

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1.1 Hasil Penelitian

1.1.1 Karakteristik Responden

Karakteristik responden dalam penelitian ini adalah masyarakat pengguna telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu yaitu sebagai berikut :

1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Responden pada penelitian ini adalah pengguna telepon seluler Blackberry di kota Bengkulu terdiri dari laki-laki dan perempuan.

Tabel 4.1 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	45	40
2	Perempuan	30	60
Jumlah		75	100

Sumber : Hasil Penelitian 2014

2. Responden Berdasarkan Kelompok Umur

Umur responden akan mempengaruhi jawaban responden dalam menjawab pernyataan dan pertanyaan. Pada penelitian ini responden yang umurnya cenderung masih muda atau umur kurang dari 30 tahun cenderung lebih banyak menggunakan telepon seluler Blackberry. Hal ini disebabkan pada umur 20-30 tahun umumnya adalah kaum muda, yang gaya hidupnya cenderung ingin mengikuti trend anak muda pada saat ini, sedangkan telepon seluler Blackberry pada masa sekarang dikalangan anak muda merupakan suatu prestise. Umur paling rendah pada penelitian ini adalah <20 tahun dan umur paling tinggi adalah 50 tahun.

Tabel 4.2 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Kelompok Umur

No	Kelompok Umur	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< 20 tahun	15	20
2	21 – 30 tahun	43	57.3
3	31 – 40 tahun	10	13.3
4	41 – 50 tahun	7	9.3
Jumlah		75	100

Sumber : Hasil Penelitian 2014

3. Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, dapat diketahui jumlah dan persentase responden menurut pekerjaan, yang ditampilkan pada tabel 4.3

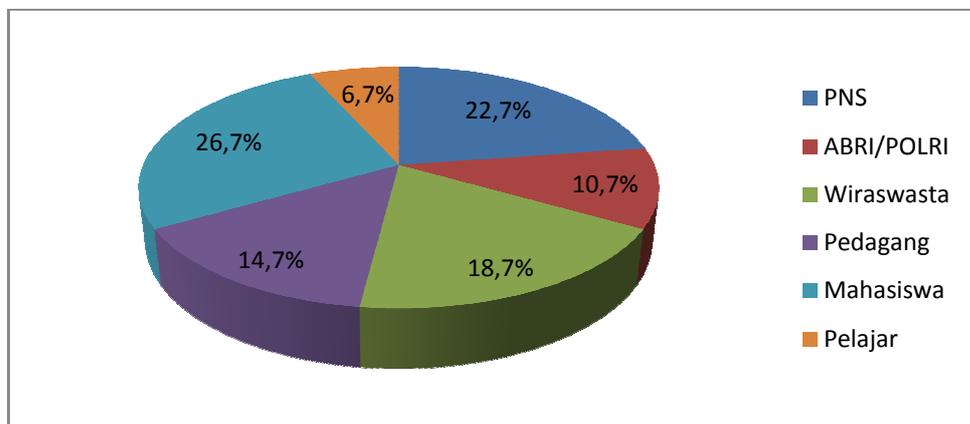
Tabel 4.3 Jumlah dan Persentase Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Jenis Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	PNS	17	22.7
2	ABRI/POLRI	8	10.7
3	Wiraswasta	14	18.7
4	Pedagang	11	14.7
5	Mahasiswa	20	26.7
6	Pelajar	5	6.7
Jumlah		75	100

Sumber : Hasil Penelitian 2014

Tabel 4.3 menunjukkan bahwa jumlah responden yang paling banyak melakukan permintaan terhadap telepon seluler Blackberry adalah kelompok mahasiswa dan paling sedikit adalah kelompok pelajar.

Gambar 4.1. Persentase responden berdasarkan pekerjaan



1.1.2 Hasil Perhitungan dan Interpretasi Data

a. Tanggapan Responden Terhadap Variabel Penelitian

Tanggapan responden dari hasil penelitian terhadap variabel-variabel penelitian ditentukan dengan penentuan kelas atas jawaban responden terhadap variabel penelitian. Hasil rata-rata variabel tersebut kemudian diklasifikasikan dalam lima kategori dengan cara membuat rentangan rata-rata dari nilai terkecil sampai terbesar yang diperoleh dari rumus berikut:

Interval = (skor tertinggi – skor terendah)/jumlah kelompok

$$= (5-1)/5 = 0,8$$

Penentuan kelas atas jawaban responden terhadap variabel penelitian adalah sebagai berikut :

- a. Nilai terendah dari kelas adalah $1 \times 1 = 1$
- b. Nilai tertinggi dari kelas adalah $1 \times 5 = 5$
- c. Interval kelas adalah $(5-1) : 5 = 0,8$

Sehingga diperoleh kriteria/standar penilaian jawaban adalah sebagai berikut :

1,0 – 1,80 = Sangat Tidak Setuju

1,81 – 2,60 = Tidak Setuju

2,61 – 3,40 = Cukup Setuju

3,41 – 4,20 = Setuju

4,21 – 5,0 = Sangat Setuju

b. Tanggapan Responden Terhadap Variabel yang Mempengaruhi Persepsi Masyarakat atas Permintaan Telepon Seluler Blackberry di Kota Bengkulu

Tabel 4.4 Tanggapan Responden Terhadap Variabel yang Mempengaruhi Permintaan Telepon Seluler Blackberry di Kota Bengkulu.

No	Pernyataan	Skor Jawaban					Jumlah Skor	Rata-rata
		SS (5)	S (4)	CS (3)	TS (2)	STS (1)		
1	Harga telepon seluler Blackberry menjadi pertimbangan penting saat melakukan pembelian telepon seluler tersebut	14	39	15	7		285	3,80
2	Harga telepon seluler lain merupakan pertimbangan yang mempengaruhi saat membeli telepon seluler Blackberry	11	33	29	2		278	3,70
3	Pendapatan yang diterima perbulan akan mempengaruhi dalam proses keputusan pembelian telepon seluler Blackberry	40	21	4	10		316	4,21
4	Jumlah anggota keluarga merupakan pertimbangan yang berpengaruh dalam pembelian telepon seluler Blackberry	3	9	37	21	5	211	2,81
5	Kesan yang tinggi terhadap merek dan kualitas seperti desain, fitur dan reputasi Blackberry merupakan gambaran selera yang mempengaruhi keputusan pembelian h telepon seluler Blackberry	46	20	7	2		335	4,46
6	Ekspektasi akan datang terhadap kecanggihan baru yang ditawarkan telepon seluler Blackberry mempengaruhi keputusan pembelian	11	39	16	9		277	3,69
Rata – rata								3,70

