

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MENGUNAKAN KOMPOR LISTRIK DI KECAMATAN KARTASURA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi**



**Oleh :**

**Dwi Nur Aisyah  
NIM. 16.52.11.051**

**PRODI MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI SURAKARTA  
2020**

FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MENGUNAKAN KOMPOR LISTRIK DI KECAMATAN KARTASURA

SKRIPSI

Diajukan Kepada  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Surakarta  
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Guna  
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi

Oleh :

DWI NUR AISYAH  
NIM. 16.52.11.051

Surakarta, 26 November 2020

Disetujui dan disahkan oleh :  
Dosen Pembimbing Skripsi



Septin Puji Astuti, S.Si., M.T., Ph.D  
NIP. 19781118 200501 2 003

## SURAT PERNYATAAN TELAH BUKAN PLAGIASI

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : DWI NUR AISYAH  
NIM : 165211051  
PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH  
FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Menyatakan bahwa penelitian skripsi berjudul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN KOMPOR LISTRIK DI KECAMATAN KARTASURA”**

Benar-benar bukan merupakan plagiasi dan belum pernah diteliti sebelumnya. Apabila dikenundian hari diketahui bahwa skripsi ini merupakan plagiasi, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat dengan sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 26 November 2020



Dwi Nur Aisyah

Septi Puji Astuti, S.Si., M., Ph.D  
Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Surakarta

NOTA DINAS

Hal : Skripsi  
Sdr : Dwi Nur Aisyah

Kepada yang terhormat  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Institut Agama Islam Negeri Surakarta  
Di Surakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Dengan hormat, bersama ini kami sampaikan bahwa setelah menelaah dan mengadakan perbaikan seperlunya, kami memutuskan bahwa skripsi saudara Dwi Nur Aisyah NIM : 16.52.11.051 yang berjudul :

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MENGUNAKAN KOMPOR LISTRIK DI KECAMATAN KARTASURA**

Sudah dapat dimunaqosahkan sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (SE) dalam bidang ilmu Manajemen Bisnis Syariah.  
Oleh karena itu kami mohon agar skripsi tersebut segera dimunaqosahkan dalam waktu dekat.

Demikian, atas dikabulkannya permohonan ini disampaikan terimakasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Surakarta, 26 November 2020  
Dosen Pembimbing Skripsi



Septin Puji Astuti, S.Si., M.T., Ph.D  
NIP. 197811182005012003

**PENGESAHAN**

**FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT  
MENGUNAKAN KOMPOR LISTRIK DI KECAMATAN KARTASURA**

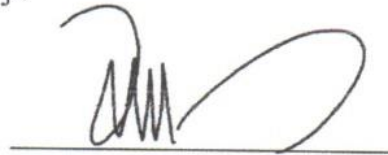
Oleh:

**DWI NUR AISYAH**  
**NIM. 16.52.11.051**

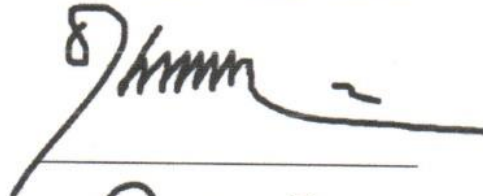
Telah dinyatakan lulus dalam ujian munaqosah  
Pada hari Senin, 21 Desember 2020 / 6 Rabi'ul-Akhir 1442 H dan dinyatakan  
Telah memenuhi persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi

Dewan Penguji:

Penguji I (Merangkap Ketua Sidang)  
Dr. Awan Kostrad Diharto, S.E., M.Ag.  
NIP. 19651225200003 1 001



Penguji II  
Drs. Azis Slamet Wiyono, M.M.  
NIP. 19590812198603 1 002



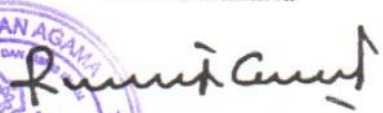
Penguji III  
Asep Maulana Rohimat, MSI.  
NIP. 19870307201903 1 008



Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
IAIN Surakarta



  
Dr. M. Rahmawan Arifin, SE, M.Si.  
NIP. 19720304200112 1 004

## MOTTO

\*\*\*

“Maka sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan. Maka apabila engkau telah selesai (dari sesuatu urusan), tetaplah bekerja keras (untuk urusan yang lain), dan hanya kepada Tuhanmulah engkau berharap”

(QS. Al-Insyirah : 6-8)

“Kesuksesan bukanlah suatu akhir, kegagalan tidak berakibat fatal, tetapi kebenaranlah yang akan terus berlanjut”

(Winston Churchill)

“Jangan sengaja pergi agar dicari, jangan lari agar dikejar, Karena berjuang tak sepercanda itu”

(Sarjiwo Tejo)

“Kesenangan dalam sebuah pekerjaan membuat kesempurnaan pada hasil yang dicapai”

(Aristoteles)

“Apabila sesuatu yang kau senangi tidak terjadi, Maka senangilah apa yang akan terjadi”

(Ali bin Abi Thalib)

\*\*\*

## PEMBAHASAN

Kupersembahkan dengan segenap cinta dan doa

Karya yang sederhana ini untuk :

Bapak Sugeng Wiyono dan Ibu Supatmi,

Kakakku Fajar Umi Safawi S. Ak,

Adikku Putri Nur Fadila,

Partner Tersabar,

Temen-Temen Kost Gimbus,

Keluarga UKM Seni Tari Tradisi IAIN Surakarta

Temen-Temen Seperjuangan Manajemen Bisnis Syariah B,

Keluarga Besar Manajemen Bisnis Syariah 2016,

Almamater IAIN Surakarta,

Yang tanpa lelah memberikan dukungan moril dan materil

Saya ucapkan

Terimakasih ...

## KATA PENGANTAR

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Puji syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT atas limpahan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Kompor Listrik Di Kecamatan Kartasura”. Skripsi ini disusun untuk menyelesaikan Studi Jenjang Strata 1 (S1) Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut gama Islam Negeri Surakarta.

Penulis menyadari sepenuhnya, telah banyak mendapat dukungan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak yang telah menyumbang pikiran, waktu, tenaga, dan sebagainya. Oleh karena itu, pada kesempatan ini dengan setulus hati penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Prof. Dr. H. Mudofir, S.Ag., M.Pd., selaku Rektorat Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
2. Dr. Mohammad Rahmawan Arifin, SE, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
3. Khairul Imam, S.H.I., M.S.I, selaku Ketua Program Studi Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta.
4. Septin Puji Astuti, S.Si., M.T., Ph.D, selaku dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan banyak perhatian dan bimbingan selama penulis menyelesaikan skripsi.



5. Bapak dan Ibu Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta yang telah memberikan bekal ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
6. Staff Akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Institut Agama Islam Negeri Surakarta yang telah membantu kelancaran dalam urusan administrasi.
7. Tim Penguji Skripsi yang telah menguji dan memberikan masukan.
8. Bapak Sugeng Wiyono, Ibu Supatmi, Kakakku Fajar Umi Safawi, Adikku Putri Nur Fadila, dan semua keluarga yang selalu mendoakan, membimbing, dan memotivasi sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
9. Teman-teman Kost Gimbus telah mengenalku, memberi doa, dan memberi semangat dalam penyusunan skripsi ini.
10. Partner tersabarku, yang selalu memberikan doa, semangat, motivasi, dan kasih sayang.
11. Keluarga besar UKM Seni Tari Tradisi IAIN Surakarta.
12. Teman-teman seperjuangan Manajemen Bisnis Syariah B.
13. Keluarga besar Manajemen Bisnis Syariah 2016.
14. Institut Agama Islam Negeri Surakarta.

Terhadap semuanya tiada kiranya penulis dapat membalasnya, hanya doa serta puji syukur kepada Allah SWT, semoga memberikan balasan kebaikan kepada semuanya. Aamiin.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan, oleh sebab itu, saran dan kritik yang membangun dari pembaca sangat dibutuhkan. Semoga skripsi ini berguna semua pihak yang berkepentingan.  
*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Surakarta, 26 November 2020

Penulis

## ***ABSTRACT***

This study aims to determine the effect of product image, price, convenience, and risk on the interest in using electric stoves in Kartasura District. In this research, the type of research used is quantitative. This study uses primary data and secondary data.

The sample in this study were 159 respondents who were taken from the community in Kartasura Regency. The sampling technique was using the Cluter random sampling technique. The data collection method uses an online questionnaire that is distributed via a google form. The data analysis used multiple linear regression analysis using the t statistical test as a hypothesis test.

The results showed that the variable product image and price had a significant effect on the interest in using electric stoves in Kartasura District. While the comfort and risk variables do not have a significant effect on the interest in using electric stoves in Kartasura Regency.

**Keywords:** Product Image, Price, Ease, Risk, and Interest of Use

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh citra produk, harga, kemudahan, dan resiko terhadap minat menggunakan kompor listrik di Kecamatan Kartasura. Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan yaitu kuantitatif. Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder.

Sampel dalam penelitian ini sebanyak 159 responden, yang diambil dari masyarakat di Kecamatan Kartasura. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *Cluter random sampling*. Metode pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner online yang disebar melalui google form. Analisis data menggunakan analisis regresi linear berganda dengan menggunakan pengujian t statistik sebagai uji hipotesis.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel citra produk dan harga berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik di Kecamatan Kartasura. Sedangkan untuk variabel kemudahan dan resiko tidak berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik di Kecamatan Kartasura.

**Kata Kunci** :Citra Produk, Harga, Kemudahan, Resiko, dan Minat Menggunakan

## DAFTAR ISI

HALAMAN UDUL .....	i
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN BUKAN PLAGIASI .....	iii
HALAMAN NOTA DINAS .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN MUNAQSAH.....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
ABSTRACT .....	xi
ABSTRAK .....	xii
DAFTAR ISI .....	xiii
DAFTAR TABEL .....	xvi
DAFTAR GAMBAR .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xviii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang Masalah .....	1
1.2. Identifikasi Masalah .....	7
1.3. Batasan Masalah .....	8
1.4. Rumusan Masalah .....	8
1.5. Tujuan Penelitian .....	8
1.6. Manfaat Penelitian .....	9
1.7. Jadwal Penelitian .....	10

1.8. Sistematika Penulisan Skripsi .....	10
<b>BAB II LANDASAN TEORI .....</b>	<b>12</b>
2.1. Kajian Teori .....	12
2.1.1. Minat Menggunakan .....	12
2.1.2. Citra Produk .....	14
2.1.3. Harga .....	17
2.1.4. Kemudahan .....	19
2.1.5. Resiko .....	21
2.2. Penelitian Relevan .....	23
2.3. Kerangka Berfikir .....	25
2.4. Hipotesis .....	26
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>28</b>
3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian.....	28
3.2. Jenis Penelitian.....	29
3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel .....	30
3.3.1. Populasi .....	30
3.3.2. Sampel.....	31
3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel.....	32
3.4. Jenis Data dan Sumber Data .....	33
3.5. Teknik Pengumpulan Data .....	33
3.6. Variabel Penelitian .....	35
3.7. Definisi Operasional Variabel.....	35
3.8. Teknik Analisis Data .....	37

3.8.1. Uji Instrumen Penelitian .....	37
3.8.2. Uji Asumsi Klasik .....	39
3.8.3. Uji Ketepatan Model .....	41
3.8.4. Analisis Regresi Linear Berganda .....	42
3.8.5. Uji Hipotesis (Uji Statistik T) .....	43
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>44</b>
4.1. Gambaran Umum Penelitian.....	44
4.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili .....	44
4.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	45
4.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	46
4.1.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
4.2. Pengujian dan Hasil Analisis Data .....	47
4.2.1. Hasil Uji Instrumen Penelitian .....	47
4.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik.....	47
4.2.3. Hasil Uji Ketepatan Model.....	54
4.2.4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	57
4.2.5. Hasil Uji Hipotesis (Uji Statistik T) .....	59
4.3. Pembahasan Hasil Penelitian (Pembuktian Hipotesis) .....	60
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>65</b>
5.1. Kesimpulan .....	65
5.2. Keterbatasan Penelitian .....	66
5.3. Saran-Saran .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>69</b>

## DAFTAR TABEL

1.1. Data Pengguna Bahan Bakar Gas Di Indonesia .....	3
1.2. Data Pengguna Bahan Bakar Listrik Di Indonesia .....	4
3.1. Populasi Penduduk Kecamatan Kartasura .....	30
3.2. Skala Model Likert .....	35
3.3. Definisi operasional variabel .....	36
4.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili .....	45
4.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	46
4.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia .....	46
4.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	47
4.5. Hasil Uji Validitas Citra Produk .....	48
4.6. Hasil Uji Validitas Harga .....	49
4.7. Hasil Uji Validitas Kemudahan .....	49
4.8. Hasil Uji Validitas Resiko .....	49
4.9. Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan .....	50
4.10. Hasil Uji Reliabilitas .....	50
4.11. Hasil Uji Multikolinearitas .....	53
4.12. Hasil Uji Koefisien Determinasi (Adjusted R <sup>2</sup> ).....	55
4.13. Hasil Uji Simultan (Uji F) .....	56
4.14. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda .....	57



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1.1. Proses Tingkatan Energi .....	2
Gambar 3.1. Peta Kecamatan Kartasura .....	29
Gambar 4.1. Grafik Uji Normalitas .....	54
Gambar 4.2. Grafik Uji Heteroskedastisitas .....	52

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Jadwal Penelitian .....	75
Lampiran 2 : Kuesioner Penelitian .....	78
Lampiran 3 : Data Penelitian.....	83
Lampiran 4 : Rekap Data Kuesioner .....	91
Lampiran 5 : Hasil Output SPSS .....	111
Lampiran 6 : Bukti Plagiasi.....	123
Lampiran 7 : Surat-Surat Keterangan Penelitian .....	124
Lampiran 7 :Daftar Riwayat Hidup.....	125

# **BAB 1**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Sejalan dengan perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, peralatan memasak tradisional sudah mulai ditinggalkan dan digantikan oleh peralatan dapur modern. Peralatan masak modern dinilai lebih praktis, awet dan mudah penggunaannya. Selain itu bentuknya lebih bagus dengan balutan teknologi canggih, adanya perubahan status sosial, adanya anggapan menggunakan alat masak tradisional dapat mengesankan pemakainya itu kuno dan ketinggalan jaman. Seiring dengan perkembangan jaman pula alat memasak menjelma dan banyak ragam desain untuk berbagai macam penempatan yang pada hakikatnya fungsinya sama yaitu untuk memasak (Faisal et al., 2019).

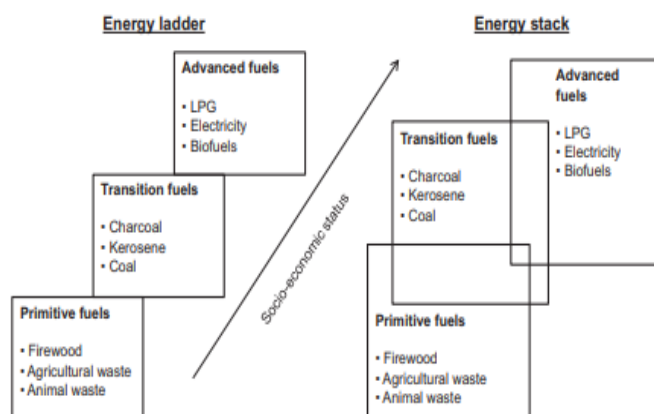
Masyarakat Indonesia merupakan salah satu masyarakat dunia yang memiliki ketergantungan yang sangat tinggi terhadap peralatan-peralatan memasak. Salah satu kebutuhan sehari-hari yang semakin praktis penggunaannya adalah kompor. Kompor merupakan alat dapur yang dapat menghasilkan panas untuk membantu dalam proses memasak. Berdasarkan energi yang digunakan, di era modern sekarang ini kompor dapat dibedakan ke dalam beberapa jenis yaitu kompor minyak, kompor gas, dan kompor listrik (Hasanah & Handayani, 2016).

Kompor minyak merupakan kompor yang menggunakan bahan bakar minyak (BBM). Kompor minyak sendiri sangat populer dikala itu, dengan adanya kelangkaan bahan bakar minyak atau sulit didapat sehingga masyarakat beralih dengan menggunakan kompor gas.

Kompur gas merupakan kompor yang menggunakan bahan bakar gas. Kompur gas yang sering digunakan oleh masyarakat pada era ini adalah kompor gas LPG (*Liquefied Petroleum Gas*) karena harganya yang masih terjangkau. Kelemahan dari kompor gas ini yaitu adanya kemungkinan mudah untuk meledak akibat kebocoran gas baik dari tabung maupun selangnya (Hasanah & Handayani, 2016).

Model tangga energi mengasumsikan bahwa rumah tangga untuk meniru perilaku utilitas memaksimalkan konsumen neoklasik, maksudnya bahwa mereka akan pindah ke energi yang lebih canggih dengan meningkatkan pendapatan mereka. Bahan bakar *switching* adalah konsep sentral dalam proses transisi energi, mengacu pada perpindahan dari satu bahan bakar lain. Bahan bakar pada tangga energi memerintahkan sesuai dengan preferensi rumah tangga berdasarkan karakteristik fisik, termasuk kebersihan, kemudahan pengguna, kecepatan memasak, dan efisiensi. Proses tingkatan tangga energi digambarkan oleh gerakan linear dengan tiga fase sebagai berikut (Kroon et al., 2013):

Gambar 1.1



Sumber : Schlag and Zuzarte, 2008

Pada tahap pertama masyarakat dulu masih menggunakan bahan bakar primitif, bahan bakar primitif disini berupa bahan bakar dari kayu bakar, limbah pertanian dan kotoran hewan, menggambarkan sebagai barang ekonomi rendah yaitu bahan bakar bagi masyarakat miskin.

Pada tahap yang kedua sebagai keluarga mendapatkan status sosial-ekonomi mereka meninggalkan teknologi yang tidak efisien, lebih murah dan lebih polusi dan bergerak dari ketergantungan yang universal pada bahan bakar biomassa untuk bahan bakar transisi seperti minyak tanah, batu bara, dan arang.

Pada tahap ketiga, rumah tangga beralih menggunakan bahan bakar LPG dan Listrik. Tangga energi mengasumsikan bahwa teknologi yang lebih mahal secara lokal dan internasional yang akan dirasakan untuk menandakan status yang lebih tinggi atau menunjukkan peningkatan status sosial ekonomi.

