

LAMPIRAN A

KUESIONER

No.Responden:

KUESIONER PENELITIAN

Kepada Yth, Saudara/saudari

Di Tempat

Dengan hormat,

Berkaitan dengan penelitian yang saya lakukan dalam rangka menyelesaikan salah satu syarat menempuh ujian Sidang Sarjana Ekonomi Program Starata-1 (S1) Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Kristen Maranatha yang berjudul **“ Pengaruh Iklan Media Televisi Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Pada Produk Blackberry Smartphone Universitas Kristen Maranatha Bandung**, Saya mohon kesediaan Saudara/saudari untuk mengisi/menjawab kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan jawaban yang anda diberikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya akan digunakan untuk kepentingan ilmiah. Atas kerjasama yang baik dan kesungguhan Saudara/saudari dalam mengisi kuesioner ini, diucapkan banyak terima kasih.

Peneliti,

AilsaGiovanny Soma

I. IDENTITAS PRIBADI

- Umur :
- Lama Memakai Blackberry Smartphone : bln/thn
- Jenis kelamin : p / w

II. DAFTAR PERTANYAAN RESPONDEN

PETUNJUK

Berikan jawaban terhadap semua pernyataan dalam kuesioner ini dengan memberikan penilaian tentang sejauhmana pernyataan itu sesuai dengan realita (sesuai yang anda rasakan), Beri tanda ceklis (√) pada kotak yang sesuai dengan kuisisioner

Keterangan:

STS : Sangat tidak setuju

TS : Tidak setuju

N : Netral

S : Setuju

SS : Sangat setuju

I. Variabel Iklan Media Televisi

Suara (voice)

No	Variabel Iklan Media Televisi	STS	TS	N	S	SS
1.	Suara pengucapan kata-kata dalam iklan Blackberrysmartphone jelas dan mendidik					
2.	Suara pengucapan kata-kata dalam iklan Blackberrysmartphone mampu mengungkapkan pesan dengan baik					

Musik (music)

No	Variabel Iklan Media Televisi	STS	TS	N	S	SS
1	Musik iklan Blackberrysmartphone yang didengarkan mampu mendukung proses penyampaian pesan dengan baik.					
2	Musik iklan Blackberrysmartphone yang diperdengarkan sesuai dengan tema.					
3	Musik Iklan Blackberrysmartphone yang didengarkan menarik perhatian.					

Kata-kata (words)

No	Variabel Iklan Media Televisi	STS	TS	N	S	SS
1	Tulisan kata-kata pada tayangan iklan Blackberrysmartphone menarik perhatian					
2	Tulisan kata-kata pada tayangan iklan Blackberrysmartphone					

Lampiran A

	mudah dibaca					
3	Penampilan tulisan kata-kata serasi dengan latar belakang yang ditampilkan					

Gambar (picture)

No	Variabel Iklan Media Televisi	STS	TS	N	S	SS
1	Gambar tayangan iklan Blackberrysmartphone menarik perhatian					
2	Gambar tayangan iklan Blackberrysmartphone mampu memberikan informasi pesan iklan dengan baik					

Warna (colour)

No	Variabel Iklan Media Televisi	STS	TS	N	S	SS
1	Warna dalam tayangan iklan Blackberrysmartphone serasi					
2	Perpaduan warna tayangan iklan Blackberrysmartphone sesuai latar belakang					

Gerakan (movement)

No	Variabel Iklan Media Televisi	STS	TS	N	S	SS
1	Gerakan dalam tayangan iklan Blackberrysmartphone mampu mendukung proses penyampaian pesan dengan baik.					
2	Gerakan dalam tayangan iklan Blackberrysmartphone sesuai dengan music yang ditampilkan.					