Sumber : Hasil Penelitian 2014

Berdasarkan hasil analisis distribusi frekuensi tanggapan responden, maka tanggapan responden terhadap variabel yang mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu adalah sebagai berikut:

Tanggapan responden terhadap variabel yang mempengaruhi permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu berdasarkan persepsi masyarakat adalah berada pada kondisi sangat setuju. Dari tabel dapat dilihat rata-rata jawaban tertinggi responden sebesar 4,46 (sangat setuju karena berada di antara 3,41-5,0) adalah untuk pernyataan “Kesan yang tinggi terhadap merek dan kualitas seperti desain, fitur dan reputasi Blackberry merupakan gambaran selera yang mempengaruhi keputusan pembelian telepon seluler Blackberry”, artinya rata-rata jawaban adalah sangat setuju. Hal ini berarti kesan tinggi terhadap Blackberry menggambarkan selera konsumen. Dengan demikian selera konsumen telepon seluler Blackberry menjadi pertimbangan yang sangat penting saat melakukan pembelian telepon seluler tersebut. Dengan begitu selera konsumen mempengaruhi permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu.

Selanjutnya rata-rata jawaban terendah responden sebesar 2,81 (cukup setuju karena berada di antara 2,61-3,40) untuk pernyataan “Jumlah anggota keluarga merupakan pertimbangan yang berpengaruh dalam pembelian telepon seluler Blackberry”, artinya rata-rata jawaban adalah cukup setuju. Ini menunjukkan bahwa jumlah anggota keluarga cenderung mempengaruhi saat pembelian telepon seluler Blackberry. Dengan demikian jumlah anggota keluarga mempengaruhi terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di kota Bengkulu.

Rata-rata tanggapan responden secara keseluruhan adalah sebesar 3,70 (setuju karena berada di antara 3,41 – 4,20) artinya rata-rata jawaban responden secara keseluruhan adalah setuju. Hal ini menunjukkan bahwa variabel-variabel tersebut mempengaruhi para konsumen telepon seluler Blackberry saat melakukan pembelian telepon seluler tersebut.

c. Hasil Wawancara dengan Responden Handphone Blackberry Tentang Variabel-variabel yang Mempengaruhi Permintaan Handphone Blackberry

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan dengan 6 orang responden yang menggunakan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu yang didasarkan pada pertanyaan wawancara, maka didapatkan hasil sebagai berikut:

1. Menurut Bapak/Ibu/Sdr/Sdri apakah harga telepon seluler Blackberry merupakan faktor penentu yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian? Tolong jelaskan.

Tabel 4.5 Jawaban responden terhadap pertanyaan variabel harga barang itu sendiri

No	Keterangan	Pertanyaan 1
1	Responden 1 (Polisi)	Harga telepon seluler Blackberry sangat menentukan keputusan pembelian. Harga menjadi pertimbangan mendasar sebelum membeli telepon seluler Blackberry. Harga menjadi patokan terhadap tipe telepon seluler apa yang akan dan sanggup dibeli.
2	Responden 2 (PNS)	Harga telepon seluler Blackberry menjadi faktor penentu dalam pembelian. Harga menjadi pertimbangan karena semakin mahal harga suatu barang biasanya semakin baik kualitasnya.
3	Responden 3 (Wiraswasta)	Harga telepon seluler Blackberry cukup menjadi pertimbangan saat membeli telepon seluler tersebut. Memang harga telepon seluler Blackberry cukup mahal, tetapi sesuai dengan kualitas yang ditawarkannya.
4	Responden 4 (Pedagang)	Harga telepon seluler Blackberry sangat mempengaruhi pada saat pembelian. Harga yang ditawarkan telepon seluler Blackberry cukup mahal. Sebelum membeli, terlebih dahulu harus memikirkan harga telepon seluler Blackberry dan kemudian harus disesuaikan dengan kemampuan terhadap tipe telepon seluler Blackberry apa yang sanggup dibeli.
5	Responden 5 (Mahasiswa)	Sangat mempengaruhi harga telepon seluler Blackberry dengan keputusan membeli telepon seluler tersebut. Membeli telepon seluler Blackberry disesuaikan dengan harga dan kondisi uang yang ada.
6	Responden 6 (Pelajar)	Sangat mempengaruhi karena keputusan membeli telepon seluler melihat harga yang sesuai dengan kondisi uang yang ada.
Kesimpulan jawaban responden		Keseluruhan responden berpendapat harga telepon seluler Blackberry merupakan salah satu faktor yang dipertimbangkan responden telepon seluler Blackberry di kota Bengkulu saat membeli telepon seluler tersebut. Harga telepon seluler Blackberry menjadi patokan terhadap tipe Blackberry apa yang akan dan sanggup dibeli. Membeli telepon seluler Blackberry disesuaikan dengan keuangan yang ada.

Sumber : Hasil Penelitian 2014

2. Menurut Bapak/Ibu/Sdr/Sdri apakah membandingkan harga telepon seluler Blackberry dengan merek lain merupakan pertimbangan dalam memutuskan pembelian? Tolong jelaskan.

