

BAB 5

SIMPULAN DAN SARAN

5.1. Simpulan

Berdasarkan analisis dan pembahasan dengan menggunakan *Structural Equation Modeling* (SEM), memperlihatkan bahwa model yang digunakan dalam penelitian ini cocok dengan data. Selanjutnya dari hasil pengujian hipotesis dapat disimpulkan bahwa:

1. Hipotesis pertama yang menyatakan *brand equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *brand preference* pada mobil merek Toyota Kijang Innova diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin positif *brand equity* maka akan semakin besar pengaruhnya terhadap *brand preference* atau ketertarikan konsumen untuk memilih mobil Toyota Kijang Innova dibandingkan merek mobil pesaing lainnya.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan *brand equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pada mobil merek Toyota Kijang Innova diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin positif *brand equity* maka akan semakin besar pengaruhnya di dalam mempengaruhi minat beli konsumen atau *purchase intention* pada mobil merek Toyota Kijang Innova di Surabaya.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan *brand preference* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* pada mobil merek Toyota Kijang Innova diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin positif *brand preference* maka akan semakin besar pengaruhnya didalam mempengaruhi

minat beli konsumen atau *purchase intention* pada mobil merek Toyota Kijang Innova di Surabaya.

4. Hipotesis keempat yang menyatakan *brand equity* berpengaruh positif dan signifikan terhadap *purchase intention* melalui *brand preference* sebagai mediasi pada mobil merek Toyota Kijang Innova diterima. Hal ini mengindikasikan bahwa semakin positif *brand preference* maka akan semakin besar pengaruhnya di dalam memediasi hubungan *brand equity* terhadap *purchase intention* pada mobil merek Toyota Kijang Innova di Surabaya.

5.2. Saran

Berdasarkan simpulan dari hasil penelitian ini, dapat dikemukakan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran bagi Manajemen Toyota Kijang Innova di Surabaya

Hasil penelitian dapat memberikan saran-saran bagi manajemen Toyota Kijang Innova untuk:

- a. Meningkatkan *brand equity* khususnya pada *brand associations* pada mobil merek Toyota Kijang Innova agar dapat menjadi pembeda yang kuat dari merek mobil pesaing lainnya, sehingga akan menimbulkan ketertarikan konsumen untuk lebih memilih mobil Toyota Kijang Innova dibandingkan merek mobil lainnya.
- b. Mempertahankan serta meningkatkan *brand equity* khususnya pada *brand perceived quality* pada mobil merek Toyota Kijang Innova agar memberikan rasa kenyamanan dan keamanan dalam berkendara, sehingga akan

menimbulkan minat beli konsumen untuk lebih membeli mobil Toyota Kijang Innova.

- c. Meningkatkan *brand preference* pada mobil merek Toyota Kijang Innova di Surabaya, agar konsumen lebih tertarik menggunakan mobil Toyota Kijang Innova serta mempengaruhi *purchase intention* atau minat pembelian dari konsumen.
- d. Meningkatkan *brand preference* pada mobil merek Toyota Kijang Innova dengan menyediakan *community* atau jasa layanan informasi yang mudah diakses oleh konsumen yang dikhususkan mengenai produk-produk dari mobil Toyota Kijang Innova, guna meningkatkan *brand preference*, sehingga akan menimbulkan *purchase intention* dari konsumen karena konsumen cenderung untuk mencari informasi baik itu berasal dari pengalaman dari konsumen itu sendiri maupun dari pengalaman orang lain yang akan menambah minat untuk membeli mobil Toyota Kijang Innova

2. Saran bagi peneliti selanjutnya

Bagi para peneliti yang ingin melakukan penelitian sejenis atau lebih lanjut dapat menambahkan variabel eksogen, selain *brand equity* serta dapat menambahkan variabel mediasi lain selain *brand preference* yang dapat mempengaruhi hubungan *brand equity* terhadap *purchase intention*. Kemudian diharapkan dapat menambahkan atau mengembangkan variabel *purchase intention*, sehingga tidak hanya meneliti sampai dengan

pengaruh *brand equity* terhadap *purchase intention* saja, tetapi dapat lebih dikembangkan hingga pengaruhnya terhadap *re-purchase intention* (minat konsumen untuk membeli kembali).

DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Aaker, D.A., 2001, *Managing Brand Equity, Capitalizing on the Value of a Brand Name*, New York: The Press.
- Ambadar, J., M. Abidin dan Y. Isa, 2007, *Mengelola Merek*, Jakarta: Yayasan Bina Karya Mandiri.
- Ardhanari, M., 2008, Customer Satisfaction Pengaruhnya terhadap Brand Preference dan Repurchase Intention Private Brand, *Jurnal Riset Ekonomi dan Bisnis*, Vol.8: 58-68.
- Assael, H., 2001, *Consumer Behavior and Marketing Action*, 6th Edition, New York: Thomson Learning.
- Bensley, R.J., dan J.B. Fisher, 2003, *Metode Pendidikan Kesehatan Masyarakat*, Edisi Ke 2, Terjemahan, Jakarta: Buku Kedokteran Electrocadiogram.
- Cannon, J.P., W.D. Perreault dan E.J. McCarthy, 2008, *Pemasaran Dasar*, Edisi Ke 16, Terjemahan, Jilid 1, Jakarta: Salemba Empat.
- Chang, H.H., dan Y.M. Liu, 2009, The Impact Of Brand Equity On Brand Preference and Purchase Intention in the Service Industries. *Journal of the Services Industries*, Vol.29: 1687 - 1706.
- Chen, C. F., dan Y.Y. Chang, 2008, Airline Brand Equity, Brand Preference and Purchase Intentions The Moderating Effects of Switching Costs, *Journal of Air Transport Management*, Vol.14: 40-42.
- Cobb, Walgren, A.R. Chyntia dan D. Naveen, 1995, Brand Equity, Brand Preference, Purchase Intention, *Journal of Advertising*, Vol.24: 25-40.
- Cravens, D.W., dan F.N. Piercy, 2003, *Strategic Marketing*, 9th Edition, Singapore: Mc Graw Hill Inc.
- Durianto, D., Sugiarto dan L.J. Budiman, 2004, *Brand Equity Ten : Strategi Memimpin Pasar*, Edisi Ke 3, Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.

- Febryan, F., 2010, *The Power of Selling*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Ferdinand, A., 2006, *Metode Penelitian Manajemen: Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi, Tesis dan Disertasi Ilmu Manajemen*, Edisi Ke 2, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gulo, W., 2000, *Metodologi Penelitian*, Jakarta: PT. Grasindo.
- Hair, J. F., R.P. Bush dan D.J. Ortinau, 2003, *Marketing Research: Within a Changing Information Environment*, 2nd Edition, Singapore: Mc Graw Hill Inc.
- _____, R.A. Anderson, B.J. Babin, dan W.C. Black, 2010, *Multivariate Data Analysis*, 7th Edition, New Jersey: Prentice-Hall, Inc.
- Haryadi, A., 2005, *Kiat Membuat Promosi Penjualan Secara Efektif dan Terencana*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- <http://otomotif.kompas.com/read/2011/11/01/20384797/Oktober.2011.Penjualan.Mobil.Indonesia.Mencapai.745.599.unit>. diakses 01 November 2012.
- <http://www.neraca.co.id/harian/article/3159/Omset.Toyota.Terdongkrak.Penjualan.Kijang.Innova#.UWtch6J9FCY>. diakses 15 April 2012.
- Jiang, Z., J. Chan, B. Tan, and W. Chua, 2011, Effects of Inactivity on Website Involvement and Purchase Intention, *Journal of the Association for Information Systems*, Vol.11 : 34 – 109.
- Kalsumajaya, H., 2011, Pengaruh Store Environment Terhadap Pembelian Tidak Terencana (Impulse Buying) Dengan Emosi Positif Sebagai Mediasi Terhadap Konsumen di Sogo Surabaya, *Skripsi*, Fakultas Bisnis, Surabaya: Universitas Katolik Widya Mandala.
- Keller, K.L., 2008, *Strategic Brand Management*, 2nd Edition, Upper Saddle River, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Kotler, Philip, 2002, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Milenium, Terjemahan, Jilid 1, Jakarta: PT.Prenhallindo.

- Kotler, Philip dan G. Amstrong, 2004, *Dasar-Dasar Pemasaran*, Edisi Ke 9, Terjemahan, Jakarta : Prcnhallindo.
- _____, dan K.L. Keller, 2006, *Marketing*, 12th Edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- _____, 2007, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke 12, Terjemahan, Jilid 1, Jakarta: PT. Indeks.
- _____, 2008, *Marketing, Planning, Implementing and Analyzing*, Millennium Edition, New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- _____, 2009, *Manajemen Pemasaran*, Edisi Ke 13, Terjemahan, Jilid 2, Jakarta : Erlangga.
- Malhotra, N. K., M. Peterson dan S.B. Kleiser, 2005, Marketing Research : A State-of-the-art Review and Directions for the Twenty-first Century, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 27 : 160-183.
- Moradi, H., dan A. Zarei, 2011, The Impact of Brand Equity on Purchase Intention and Brand Preference-the Moderating Effects of Country of Origin Image, *Journal of Basic and Applied Sciences*, Vol.5: 539-545.
- Pramono dan A. Agil, 2011, Analisis Pengaruh Elemen-Elemen Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Pada Notebook Toshiba, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Prasetyo, R., dan J. Ihalauw, 2005, *Perilaku Konsumen*, Edisi Pertama, Yogyakarta : ANDI.
- Prayoga, A. B., 2011, Manajemen Produk dan Merek, *Modul XII*, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Jakarta: Universitas Mercu Buana.
- Santoso, S., 2011, *Structural Equation Modeling*, Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Simamora, B., 2001, *Memenangkan Pasar dengan Pemasaran Efektif dan Profitabel*, Edisi Pertama, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- _____, 2002, *Aura Merek*, Jakarta, PT. Gramedia Pustaka Utama.

- Simamora,B.,2004, *Panduan Riset Perilaku Konsumen*, Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono, 2003, *Metode Penelitian Bisnis*, Bandung : Alfabeta.
- Sumahajaya, A.P., 2011, Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Minat Beli Honda Jazz, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Surabaya: Universitas Pembangunan Nasional.
- Supranto, 2000, *Statistik: Teori & Aplikasi*, Edisi Ke 6, Jilid 1, Jakarta: Erlangga.
- Sutisna, 2011, *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Tjiptono, F., 2005, *Pemasaran Jasa*, Edisi Pertama, Malang: Bayu Media Publishing.
- Wijanarko, H dan A.B.Susanto, 2004. *Power Branding*. Edisi Ke 11, Jilid 1, Jakarta: Quantum.
- Wijaya, S. D., 2011, Analisis Pengaruh Ekuitas Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Blackberry, *Skripsi*, Fakultas Ekonomi, Semarang: Universitas Diponegoro.
- Yamin, S dan H.Kurniawan,2009,*SEM:Belajar Lebih Mudah Teknik Analisis Data Kuesioner dengan LISREL-PLS*, Jakarta: Salemba Infotek.

Lampiran 1 : Kuesioner

No. Responden : (diisi oleh peneliti)

Kepada

Yth. Bapak / ibu responden

Dalam rangka memenuhi tugas akhir, saya Fendy mahasiswa Fakultas Bisnis jurusan Manajemen Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh *Brand Equity* terhadap *Purchase Intention* melalui *Brand Preference* sebagai mediasi pada mobil merek Toyota Kijang Innova di Surabaya”. Untuk itu, saya mohon kesediaan anda untuk mengisi kuesioner dibawah ini dengan jujur dan benar. Data atau informasi yang terkumpul hanya akan digunakan untuk keperluan skripsi. Atas waktu dan kesediaan bapak / ibu, untuk mengisi kuesioner ini, saya mengucapkan terima kasih.

Hormat saya,



Fendy

NRP. 3103009035

BAGIAN I

KARAKTERISTIK RESPONDEN

Berikan tanda (x) tanda silang pada jawaban yang anda pilih:

1. Apakah anda sudah memiliki mobil Toyota Kijang Innova?
 - a. Belum
 - b. Sudah (berhenti sampai disini)
2. Apakah anda memiliki minat membeli mobil Toyota Kijang Innova ?
 - a. Ya
 - b. Tidak (berhenti sampai disini)
3. Anda berdomisili di:
 - a. Surabaya
 - b. Luar Surabaya (berhenti sampai disini)
4. Anda berusia:
 - a. < 30 tahun (berhenti sampai disini)
 - b. $\geq$ 30 tahun – 40 tahun
 - c. > 40 tahun – 50 tahun
 - d. > 50 tahun
5. Tujuan pembelian:
 - a. Keputusan pribadi
 - b. Keputusan Bisnis (berhenti sampai disini)

BAGIAN II

Jawablah pernyataan berikut dengan memberi tanda (X) pada kolom yang tersedia dibawah ini :

STS = sangat tidak setuju

TS = tidak setuju

KS = kurang setuju

S = setuju

SS = sangat setuju

Pernyataan		STS	TS	KS	S	SS
Brand Equity (X)						
Brand Awareness (X₁)						
X _{1.1}	Merek mobil yang pertama kali muncul di ingatan saya ketika menyebut merek mobil adalah Toyota Kijang Innova.					
X _{1.2}	Toyota Kijang Innova merupakan merek mobil yang terkenal.					
X _{1.3}	Toyota Kijang Innova merupakan merek mobil yang mudah di bedakan dan dikenal.					
Brand Perceived Quality (X₂)						
X _{2.1}	Menurut persepsi saya, Toyota Kijang Innova merupakan mobil yang menjanjikan rasa aman dan nyaman untuk dikendarai.					
X _{2.2}	Menurut persepsi saya, Toyota Kijang Innova merupakan merek mobil yang mempunyai <i>body</i> yang panjang, sehingga memberi nilai tambah.					
X _{2.3}	Menurut persepsi saya, Toyota Kijang Innova merupakan merek mobil yang memiliki ketahanan serta kinerja yang prima.					
X _{2.4}	Menurut persepsi saya, Toyota Kijang Innova merupakan merek mobil yang mempunyai nilai jual bekas yang tinggi..					

Pernyataan		STS	TS	KS	S	SS
Brand Associations (X_3)						
X _{3.1}	Toyota Kijang Innova merupakan merek mobil yang memberikan kesan mobil yang berkualitas, karena merupakan mobil asal Negara Jepang.					
X _{3.2}	Harga mobil Toyota Kijang Innova sesuai dengan kualitas nya.					
X _{3.3}	Toyota Kijang Innova merupakan merek mobil yang diposisikan lebih baik dari pesaingnya, seperti merek Daihatsu dan Mitsubishi.					
X _{3.4}	Toyota Kijang Innova merupakan merek mobil yang identik dengan mobil keluarga, karena memiliki kapasitas besar.					
Brand Preference (Y_1)						
Y _{1.1}	Saya akan membeli mobil Toyota Kijang Innova, karena ketertarikan saya secara keseluruhan.					
Y _{1.2}	Saya akan lebih memilih mobil Toyota Kijang Innova dari pada merek mobil pesaing lainnya.					
Y _{1.3}	Saya memilih mobil Toyota Kijang Innova berdasarkan informasi yang diterima dari pengalaman orang lain.					

Pernyataan		STS	TS	KS	S	SS
<i>Purchase Intention (Y₂)</i>						
Y _{2.1}	Saya cenderung untuk membeli mobil Toyota Kijang Innova dibanding merek pesaing.					
Y _{2.2}	Apabila saya membeli mobil, merek Toyota Kijang Innova merupakan pilihan utama saya.					
Y _{2.3}	Saya selalu mencari informasi mengenai mobil Toyota Kijang Innova sebelum memutuskan untuk membelinya.					

Lampiran 2: Karakteristik Responden

	MEMILIKI	MINAT	DOMISILI	USIA	TUJUAN
1	1	1	1	2	1
2	1	1	1	3	1
3	1	1	1	2	1
4	1	1	1	3	1
5	1	1	1	3	1
6	1	1	1	2	1
7	1	1	1	3	1
8	1	1	1	2	1
9	1	1	1	3	1
10	1	1	1	3	1
11	1	1	1	2	1
12	1	1	1	3	1
13	1	1	1	3	1
14	1	1	1	2	1
15	1	1	1	4	1
16	1	1	1	2	1
17	1	1	1	3	1
18	1	1	1	2	1
19	1	1	1	3	1
20	1	1	1	2	1
21	1	1	1	3	1
22	1	1	1	2	1
23	1	1	1	4	1
24	1	1	1	4	1
25	1	1	1	2	1
26	1	1	1	3	1
27	1	1	1	4	1
28	1	1	1	2	1
29	1	1	1	3	1
30	1	1	1	3	1

	MEMILIKI	MINAT	DOMISILI	USIA	TUJUAN
31	1	1	1	2	1
32	1	1	1	2	1
33	1	1	1	2	1
34	1	1	1	4	1
35	1	1	1	2	1
36	1	1	1	4	1
37	1	1	1	2	1
38	1	1	1	4	1
39	1	1	1	2	1
40	1	1	1	4	1
41	1	1	1	2	1
42	1	1	1	2	1
43	1	1	1	2	1
44	1	1	1	4	1
45	1	1	1	2	1
46	1	1	1	4	1
47	1	1	1	2	1
48	1	1	1	2	1
49	1	1	1	2	1
50	1	1	1	2	1
51	1	1	1	2	1
52	1	1	1	3	1
53	1	1	1	2	1
54	1	1	1	2	1
55	1	1	1	2	1
56	1	1	1	2	1
57	1	1	1	2	1
58	1	1	1	2	1
59	1	1	1	3	1
60	1	1	1	4	1
61	1	1	1	2	1
62	1	1	1	2	1

	MEMILIKI	MINAT	DOMISILI	USIA	TUJUAN
62	1	1	1	2	1
63	1	1	1	2	1
64	1	1	1	2	1
65	1	1	1	3	1
66	1	1	1	4	1
67	1	1	1	4	1
68	1	1	1	3	1
69	1	1	1	3	1
70	1	1	1	3	1
71	1	1	1	3	1
72	1	1	1	2	1
73	1	1	1	2	1
74	1	1	1	2	1
75	1	1	1	2	1
76	1	1	1	2	1
77	1	1	1	2	1
78	1	1	1	2	1
79	1	1	1	2	1
80	1	1	1	3	1
81	1	1	1	3	1
82	1	1	1	3	1
83	1	1	1	3	1
84	1	1	1	3	1
85	1	1	1	4	1
86	1	1	1	2	1
87	1	1	1	2	1
88	1	1	1	2	1
89	1	1	1	2	1
90	1	1	1	2	1
91	1	1	1	3	1
92	1	1	1	3	1
93	1	1	1	3	1

	MEMILIKI	MINAT	DOMISILI	USIA	TUJUAN
94	1	1	1	3	1
95	1	1	1	3	1
96	1	1	1	2	1
97	1	1	1	2	1
98	1	1	1	2	1
99	1	1	1	3	1
100	1	1	1	3	1
101	1	1	1	3	1
102	1	1	1	3	1
103	1	1	1	2	1
104	1	1	1	2	1
105	1	1	1	2	1
106	1	1	1	2	1
107	1	1	1	3	1
108	1	1	1	2	1
109	1	1	1	3	1
110	1	1	1	3	1
111	1	1	1	3	1
112	1	1	1	3	1
113	1	1	1	3	1
114	1	1	1	3	1
115	1	1	1	3	1
116	1	1	1	3	1
117	1	1	1	3	1
118	1	1	1	3	1
119	1	1	1	3	1
120	1	1	1	3	1
121	1	1	1	3	1
122	1	1	1	4	1
123	1	1	1	4	1
124	1	1	1	4	1
125	1	1	1	3	1

	MEMILIKI	MINAT	DOMISILI	USIA	TUJUAN
126	1	1	1	3	1
127	1	1	1	3	1
128	1	1	1	4	1
129	1	1	1	4	1
130	1	1	1	2	1
131	1	1	1	3	1
132	1	1	1	3	1
133	1	1	1	3	1
134	1	1	1	3	1
135	1	1	1	3	1
136	1	1	1	3	1
137	1	1	1	3	1
138	1	1	1	2	1
139	1	1	1	4	1
140	1	1	1	3	1
141	1	1	1	3	1
142	1	1	1	3	1
143	1	1	1	3	1
144	1	1	1	3	1
145	1	1	1	3	1
146	1	1	1	3	1
147	1	1	1	3	1
148	1	1	1	3	1
149	1	1	1	3	1
150	1	1	1	3	1

Lampiran 3: Statistik Deskriptif Variabel Penelitian

	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3
1	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5
2	2	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	3	3	2	2	2
3	5	3	3	5	5	5	5	3	5	5	3	4	5	4	5	5	5
4	5	5	3	5	5	5	3	3	5	5	5	4	3	3	5	5	5
5	2	1	2	2	1	2	2	1	1	2	3	1	2	2	1	2	2
6	2	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2
7	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
8	5	3	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
9	3	3	3	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3
10	5	5	5	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	3	5	5	5
11	5	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	4	5	3	4	4	4
12	3	3	3	3	4	3	3	3	5	5	5	4	3	3	3	3	3
13	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3
14	5	3	3	5	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3
15	2	2	2	2	1	1	1	1	1	2	3	1	2	2	2	2	2
16	2	2	2	2	2	2	4	1	1	2	5	1	2	2	2	2	2
17	2	3	3	3	3	3	2	1	1	2	3	3	3	2	2	3	2
18	2	2	2	2	1	2	2	1	1	2	3	1	2	2	2	2	2
19	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3
20	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	5
21	3	3	3	3	2	2	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	3
22	5	3	3	3	5	3	5	5	2	5	5	3	3	3	3	3	5
23	3	5	3	3	4	2	3	3	5	5	3	2	3	3	3	3	5
24	3	5	3	3	3	3	5	5	5	5	3	2	3	3	3	3	3
25	3	3	2	2	2	2	2	1	1	2	3	2	3	3	3	2	2
26	2	3	2	2	2	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3	3	2
27	5	3	3	5	3	3	3	3	3	5	5	4	4	3	3	3	5
28	5	5	5	5	3	3	3	5	5	5	5	5	5	3	3	3	5
29	5	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3
30	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3

[illegible]

	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3
63	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	5	5
64	2	3	3	3	3	2	2	1	1	2	2	2	3	3	3	3	3
65	1	1	3	3	3	3	3	3	3	1	3	3	3	3	3	3	3
66	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	5	5	5	5	5
67	5	5	4	4	4	5	3	5	4	4	5	4	5	4	4	4	4
68	5	3	3	3	3	3	5	5	5	5	5	4	5	3	3	3	3
69	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	2	2	3
70	2	3	3	3	3	3	3	1	1	2	3	3	3	3	3	3	3
71	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
72	3	3	3	3	1	3	2	1	1	2	3	3	3	3	3	3	2
73	3	3	5	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5
74	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	2
75	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
76	5	4	3	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3
77	3	3	4	4	3	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3
78	3	3	3	1	3	3	3	3	1	1	1	3	3	3	3	3	3
79	3	3	3	3	3	3	5	5	4	4	5	3	3	3	3	3	3
80	3	3	5	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	5
81	2	1	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3
82	3	3	3	3	3	4	4	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3
83	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	2	3
84	2	3	3	3	3	1	3	3	3	3	2	2	3	2	3	3	3
85	2	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2
86	3	3	3	3	3	2	3	3	3	1	3	3	3	2	3	1	1
87	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	5
88	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5
89	3	3	3	3	3	5	5	5	3	3	3	3	5	3	3	3	3
90	1	1	3	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	2	3	3
91	3	3	3	4	3	5	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3
92	5	3	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	3	3	3	4
93	3	3	3	3	3	3	5	4	5	3	3	3	3	3	3	3	3

	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3
94	1	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
95	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	4
96	3	3	3	1	2	2	2	1	3	3	1	2	3	3	3	2	3
97	5	5	5	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	5
98	2	2	2	2	2	2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	2	1
99	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5	4	4	5	4
100	5	3	4	4	4	4	4	4	4	3	3	4	5	4	3	4	4
101	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	4	5
102	3	2	2	2	1	1	1	1	1	3	3	2	3	3	3	1	2
103	5	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	5
104	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2
105	3	3	3	3	2	4	3	3	3	3	5	4	3	3	5	5	4
106	2	3	3	2	2	5	2	3	3	3	3	5	4	3	3	5	5
107	5	4	3	3	2	4	3	3	4	5	5	3	3	4	3	5	5
108	3	3	3	3	2	3	3	3	3	4	5	2	3	3	3	4	5
109	1	1	3	3	3	2	2	3	3	1	1	1	2	2	2	3	3
110	2	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2
111	2	2	2	2	2	3	3	3	1	2	2	3	3	3	3	3	3
112	1	2	1	1	2	2	2	3	1	1	1	1	2	2	2	2	3
113	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
114	1	1	3	3	3	3	2	3	1	1	1	3	2	3	3	2	3
115	3	3	3	3	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2	5	4	3
116	4	4	3	3	5	4	4	3	4	4	5	3	2	2	2	3	3
117	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	5	4	4	4
118	3	2	4	4	5	3	3	3	4	4	5	3	2	3	4	4	5
119	2	2	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	2	3	3	2	3
120	3	2	3	5	5	4	4	4	4	4	5	4	5	3	4	4	4
121	3	2	3	3	5	5	3	3	3	3	3	3	4	3	4	3	4
122	3	2	3	3	5	3	3	3	3	3	5	4	5	5	3	5	5
123	3	2	3	3	4	3	4	5	5	3	3	2	3	3	3	3	3
124	3	2	3	3	5	3	3	3	5	4	3	2	5	5	3	3	3
125	3	2	1	3	1	2	2	2	2	2	2	1	2	2	2	2	3

	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3
126	5	2	3	3	5	2	2	1	1	3	3	3	5	3	3	3	4
127	3	2	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
128	3	2	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	5	3	5	5
129	3	2	3	3	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
130	3	2	2	3	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2
131	3	1	2	1	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	1	2
132	3	2	3	3	3	2	1	1	3	3	3	3	3	2	2	1	2
133	3	3	3	5	4	5	4	5	3	3	3	3	3	3	5	5	5
134	3	3	3	5	5	4	4	4	3	3	3	3	3	4	5	5	5
135	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	1	1	3	1	2	1	3
136	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	3	3	3	4	3	3	3
137	3	3	3	3	3	1	1	1	2	2	2	1	2	2	3	2	3
138	3	3	3	3	3	5	5	4	5	5	3	3	3	3	3	4	3
139	3	3	3	3	5	5	3	3	3	3	3	4	5	3	3	3	5
140	5	3	3	5	3	3	3	3	3	3	5	4	5	5	5	5	4
141	3	2	2	2	4	5	4	4	4	4	5	5	5	3	3	5	5
142	5	5	3	5	4	5	5	5	3	3	3	3	3	3	3	5	5
143	5	4	3	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	3	3	3	3
144	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	5	3	4	5	5
145	5	5	4	3	3	3	3	3	3	5	3	3	5	3	3	3	3
146	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	1	3	3	3	3	2	2
147	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	1	3	1	1	1	3
148	5	3	3	3	3	1	1	1	1	2	3	3	3	3	3	2	3
149	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3
150	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	3	3	3	3	3	4

Lampiran 4: Uji Normalitas dan Hubungan Model

DATE: 04/30/2013

TIME: 18:34

P R E L I S 2.70

BY

Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by

Scientific Software International, Inc.

7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100

Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140

Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2004

Use of this program is subject to the terms specified in the

Universal Copyright Convention.

Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file

C:\Users\axioo\Documents\XL1.PR2:

!PRELIS SYNTAX: Can be edited

SY='C:\Users\axioo\Documents\XL1.PSF'

NS 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17

OU MA=CM SM=C:\Users\axioo\Documents\XL.COV XT

Total Sample Size = 150

Univariate Summary Statistics for Continuous Variables

Variable Mean St. Dev. T-Value Skewness Kurtosis Minimum Freq. Maximum Freq.

X1.1	3.120	1.175	32.511	-0.181	-0.487	0.615	9	4.797	34
X1.2	2.873	0.957	36.754	-0.040	-0.006	0.883	10	4.743	13
X1.3	3.020	0.790	46.832	-0.025	0.798	0.979	4	4.731	10
X2.1	3.107	0.949	40.078	-0.042	0.271	0.988	8	4.842	18
X2.2	3.147	1.032	37.334	-0.066	-0.132	0.949	9	4.880	22
X2.3	3.167	1.019	38.046	-0.066	-0.112	0.941	8	4.879	22
X2.4	3.127	0.999	38.346	-0.042	-0.032	0.997	9	4.886	19
X3.1	3.067	1.133	33.144	0.086	-0.243	1.149	23	5.073	20
X3.2	3.067	1.185	31.687	0.026	-0.486	1.097	23	5.037	23
X3.3	3.113	1.065	35.795	-0.067	-0.271	0.919	10	4.885	22
X3.4	3.267	1.133	35.306	-0.209	-0.209	0.784	9	4.866	37
Y1.1	2.907	0.944	37.723	0.022	0.050	1.135	15	5.018	7

Y1.2	3.273	0.919	43.631	-0.049	0.326	0.367	1	4.786	27
Y1.3	2.967	0.781	46.536	-0.047	0.761	0.951	4	4.697	9
Y2.1	3.093	0.870	43.563	-0.044	0.524	0.862	4	4.757	16
Y2.2	3.153	1.116	34.615	-0.107	-0.396	0.854	10	4.881	27
Y2.3	3.427	1.107	37.901	-0.196	-0.537	0.556	3	4.906	39

Variable	Skewness		Kurtosis		Skewness and Kurtosis	
	Z-Score	P-Value	Z-Score	P-Value	Chi-Square	P-Value
X1.1	-0.932	0.351	-1.486	0.137	3.077	0.215
X1.2	-0.205	0.837	0.148	0.882	0.064	0.968
X1.3	-0.128	0.898	1.756	0.079	3.099	0.212
X2.1	-0.219	0.826	0.809	0.419	0.702	0.704
X2.2	-0.343	0.731	-0.205	0.837	0.160	0.923
X2.3	-0.339	0.735	-0.147	0.883	0.136	0.934
X2.4	-0.215	0.830	0.078	0.938	0.052	0.974
X3.1	0.442	0.659	-0.557	0.578	0.505	0.777
X3.2	0.132	0.895	-1.484	0.138	2.219	0.330
X3.3	-0.347	0.728	-0.651	0.515	0.544	0.762
X3.4	-1.072	0.284	-0.445	0.656	1.348	0.510
Y1.1	0.116	0.908	0.296	0.768	0.101	0.951
Y1.2	-0.254	0.799	0.924	0.356	0.918	0.632
Y1.3	-0.242	0.809	1.699	0.089	2.944	0.230
Y2.1	-0.225	0.822	1.304	0.192	1.751	0.417
Y2.2	-0.551	0.582	-1.111	0.267	1.538	0.464
Y2.3	-1.008	0.313	-1.713	0.087	3.949	0.139

Skewness			Kurtosis			Skewness and Kurtosis	
Value	Z-Score	P-Value	Value	Z-Score	P-Value	Chi-Square	P-Value
49.226	5.492	0.000	344.976	4.861	0.000	53.788	0.000

X1.1

9	6.0	0.615	.	.	.	.
0	0.0	1.033				
0	0.0	1.451				
34	22.7	1.869	.	.	.	.
0	0.0	2.287				
0	0.0	2.706				
71	47.3	3.124	.			
0	0.0	3.542				

18	12.0	4.456	• • • • •
----	------	-------	-----------

X2.2

Frequency	Percentage	Lower Class Limit	
-----------	------------	-------------------	--

9	6.0	0.949	• • • •
0	0.0	1.342	
21	14.0	1.735	• • • • •
0	0.0	2.128	
0	0.0	2.521	
81	54.0	2.915	•
0	0.0	3.308	
17	11.3	3.701	• • • • •
0	0.0	4.094	
22	14.7	4.487	• • • • •

X2.3

Frequency	Percentage	Lower Class Limit	
-----------	------------	-------------------	--

8	5.3	0.941	• • •
0	0.0	1.335	
21	14.0	1.729	• • • • •
0	0.0	2.123	
0	0.0	2.516	
81	54.0	2.910	
0	0.0	3.304	
18	12.0	3.697	• • • • •
0	0.0	4.091	
22	14.7	4.485	• • • • •

X2.4

Frequency	Percentage	Lower Class Limit	
-----------	------------	-------------------	--

9	6.0	0.997	• • • •
0	0.0	1.386	
20	13.3	1.775	• • • • •
0	0.0	2.164	
0	0.0	2.553	
83	55.3	2.942	•
0	0.0	3.330	
19	12.7	3.719	• • • • •
0	0.0	4.108	
19	12.7	4.497	• • • • •

X3.1

Frequency Percentage Lower Class Limit

23	15.3	1.149	• • • • •
2	1.3	1.541	
0	0.0	1.934	
0	0.0	2.326	
87	58.0	2.719	•
0	0.0	3.111	
0	0.0	3.504	
18	12.0	3.896	• • • • •
0	0.0	4.288	
20	13.3	4.681	• • • • •

X3.2

Frequency Percentage Lower Class Limit

23	15.3	1.097	• • • • •
0	0.0	1.491	
8	5.3	1.885	• • •
0	0.0	2.279	
78	52.0	2.673	•
0	0.0	3.067	
0	0.0	3.461	
18	12.0	3.855	• • • • •
0	0.0	4.249	
23	15.3	4.643	• • • • •

X3.3

Frequency Percentage Lower Class Limit

10	6.7	0.919	• • • • •
0	0.0	1.315	
25	16.7	1.712	• • • • •
0	0.0	2.109	
0	0.0	2.505	
75	50.0	2.902	•
0	0.0	3.299	
18	12.0	3.695	• • • • •
0	0.0	4.092	
22	14.7	4.488	• • • • •

X3.4

Frequency	Percentage	Lower Class Limit	
9	6.0	0.784	• • •
0	0.0	1.193	
17	11.3	1.601	• • • • • • •
0	0.0	2.009	
0	0.0	2.417	
86	57.3	2.825	•
0	0.0	3.233	
0	0.0	3.641	
1	0.7	4.050	
37	24.7	4.458	• • • • • • • • • • • • • • • • •

Y1.1

Frequency	Percentage	Lower Class Limit	
15	10.0	1.135	• • • • • •
0	0.0	1.523	
22	14.7	1.912	• • • • • • • • • •
0	0.0	2.300	
82	54.7	2.688	•
0	0.0	3.076	
0	0.0	3.465	
24	16.0	3.853	• • • • • • • • • • •
0	0.0	4.241	
7	4.7	4.630	• • •

Y1.2

Frequency	Percentage	Lower Class Limit	
1	0.7	0.367	
0	0.0	0.809	
18	12.0	1.251	• • • • • • •
0	0.0	1.693	
0	0.0	2.135	
0	0.0	2.577	
97	64.7	3.019	•
0	0.0	3.461	
7	4.7	3.903	• •
27	18.0	4.344	

• • • • • • • • • •

Y1.3

Frequency Percentage Lower Class Limit

4	2.7	0.951	•
0	0.0	1.325	
27	18.0	1.700	• • • • • • • • • •
0	0.0	2.075	
0	0.0	2.449	
98	65.3	2.824	•
0	0.0	3.198	
0	0.0	3.573	
12	8.0	3.948	• • • •
9	6.0	4.322	• • •

Y2.1

Frequency Percentage Lower Class Limit

4	2.7	0.862	•
0	0.0	1.251	
22	14.7	1.641	• • • • • • • •
0	0.0	2.030	
0	0.0	2.420	
96	64.0	2.809	•
0	0.0	3.199	
0	0.0	3.588	
12	8.0	3.978	• • • •
16	10.7	4.367	• • • • • •

Y2.2

Frequency Percentage Lower Class Limit

10	6.7	0.854	• • • •
0	0.0	1.257	
26	17.3	1.660	• • • • • • • • • •
0	0.0	2.062	
0	0.0	2.465	
72	48.0	2.868	•
0	0.0	3.270	
15	10.0	3.673	• • • • • • •
0	0.0	4.076	
27	18.0	4.479	• • • • • • • • • • • •

Frequency Percentage Lower Class Limit

Covariance Matrix

Covariance Matrix

	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Y1.1
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
X2.4	0.997					
X3.1	0.885	1.284				
X3.2	0.750	0.944	1.405			

X3.3	0.578	0.653	0.923	1.135		
X3.4	0.515	0.529	0.660	0.838	1.284	
Y1.1	0.404	0.532	0.542	0.536	0.606	0.891
Y1.2	0.395	0.472	0.519	0.486	0.498	0.578
Y1.3	0.281	0.314	0.347	0.317	0.331	0.418
Y2.1	0.342	0.394	0.387	0.340	0.390	0.463
Y2.2	0.539	0.559	0.552	0.507	0.616	0.604
Y2.3	0.448	0.556	0.578	0.661	0.614	0.595

Covariance Matrix

	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3
-----	-----	-----	-----	-----	-----
Y1.2	0.844				
Y1.3	0.440	0.610			
Y2.1	0.415	0.386	0.756		
Y2.2	0.505	0.485	0.649	1.245	
Y2.3	0.450	0.386	0.514	0.892	1.226

Means

X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3
-----	-----	-----	-----	-----	-----
3.120	2.873	3.020	3.107	3.147	3.167

Means

X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Y1.1
-----	-----	-----	-----	-----	-----
3.127	3.067	3.067	3.113	3.267	2.907

Means

Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3
-----	-----	-----	-----	-----
3.273	2.967	3.093	3.153	3.427

Standard Deviations

X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3
-----	-----	-----	-----	-----	-----
1.175	0.957	0.790	0.949	1.032	1.019

Standard Deviations

X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Y1.1
-----	-----	-----	-----	-----	-----

0.999 1.133 1.185 1.065 1.133 0.944

Standard Deviations

Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3
-----	-----	-----	-----	-----
0.919	0.781	0.870	1.116	1.107

The Problem used 31312 Bytes (= 0.0% of available workspace)

DATE: 4/30/2013

TIME: 20:00

L I S R E L 8.70

BY

Karl G. Jöreskog & Dag Sörbom

This program is published exclusively by
Scientific Software International, Inc.
7383 N. Lincoln Avenue, Suite 100
Lincolnwood, IL 60712, U.S.A.

Phone: (800)247-6113, (847)675-0720, Fax: (847)675-2140

Copyright by Scientific Software International, Inc., 1981-2004

Use of this program is subject to the terms specified in the
Universal Copyright Convention.

Website: www.ssicentral.com

The following lines were read from file

C:\Users\axioo\Documents\SYNTAX.spl:

PURCHASE INTENTION

OBSERVED VARIABLE X1.1 X1.2 X1.3 X2.1 X2.2 X2.3 X2.4
X3.1 X3.2 X3.3 X3.4 Y1.1 Y1.2 Y1.3 Y2.1 Y2.2 Y2.3

COVARIANCE MATRIX FROM FILE

C:\Users\axioo\Documents\XL.COV

SAMPLE SIZE 150

LATENT VARIABLES BE BP PI

RELATIONSHIPS:

X1.1=1*BE

X1.2-X3.4=BE

Y1.1=1*BP

Y1.2-Y1.3=BP

Y2.1=1*PI

Y2.2-Y2.3=PI

BP=BE

PI=BE BP

OPTIONS: SS SC EF RS AD=OFF

PATH DIAGRAM

END OF PROGRAM

Sample Size = 150

PURCHASE INTENTION

Covariance Matrix						
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Y1.1	0.89					
Y1.2	0.58	0.84				
Y1.3	0.42	0.44	0.61			
Y2.1	0.46	0.41	0.39	0.76		
Y2.2	0.60	0.50	0.49	0.65	1.24	
Y2.3	0.59	0.45	0.39	0.51	0.89	1.23
X1.1	0.51	0.58	0.35	0.50	0.47	0.58
X1.2	0.34	0.36	0.20	0.32	0.42	0.42
X1.3	0.40	0.35	0.25	0.30	0.41	0.47
X2.1	0.42	0.39	0.28	0.40	0.54	0.50
X2.2	0.51	0.46	0.32	0.41	0.57	0.61
X2.3	0.57	0.46	0.35	0.47	0.71	0.53
X2.4	0.40	0.39	0.28	0.34	0.54	0.45
X3.1	0.53	0.47	0.31	0.39	0.56	0.56
X3.2	0.54	0.52	0.35	0.39	0.55	0.58
X3.3	0.54	0.49	0.32	0.34	0.51	0.66
X3.4	0.61	0.50	0.33	0.39	0.62	0.61

Covariance Matrix						
	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
X1.1	1.38					
X1.2	0.72	0.92				
X1.3	0.48	0.44	0.62			
X2.1	0.60	0.44	0.49	0.90		
X2.2	0.55	0.32	0.47	0.62	1.07	
X2.3	0.48	0.36	0.36	0.52	0.62	1.04
X2.4	0.45	0.34	0.35	0.47	0.60	0.72
X3.1	0.54	0.43	0.44	0.57	0.63	0.72
X3.2	0.67	0.47	0.46	0.58	0.65	0.64
X3.3	0.66	0.47	0.39	0.48	0.54	0.49
X3.4	0.64	0.46	0.40	0.51	0.51	0.49

Covariance Matrix					
	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
X2.4	1.00				
X3.1	0.88	1.28			
X3.2	0.75	0.94	1.40		
X3.3	0.58	0.65	0.92	1.13	
X3.4	0.51	0.53	0.66	0.84	1.28

PURCHASE INTENTION

Number of Iterations = 19

LISREL Estimates (Maximum Likelihood)

Measurement Equations

$$Y1.1 = 1.00*BP, \text{ Errorvar.} = 0.27, R^2 = 0.70$$

(0.047)
5.71

$$Y1.2 = 0.93*BP, \text{ Errorvar.} = 0.31, R^2 = 0.64$$

(0.087) (0.048)
10.67 6.45

$$Y1.3 = 0.71*BP, \text{ Errorvar.} = 0.30, R^2 = 0.51$$

(0.076) (0.040)
9.33 7.35

$$Y2.1 = 1.00*PI, \text{ Errorvar.} = 0.33, R^2 = 0.56$$

(0.046)
7.20

$$Y2.2 = 1.50*PI, \text{ Errorvar.} = 0.28, R^2 = 0.77$$

(0.14) (0.059)
10.49 4.86

$$Y2.3 = 1.35*PI, \text{ Errorvar.} = 0.45, R^2 = 0.64$$

(0.14) (0.067)
9.63 6.66

$$X1.1 = 1.00*BE, \text{ Errorvar.} = 0.80, R^2 = 0.42$$

(0.098)
8.18

$$\begin{array}{l} X1.2 = 0.74*BE, \text{Errorvar.} = 0.60, R^2 = 0.35 \\ (0.11) \quad (0.072) \\ 6.53 \quad 8.30 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} X1.3 = 0.73*BE, \text{Errorvar.} = 0.31, R^2 = 0.50 \\ (0.096) \quad (0.039) \\ 7.61 \quad 8.01 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} X2.1 = 0.91*BE, \text{Errorvar.} = 0.42, R^2 = 0.54 \\ (0.12) \quad (0.053) \\ 7.87 \quad 7.90 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} X2.2 = 0.99*BE, \text{Errorvar.} = 0.49, R^2 = 0.54 \\ (0.13) \quad (0.062) \\ 7.86 \quad 7.90 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} X2.3 = 0.99*BE, \text{Errorvar.} = 0.47, R^2 = 0.55 \\ (0.12) \quad (0.060) \\ 7.91 \quad 7.88 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} X2.4 = 1.00*BE, \text{Errorvar.} = 0.42, R^2 = 0.58 \\ (0.12) \quad (0.054) \\ 8.12 \quad 7.75 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} X3.1 = 1.14*BE, \text{Errorvar.} = 0.52, R^2 = 0.59 \\ (0.14) \quad (0.067) \\ 8.19 \quad 7.71 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} X3.2 = 1.21*BE, \text{Errorvar.} = 0.56, R^2 = 0.60 \\ (0.15) \quad (0.073) \\ 8.23 \quad 7.68 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} X3.3 = 1.04*BE, \text{Errorvar.} = 0.50, R^2 = 0.56 \\ (0.13) \quad (0.064) \\ 7.98 \quad 7.84 \end{array}$$

$$\begin{array}{l} X3.4 = 0.99*BE, \text{Errorvar.} = 0.72, R^2 = 0.44 \\ (0.14) \quad (0.088) \\ 7.24 \quad 8.14 \end{array}$$

Structural Equations

$$BP = 0.83*BE, \text{ Errorvar.} = 0.23, R^2 = 0.64$$

(0.11)	(0.050)
7.38	4.48

$$PI = 0.45*BP + 0.28*BE, \text{ Errorvar.} = 0.13, R^2 = 0.69$$

(0.12)	(0.11)	(0.032)
3.84	2.51	4.06

Reduced Form Equations

$$BP = 0.83*BE, \text{ Errorvar.} = 0.23, R^2 = 0.64$$

(0.11)
7.38

$$PI = 0.65*BE, \text{ Errorvar.} = 0.18, R^2 = 0.59$$

(0.097)
6.73

Variances of Independent Variables

BE

0.58
(0.13)
4.34

Covariance Matrix of Latent Variables

	BP	PI	BE
	-----	-----	-----
BP	0.62		
PI	0.42	0.43	
BE	0.48	0.38	0.58

Goodness of Fit Statistics

Degrees of Freedom = 116

Minimum Fit Function Chi-Square = 383.11 (P = 0.0)

Normal Theory Weighted Least Squares Chi-Square=390.23(P=0.0)

Estimated Non-centrality Parameter (NCP) = 274.23

90 Percent Confidence Interval for NCP = (218.02 ; 338.03)

Minimum Fit Function Value = 2.57

Population Discrepancy Function Value (F0) = 1.84

90 Percent Confidence Interval for F0 = (1.46 ; 2.27)

Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA) = 0.13

90 Percent Confidence Interval for RMSEA = (0.11 ; 0.14)

P-Value for Test of Close Fit (RMSEA < 0.05) = 0.00

Expected Cross-Validation Index (ECVI) = 3.12

90 Percent Confidence Interval for ECVI = (2.74 ; 3.54)

ECVI for Saturated Model = 2.05

ECVI for Independence Model = 33.85

Chi-Square for Independence Model with 136 Degrees of Freedom
= 5009.16

Independence AIC = 5043.16

Model AIC = 464.23

Saturated AIC = 306.00

Independence CAIC = 5111.34

Model CAIC = 612.62

Saturated CAIC = 919.63

Normed Fit Index (NFI) = 0.92

Non-Normed Fit Index (NNFI) = 0.94

Parsimony Normed Fit Index (PNFI) = 0.79

Comparative Fit Index (CFI) = 0.95

Incremental Fit Index (IFI) = 0.95

Relative Fit Index (RFI) = 0.91

Critical N (CN) = 61.03

Root Mean Square Residual (RMR) = 0.072

Standardized RMR = 0.067

Goodness of Fit Index (GFI) = 0.76

Adjusted Goodness of Fit Index (AGFI) = 0.69

Parsimony Goodness of Fit Index (PGFI) = 0.58

PURCHASE INTENTION

Fitted Covariance Matrix

	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Y1.1	0.89					
Y1.2	0.58	0.84				
Y1.3	0.44	0.41	0.61			
Y2.1	0.42	0.39	0.29	0.76		
Y2.2	0.62	0.58	0.44	0.64	1.24	
Y2.3	0.56	0.52	0.40	0.58	0.86	1.23
X1.1	0.48	0.45	0.34	0.38	0.57	0.52
X1.2	0.36	0.33	0.25	0.28	0.42	0.38
X1.3	0.35	0.33	0.25	0.28	0.42	0.38
X2.1	0.44	0.41	0.31	0.35	0.52	0.47
X2.2	0.48	0.44	0.34	0.38	0.57	0.51
X2.3	0.48	0.44	0.34	0.38	0.57	0.51
X2.4	0.48	0.45	0.34	0.38	0.57	0.52
X3.1	0.55	0.51	0.39	0.44	0.66	0.59
X3.2	0.58	0.54	0.41	0.46	0.69	0.62
X3.3	0.50	0.47	0.36	0.40	0.60	0.54
X3.4	0.47	0.44	0.34	0.38	0.56	0.51

Fitted Covariance Matrix

	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3
-----	-----	-----	-----	-----	-----	-----
X1.1	1.38					
X1.2	0.43	0.92				
X1.3	0.43	0.32	0.62			
X2.1	0.53	0.39	0.39	0.90		
X2.2	0.58	0.43	0.42	0.53	1.07	
X2.3	0.58	0.43	0.42	0.53	0.57	1.04
X2.4	0.58	0.43	0.42	0.53	0.58	0.57
X3.1	0.67	0.49	0.49	0.61	0.66	0.66
X3.2	0.70	0.52	0.51	0.64	0.70	0.69
X3.3	0.61	0.45	0.44	0.55	0.60	0.60
X3.4	0.58	0.43	0.42	0.53	0.57	0.57

Fitted Covariance Matrix

	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
-----	-----	-----	-----	-----	-----
X2.4	1.00				

X3.1	0.67	1.28			
X3.2	0.70	0.80	1.40		
X3.3	0.61	0.70	0.73	1.13	
X3.4	0.57	0.66	0.69	0.60	1.28

Fitted Residuals						
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Y1.1	0.00					
Y1.2	0.00	0.00				
Y1.3	-0.02	0.03	0.00			
Y2.1	0.05	0.03	0.09	0.00		
Y2.2	-0.02	-0.08	0.04	0.01	0.00	
Y2.3	0.03	-0.07	-0.01	-0.06	0.03	0.00
X1.1	0.03	0.13	0.01	0.12	-0.10	0.07
X1.2	-0.02	0.03	-0.05	0.03	0.00	0.04
X1.3	0.05	0.03	0.00	0.02	0.00	0.09
X2.1	-0.01	-0.02	-0.03	0.05	0.02	0.03
X2.2	0.03	0.01	-0.02	0.03	0.00	0.10
X2.3	0.09	0.02	0.01	0.09	0.14	0.02
X2.4	-0.08	-0.05	-0.06	-0.04	-0.03	-0.07
X3.1	-0.02	-0.04	-0.08	-0.04	-0.10	-0.03
X3.2	-0.04	-0.02	-0.06	-0.07	-0.14	-0.04
X3.3	0.03	0.02	-0.04	-0.06	-0.09	0.12
X3.4	0.13	0.06	-0.01	0.01	0.05	0.10

Fitted Residuals						
	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
X1.1	0.00					
X1.2	0.29	0.00				
X1.3	0.05	0.12	0.00			
X2.1	0.07	0.05	0.11	0.00		
X2.2	-0.03	-0.11	0.05	0.09	0.00	
X2.3	-0.10	-0.07	-0.06	-0.01	0.05	0.00
X2.4	-0.13	-0.09	-0.07	-0.06	0.03	0.14
X3.1	-0.13	-0.07	-0.05	-0.04	-0.03	0.06
X3.2	-0.03	-0.05	-0.05	-0.06	-0.04	-0.05
X3.3	0.05	0.01	-0.06	-0.08	-0.06	-0.11
X3.4	0.07	0.04	-0.02	-0.01	-0.06	-0.07

Fitted Residuals					
	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
	-----	-----	-----	-----	-----
X2.4	0.00				
X3.1	0.22	0.00			
X3.2	0.05	0.14	0.00		
X3.3	-0.03	-0.04	0.19	0.00	
X3.4	-0.06	-0.13	-0.03	0.24	0.00

Summary Statistics for Fitted Residuals

Smallest Fitted Residual = -0.14

Median Fitted Residual = 0.00

Largest Fitted Residual = 0.29

Stemleaf Plot

```

-12|8209
-10|864
- 8|6640
- 6|777544330774442100
- 4|888543200743332
- 2|9998543333993210
- 0|986554205421100000000000000000
 0|69945579
 2|02577778002334447
 4|2366778800247
 6|3782
 8|011455
10|567
12|3401
14|013
16|
18|0
20|8
22|8
24|
26|
28|8

```

Standardized Residuals						
	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y2.1	Y2.2	Y2.3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
Y1.1	--					
Y1.2	-0.07	--				
Y1.3	-1.61	1.72	--			
Y2.1	1.65	0.92	3.07	--		
Y2.2	-0.84	-2.74	1.46	0.66	--	
Y2.3	1.00	-2.09	-0.35	-2.81	2.13	--
X1.1	0.61	2.55	0.13	2.19	-1.80	1.06
X1.2	-0.36	0.74	-1.29	0.75	-0.02	0.76
X1.3	1.72	0.85	-0.08	0.73	-0.11	2.34
X2.1	-0.42	-0.60	-0.83	1.21	0.46	0.58
X2.2	0.87	0.36	-0.47	0.76	-0.01	1.86
X2.3	2.46	0.44	0.25	2.14	3.23	0.44
X2.4	-2.17	-1.41	-1.70	-0.98	-0.80	-1.42
X3.1	-0.47	-0.95	-1.93	-0.97	-2.07	-0.66
X3.2	-0.91	-0.48	-1.57	-1.57	-2.89	-0.79
X3.3	0.88	0.49	-1.01	-1.35	-1.97	2.39
X3.4	2.79	1.18	-0.12	0.28	0.94	1.72

Standardized Residuals						
	X1.1	X1.2	X1.3	X2.1	X2.2	X2.3
	-----	-----	-----	-----	-----	-----
X1.1	--					
X1.2	5.35	--				
X1.3	1.32	3.73	--			
X2.1	1.65	1.21	3.95	--		
X2.2	-0.69	-2.55	1.55	2.73	--	
X2.3	-2.08	-1.74	-2.04	-0.30	1.35	--
X2.4	-3.07	-2.51	-2.78	-2.12	0.80	4.36
X3.1	-2.70	-1.60	-1.60	-1.24	-0.89	1.75
X3.2	-0.69	-1.15	-1.63	-1.75	-1.15	-1.45
X3.3	1.05	0.36	-1.87	-2.28	-1.60	-3.03
X3.4	1.15	0.73	-0.43	-0.34	-1.43	-1.68

Standardized Residuals					
	X2.4	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
	-----	-----	-----	-----	-----
X2.4	--				

X3.1	6.53	-	-		
X3.2	1.40	3.64	-	-	
X3.3	-0.88	-1.15	4.98	-	-
X3.4	-1.47	-2.85	-0.70	5.29	-

Summary Statistics for Standardized Residuals

Smallest Standardized Residual = -3.07

Median Standardized Residual = 0.00

Largest Standardized Residual = 6.53

Stemleaf Plot

```

- 3|10
- 2|99887765
- 2|32111100
- 1|99877776666665
- 1|44443322220000
- 0|999888877776555
- 0|444333111100000000000000000000
0|1234444
0|55667777888899999
1|0112222344
1|566777789
2|11234
2|5578
3|12
3|67
4|04
4|
5|034
5|
6|
6|5

```

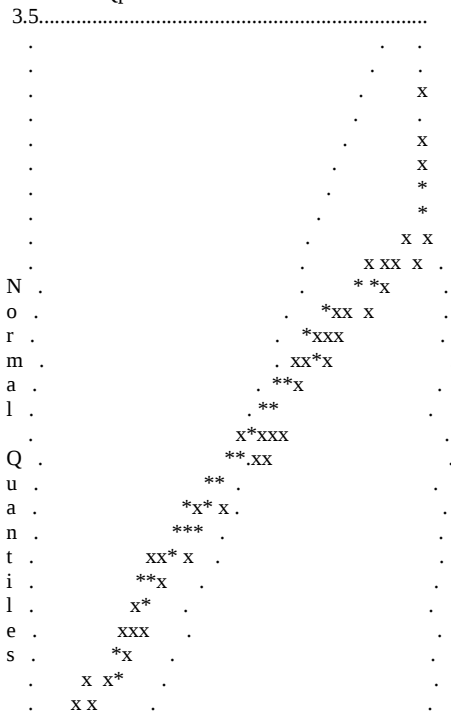
Largest Negative Standardized Residuals

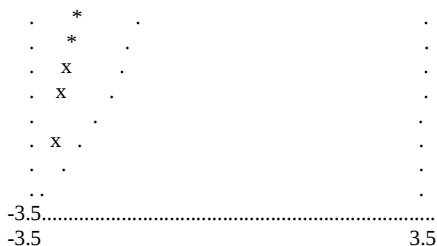
Residual for	Y2.2 and	Y1.2	-2.74
Residual for	Y2.3 and	Y2.1	-2.81
Residual for	X2.4 and	X1.1	-3.07
Residual for	X2.4 and	X1.3	-2.78
Residual for	X3.1 and	X1.1	-2.70
Residual for	X3.2 and	Y2.2	-2.89
Residual for	X3.3 and	X2.3	-3.03

Residual for	X3.4 and	X3.1	-2.85
Largest Positive Standardized Residuals			
Residual for	Y2.1 and	Y1.3	3.07
Residual for	X1.2 and	X1.1	5.35
Residual for	X1.3 and	X1.2	3.73
Residual for	X2.1 and	X1.3	3.95
Residual for	X2.2 and	X2.1	2.73
Residual for	X2.3 and	Y2.2	3.23
Residual for	X2.4 and	X2.3	4.36
Residual for	X3.1 and	X2.4	6.53
Residual for	X3.2 and	X3.1	3.64
Residual for	X3.3 and	X3.2	4.98
Residual for	X3.4 and	Y1.1	2.79
Residual for	X3.4 and	X3.3	5.29

PURCHASE INTENTION

Qplot of Standardized Residuals





Standardized Residuals

The Modification Indices Suggest to Add an Error Covariance
Between and Decrease in Chi-Square New Estimate

Y2.3	Y2.1	7.9	-0.13
X1.1	Y2.2	9.4	-0.15
X1.2	X1.1	28.7	0.32
X1.3	X1.2	13.9	0.14
X2.1	X1.3	15.6	0.13
X2.3	Y2.2	12.8	0.14
X2.4	X1.1	9.4	-0.16
X2.4	X2.3	19.0	0.18
X3.1	X2.4	42.7	0.28
X3.2	X3.1	13.3	0.18
X3.3	Y2.3	11.1	0.15
X3.3	X2.3	9.2	-0.13
X3.3	X3.2	24.8	0.24
X3.4	X3.1	8.1	-0.16
X3.4	X3.3	28.0	0.28

PURCHASE INTENTION

Standardized Solution

LAMBDA-Y

BP PI

	-----	-----
Y1.1	0.79	--
Y1.2	0.73	--
Y1.3	0.56	--
Y2.1	--	0.65
Y2.2	--	0.98
Y2.3	--	0.88

LAMBDA-X

BE

X1.1	0.76
X1.2	0.57
X1.3	0.56
X2.1	0.70
X2.2	0.76
X2.3	0.75
X2.4	0.76
X3.1	0.87
X3.2	0.92
X3.3	0.80
X3.4	0.75

BETA

BP

PI

	-----	-----
BP	--	--
PI	0.54	--

GAMMA

BE

BP	0.80
PI	0.33

Correlation Matrix of ETA and KSI

BP

PI

BE

	-----	-----	-----
BP	1.00		
PI	0.81	1.00	
BE	0.80	0.77	1.00

PSI

Note: This matrix is diagonal.

BP

PI

	-----	-----
	0.36	0.31

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)

BE

BP 0.80

PI 0.77

PURCHASE INTENTION

Completely Standardized Solution

LAMBDA-Y

BP

PI

Y1.1 0.84 --

Y1.2 0.80 --

Y1.3 0.72 --

Y2.1 -- 0.75

Y2.2 -- 0.88

Y2.3 -- 0.80

LAMBDA-X

BE

X1.1 0.65

X1.2 0.59

X1.3 0.71

X2.1 0.73

X2.2 0.73

X2.3 0.74

X2.4 0.76

X3.1 0.77

X3.2 0.78

X3.3 0.75

X3.4 0.66

BETA

BP

PI

BP -- --

PI 0.54 --

GAMMA
BE

BP 0.80
PI 0.33

Correlation Matrix of ETA and KSI
BP PI BE

BP 1.00
PI 0.81 1.00
BE 0.80 0.77 1.00

PSI
Note: This matrix is diagonal.

BP PI

0.36 0.31

THETA-EPS
Y1.1 Y1.2 Y1.3 Y2.1 Y2.2 Y2.3

0.30 0.36 0.49 0.44 0.23 0.36

THETA-DELTA
X1.1 X1.2 X1.3 X2.1 X2.2 X2.3

0.58 0.65 0.50 0.46 0.46 0.45

THETA-DELTA
X2.4 X3.1 X3.2 X3.3 X3.4

0.42 0.41 0.40 0.44 0.56

Regression Matrix ETA on KSI (Standardized)
BE

BP 0.80
PI 0.77

PURCHASE INTENTION

Total and Indirect Effects

Total Effects of KSI on ETA

	BE

BP	0.83 (0.11) 7.38
PI	0.65 (0.10) 6.73

Indirect Effects of KSI on ETA

	BE

BP	- -
PI	0.37 (0.10) 3.52

Total Effects of ETA on ETA

	BP	PI
	-----	-----
BP	- -	- -
PI	0.45 (0.12) 3.84	- -

Largest Eigenvalue of $B*B'$ (Stability Index) is 0.201

Total Effects of ETA on Y

	BP	PI
	-----	-----
Y1.1	1.00	- -
Y1.2	0.93	- -

	(0.09)	
	10.67	
Y1.3	0.71	--
	(0.08)	
	9.33	
Y2.1	0.45	1.00
	(0.12)	
	3.84	
Y2.2	0.67	1.50
	(0.17)	(0.14)
	3.95	10.49
Y2.3	0.61	1.35
	(0.16)	(0.14)
	3.88	9.63

Indirect Effects of ETA on Y

	BP	PI
	-----	-----
Y1.1	--	--
Y1.2	--	--
Y1.3	--	--
Y2.1	0.45	--
	(0.12)	
	3.84	
Y2.2	0.67	--
	(0.17)	
	3.95	
Y2.3	0.61	--
	(0.16)	
	3.88	

Total Effects of KSI on Y
BE

Y1.1	0.83 (0.11) 7.38
Y1.2	0.77 (0.11) 7.15
Y1.3	0.58 (0.09) 6.67
Y2.1	0.65 (0.10) 6.73
Y2.2	0.98 (0.13) 7.39
Y2.3	0.88 (0.13) 6.96

PURCHASE INTENTION

Standardized Total and Indirect Effects

Standardized Total Effects of KSI on ETA
BE

BP	0.80
PI	0.77

Standardized Indirect Effects of KSI on ETA
BE

BP	- -
PI	0.43

Standardized Total Effects of ETA on ETA

	BP	PI
	-----	-----
BP	--	--
PI	0.54	--

Standardized Total Effects of ETA on Y

	BP	PI
	-----	-----
Y1.1	0.79	--
Y1.2	0.73	--
Y1.3	0.56	--
Y2.1	0.35	0.65
Y2.2	0.53	0.98
Y2.3	0.48	0.88

Completely Standardized Total Effects of ETA on Y

	BP	PI
	-----	-----
Y1.1	0.84	--
Y1.2	0.80	--
Y1.3	0.72	--
Y2.1	0.41	0.75
Y2.2	0.48	0.88
Y2.3	0.43	0.80

Standardized Indirect Effects of ETA on Y

	BP	PI
	-----	-----
Y1.1	--	--
Y1.2	--	--
Y1.3	--	--
Y2.1	0.35	--
Y2.2	0.53	--
Y2.3	0.48	--

Completely Standardized Indirect Effects of ETA on Y

	BP	PI
	-----	-----
Y1.1	--	--

Y1.2	--	--
Y1.3	--	--
Y2.1	0.41	--
Y2.2	0.48	--
Y2.3	0.43	--

Standardized Total Effects of KSI on Y
BE

Y1.1	0.63
Y1.2	0.59
Y1.3	0.45
Y2.1	0.50
Y2.2	0.75
Y2.3	0.68

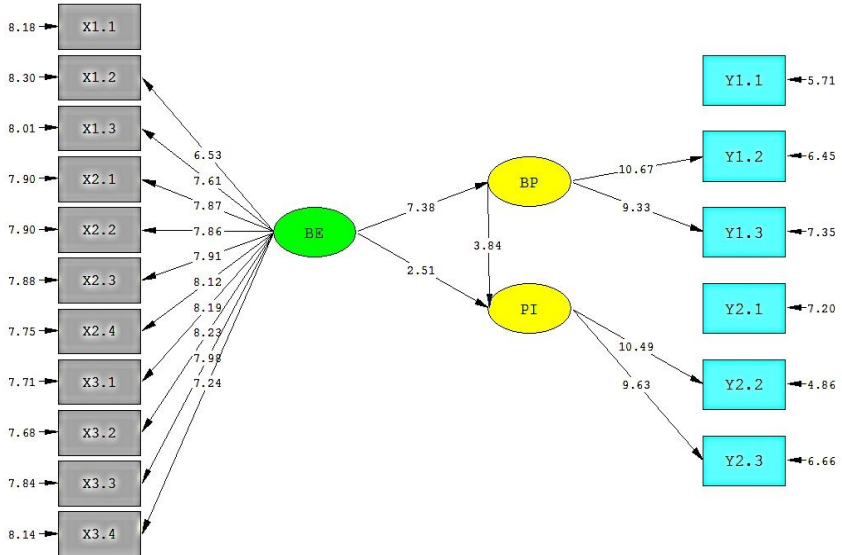
Completely Standardized Total Effects of KSI on Y
BE

Y1.1	0.67
Y1.2	0.64
Y1.3	0.57
Y2.1	0.57
Y2.2	0.67
Y2.3	0.61

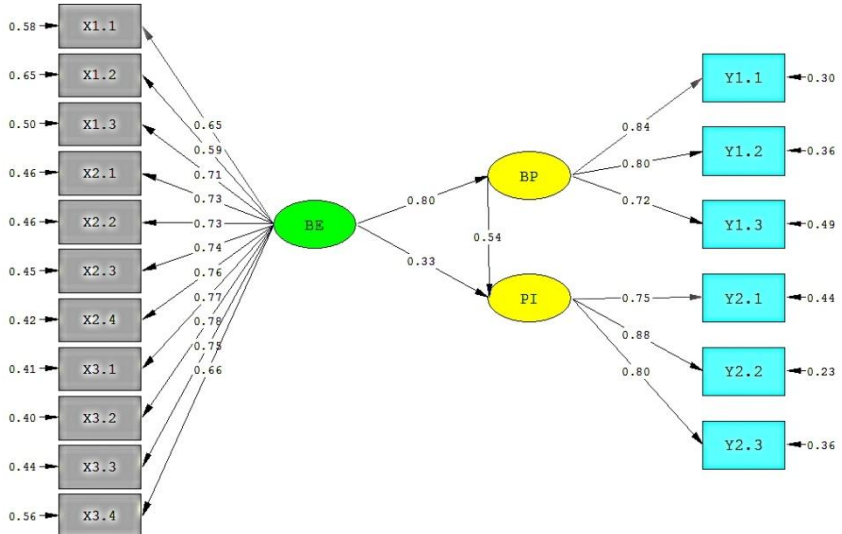
Time used: 0.094 Seconds

Lampiran 5: Gambar Output Analisis Structural Equations Model

T-Values



Standardized Solution



Estimates