II. Variabel Keputusan Pembelian Blackberry Smartphone

Perhatian

No	Variabel keputusan Pembelian Blackberry Smartphone	STS	TS	N	S	SS
1.	Terjangkaunya harga Blackberry Smartphone dan Fasilitas yang dimiliki membuat anda tertarik menggunakannya					
2.	Blackberrysmartphone mudah didapat diberbagai tempat					
3.	Blackberrysmartphone merupakan salah satu Produk merek terkenal					

Minat

No	Variabel keputusan Pembelian Blackberry Smartphone	STS	TS	N	S	SS
1	Dari iklan ini saya yakin Produk Blackberrysmartphone selalu sesuai dengan selera dan keinginan konsumen.					
2	Iklan ini mendorong saya untuk lebih mengenal Produk Blackberrysmartphone					

Keinginan

No	Variabel keputusan Pembelian Blackberry Smartphone	STS	TS	N	S	SS
1	Iklan ini membuat saya tertarik untuk mengunjungi Dealer Blackberrysmartphone					
2	Keinginan saya untuk membeli Blackberrysmartphone muncul karena iklan ini					

Tindakan

No	Variabel keputusan Pembelian Blackberry Smartphone	STS	TS	N	S	SS
1	Setelah menonton iklan ini,saya akan membeli Produk Blackberrysmartphone.					
2	Blackberry menjadi pilihan utama saya saat akan membeli handphone					
3	Saya membeli Blackberrysmartphone karena menonton iklannya					

Hasil Uji Data Responden

Jenis_kelamin

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
laki-laki	48	40,0	40,0	40,0
Valid perempuan	72	60,0	60,0	100,0
Total	120	100,0	100,0	

usia

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
19tahun	21	17,5	17,5	17,5
20tahun	60	50,0	50,0	67,5
Valid lebih dari 20 tahun	39	32,5	32,5	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Lama_pemakaian

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
kurang dari 5 bulan	9	7,5	7,5	7,5
Valid 5bulan - 1 tahun	72	60,0	60,0	67,5
lebih dari 1 tahun	39	32,5	32,5	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Karakteristik iklan media Televisi

Suara 1

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	6	5,0	5,0	5,0
netral	49	40,8	40,8	45,8
Valid setuju	49	40,8	40,8	86,7
sangat setuju	16	13,3	13,3	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Suara 2

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	4	3,3	3,3	3,3
netral	43	35,8	35,8	39,2
Valid setuju	49	40,8	40,8	80,0
sangat setuju	24	20,0	20,0	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Musik 1

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	3	2,5	2,5	2,5
tidak setuju	11	9,2	9,2	11,7
Valid netral	25	20,8	20,8	32,5
setuju	60	50,0	50,0	82,5
sangat setuju	21	17,5	17,5	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Musik 2

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	9	7,5	7,5	7,5
netral	33	27,5	27,5	35,0
Valid setuju	52	43,3	43,3	78,3
sangat setuju	26	21,7	21,7	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Musik 3

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	6	5,0	5,0	5,0
netral	29	24,2	24,2	29,2
Valid setuju	50	41,7	41,7	70,8
sangat setuju	35	29,2	29,2	100,0
Total	120	100,0	100,0	

kata-kata 1

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	7	5,8	5,8	5,8
netral	39	32,5	32,5	38,3
Valid setuju	54	45,0	45,0	83,3
sangat setuju	20	16,7	16,7	100,0
Total	120	100,0	100,0	

kata-kata 2

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	3	2,5	2,5	2,5
netral	27	22,5	22,5	25,0
Valid setuju	54	45,0	45,0	70,0
sangat setuju	36	30,0	30,0	100,0
Total	120	100,0	100,0	

kata-kata 3

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	2	1,7	1,7	1,7
netral	47	39,2	39,2	40,8
Valid setuju	42	35,0	35,0	75,8
sangat setuju	29	24,2	24,2	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Gambar 1

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	5	4,2	4,2	4,2
netral	24	20,0	20,0	24,2
Valid setuju	63	52,5	52,5	76,7
sangat setuju	28	23,3	23,3	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Gambar 2

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	5	4,2	4,2	4,2
netral	18	15,0	15,0	19,2
Valid setuju	71	59,2	59,2	78,3
sangat setuju	26	21,7	21,7	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Warna 1