Dari tahun 2010 hingga 2016 jumlah pengguna kompor gas di Indonesia mengalami peningkatan setiap tahunnya. Berikut adalah gambaran pengguna kompor gas dari tahun ke tahun di Indonesia :

Tabel 1.1  
Data Pengguna Bahan Bakar Gas Di Indonesia

Tahun	Gas (%)
2010	41,51
2011	47,40
2012	54,54
2013	58,42
2014	61,88
2015	68,78
2016	72,38
Total	332,53

Sumber : <https://www.bps.go.id>

Dengan pertumbuhan pengguna kompor gas yang semakin meningkat tiap tahunnya akan menimbulkan dampak di berbagai aspek (Rossa, 2019). Dapat dilihat sebagai berikut :

1. Mengeluarkan gas CO<sub>2</sub>, dapat mengakibatkan pencemaran polusi yang merusak lingkungan dalam jangka panjang.
2. Kebocoran gas, bisa berakibat fatal pada penghuni rumah mulai dari keracunan sampai yang paling parah adalah ledakan dan kebakaran yang bisa mengancam nyawa seluruh penghuni rumah dan juga tetangga rumah.

Menurut Gubernur Jawa Barat Ridwan Kamil, penggunaan gas di masyarakat masih menimbulkan banyak masalah. Selain itu, ketersediaan gas alam juga semakin lama semakin sedikit sehingga perlu upaya agar masyarakat bisa beralih memanfaatkan energi lain (Solehudin, 2018).

Di Indonesia dari tahun 2010 hingga 2016 pengguna bahan bakar listrik dapat dilihat dari tabel dibawah ini :

Tabel 1.2  
Data Pengguna Bahan Bakar Listrik di Indonesia

Tahun	Listrik (%)
2010	1,53
2011	1,19
2012	1,02
2013	0,79
2014	0,62
2015	0,64
2016	0,85
Total	5,79

Sumber : <https://www.bps.go.id>

Dari data diatas diIndonesia pengguna bahan bakar listrik masih sedikit yaitu sekitar 5,79 %. Dengan masih sedikitnya pengguna bahan bakar listrik PT

Perusahaan Listrik Negara (PLN) berencana melakukan konversi kompor gas ke kompor induksi atau kompor listrik (Pratiwi & Rezkisari, 2020).

Direktur Utama PLN Zulkifli Zaini mengatakan migrasi kompor gas ke kompor listrik ini akan mendorong penggunaan energi bersih ramah lingkungan. Direktur Pembinaan Pengusahaan Ketenagalistrikan Kementerian ESDM Hendra Iswahyudi mengatakan penggunaan kompor listrik akan difokuskan pada wilayah-wilayah yang tidak dilalui jaringan gas (jargas). Kementerian ESDM juga menghimbau agar PLN dapat bekerja sama dengan pemerintah daerah dalam memasarkan kompor induksi ini. Selain mendorong energi yang lebih ramah lingkungan, penggunaan kompor listrik diyakini dapat memangkas impor dan subsidi LPG 3 kg yang selama ini membebani keuangan Negara (Utami, 2020).

Beberapa keuntungan-keuntungan yang didapat dalam menggunakan bahan bakar listrik sebagai berikut (Rossa, 2019) :

1. Mengurangi resiko kebocoran gas
2. Lebih ramah lingkungan
3. Kompor listrik untuk menghemat biaya
4. Penyebaran panas lebih merata
5. Kompor listrik lebih hemat energi
6. Kompor listrik mudah dibersihkan

Citra produk merupakan kumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk. Citra produk dibangun agar menjadi positif baik yang telah

menjadi konsumen maupun konsumen yang hendak dibidik (Pratiwi et al., 2014). Firmansyah & Mahardhika (2015) mendukung penelitian tersebut.

Daud (2018) menyebutkan bahwa adanya harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Harga merupakan unsur terpenting kedua dalam bauran pemasaran setelah produk dan merupakan satu-satunya unsur dalam bauran pemasaran yang menghasilkan pendapatan penjualan, sedangkan unsur-unsur lainnya merupakan pengeluaran biaya saja. Hal ini didukung dari penelitian Gerung et al., (2017) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Akan tetapi berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yazia (2014), dalam penelitiannya tersebut menyebutkan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

Dalam rencana pemerintah yang akan melakukan konversi bahan bakar gas ke bahan bakar listrik maka harga menjadi salah satu faktor yang sangat penting. Dalam artikel Rossa (2019) menyebutkan bahwa kompor listrik untuk hemat biaya, maksudnya kompor listrik lebih hemat biaya dibandingkan dengan kompor gas dalam jangka panjang. Biaya yang bisa dihemat saat memasak dengan kompor listrik bisa sebanyak 18%.

Persepsi kemudahan penggunaan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan suatu sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang keras (Dewi & Warmika, 2016). Menurut artikel Rossa (2019) menyebutkan bahwa melakukan konversi bahan bakar gas ke bahan bakar listrik keuntungan atau manfaat yang akan didapat yaitu kemudahan untuk dibersihkan, praktis dan aman, dan suhu mudah untuk diatur.



Berdasarkan uraian diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul **“FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN KOMPOR LISTRIK DI KECAMATAN KARTASURA”**.

## **1.2. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan di atas dapat diidentifikasi sebagai berikut :

1. Konsumen masih banyak yang menggunakan bahan bakar utama Gas LPG, ada rencana pemerintah bahwa akan melakukan konversi bahan bakar gas ke bahan bakar listrik, karena bahan bakar listrik itu sendiri memiliki banyak keunggulan dibandingkan dengan menggunakan bahan bakar Gas LPG.
2. Masih sedikitnya masyarakat di Indonesiayang menggunakan bahan bakar listrik.
3. Adanya research gap tentang pengaruh harga terhadap keputusan pembelian. Pada penelitian yang dilakukan oleh Daud (2018) menyebutkan bahwa adanya harga memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Hal ini didukung dari penelitian Gerung et al., (2017) bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap keputusan pembelian. Namun berbeda dengan penelitian yang dilakukan oleh Yazia (2014), dalam penelitiannya tersebut menyebutkan bahwa harga berpengaruh negatif terhadap keputusan pembelian.

### **1.3. Batasan Masalah**

Penelitian berfokus pada faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan kompor listrik di Kecamatan Kartasura. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi minat menggunakan kompor listrik dimasyarakat namun dalam penelitian ini, penulis hanya berfokus pada citra produk, harga, kemudahan, dan resiko yang dijadikan sebagai variabel independen terhadap minat menggunakan kompor listrik sebagai variabel dependen. Objek dari penelitian ini adalah masyarakat di Kecamatan Kartasura

### **1.4. Rumusan Masalah**

Berdasarkan identifikasi masalah dan batasan masalah diatas penulis dapat mengambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Apakah citra produk berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik ?
2. Apakah harga berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik ?
3. Apakah kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik ?
4. Apakah resiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik ?

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagi berikut :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra produk terhadap minat menggunakan kompor listrik

2. Untuk mengetahui pengaruh harga terhadap minat menggunakan kompor listrik
3. Untuk mengetahui pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan kompor listrik
4. Untuk mengetahui pengaruh resiko terhadap minat menggunakan kompor listrik

#### **1.6. Manfaat Penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat memberi manfaat antara lain:

##### 1.6.1. Manfaat Praktis

1. Bagi Mahasiswa, penulisan digunakan sebagai pembelajaran untuk pembuatan skripsi
2. Bagi Dosen, hasil penelitian dapat dijadikan sebagai dasar untuk menentukan standar penilaian terhadap mahasiswanya
3. Bagi IAIN Surakarta, penelitian ini dapat menambah literature secara referensi yang dijadikan bahan informasi bagi mahasiswa yang akan meneliti permasalahan serupa
4. Bagi Masyarakat, hasil penelitian ini dapat memberikan tambahan pengetahuan tentang penemuan baru yang telah dikaji
5. Bagi produsen, penelitian ini diharapkan sebagai bahan informasi faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan kompor listrik yang ramah lingkungan

### 1.6.2. Manfaat Teoritis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah pengetahuan mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan kompor listrik
2. Memberikan bukti empiris teori pendapat para ahli tentang faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan kompor listrik

### 1.7. Jadwal Penelitian

Terlampir.

### 1.8. Sistematika Penulisan Skripsi

Dalam penelitian ini terdiri dari lima bab, masing-masing bab terdiri dari beberapa sub bab. Sistematika isi dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

#### BAB 1 PENDAHULUAN

Bab ini berisi uraian mengenai latar belakang, identifikasi masalah, batasan masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

#### BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi uraian kajian teori tentang variabel-variabel yang mempengaruhi minat menggunakan kompor listrik.

#### BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini berisi waktu dan wilayah penelitian, jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengambilan sampel, data dan sumber data, teknik pengumpulan data, variabel penelitian, definisi operasional variabel, dan teknik analisis data.

#### BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisi uraian tentang gambaran umum penelitian, pengujian dan hasil analisis data, pembahasan hasil analisis data (pembahasan hipotesis).

#### BAB V PENUTUP

Bab ini berisi tentang kesimpulan, keterbatasan penelitian, dan saran-saran yang dapat diberikan sehubungan dengan penelitian.

## **BAB II LANDASAN TEORI**

### **3.1. Kajian Teori**

Dalam penelitian ini penulis memperoleh informasi dari penelitian sebelumnya sebagai bahan pertimbangan, dan juga memperoleh informasi yang sudah ada.

#### **3.1.1. Minat Menggunakan**

*Planned Behavior Theory* memiliki fondasi terhadap perspektif kepercayaan yang mampu mempengaruhi seseorang untuk melaksanakan tingkah laku yang spesifik. Perspektif kepercayaan dilaksanakan melalui penggabungan beraneka ragam karakteristik, kualitas dan atribut atas informasi tertentu yang kemudian membentuk kehendak dalam bertingkah laku. Niat merupakan suatu fenomena psikologis yang memperlihatkan fokus ketertarikan terhadap objek tertentu dikarenakan adanya rasa bahagia. Niat sebagai pengaturan perbuatan yang apabila terdapat waktu dan kesempatan yang cocok akan direalisasikan dalam wujud tindakan (Seni & Ratnadi, 2017).

Minat merupakan suatu fungsi dari dua penentu dasar, yaitu: penentu yang berhubungan dengan faktor pribadi. Penentu ini adalah sikap terhadap perilaku individual. Sikap ini adalah evaluasi kepercayaan atau perasaan positif atau negatif jika harus melakukan perilaku tertentu dan penentu yang berhubungan dengan pengaruh sosial. Penentu ini adalah norma subjektif. Norma subjektif yang dimaksud disini yaitu berhubungan dengan persepsi atau pandangan seseorang terhadap tekanan sosial yang akan memengaruhi minat untuk melakukan sesuatu

atau tidak melakukan perilaku yang sedang dipertimbangkan (Pratama & Suputra, 2019).

Minat adalah keinginan yang didorong oleh suatu keinginan setelah melihat, mengamati dan membandingkan serta mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkannya. Minat konsumen terhadap produk yang inovatif bisa dianalisis dengan melihat ke sisi internal dan sisi eksternal produk. Sisi internal, di mana itu tergantung pada pengetahuan, kapasitas, sumber daya dan teknologi yang digunakan di perusahaan sementara sisi eksternal adalah kebutuhan konsumen dan harapan pemilik terhadap produk perusahaan (Seng & Ping, 2016).

Minat dapat timbul di dalam diri seorang individu karena beberapa faktor seperti faktor kebutuhan dari dalam, faktor motif sosial dan juga faktor emosional. Faktor kebutuhan dari dalam merupakan kebutuhan yang biasanya berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan individu tersebut. Faktor motif sosial merupakan faktor yang didorong oleh motif sosial seperti untuk mendapatkan pengakuan dan juga penghargaan dari lingkungan dimana dia berada. Sedangkan faktor emosional merupakan ukuran intensitas individu dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu (Wibowo et al., 2015).

Pada umumnya, dalam dunia pemasaran atau *marketing* dikenal dua jenis *intention* yang sangat berkaitan erat dengan konsumen, produk dan juga perusahaan yaitu *purchase intention* dan juga *intention to use* yang merupakan dua teori yang memiliki banyak kesamaan. Sebelumnya, ada beberapa faktor yang mempengaruhi minat sebagai berikut (Seng & Ping, 2016) :

1. Perbedaan pekerjaan, artinya dengan adanya perbedaan pekerjaan seseorang dapat diperkirakan minat terhadap tingkat pekerjaan yang ingin dicapainya, aktivitas yang dilakukannya, penggunaan waktu senggangnya dan lain-lainnya.
2. Perbedaan sosial ekonomi, artinya seseorang yang mempunyai sosial ekonomi tinggi akan lebih mudah mencapai apa yang diinginkannya daripada yang mempunyai sosial ekonomi rendah.
3. Perbedaan hobi atau kegemaran, artinya bagaimana seseorang menggunakan waktu senggangnya.
4. Perbedaan jenis kelamin, artinya minat wanita akan berbeda dengan minat pria misalnya dalam pola belanja.
5. Perbedaan usia, artinya usia anak-anak, remaja, dewasa dan orang tua akan berbeda minatnya terhadap suatu barang, aktivitas, benda dan seseorang.

### **3.1.2. Citra Produk**

Citra produk merupakan kumpulan asosiasi yang dipersepsikan konsumen terhadap suatu produk. Citra produk dibangun agar menjadi positif baik yang telah menjadi konsumen maupun konsumen yang hendak dibidik (Pratiwi et al., 2014). Citra produk merupakan kesan, pendapat, atau tanggapan yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu objek produk tertentu (Wati, 2017).

Citra produk ini merupakan salah satu komponen terpenting dalam membentuk suatu citra dari sebuah merek. Komponen dari *brand image* terdiri dari citra perusahaan, citra pemakai dan citra produk. Citra perusahaan merupakan gambaran berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman konsumen



terhadap suatu perusahaan yang bersangkutan. Citra pakai merupakan sekumpulan karakteristik dari konsumen yang memiliki ciri khas suatu merek. Sedangkan citra produk merupakan gambaran produk dimata konsumen berdasarkan pengetahuan, tanggapan serta pengalaman konsumen terhadap produk yang bersangkutan (Li et al., 2011).

Faktor yang mempengaruhi citra perusahaan ialah manfaat yang akan diterima oleh konsumen atau khalayak ramai sesuai dengan keinginan ataupun kebutuhan konsumen, manfaat yang akan diberikan oleh perusahaan berupa realistis dan memberikan kesan yang positif bagi konsumen melalui kualitas dan kuantitas pelayanan. Citra perusahaan dapat dilihat dari apa yang telah dipresentasikan oleh perusahaan sesuai dengan kemampuan, kebanggaan, kejujuran yang dipahami oleh penilaian konsumen atas tindakan yang dilakukan oleh perusahaan (Nurdianto & Yuniati, 2013).

Dalam suatu pemasaran terdapat citra produk yang membentuk suatu citra. Contohnya yaitu merek, label, desain produk atau jasa dan sebagainya. Perusahaan yang memiliki citra yang baik akan memiliki pelanggan yang banyak karena konsumen akan termotivasi pada perusahaan yang memiliki citra yang baik (Nurdianto & Yuniati, 2013). Contoh yang lain seperti melakukan kegiatan yang akan meningkatkan lingkungan internal dan lingkungan eksternal perusahaan. Setelah terbentuknya persepsi konsumen maka akan membentuk persepsi produk dimana konsumen menyatakan penilaian baik terhadap kualitasnya dan atau produk tersebut sesuai keinginan konsumen (Pratiwi et al., 2014).

Konsumen memiliki kepentingan yang berbeda-beda terhadap suatu produk, jadi persepsi konsumen terhadap suatu produk berbeda pula. Secara garis besar persepsi produk terdiri dari kualitas produk. Kualitas produk merupakan keseluruhan ciri dan karakter-karakter dari sebuah produk atau jasa yang menunjukkan kemampuannya untuk memuaskan kebutuhan yang tersirat (Pratiwi et al., 2014). Kualitas produk disusun oleh beberapa elemen (Riyono & Budiharja, 2016) yaitu:

- a. Kinerja, yaitu elemen kualitas produk yang berkaitan langsung dengan bagaimana suatu produk dapat menjalankan fungsinya dengan baik sehingga dapat digunakan untuk memenuhi kebutuhan konsumen
- b. *Feature*, yaitu merupakan fungsi-fungsi sekunder yang ditambahkan pada suatu produk. Contohnya Laptop dilengkapi dengan mouse
- c. Keawetan (*durability*), menunjukkan suatu pengukuran terhadap siklus produk, baik secara teknis maupun waktu. Suatu produk dikatakan awet apabila produk tersebut tahan dalam pemakaian berulang-ulang
- d. Konsistensi, yaitu merupakan elemen yang menunjukkan seberapa jauh suatu produk dapat memenuhi standar/spesifikasi tertentu
- e. Estetika (*asthetic*), yaitu merupakan aspek emosional dalam mempengaruhi kepuasan konsumen. Misalnya bentuk fisik mobil yang menarik, model atau desain yang artistik, warna, dan sebagainya
- f. *Reliabilty* (reliabilitas), adalah probabilitas bahwa produk akan bekerja dengan memuaskan atau tidak dalam periode waktu tertentu. Semakin

kecil kemungkinan terjadinya kerusakan maka produk tersebut dapat diandalkan

- g. *Perceived Quality* (kesan kualitas), sering dibidang merupakan hasil dari penggunaan pengukuran yang dilakukan secara tidak langsung karena terdapat kemungkinan bahwa konsumen tidak mengerti atau kekurangan informasi atas produk yang bersangkutan

### **3.1.3. Harga**

Harga merupakan suatu nilai yang diberikan oleh seseorang (produsen) terhadap suatu barang (produk) ataupun jasa. Harga yang dimiliki oleh sebuah barang ataupun jasa berbeda-beda sesuai dengan jenis, bentuk, serta kegunaan yang dimiliki (Pratiwi et al., 2014).

Harga merupakan sejumlah uang yang harus dibayar oleh konsumen atau pembeli untuk mendapatkan produk yang ditawarkan oleh penjual. Penetapan harga jual harus disesuaikan dengan daya beli konsumen yang dituju dan dengan mempertimbangkan faktor biaya, laba, pesaing, dan perubahan keinginan pasar (Riyono & Budiharja, 2016).