Tabel 4.6 Jawaban responden terhadap pertanyaan harga barang lain

No	Keterangan	Pertanyaan 2
1	Responden 1 (Polisi)	Membandingkan harga telepon seluler sangat perlu dilakukan untuk pertimbangan terhadap keputusan telepon seluler apa yang akan dibeli.
2	Responden 2 (PNS)	Mempertimbangkan harga telepon seluler lain sangat diperlukan, sebagai pertimbangan terhadap telepon seluler apa yang akan dibeli. Apabila telepon seluler lain memiliki fitur yang sama dengan telepon seluler Blackberry dengan tawaran harga yang lebih murah maka kemungkinan akan tertarik terhadap telepon seluler merek lain tersebut.
3	Responden 3 (Wiraswasta)	Membandingkan harga telepon seluler Blackberry dengan telepon seluler lain tidak perlu dilakukan karena jika telah tertarik dengan telepon seluler Blackberry maka harganya pun tidak menjadi masalah selama didukung dengan kemampuan daya belinya.
4	Responden 4 (Pedagang)	Membandingkan harga telepon seluler Blackberry dengan telepon seluler lain perlu dilakukan, sebagai pertimbangan sebelum membeli telepon seluler Blackberry. Konsumen selalu ingin untung, bila perlu mendapatkan telepon seluler dengan harga murah dengan kualitas baik.
5	Responden 5 (Mahasiswa)	Sangat perlu membandingkan harga telepon seluler Blackberry dengan telepon seluler lain, sebagai pertimbangan, pemilihan dan penentuan keputusan pembelian.
6	Responden 6 (Pelajar)	Tidak perlu membandingkan harga karena jika memang ingin membeli telepon seluler Blackberry maka hanya fokus terhadap telepon seluler tersebut.
Kesimpulan jawaban responden		Rata-rata responden berpendapat bahwa membandingkan harga Blackberry dengan harga telepon seluler lain diperlukan saat melakukan pembelian Blackberry karena konsumen mengharapkan mendapatkan barang dengan manfaat yang maksimum dengan harga terjangkau. Jika telepon seluler lain yang sejenis dengan aplikasi yang sama dengan telepon seluler Blackberry memiliki harga lebih murah, kemungkinan masyarakat akan memilih telepon seluler yang lebih murah.

Sumber : Hasil Penelitian 2014

3. Menurut Bapak/Ibu/Sdr/Sdri apakah tingkat pendapatan yang diterima perbulan akan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap telepon seluler Blackberry? Tolong jelaskan.

Tabel 4.7 Jawaban responden terhadap pertanyaan variabel pendapatan

No	Keterangan	Pertanyaan 3
1	Responden 1 (Polisi)	Pendapatan merupakan faktor yang sangat mempengaruhi keputusan saat membeli telepon seluler Blackberry. Semakin tinggi pendapatan yang diterima semakin tinggi pula kemungkinan membeli telepon seluler Blackberry yang sesuai dengan keinginan.
2	Responden 2 (PNS)	Pendapatan sangat mempengaruhi keputusan pada saat membeli telepon seluler Blackberry. Jika pendapatan tidak mencukupi untuk membelinya kemungkinan tidak akan tertarik untuk membeli telepon seluler Blackberry..
3	Responden 3 (Wiraswasta)	Pendapatan yang diterima sangatlah menentukan keputusan pembelian telepon seluler Blackberry, semakin tinggi pendapatan maka semakin memungkinkan membeli telepon seluler Blackberry dengan kualitas terbaik.
4	Responden 4 (Pedagang)	Pendapatan adalah pertimbangan utama ketika membeli telepon seluler Blackberry Pendapatan berpengaruh terhadap tipe telepon seluler Blackberry apa yang sanggup dibeli disesuaikan dengan pendapatan yang ada.
5	Responden 5 (Mahasiswa)	Pendapatan merupakan faktor utama yang mempengaruhi pembelian. Pendapatan yang ada menentukan tipe telepon seluler Blackberry apa yang pas dan sesuai saat membeli .
6	Responden 6 (Pelajar)	Pendapatan mempengaruhi saat membeli telepon seluler Blackberry karena tipe yang dibeli disesuaikan dengan uang yang ada.
Kesimpulan jawaban responden		Keseluruhan responden menyatakan pendapatan sangat mempengaruhi saat membeli telepon seluler Blackberry. Semakin tinggi pendapatan maka semakin memungkinkan membeli telepon seluler Blackberry dengan kualitas terbaik.

Sumber : Hasil Penelitian 2014

4. Menurut Bapak/Ibu/Sdr/Sdri apakah jumlah anggota keluarga mempengaruhi keputusan pembelian telepon seluler Blackberry dimana keluarga dengan jumlah anggota yang banyak tidak sama pengeluarannya dengan jumlah anggota sedikit ? Tolong jelaskan

Tabel 4.8 Jawaban responden terhadap pertanyaan variabel jumlah anggota keluarga

No	Keterangan	Pertanyaan 4
1	Responden 1 (Polisi)	Jumlah anggota keluarga cukup mempengaruhi keputusan saat pembelian telepon seluler Blackberry. Banyaknya anggota keluarga menyebabkan memilih-milih terhadap telepon seluler apa yang akan dibeli. Semakin banyak anggota keluarga maka semakin banyak pula permintaannya terhadap suatu barang.
2	Responden 2 (PNS)	Jumlah anggota keluarga cukup mempengaruhi keputusan membeli telepon seluler Blackberry. Semakin banyak anggota keluarga semakin sulit untuk membagi uang untuk pembelian telepon seluler Blackberry.
3	Responden 3 (Wiraswasta)	Tidak mempengaruhi jumlah anggota terhadap keputusan pembelian telepon seluler Blackberry. Banyak atau tidak jumlah anggota keluarga menjadi masalah selama uang yang ada cukup untuk kebutuhan lainnya termasuk pembelian telepon seluler Blackberry.
4	Responden 4 (Pedagang)	Jumlah anggota keluarga mempengaruhi keputusan pembelian terhadap suatu barang termasuk saat membeli telepon seluler Blackberry. Semakin banyak anggota keluarga yang ada maka semakin banyak pula biaya yang dikeluarkan.
5	Responden 5 (Mahasiswa)	Jumlah anggota keluarga cukup mempengaruhi pembelian telepon seluler Blackberry. Semakin banyak anggota keluarga, maka permintaannya semakin banyak pula. Tak terkecuali permintaan terhadap barang yang sama termasuk telepon seluler Blackberry.
6	Responden 6 (Pelajar)	Jumlah anggota keluarga tidak mempengaruhi keputusan pembelian telepon seluler Blackberry. Setiap masing-masing keluarga memiliki keinginannya yang berbeda-beda, jumlah anggota keluarga tidak mempengaruhi atas telepon seluler apa yang diinginkan.
Kesimpulan jawaban responden		Rata-rata responden berasumsi bahwa semakin banyak jumlah anggota keluarga yang ada maka semakin banyak pula permintaan terhadap suatu barang. Sehingga semakin banyak biaya yang akan dikeluarkan. Walaupun ada juga yang berpendapat berapapun jumlah anggota keluarga tidak mempengaruhi atas pembelian telepon seluler Blackberry sebab banyaknya jumlah anggota keluarga bukan menjadi pertimbangan atas telepon seluler apa yang diinginkan tetapi rata-rata keseluruhan jawaban responden berpendapat jumlah anggota keluarga cukup mempengaruhi.