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	9	7,5	7,5	7,5
netral	25	20,8	20,8	28,3
Valid setuju	62	51,7	51,7	80,0
sangat setuju	24	20,0	20,0	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Warna 2

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	3	2,5	2,5	2,5
tidak setuju	10	8,3	8,3	10,8
Valid netral	32	26,7	26,7	37,5
setuju	54	45,0	45,0	82,5
sangat setuju	21	17,5	17,5	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Gerakan 1

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	1,7	1,7	1,7
tidak setuju	16	13,3	13,3	15,0
Valid netral	43	35,8	35,8	50,8
setuju	40	33,3	33,3	84,2
sangat setuju	19	15,8	15,8	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Gerakan 2

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	1,7	1,7	1,7
tidak setuju	19	15,8	15,8	17,5
Valid netral	35	29,2	29,2	46,7
setuju	36	30,0	30,0	76,7
sangat setuju	28	23,3	23,3	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Karakteristik Keputusan Pembelian

Perhatian 1

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	5	4,2	4,2	4,2
tidak setuju	10	8,3	8,3	12,5
Valid netral	7	5,8	5,8	18,3
setuju	83	69,2	69,2	87,5
sangat setuju	15	12,5	12,5	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Perhatian 2

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid netral	2	1,7	1,7	1,7
Valid setuju	58	48,3	48,3	50,0
Valid sangat setuju	60	50,0	50,0	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Perhatian 3

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid netral	5	4,2	4,2	4,2
Valid setuju	49	40,8	40,8	45,0
Valid sangat setuju	66	55,0	55,0	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Minat 1

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid tidak setuju	11	9,2	9,2	9,2
Valid netral	26	21,7	21,7	30,8
Valid setuju	50	41,7	41,7	72,5
Valid sangat setuju	33	27,5	27,5	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Lampiran B

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	5	4,2	4,2	4,2
netral	23	19,2	19,2	23,3
Valid setuju	61	50,8	50,8	74,2
sangat setuju	31	25,8	25,8	100,0
Total	120	100,0	100,0	

keinginan1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	7	5,8	5,8	5,8
netral	41	34,2	34,2	40,0
Valid setuju	53	44,2	44,2	84,2
sangat setuju	19	15,8	15,8	100,0
Total	120	100,0	100,0	

keinginan2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	1,7	1,7	1,7
tidak setuju	28	23,3	23,3	25,0
Valid netral	28	23,3	23,3	48,3
setuju	36	30,0	30,0	78,3
sangat setuju	26	21,7	21,7	100,0
Total	120	100,0	100,0	

tindakan1

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	2	1,7	1,7	1,7
tidak setuju	18	15,0	15,0	16,7
Valid netral	37	30,8	30,8	47,5
setuju	37	30,8	30,8	78,3
sangat setuju	26	21,7	21,7	100,0
Total	120	100,0	100,0	

tindakan2

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
tidak setuju	13	10,8	10,8	10,8
netral	16	13,3	13,3	24,2
Valid setuju	48	40,0	40,0	64,2
sangat setuju	43	35,8	35,8	100,0
Total	120	100,0	100,0	

tindakan3

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
sangat tidak setuju	3	2,5	2,5	2,5
tidak setuju	17	14,2	14,2	16,7
Valid netral	41	34,2	34,2	50,8
setuju	30	25,0	25,0	75,8
sangat setuju	29	24,2	24,2	100,0
Total	120	100,0	100,0	

Hasil Uji Validitas dan Reliabilitas

Validitas variabel Suara

Correlations

		s1	s2	total_s
s1	Pearson	1	,681**	,904**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	120	120	120
s2	Pearson	,681**	1	,928**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	120	120	120
total_s	Pearson	,904**	,928**	1
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	120	120	120

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

Reliabilitas variabel suara

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,806	2

Validitas variabel musik

Correlations

		m1	m2	m3	total_m
m1	Pearson	1	,691**	,664**	,925**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	120	120	120	120
m2	Pearson	,691**	1	,425**	,825**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120
m3	Pearson	,664**	,425**	1	,811**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	120	120	120	120
total_m	Pearson	,925**	,825**	,811**	1
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120