Tujuan adanya penetapan harga antara lain (Habibah & Sumiati, 2016) :

- a. Penetapan harga untuk mencapai penghasilan atas investasi
- b. Penetapan harga untuk kestabilan harga. Hal ini biasanya dilakukan untuk perusahaan yang kebetulan memegang kendali atas harga
- c. Penetapan harga untuk mempertahankan atau meningkatkan bagiannya dalam pasar. Apabila perusahaan mendapatkan bagian pasar dengan luas

tertentu, maka ia harus berusaha mempertahankannya atau justru mengembangkannya

- d. Penetapan harga untuk menghadapi atau mencegah persaingan. Apabila perusahaan baru mencoba-coba memasuki pasar dengan tujuan mengetahui pada harga berapa ia akan menetapkan penjualan
- e. Penetapan harga untuk memaksimir laba. Tujuan ini biasanya menjadi anutan setiap usaha bisnis.

Harga juga bersifat sangat relatif. Jika seorang pembeli mempunyai kesempatan untuk membeli barang dan jasa yang sama dengan harga lebih rendah, maka ia akan melakukannya. Harga bisa diklasifikasikan menjadi empat variabel yaitu (Zulaicha & Irawati, 2016) :

- a. *Flexibility*, fleksibilitas dapat digunakan dengan menetapkan harga yang berbeda pada pasar yang berlainan atas dasar lokasi geografis, waktu penyampaian atau pengiriman atau kompleksitas produk yang diharapkan
- b. *Price Level*, diklasifikasikan menjadi tiga tingkatan yaitu penetapan harga di atas pasar, sama dengan pasar atau di bawah harga pasar
- c. *Discount*, merupakan potongan harga yang diberikan dari penjual kepada pembeli sebagai penghargaan atas aktivitas tertentu dari pembeli yang menyenangkan bagi penjual
- d. *Allowances*, sama halnya seperti diskon *allowance* juga merupakan pengurangan dari harga menurut daftar kepada pembeli karena adanya aktivitas-aktivitas tertentu

#### **3.1.4. Kemudahan**

Kemudahan merupakan fase dimana *user* meyakini bahwa penggunaan teknologi adalah hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari *user* itu sendiri. Pendapat ini meliputi kejelasan sasaran penggunaan teknologi dan kemudahan penggunaan sistem untuk tujuan sesuai dengan keinginan *user* (Maharama & Kholis, 2018).

Persepsi kemudahan penggunaan merupakan tingkatan pengguna percaya bahwa teknologi atau sistem dapat digunakan dengan mudah dan bebas dari masalah. Kemudahan suatu produk akan lebih cepat dikenal oleh konsumen apabila produk tersebut mudah digunakan atau dioperasikan. Selain mudah digunakan produk yang ditawarkan hendaknya nyaman saat digunakan. Hal lain yang perlu diperhatikan lagi adalah efisiensi dari produk yang ditawarkan. Efisien yang dimaksud disini yaitu mendapatkan, memakai atau mendapatkan pelayanan dari suatu produk yang tidak memerlukan waktu yang terlalu lama. Konsumen akan cenderung lebih merasa puas jika ia merasa relatif mudah, nyaman, dan efisien dalam mendapatkan produk ataupun pelayanan (Pratiwi et al., 2014).

Persepsi kemudahan penggunaan didefinisikan sebagai sejauh mana seseorang percaya bahwa menggunakan suatu teknologi akan bebas dari usaha. Dari definisinya maka dapat diketahui bahwa persepsi kemudahan merupakan suatu kepercayaan tentang proses pengambilan keputusan. Jika seseorang merasa percaya bahwa sistem informasi mudah digunakan maka dia akan menggunakannya (Romadloniyah & Prayitno, 2018) :

a. Sikap Terhadap Perilaku (*Attitude Towards Behavior*)

Sikap terhadap perilaku (*attitude towards behavior*) dapat diartikan lebih kepada sikap pengguna terkait perilakunya dalam menggunakan sistem yang didasarkan pada perasaan positif maupun negatif yang dirasakan

b. Minat Perilaku (*Behavioral Intention*)

Menunjukkan bahwa konstruk minat perilaku merupakan sebuah prediksi yang baik dari penggunaan teknologi oleh pengguna sistem teknologi informasi

Persepsi kemudahan penggunaan sebagai tingkat keyakinan seseorang bahwa dalam menggunakan suatu sistem tertentu tidak diperlukan usaha yang keras. Meskipun usaha memiliki arti yang berbeda pada setiap individu, tetapi pada umumnya untuk menghindari penolakan terhadap penggunaan sistem yang dikembangkan, maka sistem tersebut harus mudah diaplikasikan oleh pengguna tanpa menimbulkan usaha yang memberatkan (Dewi & Warmika, 2016).

Faktor-faktor yang mempengaruhi kemudahan dalam menggunakan teknologi menurut (Istiarni & Hadiprajitno, 2014) kemudahan dalam menggunakan teknologi dipengaruhi beberapa faktor:

- a. Faktor pertama berfokus pada teknologi itu sendiri, suatu teknologi yang baik dan digunakan secara terus menerus akan memberikan kemudahan bagi pengguna dalam menggunakannya. Contohnya pengalaman pengguna terhadap penggunaan teknologi sejenis akan memberikan kemudahan pengguna.

- b. Faktor kedua adalah reputasi akan teknologi tersebut yang diperoleh oleh pengguna. Reputasi yang baik yang didengar oleh pengguna akan mendorong keyakinan pengguna terhadap kemudahan penggunaan teknologi tersebut.
- c. Faktor ketiga yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap kemudahan menggunakan teknologi adalah tersedianya mekanisme pendukung yang handal. Mekanisme pendukung yang terpercaya akan membuat pengguna merasa nyaman dan merasa yakin, bahwa terdapat mekanisme pendukung yang handal jika terjadi kesulitan dalam menggunakan teknologi, maka mendorong persepsi pengguna ke arah yang lebih positif.

### **3.1.5. Resiko**

Resiko merupakan hal terpenting ketika konsumen memilih suatu produk atau jasa, konsumen harus membuat keputusan tentang apa yang harus dikorbankan untuk mendapatkannya. Resiko berkaitan dengan segala ketidakpastian dan segala konsekuensinya terhadap konsumen. Semakin konsumen mampu untuk mengantisipasi ketidakpastian dan konsekuensi produk tersebut maka akan semakin rendah persepsi resiko produk tersebut, sebaliknya jika konsumen tidak dapat mengantisipasi ketidakpastian dan konsekuensi produk maka akan semakin tinggi persepsi resiko produk tersebut di mata konsumen (Wahyuningtyas & Widiastuti, 2015).

Persepsi risiko adalah dampak yang dapat dirasakan ketika seseorang tidak dapat memperkirakan keputusan yang telah diambil. Penilaian seseorang terhadap subyek yang berdampak negatif akan menimbulkan kekhawatiran dengan risiko yang harus diterima juga dapat diartikan sebagai persepsi risiko. Ketidakpastian

yang akan rasakan dan konsuekuensi yang harus didapatkan merupakan dua dimensi yang penting dalam persepsi risiko (Yunita et al., 2019).

Persepsi terhadap resiko (*perceived risk*) adalah persepsi negatif konsumen atas sejumlah akitivitas yang didasarkan pada hasil yang negatif dan memungkinkan bahwa hasil tersebut menjadi nyata. Hal ini merupakan masalah yang senantiasa dihadapi konsumen dan menciptakan suatu kondisi yang tidak pasti misalkan ketika konsumen menentukan pembelian produk baru (Haekal & Widjajanta, 2016).

Dari beberapa devinisi diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi resiko itu ialah ketidakpastian yang dialami oleh konsumen dalam mengambil suatu keputusan yang akan berdampak negatif sehingga menimbulkan kekhawatiran terhadap konsumen. Apabila konsumen tidak bisa mengatasi ketidakpastian tersebut maka persepsi resiko tersebut akan semakin tinggi dimata konsumen.

Ada beberapa dimensi dari *perceived risk* atau persepsi risiko (Haekal & Widjajanta, 2016) yaitu :

- a. Risiko kinerja (*Performance risk*) ialah ketidakpastian apakah produk atau jasa akan melakukan seperti yang diharapkan.
- b. Risiko keuangan (*Financial risk*) merupakan suatu harga yang terlalu tinggi atau kemahalan, seperti biaya membeli rumah atau risiko adanya kerugian finansial atas pembelian produk/ layanan tersebut, seperti properti yang dipesan tidak sebanding dengan harga yang dibayarkan.



- c. Fisik atau keamanan risiko (*Physical risk*) adalah mengacu pada potensi bahaya suatu produk atau jasa yang mungkin menimbulkan keselamatan diri sendiri bahkan keselamatan orang lain.
- d. Risiko social (*Social risk*) adalah apakah potensi bahaya untuk seseorang dengan status sosial yang mungkin timbul dari pembelian, menggunakan dan membuang atau risiko akibat pembelian produk yang dianggap buruk oleh lingkungan sosial konsumen, sehingga mengancam kedudukan sosial konsumen.
- e. Risiko waktu (*Time-loss risk*) ialah ketidakpastian lamanya waktu yang harus diinvestasikan dalam membeli, menggunakan, atau membuang produk atau jasa.
- f. Risiko Psikologi (*Psychological risk*) ialah risiko munculnya emosi negatif yang mempengaruhi keadaan mental seseorang atas pembelian produk atau layanan.

### **3.2. Penelitian yang Relevan**

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti, antara lain :

Penelitian ini dilakukan oleh Gould & Urpelainen (2018) dengan judul *LPG As A Clean Cooking Fuel: Adoption, Use, and Impact In Rural India*, penelitian ini menggunakan survei ACCESS, survei ini diberikan dalam 8568 rumah tangga, 714 desa, dan 51 kabupaten di enam negara India: Bihar, Jharkhand, Madhya Pradesh, Uttar Pradesh, Odisha, dan Bengal Barat. Bobot survei sampling digunakan memperoleh statistik deskriptif yang mewakili pada

tingkat populasi. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa program memasak bersih di Negara India dan di seluruh dunia perlu adanya pendekatan yang lebih holistik untuk mengurangi paparan polusi udara termasuk rencana eksplisit untuk mengurangi penggunaan bahan bakar padat di rumah tangga.

Penelitian dilakukan oleh Alem et al., (2013) dengan judul *The Dynamics of Electric Cookstove Adoption : Panel data evidence from Ethiopia* penelitian ini menggunakan data *cross-sectional*, selain itu dalam penelitian ini menggunakan metode teoritis dan empiris untuk menganalisis adopsi dan efisiensi peningkatan penggunaan kompor biomasa. Hasil penelitian tersebut bahwa yang berkorelasi dengan menggunakan model *random-effects probit*, untuk heterogenitas rumah tangga menunjukkan bahwa adopsi peralatan listrik di Ethiopia perkotaan sangat ditentukan oleh status ekonomi, harga listrik dan harga kayu bakar (bahan bakar alternatif).

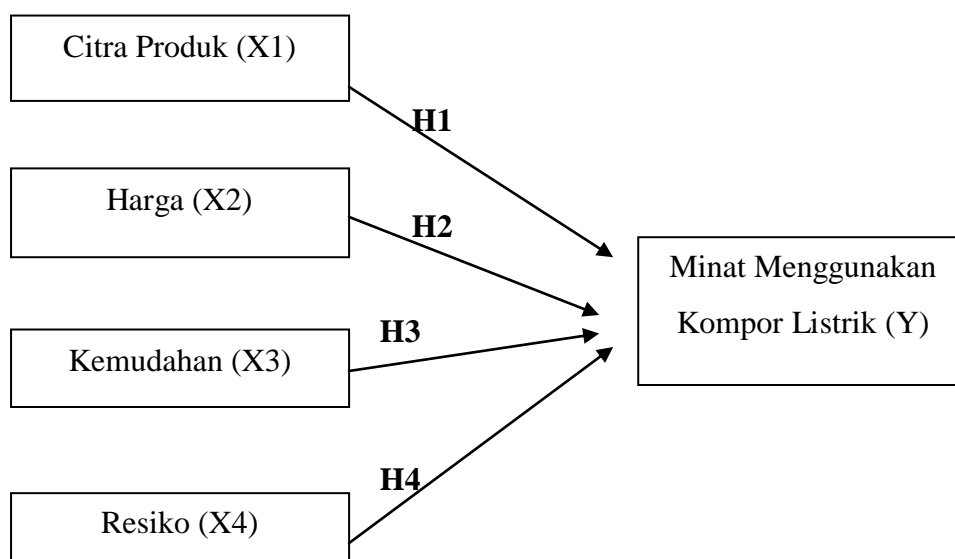
Penelitian ini dilakukan oleh Massawe (2019) dengan judul *Successes and Challenges of Improved Biomass Cooking Stoves Adoption along the Product Value Chain in Kilimanjaro Region, Tanzania* penelitian ini berfokus pada pengukuran adopsi berdasarkan pemasangan pengguna atau pembelian ICS dan hanya sedikit yang sampai pada tingkat menilai aspek lain di sepanjang rantai nilai ICS. Dengan menggunakan desain data penelitian *cross-sectional* dikumpulkan dari 294 rumah tangga di dua Kabupaten di wilayah Kilimanjaro dan dianalisis menggunakan keduanya pendekatan kuantitatif dan kualitatif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa di tingkat rantai nilai yang lebih rendah yaitu promosi dan distribusi upaya ini berhasil karena orang-orang menyadarinya

manfaat ICS dan dampak negatif penggunaan bahan bakar dan kompor tradisional.

Penelitian dilakukan oleh Alem et al., (2014) dengan judul *Adoption And Disadoption Of Electric Cookstoves In Urban Ethiopia: Evidence From Panel Data*. Penelitian ini menggunakan data cross-sectional, selain itu penelitian ini menggunakan non-linear panel data dan model hazard pada tiga putaran data panel dari Etiopia perkotaan untuk menyelidiki faktor-faktor penentu adopsi dan disadoption dari tungku listrik dari waktu ke waktu. Hasil dari penelitian tersebut adalah Status ekonomi (positif), harga listrik (negatif), dan harga kayu bakar (positif) menentukan kemungkinan transisi dari keadaan adopsi ke non-adopsi.

### 3.3. Kerangka Berfikir

Dari penjabaran diatas maka penulis dapat membuat kerangka berfikir yang berguna untuk acuan penelitian supaya penelitian sesuai dengan tujuan penelitian. Kerangka berfikir penelitian yang dibuat penulis sebagai berikut :



Kerangka pemikiran tersebut menjelaskan bahwa variabel citra produk, harga, kemudahan, dan resiko, merupakan variabel-variabel yang mempengaruhi minat menggunakan kompor listrik.

### **3.4. Hipotesis**

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Hipotesis dikatakan jawaban sementara karena didasarkan pada teori yang relevan dan belum berdasarkan fakta empiris yang diperoleh dari pengumpulan data (Sugiyono, 2017). Berdasarkan uraian diatas dapat diambil hipotesis penelitian sebagai berikut :

**H1 : Citra produk berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik.**

Hipotesis ini mendukung penelitian Firmansyah & Mahardhika (2015) yang menyatakan bahwa produk memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian batik di Surabaya.

**H2 : Harga berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik.**

Hipotesis ini mendukung penelitian Gerung et al., (2017) harga berpengaruh signifikan terhadap Keputusan Pembelian mobil Nissan X-Trail pada PT. Wahana Wirawan Manado.

**H3 : Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik.**

Hipotesis ini mendukung penelitian Rahman & Dewantara (2017) yang menyatakan bahwa kemudahan penggunaan teknologi informasi berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan situs jual beli online.

**H4 :Resiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik.**

Hipotesis ini mendukung penelitian Yunita et al., (2019) yang menyatakan bahwa variabel persepsi risiko mempunyai pengaruh signifikan dan positif terhadap keputusan pembelian pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo.

## **BAB III METODELOGI PENELITIAN**

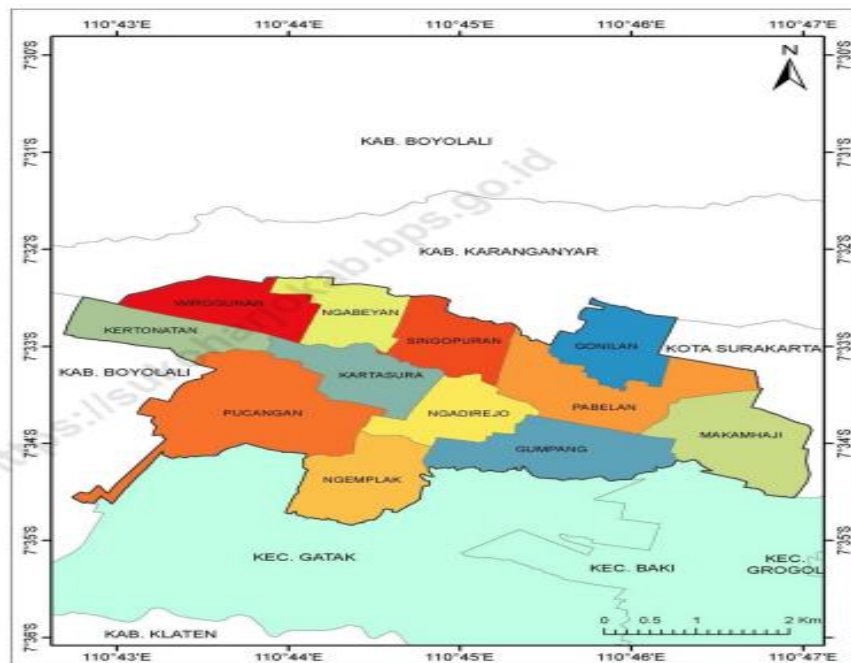
### **3.1. Waktu dan Wilayah Penelitian**

Waktu penelitian adalah waktu yang dibutuhkan peneliti untuk menyelesaikan penelitian. Penelitian dimulai dengan persiapan sampai dengan penyusunan laporan penelitian mulai dari bulan Desember 2019 sampai November 2020. Pengambilan data dilakukan pada bulan Agustus 2020 sampai September 2020.

Wilayah penelitian adalah wilayah yang akan menjadi tempat selama penulis melakukan penelitian. Pada penelitian ini wilayah yang akan diteliti ialah di Kecamatan Kartasura, Kecamatan Kartasura terletak di dataran tinggi, dengan tinggi 121 m diatas permukaan laut, dengan luas wilayah 1.923 Ha. Jarak dari Barat ke Timur + 8,0 Km, Jarak dari Utara ke Selatan + 5,0 Km, Jarak dari Ibukota Kecamatan ke Ibukota Kabupaten Sukoharjo + 23,00 Km.

Kecamatan Kartasura terdiri dari dua belas Desa antara lain Desa Pucangan, Desa Wirogunan, Desa Kertonatan, Desa Kartasura, Desa Ngemplak, Desa Ngabeyan, Desa Ngadirejo, Desa Singopuran, Desa Pabelan, Desa Makamhaji, Desa Gonilan, dan Desa Gumpang. Gambar 3.1 adalah peta Kecamatan Kartasura.