Sumber : Hasil Penelitian 2014

5. Menurut Bapak/Ibu/Sdr/Sdri apakah kesan tinggi dan kualitas yang ditawarkan telepon seluler Blackberry seperti desain, fitur, reputasi merupakan gambaran selera yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian? Tolong jelaskan.

Tabel 4.9 Jawaban responden terhadap pertanyaan variabel selera

No	Keterangan	Pertanyaan 5
1	Responden 1 (Polisi)	Selera terhadap telepon seluler Blackberry merupakan hal utama yang sangat mempengaruhi saat melakukan pembelian. Kesan tinggi dan kualitas yang ditawarkan telepon seluler Blackberry sesuai dengan keinginan yang diharapkan. Sudah tentu telepon seluler Blackberry merupakan gambaran selera yang mempengaruhi keputusan membeli handphone tersebut.
2	Responden 2 (PNS)	Selera terhadap telepon seluler Blackberry itulah yang menjadi pertimbangan utama ketika membelinya. Fitur-fitur yang ditawarkan Blackberry sangat menarik didukung dengan desainnya yang elegan.
3	Responden 3 (Wiraswasta)	Telepon seluler Blackberry menawarkan desain, dan fitur-fitur yang menarik serta kualitas yang baik. Didukung juga dengan reputasi telepon seluler Blackberry yang berkelas. Selera terhadap penawaran ini lah yang menjadikan kenapa membeli telepon seluler Blackberry.
4	Responden 4 (Pedagang)	Apa yang ditawarkan telepon seluler Blackberry merupakan hal yang sangat mempengaruhi keputusan pembelian. Telepon seluler Blackberry merupakan gambaran selera yang tepat bagi penggunaannya.
5	Responden 5 (Mahasiswa)	Hal-hal yang ditawarkan telepon seluler Blackberry itulah yang menjadi alasan mendasar mengapa membeli telepon seluler Blackberry. Blackberry menawarkan kualitas telepon seluler baik dan berkelas.
6	Responden 6 (Pelajar)	Semua yang ditawarkan telepon seluler Blackberry sesuai dengan selera.
Kesimpulan jawaban responden		Keseluruhan responden berpendapat bahwa kesan tinggi terhadap telepon seluler Blackberry serta kualitas yang ditawarkan Blackberry adalah gambaran selera mereka. telepon seluler Blackberry didesain dengan sangat elegan dan fitur-fitur di dalamnya pun menarik. Selera terhadap telepon seluler Blackberry itulah yang menjadi dasar mengapa ingin membeli telepon seluler tersebut.

Sumber : Hasil Penelitian 2014

6. Menurut Bapak/Ibu/Sdr/Sdri apakah ekspektasi masa yang akan datang mengenai kecanggihan yang akan ditawarkan telepon seluler Blackberry merupakan pertimbangan dalam keputusan pembelian? Tolong jelaskan.

Tabel 4.10 Jawaban responden terhadap pertanyaan variabel ekspektasi

No	Keterangan	Pertanyaan 6
1	Responden 1 (Polisi)	Ekspektasi akan datang tentang telepon seluler Blackberry cukup menjadi pertimbangan. Telepon seluler Blackberry dari awal kemunculannya hingga saat ini masih menjadi fenomenal dikalangan pengguna smartphone. Harga jual telepon seluler Blackberry pun masih cukup tinggi. Pada masa datang pun telepon seluler Blackberry nampaknya masih mampu bersaing dengan kemunculan smartphone lainnya.
2	Responden 2 (PNS)	Pada masa akan datang sepertinya telepon seluler Blackberry masih mampu menempati posisi terbaik dikalangan penggunanya. Bahkan telepon seluler Blackberry mampu bersaing dengan produk-produk smartphone lainnya.
3	Responden 3 (Wiraswasta)	Telepon seluler Blackberry masih tetap meyakinkan dengan kualitas dan dengan kecanggihan-kecanggihannya akan tetap mampu memikat konsumennya. Jadi tidak masalah dengan keputusan saat ini untuk membeli telepon seluler Blackberry.
4	Responden 4 (Pedagang)	Tidak ada pengaruhnya tentang apa yang ditawarkan telepon seluler Blackberry pada masa yang akan datang, karena lebih tertarik membeli telepon seluler Blackberry sekarang dengan fitur-fitur yang ditawarkan
5	Responden 5 (Mahasiswa)	Cukup mempengaruhi ekspektasi akan datang dengan kecanggihan yang ditawarkan telepon seluler Blackberry, akan tetapi ketertarikan membeli telepon seluler Blackberry untuk saat ini tidak menjadi masalah terhadap apa yang ditawarkan pada masa akan datang.
6	Responden 6 (Pelajar)	Tidak menjadi pertimbangan karena tertariknya saat ini dan tidak peduli ekspektasi akan datang yang ditawarkan.
Kesimpulan jawaban responden		Responden berpendapat bahwa ekspektasi masa yang akan datang memberi pengaruh saat membeli telepon seluler Blackberry. Pada masa yang akan datang pun menurut responden telepon seluler Blackberry masih dapat bersaing dengan telepon seluler e lain yang sejenis.

Sumber : Hasil Penelitian 2014

Dari hasil wawancara dapat disimpulkan bahwa responden berpendapat bahwa variabel harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan jumlah anggota keluarga, selera dan ekspektasi masa datang mempengaruhi mereka saat membeli telepon seluler Blackberry.

4.2 Pembahasan

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif dengan pengambilan sampel menggunakan metode accidental sampling. Penelitian ini dilakukan pada pengguna telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu untuk menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Dari hasil penelitian yang dilakukan dengan penyebaran kuisisioner maka dapat diketahui faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Berdasarkan pada hasil dari penyebaran kuisisioner dan hasil wawancara dengan pengguna handphone Blackberry di Kota Bengkulu yang menjadi responden penelitian ini.

Berdasarkan hasil penelitian pada tabel 4.4, maka dapat diketahui beberapa faktor yang mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu yaitu ;

1. Variabel Harga Barang Itu Sendiri

Harga telepon seluler Blackberry mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Besarnya kecenderungan pengaruh harga Blackberry terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu adalah dengan rata-rata 3,80, ini menunjukkan bahwa konsumen setuju jika harga barang itu sendiri mempengaruhi konsumen dalam membeli Blackberry. Hal ini menunjukkan bahwa harga Blackberry mempengaruhi keputusan responden dalam melakukan pembelian telepon seluler tersebut.

2. Variabel Harga Barang Lain

Harga barang lain mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Besarnya kecenderungan pengaruh harga barang lain terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu adalah dengan rata-rata 3,70, itu artinya setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan adanya

pengaruh harga barang lain terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu.

3. Variabel Pendapatan

Pendapatan mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Besarnya kecenderungan pengaruh pendapatan terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu adalah dengan rata-rata 4,21, itu artinya responden sangat setuju jika pendapatan cenderung berpengaruh dalam pembelian telepon seluler Blackberry. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh pendapatan terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Pendapatan merupakan pertimbangan penting saat membeli telepon seluler Blackberry. Semakin tinggi pendapatan maka semakin memungkinkan konsumen membeli telepon seluler Blackberry dengan kualitas terbaik.

4. Variabel Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga cukup mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Besarnya kecenderungan pengaruh jumlah anggota keluarga terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu adalah dengan rata-rata 2,81, artinya cukup setuju jika jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan Blackberry di Kota Bengkulu. Hal ini menunjukkan kecenderungan adanya pengaruh jumlah anggota keluarga terhadap persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu.

5. Variabel Selera

Selera mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Besarnya kecenderungan pengaruh selera terhadap permintaan handphone Blackberry di Kota Bengkulu adalah dengan rata-rata 4,46, artinya sangat setuju jika selera mempengaruhi permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu.

Ini menunjukkan bahwa selera sangat berpengaruh terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu.

6. Variabel Ekspektasi

Ekspektasi mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Besarnya kecenderungan pengaruh variabel ekspektasi terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu adalah dengan rata-rata 3,69, artinya responden setuju jika variabel ekspektasi mempengaruhi permintaan telepon seluler Blackberry. Ini menunjukkan bahwa ekspektasi berpengaruh terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu.

Hasil penyebaran kuisisioner juga diperkuat oleh wawancara, dimana hasil wawancara rata-rata keseluruhan responden berpendapat :

1. Variabel Harga Barang Itu Sendiri

Harga telepon seluler Blackberry itu sendiri sangat mempengaruhi saat melakukan pembelian telepon seluler Blackberry. Harga menjadi pertimbangan yang mendasar terhadap telepon seluler apa yang akan dan sanggup di beli. Semakin tinggi harga telepon seluler Blackberry kemungkinan akan semakin bagus pula kualitasnya.

2. Variabel Harga Barang Lain

Membandingkan harga telepon seluler Blackberry dengan harga telepon seluler lain diperlukan saat melakukan pembelian telepon seluler Blackberry tersebut karena konsumen mengharapkan mendapatkan barang dengan manfaat yang maksimum dengan harga terjangkau.

3. Pendapatan sangat mempengaruhi saat membeli telepon seluler Blackberry. Semakin tinggi pendapatan yang diterima konsumen, maka semakin memungkinkan memilih telepon seluler terbaik sesuai yang di harapkan.

4. Variabel Jumlah Anggota Keluarga

Responden berpendapat bahwa jumlah anggota keluarga cukup mempengaruhi permintaan telepon seluler Blackberry. Semakin banyak anggota keluarga kemungkinan akan semakin banyak permintaan terhadap suatu barang sehingga semakin banyak juga dikeluarkan.

5. Variabel Selera

Keseluruhan responden berpendapat bahwa selera terhadap telepon seluler Blackberry itu adalah hal utama kenapa membeli telepon seluler Blackberry. Desain, fitur-fitur dan aplikasi-aplikasi yang ditawarkan telepon seluler Blackberry menggambarkan selera mereka.

6. Ekspektasi

Rata-rata keseluruhan responden yang berpendapat ekspektasi telepon seluler Blackberry mempengaruhi mereka saat melakukan pembelian. Dimana pada masa datang pun telepon seluler Blackberry akan tetap mampu bersaing dengan handphone lainnya.

Dari hasil pembahasan yang telah dilakukan keenam variabel maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Variabel Harga Barang itu sendiri

Harga Blackberry mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Besarnya kecenderungan pengaruh harga Blackberry terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu adalah dengan rata-rata 3,80, dimana berada pada posisi standar kriteria penilaian antara 3,41 – 4,20 ini menunjukkan bahwa konsumen setuju jika harga barang itu sendiri mempengaruhi konsumen dalam membeli Blackberry. Hal ini menunjukkan bahwa harga Blackberry mempengaruhi keputusan responden dalam melakukan pembelian telepon seluler tersebut. Hal ini didukung dengan hasil wawancara yang dilakukan. Rata-rata dari keseluruhan responden berpendapat bahwa harga Blackberry merupakan

salah satu faktor yang dipertimbangkan konsumen saat membeli telepon seluler Blackberry.

2. Variabel Harga Barang Lain

Harga barang lain mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Besarnya kecenderungan pengaruh harga barang lain terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu adalah dengan rata-rata 3,70, dimana berada pada posisi kriteria penilaian antara 3,41 – 4,20 itu artinya responden setuju dengan pernyataan tersebut. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh harga barang lain terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Hal ini didukung dengan hasil wawancara rata-rata keseluruhan responden berpendapat bahwa membandingkan harga Blackberry dengan harga telepon seluler lain perlu dilakukan.

3. Variabel Pendapatan

Pendapatan mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Besarnya kecenderungan pengaruh pendapatan terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu adalah dengan rata-rata 4,21, dimana berada pada posisi standar penilaian antara 4,21 – 5,0 itu artinya responden sangat setuju jika pendapatan cenderung berpengaruh dalam pembelian telepon seluler Blackberry. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh pendapatan terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Hal ini didukung dengan hasil wawancara dimana rata-rata keseluruhan responden berpendapat bahwa pendapatan sangat mempengaruhi saat membeli handphone Blackberry.

4. Variabel Jumlah Anggota Keluarga

Jumlah anggota keluarga cukup mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Besarnya kecenderungan pengaruh jumlah anggota keluarga terhadap

permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu adalah dengan rata-rata 2,81, dimana berada pada posisi kriteria penilaian antara 2,61-340 artinya cukup setuju jika jumlah anggota keluarga berpengaruh terhadap permintaan Blackberry di Kota Bengkulu. Hal ini menunjukkan kecenderungan adanya pengaruh jumlah anggota keluarga terhadap persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Hal ini didukung dengan hasil wawancara rata-rata keseluruhan responden berpendapat bahwa jumlah anggota keluarga cukup mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu.

5. Variabel Selera

Selera mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Besarnya kecenderungan pengaruh selera terhadap permintaan handphone Blackberry di Kota Bengkulu adalah dengan rata-rata 4,46, dimana berada pada posisi kriteria penulisan antara 4,21 – 5,0 artinya sangat setuju jika selera mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Ini menunjukkan bahwa selera sangat berpengaruh terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Hal ini didukung dengan hasil wawancara rata-rata keseluruhan responden berpendapat bahwa selera terhadap handphone Blackberry adalah hal utama yang mempengaruhi responden melakukan pembelian telepon seluler Blackberry.

6. Variabel Ekspektasi

Ekspektasi mempengaruhi persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Besarnya kecenderungan pengaruh variabel ekspektasi terhadap permintaan telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu adalah dengan rata-rata 3,69, dimana berada pada posisi kriteria penilaian antara 3,41 – 4,20 artinya responden setuju

jika variabel ekspektasi mempengaruhi permintaan telepon seluler Blackberry. Ini menunjukkan bahwa ekspektasi berpengaruh terhadap persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu. Hal ini didukung dengan hasil wawancara rata-rata keseluruhan responden berpendapat ekspektasi berpengaruh terhadap permintaan telepon seluler Blackberry

BAB V PENUTUP

5.1 Kesimpulan

1. Persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu cenderung dipengaruhi oleh harga barang itu sendiri, harga barang lain, pendapatan, jumlah anggota keluarga, selera, dan ekspektasi.
2. Selera dan pendapatan konsumen merupakan variabel yang paling besar pengaruhnya terhadap persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu.
3. Jumlah anggota keluarga merupakan variabel yang paling kecil pengaruhnya terhadap persepsi masyarakat atas permintaan terhadap telepon seluler Blackberry di Kota Bengkulu.

5.2 Saran

1. Pihak produsen telepon seluler Blackberry diharapkan mampu membuat inovasi-inovasi baru akan produk-produk terbaru dari Blackberry.
2. Harga telepon seluler Blackberry yang tinggi diharapkan agar lebih diturunkan sehingga dapat terjangkau masyarakat banyak.

DAFTAR PUSTAKA

- Ari, Sudarman. 1980. *Teori Ekonomi Mikro*. Yogyakarta : BPFE.
- Boediono. 1993. *Ekonomi Makro*. Jakarta : BPFE.UI.
- Desmayer, Hendrik. 2007. *Analisis Permintaan Telepon Selular di Kota Bengkulu*. Fakultas Ekonomi UNIB.
- Engel, J.F, Roger D. Blackwell, Paul W. Miniard. 2001. *Perilaku Konsumen (terjemahan)*. Jakarta : Binarupa Aksara .
- Hart, J. dan Stapleton. 1992. *Marketing Dictionary*. Butterworth-Heinemann, Ltd, Oxford.
- [Http://archive.Blackberry.kaskus.us/thread/3259081](http://archive.Blackberry.kaskus.us/thread/3259081)
- [Http://www.ilmu-ekonomi.com/2012/04/pengertian-pendapatan.html](http://www.ilmu-ekonomi.com/2012/04/pengertian-pendapatan.html).
- Kadariah. 1981. *Teori Ekonomi Mikro*. Jakarta : LPFE.UI.
- Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 2006. Edisi Ketiga. Jakarta : Balai Pustaka.
- Kotler, Philip. 2001. *Manajemen Pemasaran, Analisis Perencanaan dan Pengendalian*. Jakarta : Erlangga.
- Kusniawati, Rina. 2010. *Penarikan Sampel*.
[Http://rinakusniawati.blogspot.com/2010/04/penarikan-sampel.html](http://rinakusniawati.blogspot.com/2010/04/penarikan-sampel.html)
- Kusumo, Sisdjiatmo. 1993. *Kajian Dasar Dalam Ekonomi Mikro*. Jakarta: Bina Akasara.
- Lipsey dan Steyner. 1985. *Pengantar Makro Ekonomi*. Terjemahan oleh Joko Wasana. Jakarta : Erlangga.
- Mir'atuz Zakiyah, Kiky. 2010. *Analisis permintaan telepon selular berbasis "Smartphone" (studi kasus di Gerai handphone pasar Singosaren Solo)*. Skripsi pada Fakultas Ekonomi ,UNS. (skripsi diterbitkan)
- Mowen. 2005. *Perilaku Konsumen, (Edisi 5)*. Jakarta : Erlangga.
- Moleong. 2006. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Nitisemito, Alex. 2003. *Marketing*. Jakarta : Gahalia Indonesia.
- Novriadi, R. 2004. *Analisis Perilaku Konsumen dalam Proses Pengambilan Keputusan Pembelin Telepon Selular (Kasus*

Mahasiswa Institut Pertanian Bogor). Skripsi pada Departemen Manajemen, Fakultas Ekonomi dan Manajemen, Institut Pertanian Bogor. (skripsi diterbitkan)

- Partadiredja. 1985. *Pengantar Ekonomika*. Yogyakarta : BPFE.
- Samuelson A. Paul. 1997. *Mikro Ekonomi*. Terjemahan oleh Haris Munandar, dkk. 1997. Jakarta : Erlangga.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofyan. 1999. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : LP3ES.
- Solomon, M.R. 1992. *Customer Behavior : Buying, Having, and Being*. Allyn and Bacon, Boston.
- Sukirno, Sadono. 2006. *Pengantar Ekonomi Mikro*. Yogyakarta : BPFE .
- Sumardi, Mulyono. 1982. *Kemiskinan dan Kebutuhan Pokok*. Jakarta: Rajawali.
- Sumarwan, U. 2003. *Perilaku Konsumen : Teori dan Penerapannya dalam Pemasaran*. Jakarta : Ghalia Indonesia.
- Supriyanto. 2009. *Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Jakarta : Ghalia Indonesia Printing.
- Swastha, Basu dan Ibnu Sukotjo. 1988. *Pengantar Bisnis Modern oleh, edisi ketiga*. Yogyakarta : Liberty .
- Telkomsel. 2005. *Strategi Pemasaran Produk Telkom*. Jakarta : PT Telkom.
- Tjiptono, F. 2001. *Strategi Pemasaran*. Edisi Kedua. Yogyakarta : Andi.
- Undang-undang, No.8 . 1999. *Tentang perlindungan Konsumen : Pasal 1 Butir 2*.
- Walgito. 1993. *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*. Yogyakarta : Fakultas Psikologi UGM.
- Walter, Nicholson. 1989. *Teori Ekonomi Mikro 1*. Jakarta : CV Rajawali.
- Wicaksono. 1999. *Elektro Indonesia*. Jakarta : PT Telkom.
- Winardi. 2002. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1

**ANALISIS PERMINTAAN MASYARAKAT
TERHADAP HANDPHONE BLACKBERRY DI KOTA
BENGKULU**

KUISIONER PENELITIAN

(UNTUK MASYARAKAT)

Dengan Hormat

Berkaitan dengan penyelesaian skripsi untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi dengan judul skripsi “**Analisis Persepsi Masyarakat atas Permintaan Terhadap Telepon Seluler Blackberry di Kota Bengkulu**” saya Selvika Novitasari, mahasiswa Program S1 Reguler Ekonomi Pembangunan Universitas Bengkulu yang mengadakan penelitian terhadap handphone Blackberry di Kota Bengkulu. Dengan ini mengajukan daftar pertanyaan (kuisisioner) yang berhubungan dengan judul skripsi diatas. Oleh karena itu saya mohon kesediaan waktu Bapak/Ibu/Sdr/Sdri sekiranya dapat meluangkan waktunya untuk menjawab pertanyaan di bawah ini. Untuk perhatian dan kesediannya saya ucapkan terima kasih.

Identitas Peneliti

Nama : Selvika Novitasari
NPM : C1A010008
Program : S1 Reguler Ekonomi Pembangunan
Universitas : Universitas Bengkulu

Saya mohon kesediaan Bapak/Ibu/Sdr/Sdri mencantumkan identitas dengan mengisi daftar isian di bawah ini :

Nama :
Umur :
Jenis Kelamin :

Pekerjaan :

Petunjuk Menjawab : Berilah tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang tersedia.

Keterangan :

STS = Sangat Tidak Setuju

TS = Tidak Setuju

CS = Cukup Setuju

S = Setuju

SS = Sangat Setuju

Daftar Pernyataan

No	Pernyataan	Skor Jawaban				
		SS	S	CS	TS	STS
1	Harga telepon seluler Blackberry menjadi pertimbangan penting saat melakukan pembelian telepon seluler tersebut					
2	Harga telepon seluler lain merupakan pertimbangan yang mempengaruhi saat membeli telepon seluler Blackberry					
3	Pendapatan yang diterima perbulan akan mempengaruhi dalam proses keputusan pembelian telepon seluler Blackberry					
4	Jumlah anggota keluarga merupakan pertimbangan yang berpengaruh dalam pembelian telepon seluler Blackberry					
5	Kesan yang tinggi terhadap merek dan kualitas seperti desain, fitur dan reputasi Blackberry merupakan gambaran selera yang mempengaruhi keputusan pembelian telepon seluler Blackberry					
6	Ekspektasi masa datang akan kecanggihan baru yang ditawarkan telepon seluler Blackberry mempengaruhi keputusan pembelian					

Pertanyaan Wawancara

1. Menurut Bapak/Ibu/Sdr/Sdri apakah harga telepon seluler Blackberry merupakan faktor penentu yang mempengaruhi dalam keputusan pembelian? Tolong jelaskan.

2. Menurut Bapak/Ibu/Sdr/Sdri apakah membandingkan harga telepon seluler Blackberry dengan merek lain merupakan pertimbangan dalam memutuskan pembelian? Tolong jelaskan.

3. Menurut Bapak/Ibu/Sdr/Sdri apakah tingkat pendapatan yang diterima perbulan akan mempengaruhi keputusan pembelian terhadap telepon seluler Blackberry? Tolong jelaskan.

4. Menurut Bapak/Ibu/Sdr/Sdri apakah jumlah anggota keluarga mempengaruhi keputusan pembelian telepon seluler Blackberry dimana keluarga dengan jumlah anggota yang banyak tidak sama pengeluarannya dengan jumlah anggota sedikit ? Tolong jelaskan.

5. Menurut Bapak/Ibu/Sdr/Sdri apakah kesan tinggi dan kualitas yang ditawarkan telepon seluler Blackberry seperti desain, fitur, reputasi merupakan gambaran selera yang mempengaruhi terhadap keputusan pembelian? Tolong jelaskan.

6. Menurut Bapak/Ibu/Sdr/Sdri apakah Ekspektasi yang akan datang mengenai kecanggihan yang akan ditawarkan telepon seluler Blackberry merupakan pertimbangan dalam keputusan pembelian? Tolong jelaskan.

LAMPIRAN 2

Tabel Hasil Penyebaran Kuisioner (Tanggapan Masyarakat terhadap Variabel-variabel yang Mempengaruhi Permintaan Handphone Blackberry di Kota Bengkulu

No	Nama	Umur	Jenis kelamin	Pekerjaan	Harga brg itu sendiri	Harga brg lain	Pendapatan	Jlh Angg.Kel	Selera	Ramalan masa depan
1	Lena Selfiya W.P	22	Perempuan	Mahasiswi	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat setuju	Sangat Setuju
2	Yudi Pramuda	24	Laki-laki	PNS	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
3	Karisa	25	Perempuan	PNS	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju
4	Shely Nova	20	Perempuan	Mahasiswi	Sangat setuju	Sangat Setuju	Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat setuju	Setuju
5	Muhammad Nuradi	31	Laki-laki	ABRI	Sangat setuju	Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Sangat Setuju
6	Netti Herlinda	33	Perempuan	PNS	Sangat setuju	Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju
7	Eko Saputra	27	Laki-laki	ABRI	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju
8	Feryzon	19	Laki-laki	Mahasiswa	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Sangat Setuju
9	Gita Agusti Yani	35	Perempuan	PNS	Sangat setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Setuju
10	Ria Tris Yulianti	19	Perempuan	Mahasiswi	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat setuju	Sangat setuju	Setuju
11	Faiz Ilham	26	Laki-laki	Polisi	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat setuju	Sangat Setuju
12	Fadel Alfin Ramanda	17	Laki-laki	Pelajar	Sangat setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat Setuju
13	Buyung saifei	35	Laki-laki	Pedagang	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Setuju
14	Saiful	29	Laki-laki	Pedagang	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Sangat Setuju
15	Susi Roria Sari	21	Perempuan	Mahasiswi	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat setuju	Cukup Setuju
16	Ade Putri Lestari	25	Perempuan	Polwan	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat setuju	Cukup Setuju
17	Dadang Hermanto	25	Laki-laki	Wiraswasta	Sangat setuju	Tidak Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
18	Dedi Paryose	18	Laki-laki	Mahasiswa	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat setuju	Tidak Setuju
19	Ahmad Sodikin	23	Laki-laki	Mahasiswa	Setuju	Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Sangat Setuju
20	Nona Emilda	37	Perempuan	Polwan	Sangat setuju	Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju
21	Yuriska Verina	17	Perempuan	Pelajar	Sangat setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat setuju	Cukup Setuju

22	Sobar Imam Santoso	41	Laki-laki	Wiraswasta	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Cukup Setuju
23	Desi Suheri	39	Perempuan	PNS	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Cukup Setuju
24	Reki Rianto	26	Laki-laki	Polisi	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Tidak Setuju	Setuju	Setuju
25	Novita Putri	25	Perempuan	PNS	Sangat setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat setuju	Setuju
26	Huradi Surya	43	Laki-laki	Wiraswasta	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat setuju	Sangat setuju	Setuju
27	Deky Firdaus	22	Laki-laki	Mahasiswa	Sangat setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju
28	Andre Nugraha	22	Laki-laki	Mahasiswa	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
29	Gerry Dwintara	24	Laki-laki	Polisi	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Setuju
30	Yustisiana Saraswati	21	Perempuan	Mahasiswi	Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat setuju	Setuju
31	Herliyansyah	26	Perempuan	PNS	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Sangat setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju
32	Sidianto	35	Laki-laki	Wiraswasta	Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Sangat setuju	Setuju
33	Tika Puspita Sari	17	Perempuan	Pelajar	Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
34	Afriyandika	28	Laki-laki	PNS	Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Setuju
35	Citra Niaga Putri	27	Perempuan	Polwan	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Cukup Setuju
36	Okta Rio	26	Laki-laki	Wiraswasta	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Cukup Setuju
37	Sidik Anwar	20	Laki-laki	Mahasiswa	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Tidak Setuju
38	Sobirin	27	Laki-laki	Pedagang	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Cukup Setuju
39	Anwar Ridho	28	Laki-laki	Wiraswasta	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju
40	Siti Rosmaini	38	Perempuan	PNS	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Sangat Tidak Setuju	Sangat setuju	Setuju
41	Muhammad Rofiq	16	Laki-laki	Pelajar	Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
42	Hartanto	40	Laki-laki	PNS	Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Sangat setuju	Setuju
43	Yuliani	30	Perempuan	Pedagang	Setuju	Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Setuju	Setuju
44	Ilham Nurhadi	26	Laki-laki	Wiraswasta	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Sangat setuju	Tidak Setuju
45	Nurbaya Umri	30	Perempuan	Pedagang	Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
46	Deko Putra Ruli	16	Laki-laki	Pelajar	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Tidak Setuju
47	Putri Rama D	19	Perempuan	Mahasiswi	Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju
48	Nur Azizah	30	Perempuan	Pedagang	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Setuju

49	Kusuma Rahmat	29	Laki-laki	Wiraswasta	Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
50	Agusdin	46	Laki-laki	PNS	Setuju	Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
51	Slamet Henratno	20	Laki-laki	Mahasiswa	Tidak Setuju	Setuju	Setuju	Setuju	Sangat setuju	Sangat Setuju
52	Nurman Adji	24	Laki-laki	Wiraswasta	Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Setuju	Sangat setuju	Cukup Setuju
53	Helen Subarno	24	Perempuan	Wiraswasta	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju
54	Arif Kurniawan	25	Laki-laki	PNS	Setuju	Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Cukup Setuju
55	Anggi Ferdian	25	Laki-laki	PNS	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Sangat Setuju
56	Nurdiah	45	Perempuan	PNS	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Setuju
57	Parnato Diman	28	Laki-laki	Pedagang	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Setuju
58	Komariah	43	Perempuan	PNS	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju
59	Tri Nugraha Hardy	19	Laki-laki	Mahasiswa	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Tidak Setuju	Sangat setuju	Setuju
60	Okta Budiman	24	Laki-laki	Pedagang	Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat setuju	Tidak Setuju
61	Anisa Juliana	23	Perempuan	Pedagang	Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
62	Retno Wahyu N	20	Perempuan	Mahasiswi	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
63	Sutrisno	47	Laki-laki	PNS	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
64	Budiman Subroto	23	Laki-laki	Mahasiswa	Sangat setuju	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Setuju
65	Samsul Rizal	33	Laki-laki	Wiraswasta	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat setuju	Cukup Setuju
66	Tio Juni Akbari	26	Laki-laki	Pedagang	Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Cukup Setuju	Tidak Setuju
67	Novita Kurnia	26	Perempuan	Wiraswasta	Sangat setuju	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
68	Gemelly Rama Mona	21	Perempuan	Mahasiswi	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
69	Teguh Sartono	45	Laki-laki	PNS	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Tidak Setuju
70	Kurniawan	30	Laki-laki	Wiraswasta	Cukup Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
71	Uci Bertanika V	20	Perempuan	Mahasiswi	Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
72	Suhartono	29	Laki-laki	Pedagang	Setuju	Sangat Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Setuju	Setuju
73	Windi Yurahman	23	Laki-laki	Mahasiswa	Sangat setuju	Sangat Setuju	Setuju	Cukup Setuju	Setuju	Cukup Setuju
74	Rika Purnama Novi	27	Perempuan	Wiraswasta	Setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Cukup Setuju	Sangat setuju	Setuju
75	Ahmad Rangga A	22	Laki-laki	Mahasiswa	Sangat setuju	Cukup Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat setuju	Setuju