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

Reliabilitas variabel musik

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,816	3

Validitas variabel kata-kata

Correlations

		kt1	kt2	kt3	total_kt
kt1	Pearson	1	,626**	,240**	,771**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)		,000	,008	,000
	N	120	120	120	120
kt2	Pearson	,626**	1	,550**	,899**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	120	120	120	120
kt3	Pearson	,240**	,550**	1	,745**
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	,008	,000		,000
	N	120	120	120	120
total_k t	Pearson	,771**	,899**	,745**	1
	Correlation				
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	120	120	120	120

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

Reliabilitas variabel kata-kata

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,726	3

Hasil Validitas variabel Gambar

Correlations

		g1	g2	total_g
g1	Pearson	1	,574**	,894**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	120	120	120
g2	Pearson	,574**	1	,880**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	120	120	120
total_g	Pearson	,894**	,880**	1
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	120	120	120

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

Hasil Reliabilitas Variabel gambar

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,729	2

Hasil Validitas variabel warna

Correlations

		w1	w2	total_w
w1	Pearson Correlation	1	,606**	,881**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	120	120	120
w2	Pearson Correlation	,606**	1	,910**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	120	120	120
total_w	Pearson Correlation	,881**	,910**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	120	120	120

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

Hasil Reliabilitas variabel warna

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,751	2

Validitas variabel gerakan

Correlations

		gr1	gr2	total_gr
gr1	Pearson	1	,688**	,910**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)		,000	,000
	N	120	120	120
gr2	Pearson	,688**	1	,926**
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	,000		,000
	N	120	120	120
total_gr	Pearson	,910**	,926**	1
	Correlation			
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	
	N	120	120	120

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

Reliabilitas variabel gerakan

Reliability Statistics

Cronbach's	N of
Alpha	Items
,813	2

Validitas Variabel Keputusan Pembelian Konsumen

Correlations

	y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	y8	y9	y10	total_y	
y1	Pearson	1	-,033	,043	,234*	-,109	,463*	,281*	,176	,380*	,182*	,402**
	Correlati on						*	*		*		
	Sig. (2- tailed)		,718	,642	,010	,234	,000	,002	,055	,000	,047	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
y2	Pearson	-,033	1	,584*	,107	,338*	,027	,055	,296*	,253*	,313*	,352**
	Correlati on			*		*			*	*	*	
	Sig. (2- tailed)	,718		,000	,246	,000	,767	,550	,001	,005	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
y3	Pearson	,043	,584*	1	,246*	,350*	,275*	,420*	,527*	,413*	,468*	,578**
	Correlati on		*		*	*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2- tailed)	,642	,000		,007	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

Lampiran B

y4	Pearson	,234*	,107	,246*	1	,494*	,549*	,715*	,615*	,719*	,523*	,786**
	Correlati			*		*	*	*	*	*	*	
	on											
	Sig. (2-tailed)	,010	,246	,007		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
y5	Pearson	-,109	,338*	,350*	,494*	1	,495*	,484*	,624*	,375*	,611*	,669**
	Correlati		*	*	*		*	*	*	*	*	
	on											
	Sig. (2-tailed)	,234	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
y6	Pearson	,463**	,027	,275*	,549*	,495*	1	,649*	,461*	,522*	,361*	,711**
	Correlati			*	*	*		*	*	*	*	
	on											
	Sig. (2-tailed)	,000	,767	,002	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
y7	Pearson	,281**	,055	,420*	,715*	,484*	,649*	1	,687*	,547*	,633*	,831**
	Correlati			*	*	*	*		*	*	*	
	on											
	Sig. (2-tailed)	,002	,550	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000

Lampiran B

y8	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
	Pearson	,176	,296*	,527*	,615*	,624*	,461*	,687*	1	,637*	,793*	,862**
	Correlati on		*	*	*	*	*	*		*	*	
	Sig. (2- tailed)	,055	,001	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
y9	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
	Pearson	,380**	,253*	,413*	,719*	,375*	,522*	,547*	,637*	1	,558*	,799**
	Correlati on		*	*	*	*	*	*	*		*	
	Sig. (2- tailed)	,000	,005	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
y10	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
	Pearson	,182*	,313*	,468*	,523*	,611*	,361*	,633*	,793*	,558*	1	,810**
	Correlati on		*	*	*	*	*	*	*	*		
	Sig. (2- tailed)	,047	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
total_y	N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120
	Pearson	,402**	,352*	,578*	,786*	,669*	,711*	,831*	,862*	,799*	,810*	1
	Correlati on		*	*	*	*	*	*	*	*	*	
	Sig. (2- tailed)											

Lampiran B

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120	120

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

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

Reliabilitas variabel keputusan pembelian

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,878	10

Hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		120
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	4,62873325
Most Extreme Differences	Absolute	,105
	Positive	,045
	Negative	-,105
Kolmogorov-Smirnov Z		1,155
Asymp. Sig. (2-tailed)		,139

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Hasil uji heterokedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	5,078	1,915		2,652	,009
total_s	-,316	,259	-,166	-1,221	,225
total_m	-,080	,147	-,063	-,544	,588
total_kt	-,188	,193	-,125	-,974	,332
total_g	,507	,271	,232	1,869	,064
total_w	-,222	,208	-,121	-1,070	,287
total_gr	,221	,175	,141	1,265	,209

a. Dependent Variable: abs_res1

Hasil uji multikolenaritas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1 (Constant)	10,483	3,160		3,318	,001		
total_s	,754	,427	,186	1,763	,081	,441	2,266
total_m	,584	,243	,216	2,405	,018	,613	1,631
total_kt	,625	,318	,196	1,964	,052	,493	2,028
total_g	,871	,448	,188	1,945	,054	,527	1,897
total_w	-,060	,343	-,015	-,176	,861	,637	1,571
total_gr	,352	,288	,106	1,222	,224	,652	1,535

a. Dependent Variable: total_y

Hasil uji Regresi Sederhana

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	10,483	3,160		3,318	,001
total_s	,754	,427	,186	1,763	,081
total_m	,584	,243	,216	2,405	,018
1 total_kt	,625	,318	,196	1,964	,052
total_g	,871	,448	,188	1,945	,054
total_w	-,060	,343	-,015	-,176	,861
total_gr	,352	,288	,106	1,222	,224

a. Dependent Variable: total_y

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	30,4581	47,7915	38,9000	4,12331	120
Std. Predicted Value	-2,047	2,156	,000	1,000	120
Standard Error of Predicted Value	,520	1,988	1,101	,322	120
Adjusted Predicted Value	30,3672	47,9943	38,8946	4,13374	120
Residual	-13,06326	9,72222	,00000	4,62873	120
Std. Residual	-2,750	2,047	,000	,974	120
Stud. Residual	-2,816	2,149	,001	1,011	120
Deleted Residual	-13,69936	10,72152	,00544	4,98578	120
Stud. Deleted Residual	-2,908	2,185	-,001	1,021	120
Mahal. Distance	,434	19,849	5,950	4,193	120
Cook's Distance	,000	,102	,011	,019	120
Centered Leverage Value	,004	,167	,050	,035	120

a. Dependent Variable: total_y

Curriculum Vitae

1. Nama Lengkap : Ailsa giovanny Soma
2. NRP : 0952005
3. FAKULTAS / Jurusan : Ekonomi / Manajemen
4. IPK Terakhir : 3,20
5. Jenis Kelamin : Perempuan
6. Tempat / Tgl lahir : Tasikmalaya, 6 oktober 1991
7. Kewarganegaraan : WNI
8. Alamat : Jl. Sukawarni 57 Tasikmalaya 46121
9. Pendidikan : 1. SD Yos Sudarso, Tasikmalaya
2. SMP Yos Sudarso, Tasikmalaya
3. SMA BPK PENABUR, Tasikmalaya
10. Alamat Email : ailsagiovanny@yahoo.co.id