Gambar 3.1  
Peta Kecamatan Kartasura



Sumber : <https://sukoharjokab.bps.go.id>

### 3.2. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yaitu metode penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme. Penelitian ini digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Pada umumnya penelitian kuantitatif sampel yang diambil dengan menggunakan prinsip *probabilistic*. Sedangkan pengambilan data yang dilakukan oleh penelitian kuantitatif dengan menggunakan instrumen penelitian (Sugiyono, 2017).

Metode ini disebut dengan metode kuantitatif karena data penelitian yang dihasilkan berupa data angka-angka yang selanjutnya data tersebut akan diolah dengan menggunakan statistik. Penelitian ini dikategorikan sebagai penelitian kuantitatif karena data yang dihasilkan berupa angka-angka dengan tujuan

menggambarkan dan menguji hipotesis yang telah ditetapkan sebagai alat untuk menganalisis (Sugiyono, 2017).

### 3.3. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel

#### 3.3.1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan elemen yang akan dijadikan tempat atau wilayah penelitian. Dalam hal ini populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek atau subjek yang memiliki karakteristik tertentu, bukan hanya orang tetapi juga objek dan benda-benda alam yang lain (Sugiyono, 2017). Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat yang tinggal atau berdomisili di Kecamatan Kartasura yang terdiri dari dua belas desa.

Tabel 3.1  
Populasi Penduduk Kecamatan Kartasura

No.	Nama Desa	Jumlah Penduduk		
		Laki-Laki	Perempuan	Jumlah
1	Desa Ngeplak	2388	2 509	4897
2	Desa Gumpang	5133	5 375	10508
3	Desa Makamhaji	10967	10 983	21950
4	Desa Pabelan	4668	4600	9268
5	Desa Ngadirejo	6282	7138	13420
6	Desa Kartasura	10293	10682	20975
7	Desa Pucangan	9589	9575	19164
8	Desa Kertonatan	2454	2446	4900
9	Desa Wirogunan	2802	2840	5642
10	Desa Ngabeyan	2965	3006	5971
11	Desa Singopuran	4515	4696	9211
12	Desa Gonilan	3262	3219	6481
Jumlah		65318	67069	132387

Sumber : <https://sukoharjokab.bps.go.id>

Pengambilan sampel yaitu dengan cara mendata penduduk di Kecamatan Kartasura kemudian dikelompokkan sesuai dengan desa yang ada di Kecamatan



Kartasura. Dalam hal ini ada terdapat dua belas desa. Data rinci mengenai jumlah populasi penduduk di tiap desa ditunjukkan pada Tabel 3.1.

### 3.3.2. Sampel

Sampel adalah bagaian dari jumlah populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Penelitian dapat menggunakan sample akan di ambil dari populasi apabila populasi tersebut besar dan penelitian tidak memungkinkan mempelajari semua yang ada didalam populasi. Hal ini dikarenakan keterbatasan penelitian (Sugiyono, 2017).

Penelitian ini menggunakan *cluster random sampling*. Responden yang dijadikan sampel akan ditentukan dengan metode *cluster random sampling*, *cluster random sampling* merupakan metode yang dilakukan dengan cara menarik sampel berdasarkan kelompoknya yang itu bisa berdasarkan kelompok area, kelompok agama, kelompok suku atau ras dan lain sebagainya (Astuti, 2020).

Oleh karena itu dalam penelitian ini merupakan data diskrit. Untuk menghitung sampel dengan menggunakan rumus Slovin sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan :

$n$  = Ukuran Sampel/ Jumlah Responden

$N$  = Ukuran Populasi

$e$  = Presentase Kelonggaran Ketelitian Kesalahan Pengambilan Sampel Yang Masih Bisa Ditolerir,  $e = 0,1$

Dalam rumus Slovin ada ketentuan sebagai berikut:

Nilai  $e = 0,1$  (10%) untuk populasi dalam jumlah besar

Nilai  $e = 0,2$  (20%) untuk populasi dalam jumlah kecil

Jadi rentang sampel yang dapat diambil dari teknik Solvin adalah antara 10-20 % dari populasi penelitian.

Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah sebanyak 132387 masyarakat. Jadi kelonggaran yang digunakan adalah 10% maka untuk mengetahui sampel penelitian, dengan perhitungan sebgai berikut:

$$n = \frac{132387}{1 + 132387 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{132387}{1324,87} = 99,9$$

Sampel dalam penelitian ini yaitu 99,9 responden atau disesuaikan oleh peneliti menjadi 100 responden.

### 3.3.3. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik yang digunakan dalam penelitian inidengan menggunakan teknik *probability sampling*. Salah satu teknik pengambilan sampel *probabilistic* adalah *cluster random sampling*. Seperti yang telah disebutkan diatas 3.3.2, dalam *cluster sampling* responden dapat dipilih berdasarkan kelompok wilayah. Dalam hal ini adalah wilayah desa di Kecamatan Kartasura. Pembagian wilayah ini dilakukan untuk merepresentasikan responden sebagai warga Kecamatan Kartasura secara

keseluruhan. Sehingga pemilihan responden dilakukan merata disemua desa di Kecamatan Kartasura.

Dalam pengambilan sampel ini langkah pertama yang dilakukan peneliti adalah mencari data warga di Kecamatan Kartasura kemudian mengelompokkan berdasarkan wilayah yaitu di dua belas Desa di Kecamatan Kartasura antara lain Desa Pucangan, Desa Wirogunan, Desa Kertonatan, Desa Kartasura, Desa Ngemplak, Desa Ngabeyan, Desa Ngadirejo, Desa Singopuran, Desa Pabelan, Desa Makamhaji, Desa Gonilan, dan Desa Gumpang. Kemudian menyebar kuisisioner dengan menggunakan *google form*.

#### **3.4. Jenis Data dan Sumber Data**

Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui kuisisioner yang disebarkan kepada responden melalui *google form* yang berisi sejumlah pertanyaan terkait dengan citra produk, harga, kemudahan, dan resiko terhadap minat menggunakan kompor listrik di Kecamatan Kartasura.

Sedangkan data sekunder mengacu pada informasi yang dikumpulkan dari sumber yang telah ada. Data sekunder diperoleh dari studi keputusan buku-buku yang memberikan masukan teori, dan jurnal-jurnal tentang manajemen pemasaran, literasi yang diperoleh dan diakses melalui *website*.

#### **3.5. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik kuesioner (angket), kuesioner (angket) merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sudah

dipersiapkan secara tertulis yang diberikan kepada responden. Serangkaian daftar pertanyaan tertulis tersebut mengenai perihal penelitian yang kemudian disebar (dibagi) kepada calon responden untuk diisi atau ditanggapi, sehingga jawabannya dapat digunakan untuk memperkuat hasil penelitian (Sugiyono, 2017).

Dengan teknik ini responden bertanggung jawab untuk membaca dan menjawab pertanyaan yang diberikan oleh peneliti. Kuisisioner itu sendiri dapat didistribusikan melalui beberapa cara antara lain : kuisisioner disampaikan secara langsung oleh peneliti, dikirim bersama dengan pengiriman paket atau majalah, diletakkan ditempat yang ramai dikunjungi banyak orang, dikirim melalui pos, dan bisa menggunakan *faksimile* atau menggunakan teknologi komputer (Indriantoro & Supomo, 2016).

Skala pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala likert, skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai suatu fenomena sosial yang sudah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, fenomena sosial ini disebut dengan variabel penelitian. Variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel, dan selanjutnya dengan indikator-indikator tersebut dijadikan sebagai tolak ukur untuk menyusun item-item instrumen berupa pertanyaan atau pernyataan (Sugiyono, 2013). Terdapat lima kategori dalam pembobotan skala *Likert* yaitu seperti yang ditunjukkan pada Tabel 3.2

Tabel 3.2  
Skala Model Likert

Skala	Keterangan	Pernyataan Positif
1	Sangat Setuju	5
2	Setuju	4
3	Kurang Setuju	3
4	Tidak Setuju	2
5	Sangat Tidak Setuju	1

Sumber : (Sugiyono, 2013)

### 3.6. Variabel Penelitian

Variabel penelitian merupakan sesuatu yang dibuat oleh peneliti yang sudah ditetapkan oleh peneliti guna untuk dipelajari. Setelah memperoleh informasi peneliti menarik kesimpulan (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini terdapat enam variabel, yaitu lima variabel independen, dan satu variabel dependen.

#### 3.6.1. Variabel Dependen (Terikat)

Variabel dependen (variabel terikat), adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas (Sugiyono, 2017). Variabel dependen dalam penelitian ini yaitu minat menggunakan (Y).

#### 3.6.2. Variabel Independen (Bebas)

Variabel independen (variabel bebas), adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat) (Sugiyono, 2017). variabel dependen dalam penelitian ini yaitu Citra Produk (X1), Harga (X2), Kemudahan (X3), dan Resiko (X4).

### 3.7. Definisi Operasional Variabel

Definisi operasional variabel diperlukan untuk menentukan jenis dan indikator dari variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini. Disamping itu,

definisi operasional variabel juga bertujuan menentukan skala pengukuran dari masing-masing variabel, sehingga pengujian hipotesis dengan menggunakan alat bantu dapat dilakukan dengan tepat. Definisi operasional variabel dalam penelitian ini meliputi:

Tabel 3.3  
Definisi operasional variabel

No	Jenis Variabel	Definisi	Indikator
1.	Minat Menggunakan (Y)	Perilaku berbasis niat sesuai dengan yang dilakukan berkaitan dengan target spesifik dalam situasi tertentu pada suatu titik waktu tertentu sebagai upaya pencapaian suatu tujuan yang diinginkan. (Gopi & Ramayah, 2014).	1. Keinginan menggunakan 2. Dukungan terhadap penggunaan produk 3. Perhatian terhadap perkembangan produk (Hwang & Griffiths, 2017).
2.	Citra Produk (X1)	Citra produk merupakan kesan, pendapat, atau tanggapan yang dimiliki oleh konsumen terhadap suatu objek produk tertentu. (Wati, 2017).	1. Inovatif 2. Desain: gaya, warna, variasi 3. Pertisen 4. Dapat diandalkan 5. Tahan lama 6. Kualitas yang baik (Li et al., 1998), (Lu et al., 2012)
3.	Harga (X2)	Harga adalah jumlah moneter yang dibebankan oleh suatu unit usaha kepada pembeli atau pelanggan atas barang atau jasa yang dijual atau diserahkan. (Amilia & Nst, 2017).	1. Harga kompor 2. Harga listrik 3. Affordability kompor dan energy listrik (Hollebeek et al., 2007), (Alem et al., 2014), (Rao & Ummel, 2017).
4.	Kemudahan (X3)	Kemudahan merupakan fase dimana <i>user</i> meyakini bahwa penggunaan teknologi adalah hal yang mudah dan tidak memerlukan usaha keras dari <i>user</i> itu sendiri (Maharama & Kholis, 2018).	1. Mudah untuk digunakan 2. Mudah untuk dipelajari 3. Dapat dikendalikan (Maharama & Kholis, 2018), (Mensah, 2020), (Xie et al., 2017).

Tabel berlanjut ...

Lanjutan Tabel 3.3

5.	Resiko (X4)	Resiko merupakan hal terpenting ketika konsumen memilih suatu produk atau jasa, konsumen harus membuat keputusan tentang apa yang harus dikorbankan untuk mendapatkannya. Resiko berkaitan dengan segala ketidakpastian dan segala konsekuensinya terhadap konsumen. (Wahyuningtyas & Widiastuti, 2015)	1. Physical risk 2. Performance risk (Ariyanti & Iriani, 2014), (Laroche et al., 2004), (Wang et al., 2019).
----	-------------	---	---

### 3.8. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif yaitu teknik analisis yang diarahkan untuk menjawab rumusan masalah atau menguji hipotesis yang telah dibuat (Sugiyono, 2017). Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan metode statistik yang sudah tersedia atau menggunakan bantuan program IMB SPSS Statistics 22.

#### 3.8.1. Uji Instrumen Penelitian

Menurut Sugiyono (2012) instrument penelitian adalah pengukuran terhadap sebuah fenomena dengan menggunakan suatu alat. Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel harus mudah didapat dan sudah teruji validitas dan reliabilitasnya. Hal ini dilakukan untuk mengetahui akurasi dari konsistensi data.

## 1. Uji Validitas

Validitas merupakan suatu ukuran yang menunjukkan tingkat kevalidan atau kesahihan sesuai instrument. Suatu instrument dikatakan baik jika mempunyai validitas tinggi. Uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner (Ghozali, 2013). Valid yang dimaksud disini yaitu instrumen yang digunakan sudah sesuai dengan kriteria yang sudah ada (Ferdinand, 2014).

Dalam penentuan layak atau tidaknya suatu item yang akan digunakan, pada uji validitas biasanya dilakukan uji signifikansi, yaitu dengan membandingkan nilai  $r$  hitung dan  $r$  tabel untuk *degree of freedom* ( $df$ ) =  $n-2$ , dalam hal ini nilai  $n$  didapat dari jumlah sampel yang digunakan. Untuk menguji apakah masing-masing indikator valid atau tidak, dapat dilihat dari *output* Cronbach Alpha pada kolom Correlated Item-Total Correlation. Jika  $r$  hitung > dari  $r$  tabel dan nilai positif maka pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid (Ghozali, 2013).

## 2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas dilakukan untuk menguji sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten (Indriantoro & Supomo, 2016). Konsistensi yang dimaksud adalah kuesioner tersebut konsisten jika digunakan untuk mengukur konsep dari satu kondisi ke kondisi lain. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan adalah reliable dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha > 0,60 (Ghozali, 2005).



### 3.8.2. Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi merupakan pengujian yang dilakukan untuk menilai kehandalan suatu model. Uji asumsi klasik sebagai uji persyaratan suatu analisis regresi. Dalam pengujian ini asumsi klasik yang dilakukan terdiri dari uji normalitas, multikolonieritas, dan uji heteroskedasitas (Ghozali, 2013).

#### 1. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam metode regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal. Apabila asumsi ini dilanggar maka uji statistik menjadi tidak valid untuk jumlah disampel kecil (Ghozali, 2013).

Uji normalitas dapat dilakukan dengan menggunakan dua cara, yaitu dengan analisis grafik dan analisis (uji) statistik. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan analisis grafik dengan menggunakan normal probability plot (normal P-P Plot), dimana dasar pedomannya yaitu dengan membandingkan distribusi kumulatif dari distribusi normal. Distribusi normal akan membentuk satu garis lurus diagonal, dan plotting data residual akan dibandingkan dengan garis diagonal. Jika distribusi data residual normal, maka garis yang menggambarkan data sesungguhnya akan mengikuti garis diagonalnya (Ghozali, 2013).

#### 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolinearitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi ditemukan adanya korelasi yang tinggi atau sempurna antar variabel independen. Penelitian ini untuk mendeteksi ada tidaknya multikolinearitas

menggunakan (1) tolerance value dan (2) Variance Inflation Factor (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independen yang dijelaskan oleh variabel independen lainnya. Jadi, nilai tolerance yang rendah sama dengan nilai VIF tinggi. Jika nilai tolerance  $\geq 0,1$  dan VIF  $\leq 10$  maka model tersebut bebas dari multikolinearitas, sebaliknya jika nilai tolerance  $\leq 0,1$  dan VIF  $\geq 10$  maka model tersebut terjadi multikolinearitas (Ghozali, 2005).

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Apabila variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap dapat disebut dengan homoskedastisitas dan apabila berbeda disebut dengan heteroskedastisitas (Ghozali, 2013).

Melihat grafik plot antara nilai prediksi variabel terikat (dependen) yaitu ZPRED dengan residual SRESID. Deteksi ada tidaknya heteroskedastisitas dapat dilakukan dengan melihat ada tidaknya pola tertentu pada grafik scatterplot antara SRESID dan ZPRED dimana sumbu Y adalah Y yang telah diprediksi dan sumbu X adalah residual ( $Y$  prediksi  $- Y$  sesungguhnya) yang telah distudentize (Ghozali, 2013).

Dasar pengambilan keputusan adalah jika ada pola tertentu, seperti titik-titik yang ada membentuk pola tertentu yang teratur (bergelombang, melebar kemudian menyempit), maka mengindikasikan telah terjadi heteroskedastisitas, atau jika tidak ada pola yang jelas, serta titik-titik menyebar di atas dan di bawah angka 0 pada sumbu Y, maka tidak terjadi heteroskedastisitas.

### 3.8.3. Uji Ketetapan Model

Uji ketepatan model ini dilakukan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua uji yaitu uji koefisien determinasi ( $R^2$ ), uji signifikansi simultan (uji F).

#### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Persamaan regresi yang menggunakan lebih dari satu variabel independen, maka nilai  $R^2$  yang baik digunakan untuk menjelaskan persamaan regresi adalah koefisien disesuaikan, karena telah memperhitungkan jumlah variabel independen dalam suatu model regresi nilai determinasi menggunakan *adjusted R Square* (Ghozali, 2013).

#### 2. Uji Signifikansi Simultan (Uji F)

Uji F dinyatakan dengan keyakinan 95% atau ( $\alpha = 0,05$ ), uji ini digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen mempengaruhi variabel dependen, Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau terikat (Ghozali, 2013).

Uji Signifikansi Simultan (Uji F) ini bertujuan untuk mengetahui model penelitian fit atau tidak, dan untuk mengetahui pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Uji F dapat dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  sedangkan dasar pengambilan keputusan yaitu dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ , dimana apabila nilai

$F_{hitung} > F_{table}$  maka seluruh variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent atau  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (Ghozali, 2013).

