340	,154	,312	2,204	,030

Coefficients^a

Model	Correlations		
	Zero-order	Partial	Part
1 (Constant)			
Harga	,330	,021	,018
Kemasan	,388	,038	,033
Image	,407	,007	,006
Formula	,422	,116	,100
Promosi	,479	,222	,196

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian