

Lampiran

FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA – SEMARANG

PENELITIAN PENDAHULUAN:

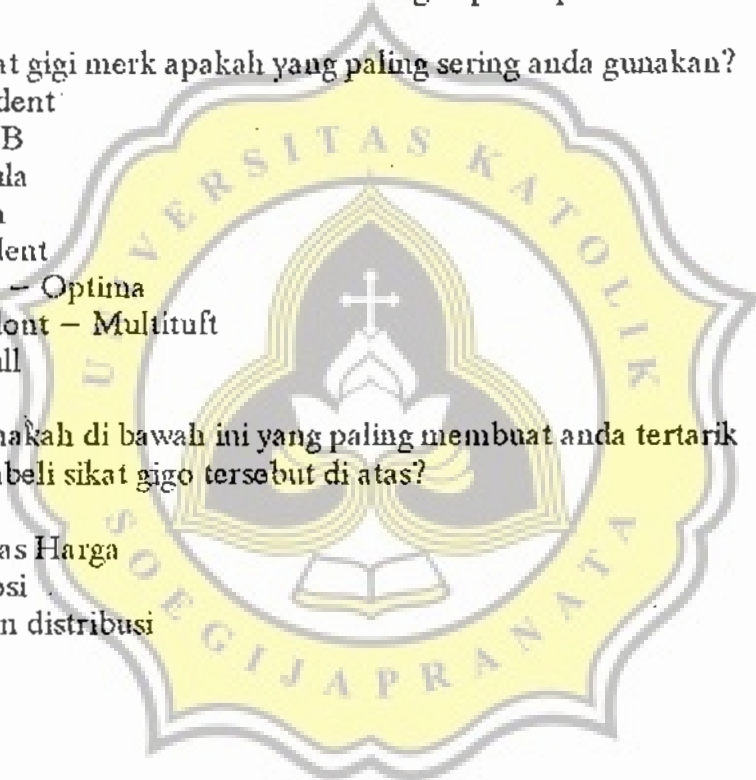
*HUBUNGAN FAKTOR HARGA, KUALITAS DAN PROMOSI DENGAN
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SIKAT GIGI
(Studi Kasus di Kelurahan Kembang Sari Kecamatan Semarang Tengah)*

DAFTAR PERTANYAAN

Petunjuk Pengisian:

Jawablah kedua pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu kolom sesuai dengan pendapat anda.

1. Produk sikat gigi merk apakah yang paling sering anda gunakan?
 Pepsodent
 Oral-B
 Formula
 Jordan
 Ciptadent
 Pritho – Optima
 Durodont – Multituft
 Manfull
2. Faktor manakah di bawah ini yang paling membuat anda tertarik untuk membeli sikat gigi tersebut di atas?
 Harga
 Kualitas Harga
 Promosi
 Saluran distribusi



**FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA – SEMARANG**

**HUBUNGAN FAKTOR HARGA, KUALITAS DAN PROMOSI DENGAN
KEPUTUSAN KONSUMEN DALAM PEMBELIAN SIKAT GIGI
(Studi Kasus di Kelurahan Kembang Sari Kecamatan Semarang Tengah)**

No. Responden:

Petunjuk Pengisian:

Jawablah kedua pertanyaan di bawah ini dengan memberikan tanda silang (X) pada salah satu kolom sesuai dengan pendapat anda.

I. Identitas Responden

1. Nama : _____
2. Umur : _____
3. Jenis Kelamin : Laki-laki / perempuan
4. Status marital :
 - a. Belum kawin
 - b. Kawin
 - c. Janda
 - d. Duda
5. Pekerjaan anda sekarang ini :
 - a. PNS / ABRI
 - b. Wiraswasta
 - c. Karyawan / Buruh
6. Pendidikan terakhir saudara :
 - a. SD
 - b. SLTP
 - c. SLTA
 - d. PT / Akademi
7. Penghasilan total keluarga tiap bulan :
 - a. Kurang atau sama dengan Rp 250.000
 - b. Rp 250.001 – Rp 500.000
 - c. Rp 500.001 – Rp 750.000
 - d. Lebih dari Rp 750.000

**Merk, kualitas, tempat membeli dan iklan yang pernah dilihat
didengar**

Sikat gigi apa yang sering saudara beli ?

- a. Pepsodent
- b. Jordan
- c. Oral-B

Tempat saudara paling sering membeli sikat gigi :

- a. Supermarket
- b. Toko besar
- c. Toko kecil

10. Dimanakah saudara paling sering lihat atau mendengar iklan tentang sikat gigi yang saudara beli ?
- Koran
 - Majalah
 - Televisi / radio
 - Papan reklame
- Sebutkan : _____
11. Menurut anda, bagaimana keputusan pembelian saudara terhadap harga sikat gigi yang telah anda beli.
- Mahal
 - Cukup mahal
 - Murah
12. Bagaimana keputusan pembelian tentang kualitas atau keawetan sikat gigi tersebut ?
- Tidak baik
 - Cukup baik
 - Baik
13. Bagaimana keputusan pembelian terhadap promosi sikat gigi yang saudara beli ?
- Tidak menarik
 - Cukup menarik
 - Menarik



c:\adala\eko\hit\pasta.sav

	x1	x2	x3	y
1	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
2	MURAH	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
3	MURAH	BAIK	MANARIK	Pepsodent
4	MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Oral-B
5	CUKUP MAHAL	TIDAK BAIK	MANARIK	Jordan
6	MAHAL	TIDAK BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent
7	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	MANARIK	Jordan
8	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
9	MURAH	CUKUP BAIK	MANARIK	Pepsodent
10	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
11	MURAH	BAIK	MANARIK	Jordan
12	MURAH	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
13	MURAH	BAIK	MANARIK	Pepsodent
14	MAHAL	BAIK	MANARIK	Pepsodent
15	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
16	MURAH	BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent
17	MAHAL	TIDAK BAIK	MANARIK	Pepsodent
18	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
19	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
20	MAHAL	TIDAK BAIK	MANARIK	Pepsodent
21	MAHAL	CUKUP BAIK	MANARIK	Pepsodent
22	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
23	MAHAL	BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent
24	MURAH	BAIK	MANARIK	Jordan
25	MURAH	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
26	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
27	MAHAL	TIDAK BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent
28	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
29	MURAH	BAIK	MANARIK	Pepsodent
30	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Jordan
31	MAHAL	TIDAK BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent
32	MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Oral-B
33	CUKUP MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
34	MURAH	TIDAK BAIK	MANARIK	Pepsodent

	x1	x2	x3	y
35	MAHAL	TIDAK BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
36	MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Oral-B
37	CUKUP MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
38	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent
39	CUKUP MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
40	MURAH	CUKUP BAIK	MANARIK	Pepsodent
41	CUKUP MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
42	MURAH	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
43	MURAH	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
44	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Oral-B
45	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
46	CUKUP MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
47	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Jordan
48	MURAH	BAIK	MANARIK	Oral-B
49	MURAH	CUKUP BAIK	MANARIK	Oral-B
50	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
51	MURAH	BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
52	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Jordan
53	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Oral-B
54	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Oral-B
55	CUKUP MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
56	MAHAL	CUKUP BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
57	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
58	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Jordan
59	MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent
60	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Jordan
61	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Oral-B
62	MURAH	BAIK	MANARIK	Jordan
63	MURAH	BAIK	MANARIK	Jordan
64	MURAH	BAIK	MANARIK	Jordan
65	MURAH	BAIK	MANARIK	Oral-B
66	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
67	CUKUP MAHAL	BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
68	MURAH	BAIK	MANARIK	Oral-B

	x1	x2	x3	y
103	MURAH	BAIK	MANARIK	Pepsodent
104	MAHAL	BAIK	MANARIK	Pepsodent
105	MAHAL	CUKUP BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
106	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
107	MAHAL	TIDAK BAIK	MANARIK	Pepsodent
108	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
109	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Jordan
110	MAHAL	TIDAK BAIK	MANARIK	Pepsodent
111	MAHAL	CUKUP BAIK	MANARIK	Pepsodent
112	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
113	MAHAL	BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent
114	MURAH	BAIK	MANARIK	Pepsodent
115	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
116	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
117	MAHAL	TIDAK BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
118	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
119	MURAH	BAIK	MANARIK	Pepsodent
120	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Jordan
121	MAHAL	TIDAK BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent
122	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Oral-B
123	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
124	MURAH	TIDAK BAIK	MANARIK	Pepsodent
125	MAHAL	TIDAK BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
126	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Oral-B
127	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent
128	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Oral-B
129	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
130	MURAH	CUKUP BAIK	MANARIK	Pepsodent

	x1	x2	x3	y
69	MAHAL	CUKUP BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
70	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
71	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent
72	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Oral-B
73	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
74	MURAH	CUKUP BAIK	MANARIK	Jordan
75	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Jordan
76	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Oral-B
77	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Jordan
78	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent
79	MURAH	BAIK	MANARIK	Oral-B
80	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent
81	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
82	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent
83	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Oral-B
84	MURAH	BAIK	MANARIK	Oral-B
85	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
86	MURAH	BAIK	MANARIK	Oral-B
87	MURAH	BAIK	MANARIK	Oral-B
88	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Jordan
89	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Oral-B
90	MURAH	BAIK	MANARIK	Oral-B
91	MAHAL	CUKUP BAIK	TIDAK MENARIK	Jordan
92	MURAH	BAIK	MANARIK	Oral-B
93	MURAH	BAIK	MANARIK	Oral-B
94	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
95	CUKUP MAHAL	CUKUP BAIK	CUKUP MENARIK	Jordan
96	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Pepsodent
97	MURAH	BAIK	MANARIK	Oral-B
98	MAHAL	TIDAK BAIK	TIDAK MENARIK	Jordan
99	MURAH	BAIK	MANARIK	Oral-B
100	MURAH	BAIK	MANARIK	Oral-B
101	MURAH	BAIK	MANARIK	Jordan
102	MAHAL	TIDAK BAIK	CUKUP MENARIK	Pepsodent

	x1	x2	x3	y
1	2	2	2	2
2	3	1	1	1
3	3	3	3	1
4	1	2	2	3
5	2	1	3	2
6	1	1	2	1
7	2	2	3	2
8	1	1	1	1
9	3	2	3	1
10	1	1	1	1
11	3	3	3	2
12	3	1	1	1
13	3	3	3	1
14	1	3	3	1
15	1	1	1	1
16	3	3	2	1
17	1	1	3	1
18	2	2	2	2
19	1	1	1	1
20	1	1	3	1
21	1	2	3	1
22	2	2	2	2
23	1	3	2	1
24	3	3	3	2
25	3	1	1	1
26	2	2	2	2
27	1	1	2	1
28	2	2	2	2
29	3	3	3	1
30	1	1	1	2
31	1	1	2	1
32	1	2	2	3
33	2	1	1	1
34	3	1	3	1



	x1	x2	x3	y
5	1	1	2	2
6	1	2	2	3
7	2	1	1	1
8	2	2	2	1
9	2	1	1	1
10	3	2	3	1
11	2	1	1	1
12	3	2	2	2
13	3	2	2	2
14	1	1	1	3
15	1	1	1	1
16	2	1	1	1
17	1	1	1	2
18	3	3	3	3
19	3	2	3	3
20	1	1	1	1
21	3	3	2	2
22	1	1	1	2
23	1	1	1	3
24	1	1	1	3
25	2	1	1	1
26	1	2	1	1
27	2	2	2	2
28	1	1	1	2
29	1	2	2	1
30	1	1	1	2
31	1	1	1	3
32	3	3	3	2
33	3	3	3	2
34	3	3	3	2
35	3	3	3	3
36	1	1	1	1
37	2	3	2	2
38	3	3	3	3



	x1	x2	x3	y
69	1	2	1	1
70	2	2	2	2
71	2	2	2	1
72	1	1	1	3
73	2	2	2	2
74	3	2	3	2
75	1	1	1	2
76	2	2	2	3
77	1	1	1	2
78	2	2	2	1
79	3	3	3	3
80	2	2	2	1
81	2	2	2	2
82	2	2	2	1
83	1	1	1	3
84	3	3	3	3
85	2	2	2	2
86	3	3	3	3
87	3	3	3	3
88	1	1	1	2
89	2	2	2	3
90	3	3	3	3
91	1	2	1	2
92	3	3	3	3
93	3	3	3	3
94	2	2	2	2
95	2	2	2	2
96	1	1	1	1
97	3	3	3	3
98	1	1	1	2
99	3	3	3	3
100	3	3	3	3
101	3	3	3	2
102	1	1	2	1



	x1	x2	x3	y
103	3	3	3	1
104	1	3	3	1
105	1	2	1	1
106	1	1	1	1
107	1	1	3	1
108	2	2	2	2
109	1	1	1	2
110	1	1	3	1
111	1	2	3	1
112	2	2	2	2
113	1	3	2	1
114	3	3	3	1
115	2	2	2	2
116	1	1	1	1
117	1	1	2	2
118	2	2	2	2
119	3	3	3	1
120	1	1	1	2
121	1	1	2	1
122	2	2	2	3
123	2	2	2	2
124	3	1	3	1
125	1	1	2	2
126	2	2	2	3
127	2	2	2	1
128	2	2	2	3
129	2	2	2	2
130	3	2	3	1



<1 HARGA by Y PRODUK

	Count Exp Val Col Pct	Y			Row Total
		Pepsoden 1	Jordan 2	Oral-B 3	
X1					
MAHAL	1	29 22.8 51.8%	15 18.8 32.6%	9 11.4 32.1%	53 40.8%
CUKUP MAHAL	2	12 16.4 21.4%	21 13.4 45.7%	5 8.2 17.9%	38 29.2%
MURAH	3	15 16.8 26.8%	10 13.8 21.7%	14 8.4 50.0%	39 30.0%
Column Total		56 43.1%	46 35.4%	28 21.5%	130 100.0%

Chi-Square	Value	DF	Significance
Pearson	14.55103	4	.00573
Likelihood Ratio	13.69941	4	.00832
Mantel-Haenszel test for linear association	4.67153	1	.03067

Minimum Expected Frequency - 8.185

Statistic	Value	ASE1	Val/ASE0	Approximate Significance
Contingency Coefficient	.31728			.00573 *1

*1 Pearson chi-square probability

Number of Missing Observations: 0

2 KUALITAS by Y BRODUK

	Count Exp Val Col Pct	Y			Row Total
		Pepsoden 1	Jordan 2	Oral-B 3	
TIDAK BAIK	1	30 22.0 53.6%	15 18.0 32.6%	6 11.0 21.4%	51 39.2%
CUKUP BAIK	2	15 20.2 26.8%	23 16.6 50.0%	9 10.1 32.1%	47 36.2%
BAIK	3	11 13.8 19.6%	8 11.3 17.4%	13 6.9 46.4%	32 24.6%
Column Total		56 43.1%	46 35.4%	28 21.5%	130 100.0%

Chi-Square	Value	DF	Significance
Pearson	16.58515	4	.00233
Likelihood Ratio	15.66611	4	.00350
Mantel-Haenszel test for linear association	9.89830	1	.00165

Minimum Expected Frequency 6.892

Statistic	Value	ASE1	Val/ASE0	Approximate Significance
Contingency Coefficient	.33637			.00233 *1

*1 Pearson chi-square probability

Number of Missing Observations: 0

13 PROMOSI by Y PRODUK

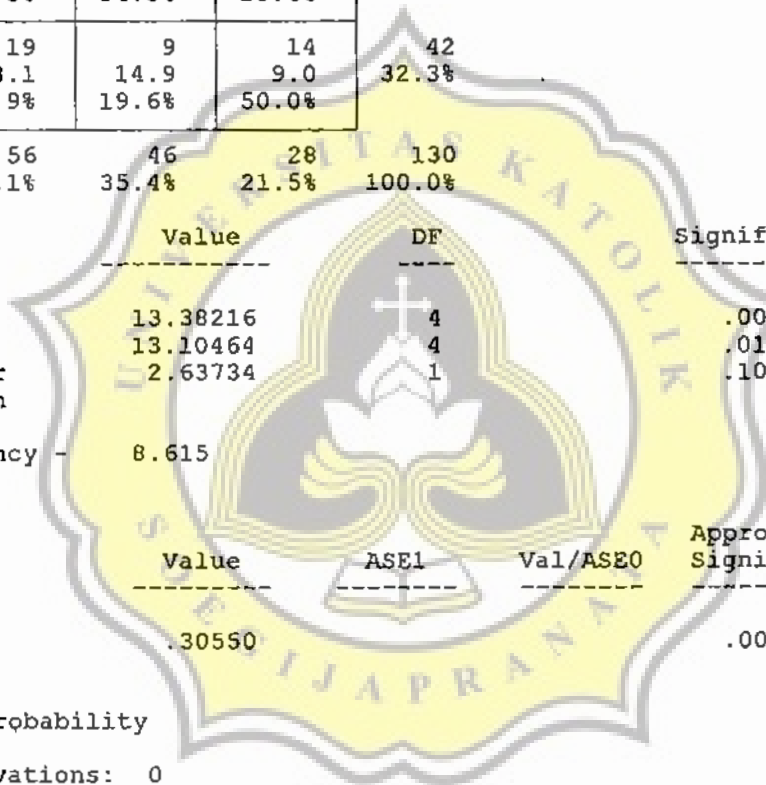
	Count Exp Val Col Pct	Y			Row Total
		Pepsoden 1	Jordan 2	Oral-B 3	
1 TIDAK MENARIK	22 17.2 39.3%	12 14.2 26.1%	6 8.6 21.4%	40 30.8%	
2 CUKUP MENARIK	15 20.7 26.8%	25 17.0 54.3%	8 10.3 28.6%	48 36.9%	
3 MANARIK	19 18.1 33.9%	9 14.9 19.6%	14 9.0 50.0%	42 32.3%	
Column Total	56 43.1%	46 35.4%	28 21.5%	130 100.0%	

Chi-Square	Value	DF	Significance
Pearson	13.38216	4	.00955
Likelihood Ratio	13.10464	4	.01078
Mantel-Haenszel test for linear association	2.63734	1	.10438
Minimum Expected Frequency	8.615		

Statistic	Value	ASE1	Val/ASE0	Approximate Significance
Contingency Coefficient	.30550			.00955 *1

*1 Pearson chi-square probability

Number of Missing Observations: 0



TABEL B *)
BATAS NILAI-NILAI KRITIS CHI SQUARE

df	Probabilitas dibawah H_0 , $X^2 >$ Chi Square				
	0.10	0.05	0.02	0.01	0.001
1	2.71	3.84	5.01	6.63	10.83
2	4.60	5.99	7.82	9.21	13.82
3	6.25	7.82	9.84	11.34	16.27
4	7.78	9.49	11.67	13.28	18.46
5	9.24	11.07	13.49	15.09	20.52
6	10.64	12.59	15.03	16.81	22.46
7	12.02	14.07	16.63	18.48	24.32
8	13.36	15.51	18.17	20.09	26.17
9	14.68	16.92	19.68	21.67	27.88
10	15.99	18.31	21.16	23.21	29.59
11	17.28	19.68	22.62	24.72	31.26
12	18.55	21.03	24.05	26.22	32.91
13	19.81	22.36	25.47	27.69	34.53
14	21.06	23.68	26.87	29.14	36.12
15	22.31	25.00	28.26	30.58	37.70
16	23.54	26.30	29.63	32.00	39.29
17	24.77	27.59	31.00	33.41	40.75
18	25.99	28.87	32.35	34.80	42.31
19	27.20	30.14	33.69	36.19	43.82
20	28.41	31.41	35.02	37.57	45.32
21	29.62	32.67	36.34	38.93	46.80
22	30.81	33.92	37.66	40.29	48.27
23	32.01	35.17	38.97	41.64	49.73
24	33.20	36.42	40.27	42.98	51.18
25	34.38	37.65	41.57	44.31	52.62
26	35.56	38.88	42.86	45.64	54.05
27	36.74	40.11	44.14	46.96	55.48
df	Probabilitas di bawah H_0 , $X^2 >$ Chi Square				
	0.10	0.05	0.02	0.01	0.001
28	37.92	41.34	45.42	48.28	56.89
29	39.09	42.56	46.69	49.59	58.30
30	40.26	43.77	47.96	50.89	59.70

*) Dikutip sebagian dari Sidney Siegel, *Nonparametric Statistic For The Behavioral Sciences*, Mc Graw - Hill Company, New York, 1956, h. 249

TABEL V
TABEL NILAI-NILAI r PRODUCT MOMENT

N	Taraf Signif		N	Taraf Signif		N	Taraf Signif	
	5%	1%		5%	1%		5%	1%
3	0,997	0,999	26	0,388	0,496	55	0,266	0,345
4	0,950	0,990	27	0,381	0,487	60	0,254	0,330
5	0,878	0,959	28	0,374	0,478	65	0,244	0,317
6	0,811	0,917	29	0,367	0,470	70	0,235	0,306
7	0,754	0,874	30	0,361	0,463	75	0,227	0,296
8	0,707	0,834	31	0,355	0,456	80	0,220	0,286
9	0,666	0,798	32	0,349	0,449	85	0,213	0,278
10	0,632	0,765	33	0,344	0,442	90	0,207	0,270
11	0,602	0,735	34	0,339	0,436	95	0,202	0,263
12	0,576	0,708	35	0,334	0,430	100	0,195	0,256
13	0,553	0,684	36	0,329	0,424	125	0,176	0,230
14	0,532	0,661	37	0,325	0,418	150	0,159	0,210
15	0,514	0,641	38	0,320	0,413	175	0,148	0,194
16	0,497	0,623	39	0,316	0,408	200	0,138	0,181
17	0,482	0,606	40	0,312	0,403	300	0,113	0,148
18	0,468	0,590	41	0,308	0,398	400	0,098	0,128
19	0,456	0,575	42	0,304	0,393	500	0,088	0,115
20	0,444	0,561	43	0,301	0,389	600	0,080	0,105
21	0,433	0,549	44	0,297	0,384	700	0,074	0,097
22	0,423	0,537	45	0,294	0,380	800	0,070	0,091
23	0,413	0,526	46	0,291	0,376	900	0,065	0,086
24	0,404	0,515	47	0,288	0,372	1000	0,062	0,081
25	0,396	0,505	48	0,284	0,368			
			49	0,281	0,364			
			50	0,279	0,361			

*) Dikutip sebagian dari Wallace H.A. dan G.W. Snedecor, *Correlation and Machine Calculation*, di dalam Gelford J.p. dan Benjamin Fruchter, *Fundamental Statistics in Psychology and Education*, Mc. Graw - Hill Kogakusha, Ltd. Tokyo, h. 515 - 516.

Cara mencari penggolongan distribusi kelompok umur konsumen pembeli sikat gigi. Berdasarkan pada hasil jawaban kuesioner dan dengan menggunakan rumus H.A. Struges (Dajan, 1991 : 83) dapat dicari penggolongan distribusi kelompok umur konsumen pembeli sikat gigi.

$$k = 2 + 3,322 \log n$$

dimana

k = jumlah kelas

n = jumlah sampel

Perhitungannya adalah sebagai berikut :

$$k = 2 + 3,322 \log 130$$

$$k = 2 + 3,322 (2,1139)$$

$$k = 2 + 7,0225$$

$$k = 9,0225$$

$$k = 9 \text{ (dibulatkan)}$$

Penyusunan distribusi diatas menghendaki penggolongan distribusi umur ke dalam 9 kelas.

Besarnya interval kelas :

$$i = \frac{\text{jarak}}{2 + 3,322 \log n}$$

dimana :

i = interval kelas

jarak = umur tertua - umur termuda

$$= 60 - 15$$

$$= 45$$

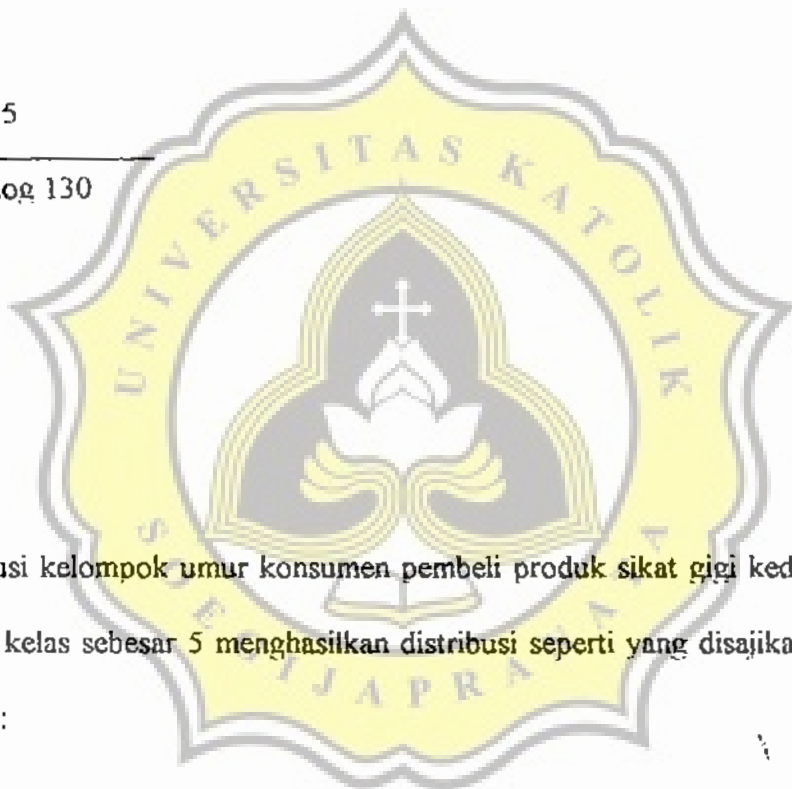
Perhitungannya :

$$i = \frac{60 - 15}{2 + 3,322 \log 130}$$

$$i = \frac{45}{9}$$

$$i = 5$$

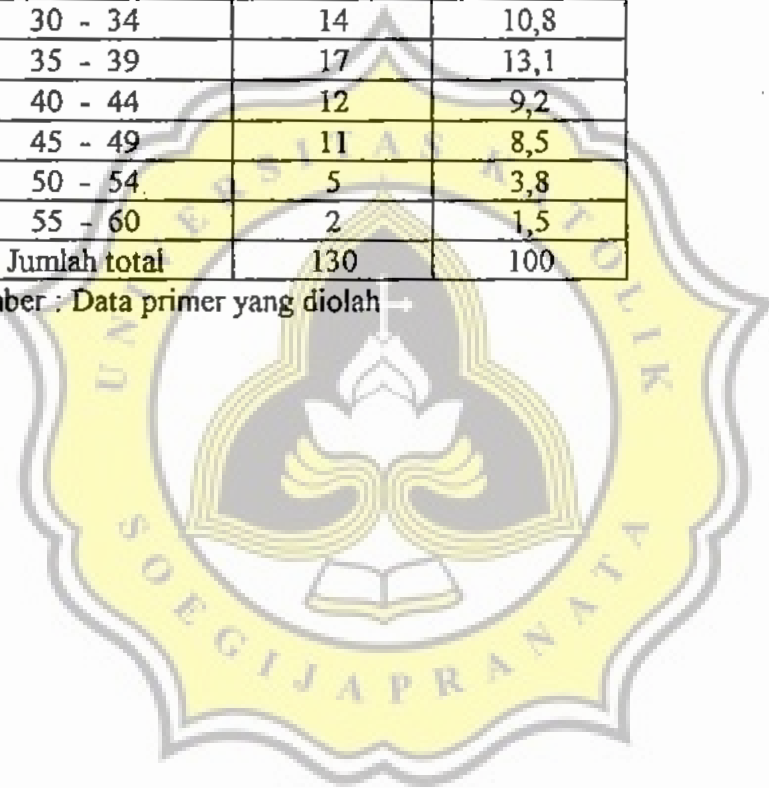
Penggolongan distribusi kelompok umur konsumen pembeli produk sikat gigi kedalam 9 kelas dengan interval kelas sebesar 5 menghasilkan distribusi seperti yang disajikan pada tabel 4.4. dibawah ini :



Tabel 4.4.
Penggolongan distribusi kelompok umur
konsumen pembeli produk sikat gigi.

Umur konsumen	Σ konsumen	%
15 - 19	26	20
20 - 24	16	12,3
25 - 29	27	20,8
30 - 34	14	10,8
35 - 39	17	13,1
40 - 44	12	9,2
45 - 49	11	8,5
50 - 54	5	3,8
55 - 60	2	1,5
Jumlah total	130	100

Sumber : Data primer yang diolah



11.4. PENDUDUK MENURUT PENDIDIKAN (bagi umur 5 tahun keatas)

PENDUDUK DAN ANGKAITAH KERJA :		Jenis Pendidikan		Banyaknya orang
Kelompok umur	Laki-laki	Perempuan	Jumlah	
0 - 4	180	184	364	145
5 - 9	322	270	592	196
10 - 14	301	340	641	1238
15 - 19	321	250	571	1588
20 - 24	280	296	576	457
25 - 29	213	266	479	811
30 - 34	143	142	285	276
35 - 39	155	143	298	249
40 - 44	150	170	320	4860
45 - 49	143	172	315	
50 - 54	112	132	244	
55 - 59	122	121	243	
60 - 64	70	96	166	
65 +	37	63	100	
Jumlah	2549	2645	5194	

11.5. PENDUDUK MENURUT JENIS PENDIDIKAN :

Mutasi	Laki-laki	Perempuan	Jumlah
1. Pendidikan Tinggi	7	4	11
2. Tamat Akademi	6	6	12
3. Tamat S.L.I.A.	4	1	5
4. Tamat S.L.I.P.	3	2	5
5. Paket S.P.	3	2	5
6. Tidak tamat SL	4	1	5
7. Belum tamat SD	3	2	5
8. Tidak sekolah	3	2	5
Jumlah	33	24	57

11.6. PENDUDUK MENURUT AGAMA :

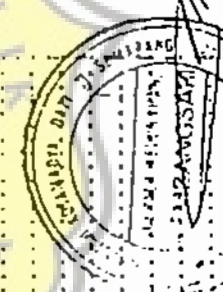
Banyaknya orang	Jumlah
1. Islam	3681
2. Kristen Katholik	936
3. Kristen Protestan	440
4. Budha	64
5. Hindu	8
6. Lain - lain	120
Jumlah	5249

11.8. JUMLAH AKSEPTOR KB :

1. Nikah	6	org.
2. Talak/Cerai	2	org.
3. Rujuk	2	org.
1. Pil	70	org.
2. IUD	79	org.
3. Kondom	82	org.
4. Lainnya	175	org.

11.9. JUMLAH KEJADIAN :

Banyaknya orang	Jumlah
1. Perawatan	40
2. Buruh tani	570
3. Nelayan	203
4. Pengusaha	125
5. Buruh Industri	62
6. Buruh Pertanian	144
7. Pedagang	123
8. Pengangkutan	2891
9. Pegawai Negeri (Sipil + ABRI)	4156
10. Pensiunan	
11. Lain - lain (jasa)	
Jumlah	4156



SUMARDI S. SO
 Kepala Desa
 NIP. 018 125 918

KEI. BANGUNAN

JL. GAJAH MUDA

Dapur Timur

Dapur Barat

JL. DEPO

JL. DEPO

JL. REMBANG

JL. REMBANG

NO. 12 - 05 - 1952

JL. TERBUKA

JL. TERBUKA

Jl. Kelenjan Besar

Jl. Kelenjan Kecil

Kelenjan Kelan

Kelenjan Kecil

Kelenjan Keban

Kelenjan Pengun

Jl. Kelenjan Lurus

Jl. Prembaen

Jl. Prembaen

JL. SRI THAIRIP

KEI. SERANG

Petempen Salatan

Pet. 517

Petempen Salatan

Pet. 511

Jl. Prembaen

Jl. Prembaen

Kecil 1

Kecil 2

Kecil 3

Jl. Kelenjan

Gang Prembaen

Gang Kumpangraen

Gang Prembaen 1

JL. TERBUKA

NO. 12 - 05 - 1952

PEMERINTAH KOTAMADYA DAERAH TINGKAT II SEMARANG
KECAMATAN SEMARANG TENGAH
KELURAHAN KEMBANGSARI

Jl. Prembaen No. 945 Telp. 554625 Semarang

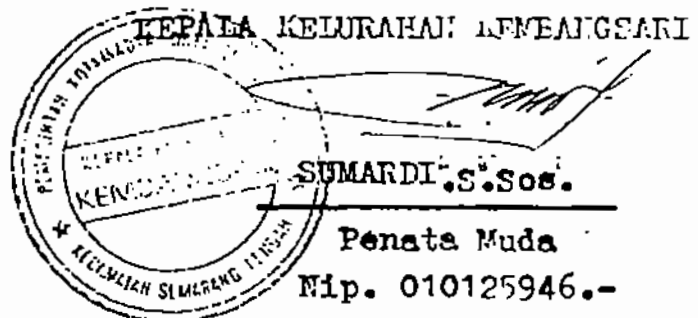
SURAT - KETERANGAN

1. Yang bertanda tangan dibawah ini kami Kepala Kelurahan Kembangsari, Kecamatan Semarang Tengah, Kota Dati II Semarang menerangkan :

Nama : Soejanto.
Nim : 92.30.1287.
Nirn : 92.6.111.02016.50096.

2. Bahwa yang bersangkutan telah melaksanakan Survei Penelitian di Kelurahan Kembangsari Kecamatan Semarang Tengah Kota Dati II Semarang, guna untuk membuat Skripsi yang berjudul :
" Hubungan Faktor Harga, Kualitas dan Promosi dengan Keputusan -
Konsomen dalam pembelian produk alat gigi "

3. Demikian Surat Keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan Seperlunya.

KEPALA KELURAHAN KEMBANGSARI

SUMARDI, S.Sos.
Penata Muda
Nip. 010125946.-