#### **3.8.4. Analisis Regresi Linear Berganda**

Menurut Ghozali (2013) menyatakan bahwa analisis regresi merupakan koefisien untuk masing-masing variabel independen. Koefisien ini diperoleh dengan cara memprediksi nilai variabel dependen dengan suatu persamaan. Teknik analisis regresi linear berganda yang digunakan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh citra produk, harga, kemudahan, dan resiko terhadap minat menggunakan kompor listrik. Adapun persamaan umum regresi yang digunakan sebagai berikut :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Keterangan :

Y = Minat Menggunakan

a = Konstanta

$b_1$  = koefisien regresi variabel

$b_2$  = koefisien regresi variabel

$b_3$  = koefisien regresi variabel

$b_4$  = koefisien regresi variabel

$X_1$  = citra produk

$X_2$  = harga

$X_3$  = kemudahan

$X_4$  = resiko

e = Error

### 3.8.5. Uji Hipotesis (Uji T)

Menurut Ghozali (2013) Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen. Pada uji statistik t, nilai t hitung akan dibandingkan dengan t tabel, dengan cara sebagai berikut:

1. Bila  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$  atau probabilitas  $<$  tingkat signifikansi ( $\text{Sig} < 0,05$ ), maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Bila  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  atau probabilitas  $>$  tingkat signifikansi ( $\text{Sig} > 0,05$ ), maka  $H_a$  ditolak dan  $H_o$  diterima, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1. Gambaran Umum Penelitian**

Penelitian yang dilakukan merupakan penelitian kuantitatif mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi minat menggunakan kompor listrik di Kecamatan Kartasura. Dalam penelitian ini yang dijadikan populasinya adalah masyarakat yang bertempat tinggal atau berdomisili di Kecamatan Kartasura. Kemudian yang menjadi responden dalam penelitian ini yaitu yang berada di Kecamatan Kartasura terdiri dari dua belas Desa meliputi : Desa Pucangan, Desa Wirogunan, Desa Kertonatan, Desa Kartasura, Desa Ngemplak, Desa Ngabeyan, Desa Ngadirejo, Desa Singapuran, Desa Pabelan, Desa Makamhaji, Desa Gonilan, dan Desa Gumpang.

Untuk memperoleh data peneliti menggunakan teknik pengumpulan data kuesioner, kuesioner tersebut disebar dengan menggunakan *google form* kepada responden. Total kuesioner yang didapat dengan teknik *google form* adalah 159 responden yang memenuhi kriteria sampel yang telah ditetapkan oleh penulis. Data dari responden yang telah terkumpul akan diidentifikasi berdasarkan : tempat tinggal responden, jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Identifikasi ini bertujuan untuk mengetahui gambaran umum responden.

##### **4.1.1. Deskripsi Responden Berdasarkan Domisili**

Hasil deskripsi responden berdasarkan domisili disajikan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.1  
Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

No.	Domisili	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Pucangan	39	24,5 %
2	Kartasura	23	14,5 %
3	Ngemplak	14	8,8 %
4	Gonilan	13	8,2 %
5	Gumpang	12	7,5 %
6	Makamhaji	11	6,9 %
7	Singopuran	9	5,7 %
8	Ngadirejo	9	5,7 %
9	Wirogunan	9	5,7 %
10	Pabelan	7	4,4 %
11	Kertonatan	7	4,4 %
12	Ngabeyan	6	3,8 %
	Total	159	100 %

Berdasarkan tabel 4.1 diatas, dapat diketahui bahwa responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini terbanyak berdomisili di Desa Pucangan yaitu sebanyak 39 responden atau 24,5 %, kemudian Desa Kartasura sebanyak 23 responden atau 14,4 %, Desa Ngemplak sebanyak 14 responden atau 8,8 %, Desa Gonilan sebanyak 13 responden atau 8,2 %, Desa Gumpang sebanyak 12 responden atau 7,5 %, Desa Makamhaji sebanyak 11 responden atau 6,9 %, Desa Singopuran sebanyak 9 responden atau 5,7 %, Desa Ngadirejo sebanyak 9 responden atau 5,7 %, Desa Wirogunan sebanyak 9 responden atau 5,7 %, Desa Pabelan sebanyak 7 atau 4,4 %, Desa Kertonatan sebanyak 7 atau 4,4 %, dan Desa Ngabeyan sebanyak 6 atau 3,8 %.

#### 4.1.2. Deskripsi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Hasil deskripsi responden berdasarkan jenis kelamin disajikan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.2  
Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah Responden	Persentase (%)
1.	Laki-Laki	6	3,8 %
2.	Perempuan	153	96,2%
Total		159	100 %

Hasil penelitian tabel 4.2 diatas menunjukkan bahwa responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini adalah responden dengan jenis kelamin laki-laki dan perempuan. Dari 159 responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah sebanyak 6 atau 3,8 %, sedangkan untuk responden yang berjenis kelamin perempuan sebanyak 153 atau 96,2%. Pada kategori jenis kelamin didominasi oleh responden dengan jenis kelamin perempuan, karena perempuan lebih dominan menggunakan peralatan memasak.

#### 4.1.3. Deskripsi Responden Berdasarkan Usia

Hasil deskripsi responden berdasarkan usia disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.3  
Jumlah Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	20 – 30 tahun	39	24,5 %
2	31 – 40 tahun	61	38,4 %
3	>40 tahun	59	37,1 %
Total		159	100 %

Hasil penelitian tabel 4.3 menunjukkan bahwa responden berdasarkan usia dikelompokkan menjadi tiga yaitu usia 20 - 30 tahun, 31 - 40 tahun dan >40 tahun. Dari hasil penelitian responden yang paling mendominasi adalah usia 31-40 tahun sebanyak 61 responden atau 38,4 % dan diikuti responden dengan usia > 40



tahun sebanyak 59 responden atau 37,1 % dan sedangkan untuk usia 20 - 30 sebanyak 39 responden atau 24,5 %.

#### 4.1.4. Deskripsi Responden Berdasarkan Pekerjaan

Hasil deskripsi responden berdasarkan pekerjaan disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.4  
Jumlah Responden Berdasarkan Pekerjaan

No.	Pekerjaan	Jumlah Responden	Presentase (%)
1	Ibu Rumah Tangga	63	39,6 %
2	Pedagang	27	17 %
3	Guru/Dosen	25	15,7 %
4	Karyawan Swasta	19	11,9 %
5	Wiraswasta	12	7,5 %
6	Mahasiswa/Pelajar	12	7,5 %
7	Belum Kerja	1	0,6 %
Total		159	100 %

Berdasarkan tabel 4.4 diatas, dapat dilihat bahwa responden yang ikut berpartisipasi dalam penelitian ini terbanyak merupakan responden yang berprofesi sebagai Ibu Rumah Tangga yaitu sebanyak 63 responden atau 39,6 %, dan kemudian responden yang frekuensi terkecil yaitu belum bekerja sebanyak 1 responden atau 0,6%.

## 4.2. Pengujian dan Hasil Analisis Data

### 4.2.1. Hasil Uji Instrumen Penelitian

Dalam penelitian ini dilakukan uji instrumen, dengan tujuan untuk menguji suatu kuesioner agar akurat dan dapat dipertanggungjawabkan. Uji ini juga dilakukan untuk menguji apakah suatu instrumen baik atau tidak. Dalam penelitian ini terdapat 2 uji instrumen yang digunakan yaitu uji validitas dan uji reliabilitas.

## 1. Uji Validitas

Dalam penelitian ini pengujian validitas dilakukan pada lima variabel yaitu variabel citra produk, harga, kemudahan, resiko, dan minat menggunakan. Penelitian ini menggunakan teknik dengan melakukan korelasi bivariate antara masing-masing skor indikator dengan total skor konstruk. Teknik ini membandingkan nilai r hitung dengan r tabel, dimana nilai r tabel dicari pada signifikansi 0,05 dengan uji 2 arah untuk *degree of freedom* (df) = n-2, nilai n didapat dari jumlah sampel yang digunakan. Dalam penelitian ini jumlah data (n) = 159, sehingga df = 157, nilai r tabel yang didapat dari signifikansi 0,05 dengan uji 2 arah untuk nilai df = 157 adalah 0.1557. Suatu instrumen atau pernyataan dikatakan valid apabila nilai r hitung > r tabel, dan apabila r hitung < r tabel maka suatu instrumen tersebut tidak valid (Ghozali, 2013).

Hasil uji validitas disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.5  
Hasil Uji Validitas Variabel Citra Produk

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Citra Produk	X1.1	0,640	0.1557	Valid
	X1.2	0,518	0.1557	Valid
	X1.3	0,516	0.1557	Valid
	X1.4	0,634	0.1557	Valid
	X1.5	0,703	0.1557	Valid
	X1.6	0,765	0.1557	Valid
	X1.7	0,728	0.1557	Valid
	X1.8	0,737	0.1557	Valid

Tabel 4.6  
Hasil Uji Validitas Variabel Harga

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Harga	X2.1	0,573	0.1557	Valid
	X2.2	0,662	0.1557	Valid
	X2.3	0,618	0.1557	Valid
	X2.4	0,622	0.1557	Valid
	X2.5	0,607	0.1557	Valid
	X2.6	0,691	0.1557	Valid
	X2.7	0,728	0.1557	Valid
	X2.8	0,798	0.1557	Valid
	X2.9	0,716	0.1557	Valid
	X2.10	0,665	0.1557	Valid
	X2.11	0,729	0.1557	Valid

Tabel 4.7  
Hasil Uji Validitas Variabel Kemudahan

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Kemudahan	X3.1	0,745	0.1557	Valid
	X3.2	0,795	0.1557	Valid
	X3.3	0,704	0.1557	Valid
	X3.4	0,848	0.1557	Valid
	X3.5	0,579	0.1557	Valid
	X3.6	0,808	0.1557	Valid

Tabel 4.8  
Hasil Uji Validitas Variabel Resiko

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Resiko	X4.1	0,860	0.1557	Valid
	X4.2	0,904	0.1557	Valid
	X4.3	0,745	0.1557	Valid
	X4.4	0,884	0.1557	Valid
	X4.5	0,879	0.1557	Valid
	X4.6	0,872	0.1557	Valid
	X4.7	0,906	0.1557	Valid
	X4.8	0,862	0.1557	Valid
	X4.9	0,853	0.1557	Valid
	X4.10	0,795	0.1557	Valid

Tabel 4.9  
Hasil Uji Validitas Minat Menggunakan

Variabel	Pernyataan	r hitung	r tabel	Keterangan
Minat Menggunakan	X5.1	0,962	0.1557	Valid
	X5.2	0,957	0.1557	Valid
	X5.3	0,920	0.1557	Valid

Berdasarkan hasil dari data analisis uji validitas yang disajikan pada tabel 4.5 sampai 4.9, yang diolah menggunakan program SPSS 22, dapat diketahui bahwa variabel-variabel diatas yaitu citra produk, harga, resiko, kemudahan, dan minat menggunakan yang masing-masing terdiri dari beberapa pernyataan menghasilkan nilai r hitung  $>$  r tabel (0,1557), sehingga dapat disimpulkan bahwa setiap butir pernyataan dari kelima variabel di atas adalah valid.

## 2. Uji Reabilitas

Suatu kuesioner dapat dikatakan reliabel atau handal apabila jawaban seseorang terhadap pernyataan adalah konsisten atau stabil dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas menunjukkan bahwa seluruh pertanyaan adalah reliable dengan menggunakan rumus Cronbach Alpha. Suatu variabel dikatakan reliable jika memberikan nilai Cronbach Alpha  $>$  0,60 (Ghozali, 2005). Hasil uji reabilitas disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.10  
Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Nilai Cronbach Alpha	Standar Reliabel	Keterangan
Citra Produk	0,798	0,60	Reliabel
Harga	0,880	0,60	Reliabel
Kemudahan	0,834	0,60	Reliabel
Resiko	0,959	0,60	Reliabel
Minat Menggunakan	0,942	0,60	Reliabel

Berdasarkan hasil dari data analisis uji reliabilitas yang disajikan pada tabel 4.10, yang diolah menggunakan program SPSS 22, dapat diketahui bahwa kelima variabel yaitu citra produk, harga, kemudahan, resiko dan minat menggunakan memiliki nilai Cronboch Alpha ( $\alpha$ ) lebih besar dari ( $>$ ) 0,60. Sehingga dapat diambil kesimpulan bahwa setiap pernyataan yang mengukur kelima variabel tersebut adalah reliabel (handal), atau dengan kata lain indikator yang digunakan pada kelima variabel tersebut dikatakan handal atau dapat dipercaya sebagai alat ukur.

#### **4.2.2. Hasil Uji Asumsi Klasik**

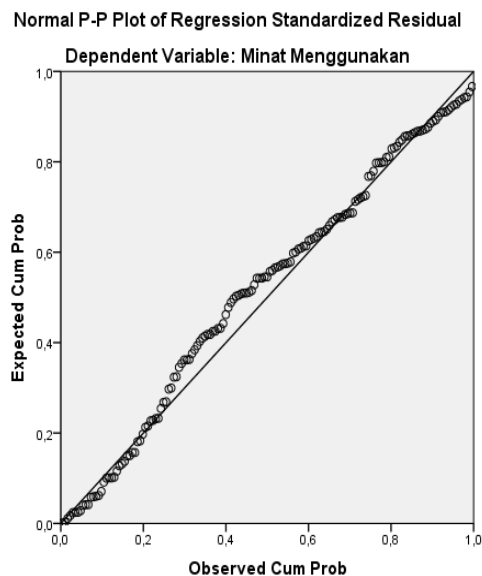
Uji asumsi merupakan pengujian yang dilakukan untuk menilai kehandalan suatu model. Uji asumsi klasik sebagai uji persyaratan suatu analisis regresi. Dalam pengujian ini asumsi klasik yang dilakukan terdiri dari uji normalitas, multikolonieritas, dan uji heteroskedasitas (Ghozali, 2013).

##### **1. Uji Normalitas**

Uji normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam metode regresi, variabel pengganggu atau residual memiliki distribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini uji normalitas dilakukan menggunakan analisa grafik dan analisis statistik (Ghozali, 2013).

Analisa grafik yang digunakan yaitu grafik Normal P-P Plot, dimana model regresi dikatakan memenuhi asumsi normalitas apabila, data (titik-titik) telah menyebar disekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis lurus (Ghozali, 2013). Hasil uji normalitas disajikan pada grafik sebagai berikut :

Gambar 4.1  
Grafik Uji Normalitas



Berdasarkan hasil dari analisa grafik Normal P-P Plot yang disajikan pada gambar 4.1 diatas, yang diolah menggunakan progam SPSS 22, dapat dilihat bahwa data atau titik-titik ploting mengikuti dan mendekati garis diagonalnya. Sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai residual pada penelitian ini berdistribusi normal, maka asumsi normalitas dalam penelitian ini terpenuhi.

## 2. Uji Multikolinearitas

Uji multikolonieritas digunakan untuk menguji apakah regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (independen). Model regresi ini sebaiknya tidak terjadi korelasi diantara variabel independen, atau bebas dari multikolonieritas dikatakan bebas dari multikolonieritas apabila angka tolerance  $> 0,10$  dan nilai VIF  $< 10$  (Ghozali, 2013). Hasil uji Multikolinearitas disajikan pada tabel sebagai berikut :

Tabel 4.11  
Hasil Uji Multikolinearitas

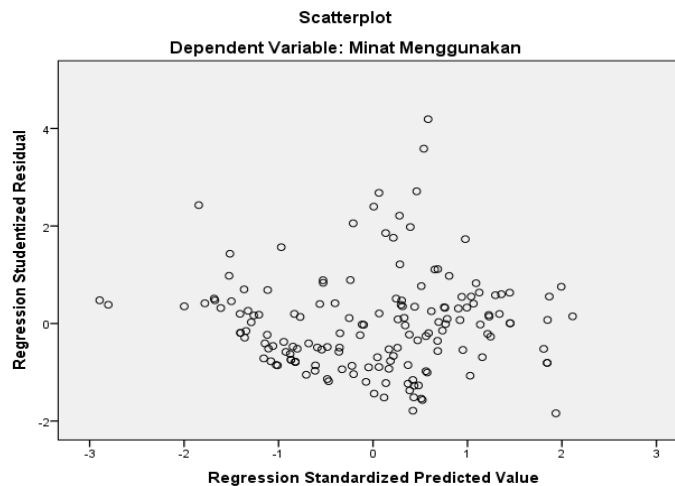
Variabel	Tolerance	VIF	Keterangan
Citra Produk	0,375	2,669	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Harga	0,324	3,083	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Kemudahan	0,467	2,142	Tidak Terjadi Multikolinearitas
Resiko	0,835	1,198	Tidak Terjadi Multikolinearitas

Berdasarkan hasil dari analisa uji multikolinearitas yang disajikan pada tabel 4.9 diatas, yang diolah menggunakan program SPSS 22, dapat dilihat bahwa variabel citra produk, harga, kemudahan, dan resiko memiliki nilai Tolerance > 0,10 dan nilai VIF < 10, sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa antar variabel independen dalam penelitian ini bebas dari gejala multikolinearitas atau dinyatakan tidak mengalami gangguan multikolinearitas, maka penelitian ini memenuhi syarat analisis regresi.

### 3. Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain, jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain berbeda maka disebut heteroskedastisitas (Ghozali, 2013). Hasil uji heteroskedastisitas disajikan pada grafik sebagai berikut :

Gambar 4.2  
Grafik Uji Heteroskedastisitas



Berdasarkan hasil uji heteroskedastisitas dapat dijelaskan bahwa gambar 4.2 memiliki pola yang menyebar tidak membentuk pola tertentu, serta titik-titik menyebar diatas dan dibawah angka 0 pada sumbu Y sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi tidak terjadi heteroskedastisitas.

#### 4.2.3. Hasil Uji Ketetapan Model

Uji ketetapan model dilakukan untuk menguji hubungan antara variabel independen dan variabel dependen. Uji ketetapan model dalam penelitian ini yaitu uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dan uji signifikansi simultan (uji statistic F).

##### 1. Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ )

Uji Koefisien Determinasi ( $R^2$ ) untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi-variabel dependen. Nilai koefisien determinasi adalah antara 0 dan 1. Uji koefisien determinasi dalam penelitian ini, dilakukan dengan melihat nilai Adjusted  $R^2$  untuk mengevaluasi mana model regresi terbaik. Nilai Adjusted  $R^2$  dapat naik dan turun apabila satu variabel



ditambahkan ke dalam model penelitian (Ghozali, 2013). Hasil uji koefisien determinasi disajikan pada tabel berikut ini :

Tabel 4.12  
Hasil Uji Koefisien Determinasi

<b>Model Summary<sup>b</sup></b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,566 <sup>a</sup>	,321	,303	2,257

a. Predictors: (Constant), Resiko, Kemudahan, Citra Produk, Harga

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Berdasarkan hasil dari analisa uji koefisien determinasi yang disajikan pada tabel 4.12 diatas, yang diolah menggunakan progam SPSS 22, dapat dilihat bahwa nilai dari Adjusted R<sup>2</sup> sebesar 0,303 atau 30,3%, hal ini berarti variasi variabel dependent (minat menggunakan) dapat dijelaskan oleh variabel independen (citra produk, harga, kemudahan, dan resiko) sebesar 30,3% sedangkan 69,7% (100% - 30,3% = 69,7%) dijelaskan oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

## 2. Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)

Uji Signifikansi Simultan (Uji F) ini bertujuan untuk mengetahui model penelitian fit atau tidak, dan untuk mengetahui pengaruh variabel independent secara bersama-sama terhadap variabel dependent. Uji F dapat dilakukan dengan melihat tingkat signifikansi  $\alpha = 0,05$  sedangkan dasar pengambilan keputusan yaitu dengan membandingkan nilai  $F_{hitung}$  dan  $F_{tabel}$ , dimana apabila nilai

$F_{hitung} > F_{tabel}$  maka seluruh variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent atau  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima (Ghozali, 2013).

Hasil uji signifikansi simultan atau uji f disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 4.13  
Hasil Uji Signifikansi Simultan (Uji Statistik F)  
ANOVA<sup>a</sup>

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	370,569	4	92,642	18,185	,000 <sup>b</sup>
Residual	784,538	154	5,094		
Total	1155,107	158			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Resiko, Kemudahan, Citra Produk, Harga

Dari tabel diatas, menunjukkan bahwa nilai  $F_{hitung}$  sebesar 22,061 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000. Untuk menghitung  $F_{tabel}$  sebelumnya menentukan terlebih dahulu  $df_1$  dan  $df_2$ , dengan nilai signifikansi 0,05. Dimana  $df_1$  adalah jumlah variabel independennya yaitu 4, sedangkan  $df_2$  adalah nilai residual dari model ( $n-k-1$ ) yaitu 154 dimana ( $n$ ) adalah jumlah responden dan ( $k$ ) adalah jumlah variabel independen.

$F_{tabel}$  diperoleh nilai 2,43 (diperoleh dari  $F_{tabel}$ ), sehingga dapat disimpulkan bahwa nilai  $F_{hitung} > F_{tabel}$  ( $18,185 > 2,43$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,000 < 0,05$ , hal ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak. Dapat ditarik kesimpulan bahwa citra produk, harga, kemudahan, dan resiko secara bersama-sama berpengaruh terhadap minat menggunakan kompor listrik.

#### 4.2.4. Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis regresi linier berganda dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh citra produk, harga, kemudahan, dan resiko terhadap minat menggunakan. Adapun persamaan regresi linier berganda, yaitu :

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + b_4X_4 + e$$

Tabel 4.14  
Hasil Analisis Regresi Linier Berganda

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,664	1,602		1,039	,300		
	Citra Produk	,126	,060	,228	2,100	,037	,375	2,669
	Harga	,090	,044	,236	2,028	,044	,324	3,083
	Kemudahan	,106	,060	,172	1,775	,078	,467	2,142
	Resiko	,007	,023	,022	,310	,757	,835	1,198

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

Dari tabel 4.14 hasil pengolahan menggunakan SPSS 22 diatas, dapat diperoleh persamaan regresi linier berganda sebagai berikut :

$$Y = 1,664 + 0,126X_1 + 0,090X_2 + 0,106X_3 + 0,007X_4$$

Keterangan :

Y = Minat Menggunakan

a = Konstanta

X1= Citra Produk

X2= Harga

X3= Kemudahan

X4= Resiko

e = Error

Dari hasil persamaan regresi linear berganda diatas, maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut ini:

1. Konstanta sebesar 1,664, artinya pada saat nilai atau skor variabel independen (citra produk, harga, kemudahan dan resiko) sama dengan 0, maka tingkat minat menggunakan kompor listrik sebesar 1,664.
2. Nilai koefisien regresi citra produk (X1) sebesar 0,126, menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen lain tetap maka setiap penambahan 1 satuan citra produk, maka akan meningkatkan minat menggunakan kompor listrik sebesar 0,126.
3. Nilai koefisien regresi variable harga (X2) sebesar 0,090 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen lain tetap maka setiap penambahan 1 satuan harga, maka akan meningkatkan minat menggunakan (Y) sebesar 0,090.
4. Nilai koefisien regresi variable kemudahan (X3) sebesar 0,106 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen lain tetap maka setiap penambahan 1 satuan kemudahan, maka akan meningkatkan minat menggunakan (Y) sebesar 0,106.
5. Nilai koefisien regresi variable resiko (X4) sebesar 0,007 menunjukkan bahwa apabila nilai variabel independen lain tetap maka setiap penambahan 1 satuan resiko, maka akan meningkatkan minat menggunakan (Y) sebesar 0,007.

#### 4.2.5. Hasil Uji Hipotesis (Uji Statistik t)

Uji statistik t pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh pengaruh satu variabel independen secara individual dalam menerangkan variabel dependen (Ghozali, 2013). Pada uji statistik t, nilai t hitung akan dibandingkan dengan t tabel, dengan cara sebagai berikut:

1. Bila  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau probabilitas  $<$  tingkat signifikansi ( $Sig < 0,05$ ), maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen.
2. Bila  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau probabilitas  $>$  tingkat signifikansi ( $Sig > 0,05$ ), maka  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, variabel independen tidak berpengaruh terhadap variabel dependen.

Hasil dari uji statistik t variabel citra produk, harga, kemudahan, dan resiko dapat dilihat pada tabel 4.14 diatas. Berdasarkan hasil dari analisa uji T yang disajikan pada tabel 4.14, yang diolah menggunakan program SPSS 22, dapat diketahui nilai t hitung dan nilai signifikansi dari masing-masing variabel independen terhadap variabel dependent, yaitu sebagai berikut :

1. Variabel citra produk memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,100 > 1,654$  (diperoleh dari  $t_{tabel}$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,037 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya citra produk berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.
2. Variabel harga memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,028 > 1,654$  (diperoleh dari  $t_{tabel}$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,044 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya harga berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.

3. Variabel kemudahan memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $1,775 > 1,654$  (diperoleh dari  $t_{tabel}$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,078 > 0,05$  sehingga  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya kemudaha tidak ada pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan, karena tingkat signifikansinya lebih besar dari 0,05.
4. Variabel resiko memiliki nilai  $t_{hitung} < t_{tabel}$  yaitu  $0,310 < 1,654$  (diperoleh dari  $t_{tabel}$ ) dengan tingkat signifikansi  $0,757 > 0,05$  artinya resiko tidak ada pengaruh signifikan antara resiko terhadap minat menggunakan, karena thitung lebih kecil dari t tabel dan tingkat signifikansi lebih besar dari 0,05.

#### **4.3. Pembahasan Hasil Analisis Data (Pembuktian Hipotesis)**

1. Pengaruh citra produk terhadap minat menggunakan kompor listrik

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel citra produk berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik. Hal ini dapat diketahui dari uji hipotesis, bahwa variabel citra produk memiliki nilai  $t_{hitung} > t_{tabel}$  yaitu  $2,100 > 1,654$  dengan tingkat signifikansi  $0,037 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya citra produk berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.

Dari hasil olah data diatas menunjukkan bahwa minat menggunakan kompor listrik dipengaruhi oleh variabel citra produk, yaitu dengan beberapa indikator yang meliputi inovatif, desain, partisen, dapat dikendalikan, tahan lama, kualitas yang baik, maka semakin baik citra produknya semakin banyak minat dalam menggunakan kompor listrik tersebut akan meningkat.

Pengaruh citra produk terhadap minat menggunakan kompor listrik dihasilkan dengan jumlah 159 responden yang terdiri dari kategori jenis kelamin,

usia dan pekerjaan. Jenis kelamin didominasi oleh responden perempuan dengan jumlah 153 responden dan jenis kelamin laki-laki dengan jumlah 6 responden. Kategori usia didominasi dengan responden berusia >40 tahun sejumlah 59 responden, dan responden berusia 31-40 tahun sejumlah 61 responden dan 20-30 tahun sejumlah 39 responden. Sedangkan kategori pekerjaan didominasi oleh ibu rumah tangga sejumlah 63 responden.

## 2. Pengaruh harga terhadap minat menggunakan kompor listrik

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel harga berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik. Hal ini dapat diketahui dari uji hipotesis, bahwa variabel harga memiliki nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yaitu  $2,028 > 1,654$  dengan tingkat signifikansi  $0,044 < 0,05$  sehingga  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak, artinya harga berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.

Dari hasil olah data diatas menunjukkan bahwa minat menggunakan kompor listrik dipengaruhi oleh variabel harga, yaitu dengan beberapa indikator yang meliputi, harga kompor, harga listrik, *affordability* kompor dan energy listrik, maka minat menggunakan kompor listrik akan menjadi pertimbangan bagi para produsen untuk membeli kompor listrik tersebut.

Pengaruh harga terhadap minat menggunakan kompor listrik dihasilkan dengan jumlah 159 responden yang terdiri dari kategori jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Jenis kelamin didominasi oleh responden perempuan dengan jumlah 153 responden dan jenis kelamin laki-laki dengan jumlah 6 responden. Kategori usia didominasi dengan responden berusia >40 tahun sejumlah 59 responden, dan

responden berusia 31-40 tahun sejumlah 61 responden dan 20-30 tahun sejumlah 39 responden. Sedangkan kategori pekerjaan didominasi oleh ibu rumah tangga sejumlah 63 responden.

### 3. Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan kompor listrik

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel kemudahan tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan kompor listrik. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji hipotesis, bahwa variabel kemudahan memiliki nilai  $t$  hitung  $>$   $t$  tabel yaitu  $1,775 > 1,654$  dengan tingkat signifikansi  $0,078 > 0,05$  sehingga  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya kemudaha tidak ada pengaruh signifikan terhadap minat menggunakan.

Dari hasil olah data diatas menunjukkan bahwa minat menggunakan kompor listrik tidak berpengaruh terhadap variabel kemudahan, yaitu dengan beberapa indikator yang meliputi, mudah untuk digunakan, mudah untuk dipelajari, dan dapat dikendalikan maka masyarakat yang berdomisili di Kecamatan Kartasura yang terdiri dari dua belas Desa tidak memikirkan kemudahan dalam penggunaan suatu barang, karena menurut pandangan masyarakat di Kecamatan Kartasura mudah itu dapat diaplikasikan atau digunakan oleh pengguna tanpa menimbulkan usaha yang memberatkan.

Pengaruh kemudahan terhadap minat menggunakan kompor listrik dihasilkan dengan jumlah 159 responden yang terdiri dari kategori jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Jenis kelamin didominasi oleh responden perempuan dengan jumlah 153 responden dan jenis kelamin laki-laki dengan jumlah 6 responden. Kategori usia didominasi dengan responden berusia  $>40$  tahun sejumlah 59



responden, dan responden berusia 31-40 tahun sejumlah 61 responden dan 20-30 tahun sejumlah 39 responden. Sedangkan kategori pekerjaan didominasi oleh ibu rumah tangga sejumlah 63 responden.

#### 4. Pengaruh resiko terhadap minat menggunakan kompor listrik

Berdasarkan hasil perhitungan statistik dengan menggunakan SPSS dapat disimpulkan bahwa variabel persepsi resiko tidak berpengaruh terhadap minat menggunakan kompor listrik. Hal ini dapat diketahui dari hasil uji hipotesis, bahwa memiliki nilai  $t$  hitung  $< t$  tabel yaitu  $0,310 < 1,654$  dengan tingkat signifikansi  $0,757 > 0,05$  sehingga  $H_a$  ditolak dan  $H_0$  diterima, artinya resiko tidak ada pengaruh signifikan antara resiko terhadap minat menggunakan.

Dari hasil olah data diatas menunjukkan bahwa minat menggunakan kompor listrik tidak berpengaruh terhadap variabel resiko, yaitu dengan beberapa indikator yang meliputi, *physical risk* dan *performance risk* maka masyarakat yang berdomisili di Kecamatan Kartasura yang terdiri dari dua belas Desa tidak menghiraukan resiko yang akan terjadi atau yang akan timbul ketika masyarakat menggunakan peralatan yang belum pernah digunakan sebelumnya, karena setiap barang yang akan digunakan atau dipakai pasti memiliki resiko dalam penggunaannya.

Pengaruh resiko terhadap minat menggunakan kompor listrik dihasilkan dengan jumlah 159 responden yang terdiri dari kategori jenis kelamin, usia dan pekerjaan. Jenis kelamin didominasi oleh responden perempuan dengan jumlah 153 responden dan jenis kelamin laki-laki dengan jumlah 6 responden. Kategori usia didominasi dengan responden berusia  $>40$  tahun sejumlah 59 responden, dan

responden berusia 31-40 tahun sejumlah 61 responden dan 20-30 tahun sejumlah 39 responden. Sedangkan kategori pekerjaan didominasi oleh ibu rumah tangga sejumlah 63 responden.

## **BAB V PENUTUP**

### **5.1. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil analisis data dan hasil uji hipotesis pada bab sebelumnya, maka dapat disimpulkan beberapa hal, yaitu sebagai berikut :

1. Hipotesis pertama yang menyatakan bahwa “Citra Produk berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik” terbukti kebenarannya. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis yang menunjukkan nilai signifikan pada tabel 4.15 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 pada citra produk  $0,037 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa citra produk berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik.
2. Hipotesis kedua yang menyatakan bahwa “Harga berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik” terbukti kebenarannya. Hal ini dapat dilihat dari analisis yang menunjukkan nilai signifikansi pada tabel 4.15 dimana nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 pada harga  $0,044 < 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa harga berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik.
3. Hipotesis ketiga yang menyatakan bahwa “Kemudahan berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik” tidak terbukti kebenarannya. Hal ini dapat dilihat dari analisis yang menunjukkan nilai signifikansi pada tabel 4.15 dimana nilai signifikan lebih besar dari 0,05 pada kemudahan  $0,078 > 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa

kemudahan tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik.

4. Hipotesis keempat yang menyatakan bahwa “Resiko berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik” tidak terbukti kebenarannya. Hal ini dapat dilihat dari hasil analisis yang menunjukkan nilai signifikansi pada tabel 4.15 dimana nilai signifikan lebih besar dari 0,05 pada resiko  $0,757 > 0,05$ . Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa resiko tidak ada pengaruh yang signifikan terhadap minat menggunakan kompor listrik.
5. Besarnya pengaruh citra produk, harga, kemudahan, dan resiko terhadap minat menggunakan kompor listrik di Kecamatan Kartasura adalah sebesar 30,3% sedangkan 69,7% ( $100\% - 30,3\% = 69,7\%$ ) dijelaskan oleh variabel atau faktor-faktor lain yang tidak disertakan dalam model penelitian ini.

## **5.2. Keterbatasan Penelitian**

Dalam penyusunan penelitian ini peneliti menyadari masih banyak kekurangannya, sehingga penelitian ini memiliki keterbatasan sebagai berikut:

1. Penelitian ini terbatas hanya menguji beberapa variabel independen saja, yaitu citra produk, harga, kemudahan dan resiko. Sehingga mungkin variabel dependen yaitu minat menggunakan dapat dipengaruhi oleh variabel-variabel lain diluar variabel yang diteliti
2. Dalam penelitian ini yang menjadi responden adalah masyarakat yang bertempat tinggal atau berdomisili di Kecamatan Kartasura yang terdiri dari dua belas desa. Kemudian yang menjadi responden adalah penduduk

di Kecamatan Kartasura yang berusia 20 tahun hingga lebih dari 40 tahun, memiliki cakupan penelitian yang sempit menyebabkan hasil penelitian kurang dapat digeneralisasikan dan belum mendapatkan hasil yang maksimal.

3. Keterbatasan dalam metode pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner, sehingga terkadang jawaban dari responden tidak menjelaskan keadaan yang sebenarnya.

### **5.3. Saran-Saran**

Berdasarkan kesimpulan yang telah dijelaskan maka saran yang ingin penulis ajukan kepada pihak-pihak yang terkait dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Penelitian ini utamanya diharapkan dapat menjadi dasar dalam pengambil kebijakan-kebijakan perusahaan untuk meningkatkan ketertarikan konsumen terhadap minat menggunakan kompor listrik, melalui program pemasaran yang berfokus pada citra produk, harga, kemudahan, dan resiko.
2. Penelitian ini dilakukan dengan metode yang terstruktur, prosedural dan terpola. Metode yang dilakukan dalam penelitian ini melalui berbagai macam pengukuran dan pengujian statistik. Hal ini diharapkan dapat memberi pemahaman kepada penelitian selanjutnya dan dapat dijadikan pertimbangan untuk medesain metode yang akan digunakan.

3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan dapat memperluas wilayah penelitian yang akan diteliti, obyek yang berbeda, serta dapat menggunakan sampel yang berbeda pula, sehingga dapat menjadikan keterbaharuan penelitian
4. Banyak keterbatasan dalam penelitian ini, terutama dalam cakupan wilayah dan penetapan variabel yang dijadikan faktor minat menggunakan. Oleh karena itu peneliti berharap adanya penelitian lebih lanjut yang menyempurnakan penelitian ini dan penelitian-penelitian terdahulu yang menjadi acuan penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Alem, Y., Hassen, S., & Köhlin, G. (2013). The Dynamics of Electric Cookstove Adoption : Panel data evidence from Ethiopia. *ECONOMICS*, 2473(557).
- Alem, Y., Hassen, S., & Köhlin, G. (2014). Adoption and disadoption of electric cookstoves in urban Ethiopia: Evidence from panel data. *Resource and Energy Economics*, 38, 110–124. <https://doi.org/10.1016/j.reseneeco.2014.06.004>
- Amilia, S., & Nst, M. O. A. (2017). Pengaruh Citra Merek , Harga , dan Kualitas Produk terhadap Keputusan Pembelian Handphone Merek Xiaomi di Kota Langsa. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 6(1).
- Ariyanti, K., & Iriani, S. S. (2014). Kurnia Ariyanti dan Sri Setyo Iriani; Pengaruh Persepsi Nilai .... *Jurnal Ilmu Manajemen*, 2(4).
- Astuti, S. P. (2020). *Statistika* (1st ed.). Yogyakarta : Gerbang Media Aksara: CV Gerbang Media Aksara Berkerjasama dengan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta.
- Daud, Z. U. (2018). Pengaruh Produk , Harga dan Promosi terhadap Keputusan Pembelian Rumah pada Green Avina Birem Puntong Langsa Baru. *Jurnal Manajemen Dan Keuangan*, 7(2), 174–183.
- Dewi, N. M. A. P., & Warmika, I. G. K. (2016). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh persepsi kemudahan penggunaan, persepsi manfaat dan persepsi resiko terhadap niat menggunakan. *E-Jurnal Manajemen Unud*, 5(4), 2606–2636.
- Faisal, M., Nugrahadi, G., Soeriaatmadja, R. A. D., & Anggarini, S. (2019). Desain alat memasak untuk aktivitas pendakian gunung. *Sosial Dan Humaniora*, (2), 1–5.
- Ferdinand, A. (2014). *Metode Penelitian Manaejemen Pedoman Penelitian Untuk Penulisan Skripsi Tesis dan Disertai Ilmu Manajemen* (5th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Firmansyah, M. A., & Mahardhika, B. W. (2015). Pengaruh Strategi Marketing Mix (Produk, Harga, Promosi Dan Distribusi) Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Batik Di Surabaya. *Jurnal Balance*, XII(2).
- Gerung, C. J., Sepang, J., & Loindong, S. (2017). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Mobil Nissan X-Trail

- Pada PT. Wahana Wirawan Manado. *Jurnal EMBA*, 5(2), 2221–2229.
- Ghozali, I. (2005). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS* (3rd ed.). Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 up date PLS regresi* (7th ed.). Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Gopi, M., & Ramayah, T. (2014). Applicability of theory of planned behavior in predicting intention to trade online Some evidence from a developing country. *International Journal of Emerging Markets*, 2(4), 348–360. <https://doi.org/10.1108/17468800710824509>
- Gould, C. F., & Urpelainen, J. (2018). LPG as a clean cooking fuel : Adoption , use , and impact in rural India. *Energy Policy*, 122(March), 395–408. <https://doi.org/10.1016/j.enpol.2018.07.042>
- Habibah, U., & Sumiati. (2016). Pengaruh Kualitas Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Produk Kosmetik Wardah Di Kota Bangkalan Madura. *Jurnal Ekonomi , Bisnis & Entrepreneurship*, 1(1), 31–48.
- Haekal, A., & Widjajanta, B. (2016). Pengaruh Kepercayaan Dan Persepsi Risiko Terhadap Minat Membeli Secara ONLINE Pada Pengunjung WEBSITE CLASSIFIEDS Di Indonesia. *Journal Of Business Management and Enterpreneurship Education*, 1(1), 181–193.
- Hasanah, A. W., & Handayani, O. (2016). Perbandingan Efisiensi Energi Dan Biaya Pada Kompor Induksi Terhadap Kompor Listrik Dan Kompor GAS.
- Hollebeek, L. D., Jaeger, S. R., Brodie, R. J., & Balemi, A. (2007). The influence of involvement on purchase intention for new world wine. *Food Quality and Preference*, 18, 1033–1049. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2007.04.007>
- Hwang, J., & Griffiths, M. A. (2017). Share more, drive less: Millennials value perception and behavioral intent in using collaborative consumption services. *Journal of Consumer Marketing*, 34(2), 132–146. <https://doi.org/10.1108/JCM-10-2015-1560>
- Indriantoro, N., & Supomo, B. (2016). *Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi & Manajemen* (1st ed.). Yogyakarta: BPFEE.
- Istiarni, P. R. D., & Hadiprajitno, P. B. (2014). Analisis Pengaruh Persepsi Manfaat, Kemudahan Penggunaan Dan Kredibilitas Terhadap Minat Penggunaan Berulang Internet Banking Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Intervening. *Journal Of Accounting*, 03(2), 1–10.



- Kroon, B. Van Der, Brouwer, R., & Beukering, P. J. H. Van. (2013). The energy ladder : Theoretical myth or empirical truth ? Results from a meta-analysis. *Renewable and Sustainable Energy Reviews*, 20, 504–513. <https://doi.org/10.1016/j.rser.2012.11.045>
- Laroche, M., Mcdougall, G. H. G., Bergeron, J., & Yang, Z. (2004). Exploring How Intangibility Affects Perceived Risk. *Journal of Service Research*, 6(4), 373–389. <https://doi.org/10.1177/1094670503262955>
- Li, X. G., Wang, X., & Cai, Y. J. (2011). Corporate-, Product-, and User-Image Dimensions and Purchase Intentions The Mediating Role of Cognitive and Affective Attitudes. *Journal Of Computers*, 6(9), 1875–1879. <https://doi.org/10.4304/jcp.6.9.1875-1879>
- Li, Z. G., Fu, S., & Murray, L. W. (1998). Country and Product Images. *Journal of International Consumer Marketing*, 10(1–2), 115–139. <https://doi.org/10.1300/J046v10n01>
- Lu, C., Li, D., Barnes, B. R., & Ahn, J. (2012). Country image , product image and consumer purchase intention : Evidence from an emerging economy. *International Business Review*, 21(6), 1041–1051. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2011.11.010>
- Maharama, A. R., & Kholis, N. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Persepsi Risiko Terhadap Keputusan Pembelian Jasa GOJEK Di Kota Semarang Yang Dimediasi Minat Beli Sebagai Variabel Intervening. *Jurnal Manajemen*, 19(2), 203–213.
- Massawe, F. A. (2019). Successes and Challenges of Improved Biomass Cooking Stoves Adoption along the Product Value Chain in Kilimanjaro Region , Tanzania. *Journal Of Energy Research and Reviews*, 3(4), 1–12. <https://doi.org/10.9734/JENRR/2019/v3i430108>
- Mensah, I. K. (2020). Perceived Usefulness and Ease of Use of Mobile Government Services: The Moderating Impact of Electronic Word of Month (eWOM). *International Journal of Technology Diffusion*, 11(1), 1–16. <https://doi.org/10.4018/IJTD.2020010101>
- Nurdianto, D., & Yuniati, T. (2013). Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Sebagai Variabel Intervening Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Motor Honda. *Jurnal Ilmu & Riset Manajemen*, 2(10).
- Pratama, A. B., & Suputra, I. D. G. D. (2019). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan Penggunaan, dan Tingkat Kepercayaan Pada Minat Menggunakan Uang Elektronik. *E-Jurnal Akuntansi*, 27, 927.

<https://doi.org/10.24843/eja.2019.v27.i02.p04>

- Pratiwi, I., & Rezkisari, I. (2020). PLN Berencana Konversi Kompor Gas ke Kompor Induksi. Retrieved September 10, 2020, from <https://republika.co.id/berita/qg7ptn328/pln-berencana-konversi-kompor-gas-ke-kompor-induksi>
- Pratiwi, M. S., Suwendra, I. W., & Yulianthini, N. N. (2014). Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Produk Dan Citra Pemakai Terhadap Keputusan Pembelian Produk Foremost Pada Distro Ruby Soho Di Singaraja. *E-Journal Bisma Universitas Pendidikan Ganesha*, 2(1).
- Rahman, A., & Dewantara, R. Y. (2017). Pengaruh Kemudahan Penggunaan Dan Kemanfaatan Teknologi Informasi Terhadap Minat Menggunakan Situs Jual Beli ONLINE ( Studi Kasus Pada Pengguna Situs Jual Beli “ Z ”). *Jurnal Administrasi Bisnis*, 52(1).
- Rao, N. D., & Ummel, K. (2017). White goods for white people? Drivers of electric appliance growth in emerging economies. *Energy Research and Social Science*, 27, 106–116. <https://doi.org/10.1016/j.erss.2017.03.005>
- Riyono, & Budiharja, G. E. (2016). Pengaruh Kualitas, Harga, Promosi dan Brand Image Terhadap Keputusan Pembelian Produk Aqua di Kota Pati. *Jurnal Stie Semarang*, 8(2), 92–121.
- Romadloniyah, A. L., & Prayitno, D. H. (2018). Persepsi Manfaat Terhadap Minat Nasabah Dalam Menggunakan E-MONEY Pada Bank BRI Lamongan. *Jurnal Penelitian Ekonomi Dan Akuntansi*, III(2), 699–711.
- Rossa, V. (2019). 6 Hal yang Membuat Kompor Listrik Lebih Baik dari Kompor Gas. Retrieved January 22, 2020, from <https://www.suara.com/lifestyle/2019/11/25/160000/6-hal-yang-membuat-kompor-listrik-lebih-baik-dari-kompor-gas>
- Seng, L. C., & Ping, N. S. (2016). the Influence of Product Innovation Toward Consumer Purchase Intention. *International Journal of Economics, Commerce and Management*, IV(4), 773–782. Retrieved from <http://ijecm.co.uk/>
- Seni, N. N. A., & Ratnadi, N. M. D. (2017). Theory Of Planned Behavior Untuk Memprediksi Niat Berinvestasi. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 12, 4043–4068. <https://doi.org/https://doi.org/10.24843/EEB.2017.v06.i12.p01>
- Solehudin, M. (2018). Ridwan Kamil Kaji Konversi Kompor Gas ke Listrik pada 2019. Retrieved January 22, 2020, from <https://news.detik.com/berita-jawa-barat/d-4278440/ridwan-kamil-kaji-konversi-kompor-gas-ke-listrik-pada->

2019

- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *METODE PENELITIAN BISNIS. Pendekatan Kuantitatif, Kombinasi, dan R&D*. Yogyakarta: Alfabeta Bandung.
- Utami, S. S. (2020). PLN Bakal Konversi Satu Juta Kompor Gas ke Kompor Listrik. Retrieved September 8, 2020, from <https://www.medcom.id/ekonomi/bisnis/Dkq7vnQN-pln-bakal-konversi-satu-juta-kompor-gas-ke-kompor-listrik>
- Wahyuningtyas, Y. F., & Widiastuti, D. A. (2015). (studi kasus pada konsumen barang fashion di. *Jurnal Kajian Bisnis*, 23(2), 112–120.
- Wang, Y., Gu, J., Wang, S., & Wang, J. (2019). Understanding consumers ' willingness to use ride-sharing services : The roles of perceived value and perceived risk. *Transportation Research Part C*, 105, 504–519. <https://doi.org/10.1016/j.trc.2019.05.044>
- Wati, D. L. (2017). Pengaruh Citra Perusahaan, Citra Pemakai, Dan Citra Produk Terhadap Loyalitas Konsumen Brilliant English Course Pare. *Simki-Economic*, 01(10), 1–16.
- Wibowo, S. F., Rosmauli, D., & Suhud, U. (2015). Pengaruh Persepsi Manfaat, Persepsi Kemudahan, Fitur Layanan, Dan Kepercayaan Terhadap Minat Menggunakan E-Money Card (STUDI PADA PENGGUNA JASA COMMUTERLINE DI JAKARTA. *Jurnal Riset Manajemen Sains Indonesia (JRMSI)*, 6(1), 440–456. <https://doi.org/https://doi.org/10.21009/JRMSI.006.1.06>
- Xie, Q., Song, W., Peng, X., & Shabbir, M. (2017). Predictors for e-government adoption: Integrating TAM, TPB, trust and perceived risk. *Electronic Library*, 35(1), 2–20. <https://doi.org/10.1108/EL-08-2015-0141>
- Yazia, V. (2014). Pengaruh Kualitas Produk, Harga Dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Handpone Blackberry (Studi Kasus Blackberry Center Veteran Padang). *Journal Of Economic and Economic Education*, 2(2), 165–173.
- Yunita, N. R., Sumarsono, H., & Farida, U. (2019). Pengaruh Persepsi Risiko, Kepercayaan, Dan Keamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online Di

Buka Lapak (Studi Kasus Pada Komunitas Buka Lapak Ponorogo). *Jurnal Ekonomi, Manajemen & Akuntansi*, 3(1), 90–104.

Zulaicha, S., & Irawati, R. (2016). Pengaruh Produk Dan Harga Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Di Morning Bakery Batam. *Jurnal Inovasi Dan Bisnis*, 4(2), 125–136.





No	Bulan	Agustus				September				Oktober				November				
		Kegiatan	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penyusunan Proposal																	
2	Konsultasi		X					X				X			X	X		
3	Pendaftaran Ujian Seminar Proposal																	
4	Ujian Seminar Proposal																	
5	Revisi Proposal	X							X									
6	Pengumpulan Data			X	X													
7	Analisis Data					X												
8	Penulisan Akhir Naskah Skripsi						X	X										
9	Pendaftaran Munaqosah																	X
10	Munaqosah																	
11	Revisi Skripsi																	

No	Bulan	Desember			
		Kegiatan	1	2	3
1	Munaqosah			X	
2	Revision Skripsi				

Lampiran 2  
Kuesioner Penelitian

**KUESIONER FAKTOR-FAKTOR YANG  
MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN  
KOMPOR LISTRIK DI KECAMATAN KARTASURA**

Assalamualaikum Wr. Wb.

Saya Dwi Nur Aisyah mahasiswi Jurusan Manajemen Bisnis Syariah, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam IAIN Surakarta yang saat ini sedang melakukan penelitian skripsi yang berjudul "FAKTOR-FAKTOR YANG MEMPENGARUHI MINAT MENGGUNAKAN KOMPOR LISTRIK DI KECAMATAN KARTASURA". Segala informasi yang diberikan dalam kuisisioner ini hanya untuk kepentingan penelitian dan akan dijaga kerahasiaannya. Oleh karena itu, saya meminta kesediaan saudara/saudari untuk dapat meluangkan sedikit waktunya untuk mengisi kuisisioner ini dengan tepat dan teliti. Atas perhatian dan partisipasinya, saya ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Hormat Saya,

Dwi Nur Aisyah

Apakah Saudara tinggal di Kecamatan Kartasura ?

- Ya
- Tidak



## Bagian 1 : Identitas Responden

Nama :

Alamat : (No. rumah, Jalan, Desa)

Jenis Kelamin :

Laki-laki             Perempuan

Usia :

20 tahun – 30 tahun

31 tahun – 40 tahun

>40 tahun

Pekerjaan :

## Bagian 2 : Kuesioner

### A. Petunjuk Pengisian Kuisisioner

- Pilihlah salah satu jawaban yang paling sesuai dengan persepsi Anda dengan member tanda centang (  $\surd$  ) pada kolom yang sesuai.
- Isilah sesuai nomor dalam kuisisioner ini dan mohon jangan ada yang terlewatkan.

### B. Keterangankuisisioner :

1 = Sangat tidak setuju (STS)

2 = Tidak setuju (ST)

3 = Netral (N)

4 = Setuju (S)

5 = Sangat setuju (SS)

## Bagian 3

### Daftar Pernyataan

#### 1. Variabel X1 (Citra Produk)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Kompor listrik menggunakan teknologi maju					
2	Kompor listrik memiliki desain (warna, tampilan, variasi) yang bagus					
3	Jika menggunakan kompor listrik prestisenya/ kewibawaan naik					
4	Kompor listrik itu cukup handal					
5	Masa hidup kompor listrik lama					
6	Kualitas kompor listrik bagus					
7	Saya beranggapan kompor listrik itu mudah dalam perawatannya					
8	Saya beranggapan kompor listrik itu mudah untuk dibersihkan					

#### 2. Variabel X2 (Harga)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Harga kompor listrik tergolong murah dibandingkan harga kompor lain					
2	Harga kompor listrik sesuai dengan kualitas yang diberikan					
3	Harga kompor listrik sesuai dengan teknologi yang ditawarkan					
4	Harga kompor listrik sebanding dengan manfaat yang diberikan					
5	Biaya energy listrik tergolong murah					

	dibandingkan biaya bahan bakar lain					
6.	Kompor listrik itu harganya terjangkau					
7	Energi listrik untuk memasak dengan kompor listrik itu harganya terjangkau					
8	Saya mampu membayar biaya listrik untuk memasak					
9	Saya mampu untuk membeli kompor listrik					
10	Saya mampu menggunakan kompor listrik karena saya pernah menggunakan kompor listrik					
11	Saya mampu menggunakan kompor listrik karena saya mengetahui cara-cara menggunakan kompor listrik					

### 3. Variabel X3 (Kemudahan)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1.	Kompor listrik itu mudah untuk dipelajari					
2.	Kompor listrik itu mudah untuk dikendalikan					
3.	Kompor listrik itu mudah untuk digunakan					
4	Saya bisa ahli dalam menggunakan kompor listrik					
5	Dalam menggunakan kompor listrik tidak membutuhkan membaca buku manual (panduan) secara sering					
6	Memasak dengan kompor listrik lebih cepat dari pada kompor lain					

#### 4. Variabel X4 (Resiko)

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya khawatir mengenai keawetan kompor listrik					
2	Saya khawatir mengenai perawatan kompor listrik					
3	Saya khawatir harga beli kompor listrik tak terjangkau					
4	Saya khawatir harga beli kompor listrik tidak sesuai dengan kualitas					
5	Saya khawatir kinerja kompor listrik akan cepat rusak tidak seperti yang saya harapkan					
6	Saya khawatir energy listrik untuk kompor listrik di rumah saya tidak mencukupi					
7	Saya khawatir kompor listrik tidak aman					
8	Saya khawatir kompor listrik akan melukai saya					
9	Saya khawatir kompor listrik akan menimbulkan polusi yang mempengaruhi kesehatan saya					
10	Saya khawatir jika kompor listrik rusak akan menyebabkan kecelakaan					

#### 5. Variabel Y (Minat Menggunakan)

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
1	Saya berminat membeli kompor listrik					
2	Saya berminat menggunakan kompor listrik					
3	Saya mencari-cari informasi tentang produk kompor listrik					

Lampiran 3  
Data Penelitian

No	Nama	Alamat (No.rumah, Jalan, Desa)	Jenis Kelamin	Usia	Pekerjaan
1	Watik	Pucangan kartasura	Perempuan	> 40 tahun	Guru
2	Istilah laili	Tegalmulyo rt 2c rw III gumpang kartasura	Perempuan	> 40 tahun	Asn
3	Woro	Kranggan Makamhaji	Perempuan	> 40 tahun	Dosen
4	Tina	Jl.cemara 2 no 9 gumpang	Perempuan	> 40 tahun	IRT
5	Ilzamha Hadijah Rusdan	Jl. Griya Kencana Asri I No.A07, Pucangan, Kartasura, Sukoharjo	Perempuan	31-40 tahun	Dosen
6	Sutini	Jl.Ngemplak mbothi Rt 01/Rw 04, Kartasura, Sukoharjo	Perempuan	> 40 tahun	Wiraswasta
7	Fetty Ernawati	Krapyak RT 01 RW X Kartasura	Perempuan	> 40 tahun	PNS
8	Winarni	Jl. Ngemplak Rt 01/Rw 04, Kartasura, Sukoharjo	Perempuan	31-40 tahun	Ibu Rumah Tangga
9	Laila	Kebon Baru Pucangan	Perempuan	31-40 tahun	Ibu rumah tangga
10	Dk	Jl benowo 3b makamhaji	Perempuan	20-30 tahun	Mahasiswa
11	Anin	Kartosuro	Perempuan	31-40 tahun	Guru WB
12	Estin Elistiawati	Jl. Pinang No.4 Gumpang	Perempuan	> 40 tahun	Ibu rumah tangga
13	Lism	Jl gunung kunci	Perempuan	20-30 tahun	Dosen
14	Kamila	Krapyak Rt 01/Rw 10 Kartasura	Perempuan	> 40 tahun	Dosen
15	Nani	Perum griya kencana asri blok D4 Pucangan kartasura	Perempuan	> 40 tahun	Ibu rumah tangga

16	Ade	Jl. Pandawa no. 3 Pucangan	Perempuan	31-40 tahun	Staff
17	Anim	Kebonbaru Pucangan Kartasura Sukoharjo	Perempuan	31-40 tahun	Dosen
18	Siti Maftukhah	Griya Kencana Asri Blok D.18 Pucangan Kartasura	Perempuan	> 40 tahun	PNS
19	Ardhi Ristiawan	Perum Parama Santosa, Pucangan	Laki-Laki	20-30 tahun	Dosen
20	Indriyana	Pucangan RT 4 RW 7	Perempuan	31-40 tahun	Pns
21	Musholawatul Huda	Jl pandawa timur 2 , pucangan, kartasura, surakarta	Perempuan	20-30 tahun	Mahasiswa
22	Binta	Griya kencana asri e4	Perempuan	31-40 tahun	Pns
23	Aprilia	Singopuran, Kartasura	Perempuan	20-30 tahun	Ibu Rumahtangga
24	Wahyu pramesti	perum griya kencana asri, rt5 rw5,pucangan	Perempuan	31-40 tahun	dosen
25	Filaili Nur Azizah	Jl. Arjuna desa Tanggul pucangan kartasura	Perempuan	20-30 tahun	mahasiswa
26	Tiara Febrina	Gandekan RT 02/04,Pucangan, Kartasura	Perempuan	20-30 tahun	guru les
27	Mochammad Latif ilyas	Pucangan,Kartasura .	Laki-Laki	20-30 tahun	Mahasiswa
28	Ahmad Asnawi	Saripan makamhaji	Laki-Laki	20-30 tahun	Mahasiswa
29	Rizky Kusumawardani	Babussalam grand city ngemplak kartasura	Perempuan	20-30 tahun	IRT
30	Syifa	Rojoniten 03 /01 Ngemplak, Kartasura	Perempuan	20-30 tahun	Guru
31	Mirroh Fikriyati	Perum gumpang permai Rt 6/3 Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	pegawai swasta
32	Devi Narulitasari	Jl latar putih 3 Saripan Makamhaji	Perempuan	31-40 tahun	Dosen
33	Lism	Jl gunung kunci	Perempuan	20-30 tahun	Dosen

34	Sri Aliyah	Jl. Pandawa nomer 2 Pucangan Kartasura	Perempuan	20-30 tahun	Mahasiswa
35	Sukini	Makamhaji	Perempuan	31-40 tahun	Ibu Rumah tangga
36	Sri Miatun	Gonilan	Perempuan	> 40 tahun	Ibu Rumah Tangga
37	Umi Mashitoh	Makamhaji	Perempuan	> 40 tahun	Wirausaha
38	Retno	Griya Kratonan 10b alun alun kidul Pucangan	Perempuan	> 40 tahun	PNS
39	Bagus Ardiyanto	Gempol ngadirejo kartasura	Laki-Laki	20-30 tahun	Mahasiswa
40	Fitra	Pucangan, kartosuro	Perempuan	20-30 tahun	Ibu rumah tangga
41	ILMAM ANUGERAH HADI	Jl. Dwarawati no. 3 Mangkuyudan rt 1 rw 4 Ngabeyan, Kartasura	Laki-Laki	20-30 tahun	Mahasiswa
42	Sukini	Perum gumpang permai	Perempuan	> 40 tahun	Karyawan swasta
43	Ana	Pucangan, kartasura	Perempuan	20-30 tahun	Mhs
44	Ganif Fahlefi	Gg. Semangka no. 6 Keden, Ngadirejo, Kartasura	Laki-Laki	20-30 tahun	Mahasiswa
45	Kesia R. D.	Kranggan Wetan RT 3 RW 1, Wirogunan	Perempuan	20-30 tahun	Mahasiswa
46	Sumarsih	Singopuran	Perempuan	> 40 tahun	IRT
47	pamelia	kebonbaru 03/10 pucangan kartasura	Perempuan	20-30 tahun	sekolah
48	sugi	Pucangan( b47,rt04/rw06)	Perempuan	31-40 tahun	IRT
49	Frida	Jln perintis nomor 2	Perempuan	31-40 tahun	Guru
50	Siti Marsanah	Gowongan RT 03 Rw 02 Pucangan Kartasura	Perempuan	> 40 tahun	Ibu rumah tangga
51	Riskia ambarwati	Pucangan kartosuro	Perempuan	31-40 tahun	ibu rumah tangga
52	Lintang kurnia	Pucangan kartosuro	Perempuan	31-40	Dosen

				tahun	
53	Wahyu	Pucangan kartosuro	Perempuan	31-40 tahun	Administrasi
54	Erna dwi	Pucangan kartasuro	Perempuan	20-30 tahun	Ibu rumah tangga
55	Meopahari	Pucangan kartasura	Perempuan	20-30 tahun	Farmaasi kesehatan
56	Yuni	Pucangan kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Ibu rumah tangga
57	Dian kusuma	Pucangan kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Chef
58	Unun	Pucangan kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Wiraswasta
59	Prima	Pucangan kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Irt
60	Fardanti	Pucangan kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Farmasi
61	Irma dd	Pucangan kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Wiraswasta
62	Retno	Pucangan kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Rt
63	Rita	Pucangan kartasura	Perempuan	20-30 tahun	Pedagang
64	Qurataayun	Pucangan kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Wiraswasta
65	Feraviu	Pucangan kartasura	Perempuan	20-30 tahun	Pt
66	Munawaroh	Pucangan kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Guru sd
67	Warsini	Pucangan kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Wiraswasta
68	Made arwati	Pucangan kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Irt
69	Fatimah lia	Gonilan rt 01 rw 05	Perempuan	> 40 tahun	Wiraswasta
70	Tinem	RT 01 RW 04 Ngemplak Mbothi"	Perempuan	> 40 tahun	IRT
71	Mardiyanti	RT 01 RW 4 Ngemplak Mbothi Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Wiraswasta
72	wiyati	RT 01 RW 4 Ngemplak Mbothi Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	IRT
73	Mirah	RT 01 RW 04 Ngemplak Mbothi	Perempuan	> 40 tahun	IRT



74	Daliyem	RT 01 RW 4 Ngemplak Mbothi Kartasura	Perempuan	> 40 tahun	IRT
75	Mulyani	Ngemplak Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	IRT
76	Suprapti	Ngemplak	Perempuan	31-40 tahun	pedagang
77	Atik	Ngemplak, Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	IRT
78	Yuniati	Jl Indronoto no 9 Ngabeyan Kartasura	Perempuan	> 40 tahun	Karyawan
79	Ratna	Gumpang	Perempuan	20-30 tahun	Pegawai bank
80	Dyah	RT 01 RW 02, gonilan Kartasura	Perempuan	20-30 tahun	Wiraswasta
81	Apressia Nurul Latifah	Setinggil RT. 03 RW.10 Kartasura	Perempuan	20-30 tahun	Belum bekerja
82	Hani	Gonilan RT 01 RW 02 Kartasura	Perempuan	20-30 tahun	Pedagang
83	Siti	Rt01 rw02 gonilan Kartasura	Perempuan	20-30 tahun	Pegawai bank
84	Nova	Gonilan RT 01 RW 02 Kartasura	Perempuan	20-30 tahun	Pegawai bank
85	Evi	Gonilan Kartasura	Perempuan	20-30 tahun	Guru
86	Ayu	Rt01 rw02 gonilan Kartasura	Perempuan	20-30 tahun	IRT
87	Atikah	RT 01 RW 02 gonilan Kartasura	Perempuan	20-30 tahun	Pegawai bank
88	Ririn	Ngemplak Mbothi Kartasura	Perempuan	20-30 tahun	pedagang
89	Dwi	Gumpang	Perempuan	20-30 tahun	Wiraswasta
90	Miroh	Gumpang	Perempuan	20-30 tahun	Guru
91	Nining	Gumpang	Perempuan	20-30 tahun	Pegawai asuransi
92	Sri Mulyani	RT 01 RW 04 Ngemplak Mbothi	Perempuan	> 40 tahun	IRT
93	Ayik	Gumpang	Perempuan	20-30 tahun	Irt
94	Agung	Gumpang	Perempuan	31-40 tahun	Pns
95	Umi fauzi	Gumpang	Perempuan	31-40	Kepala

				tahun	sekolah
96	Weni	RT 01 RW 04 NGEMPLAK MBO THI	Perempuan	> 40 tahun	IRT
97	Miftah	RT 01 RW 04 Ngemplak Mbothi	Perempuan	> 40 tahun	IRT
98	Naryo	Setinggil rt 3 rw 10 kartasura	Perempuan	> 40 tahun	IRT
99	Dwi	Setinggil rt 3 rw 10 kartasura	Perempuan	> 40 tahun	Ibu rumah tangga
100	Bu panto	Setinggil rt 3 rw 10 kartasura	Perempuan	> 40 tahun	Ibu rumah tangga(IRT)
101	Bu jasmin	Setinggil rt 3 rw 10 kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Pedagang
102	Bu tejo	Setinggil rt 3 rw 10 kartasura	Perempuan	> 40 tahun	Wirausaha
103	Siti	Setinggil rt 3 rw 10 kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Wirausaha
104	Rahayu	Setinggil rt 3 rw 10 kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Ibu rumah tangga (irt)
105	Bu slamet	Setinggil rt 3 rw 10 kartasura	Perempuan	> 40 tahun	Pegawai perpus
106	Bu carik	Setinggil rt 3 rw 10 kartasura	Perempuan	> 40 tahun	Cathering
107	Sumiyati	Dregan RT,03 RW,6 pabelan kartasura sukoharjo	Perempuan	> 40 tahun	Ibu rumah tangga
108	Tusinah	Dregan RT,03 RW,6 pabelan kartasura sukoharjo	Perempuan	> 40 tahun	Pedagang
109	Bu parti	Dregan RT,03 RW,6 pabelan kartasura sukoharjo	Perempuan	> 40 tahun	Pedagang
110	Ucik	Kertonatan Rt01 Rw02	Perempuan	31-40 tahun	IRT
111	Ning	Kertonatan Rt01 Rw02 Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Pedagang
112	parti	Kertonatan Kartasura	Perempuan	> 40 tahun	IRT
113	Sri kayati	Kertonatan	Perempuan	> 40 tahun	pedagang
114	nina	Kertonatan Rt01 Rw02 Kartasura	Perempuan	20-30 tahun	pegawai bank
115	giyarti	Kertonatan	Perempuan	31-40 tahun	wiraswasta

116	Sri Suharni	Gempol Ngadirejo	Perempuan	> 40 tahun	IRT
117	Siti Jemi	Gempol Ngadirejo, Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Pedagang
118	Haryati	Gempol Ngadirejo	Perempuan	> 40 tahun	Pedagang
119	Ratih	Gempol Ngadirejo Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	Pegawai
120	Romdhonah	Gempol Ngadirejo	Perempuan	> 40 tahun	IRT
121	Tiwul	Keden Ngadirejo	Perempuan	31-40 tahun	Pegawai
122	Fitri	Keden Ngadirejo Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	pedagang
123	Ratmi	Karanggan Makan Haji	Perempuan	31-40 tahun	IRT
124	Yatmi	Karanggan Makamhaji	Perempuan	> 40 tahun	pedagang
125	Hastuti	karanggan Makamhaji	Perempuan	> 40 tahun	pedagang
126	Parti Vian	Saripan Makamhaji	Perempuan	> 40 tahun	IRT
127	Saroh	Saripan	Perempuan	> 40 tahun	Pedagang
128	Giatmi	Singopuran RT 4 RW 5	Perempuan	> 40 tahun	Pedagang
129	Ike Oktiwi	Singapuran RT 4 RW 5	Perempuan	> 40 tahun	Pedagang
130	Diah	Singopuran RT 04 RW 05	Perempuan	> 40 tahun	Pedagang
131	Rianawati	Singopuran RT 04 RW 05	Perempuan	> 40 tahun	pedagang
132	Ana	Notosuman Singopuran	Perempuan	31-40 tahun	IRT
133	Yuli	Notosuman Singopuran	Perempuan	31-40 tahun	IRT
134	Wiyanti	Singopuran RT 04 RW 05	Perempuan	> 40 tahun	Pedagang
135	Kiswanti	Karanggan Kulon Wirogunan	Perempuan	> 40 tahun	IRT
136	Haryanti	karanggan Kulon Wirogunan	Perempuan	> 40 tahun	pedagang
137	Eni	Karanggan Wirogunan	Perempuan	> 40 tahun	irt
138	Narti	Kuden RT 03 RW	Perempuan	> 40	irt

		04		tahun	
139	Nia	Kuden RT 03 RW 04 Wirogunan	Perempuan	31-40 tahun	pedagang
140	Lastri	Kranggan Wirogunan	Perempuan	31-40 tahun	wiraswasta
141	Parmi	Karanggan wetan Wirogunan	Perempuan	> 40 tahun	PT
142	Patmi	Karangan Wetan RT 03 RW 01, Wirogunan	Perempuan	31-40 tahun	PT
143	Erin	Mangkuyudan Ngabeyan	Perempuan	> 40 tahun	irt
144	epik	Brontowiryan Ngabeyan	Perempuan	31-40 tahun	PT
145	Tun	Gonilan, RT 01 RW 02 Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	IRT
146	Kusni	Notosuman Singopuran	Perempuan	> 40 tahun	IRT
147	Kawit	Gonilan RT 01 RW 02 Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	IRT
148	Yuyun	Mangkuyudan Ngabeyan	Perempuan	> 40 tahun	IRT
149	Hartatik	Gonilan RT 01 RW 02 Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	IRT
150	Nunik	Gonilan RT 01 RW 02 Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	IRT
151	Upik	Brontowiryan RT 01 RW 01 Ngabeyan	Perempuan	> 40 tahun	pedagang
152	Ratih	Gonilan RT 01 RW 02 Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	IRT
153	Yuli	Gonilan RT 01 RW 02 Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	IRT
154	Lulik	Delegan Pabelan	Perempuan	> 40 tahun	IRT
155	Nur	Gonilan RT 01 RW 02 Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	IRT
156	Cici	Delegan Pabelan	Perempuan	31-40 tahun	PT
157	Ambar	Gonilan RT 01 RW 02 Kartasura	Perempuan	31-40 tahun	IRT
158	Warni	Delapan 02/VII Pabelan	Perempuan	> 40 tahun	pedagang
159	Tanti	Delegan 02/VII Pabelan	Perempuan	> 40 tahun	pedagang

Lampiran 4  
Rekapan Data Kuesioner

Citra Produk									
No.	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	Jumlah X1
1	4	2	1	4	2	4	4	4	25
2	5	4	4	4	3	3	3	3	29
3	5	4	4	3	3	4	4	4	31
4	4	2	2	4	2	2	4	4	24
5	3	2	2	4	2	2	4	4	23
6	5	4	4	4	4	4	4	4	33
7	4	2	3	4	2	4	4	4	27
8	5	4	4	4	4	4	4	4	33
9	5	5	5	5	3	4	4	4	35
10	5	4	3	3	4	3	3	4	29
11	1	1	1	1	2	2	1	1	10
12	4	4	3	3	3	4	3	1	25
13	3	2	3	2	1	4	3	4	22
14	5	5	1	3	3	3	4	4	28
15	4	4	3	2	2	3	3	2	23
16	5	3	4	4	3	3	2	3	27
17	4	4	3	3	1	3	1	2	21
18	4	3	3	3	2	4	3	4	26
19	4	2	3	2	3	1	3	4	22
20	5	4	5	4	2	3	3	3	29
21	3	2	3	3	1	3	2	1	18
22	3	4	2	2	2	1	4	4	22
23	4	4	3	4	2	3	1	1	22
24	5	5	3	3	3	3	2	3	27
25	5	5	3	4	4	3	3	4	31
26	5	5	2	4	3	4	2	4	29
27	4	4	2	3	2	3	3	3	24
28	3	3	1	2	3	2	3	2	19
29	4	4	3	3	3	3	4	4	28
30	3	3	1	3	3	3	3	3	22
31	5	4	4	4	4	4	4	4	33
32	4	2	3	2	3	3	4	4	25
33	3	2	3	3	2	4	3	4	24
34	4	2	3	4	4	4	4	2	27
35	4	4	3	3	2	4	3	3	26
36	4	4	2	2	3	4	3	2	24

37	5	4	2	2	2	3	3	3	24
38	4	4	2	4	3	3	4	4	28
39	4	2	3	4	4	4	3	4	28
40	3	3	3	4	4	4	4	4	29
41	5	4	4	4	4	4	4	4	33
42	3	2	4	4	5	3	4	3	28
43	5	4	3	2	3	3	3	3	26
44	5	5	1	3	3	2	3	3	25
45	5	4	4	3	3	3	4	4	30
46	4	2	4	2	5	5	4	4	30
47	4	5	3	3	3	3	3	3	27
48	5	4	4	4	4	4	4	4	33
49	4	4	2	3	2	3	3	2	23
50	4	4	2	2	3	3	3	3	24
51	4	2	4	4	4	4	4	3	29
52	5	5	5	5	5	5	5	5	40
53	4	2	2	4	4	4	4	4	28
54	5	4	4	4	4	4	5	5	35
55	3	3	3	5	5	5	5	5	34
56	3	3	3	2	3	2	3	2	21
57	5	5	5	5	5	5	5	5	40
58	4	2	3	2	4	4	4	4	27
59	5	4	4	4	4	4	4	4	33
60	3	3	3	3	2	3	2	3	22
61	4	2	4	4	4	4	4	4	30
62	5	4	4	4	4	4	4	4	33
63	4	3	2	4	4	4	4	4	29
64	5	4	4	4	4	4	4	4	33
65	3	3	3	3	2	3	2	3	22
66	5	4	4	4	4	4	4	4	33
67	4	4	2	4	4	4	4	4	30
68	5	5	5	5	5	5	5	5	40
69	5	4	5	4	3	4	3	5	33
70	5	5	2	5	3	4	3	3	30
71	4	3	2	4	3	4	4	4	28
72	4	2	2	4	3	3	4	4	26
73	4	5	2	5	3	4	3	2	28
74	4	2	1	4	2	2	3	3	21
75	4	4	2	4	4	4	4	4	30
76	5	4	1	4	4	4	4	4	30
77	4	3	1	4	3	4	4	4	27

78	4	3	2	3	4	3	4	4	27
79	5	4	3	4	4	5	2	3	30
80	5	4	1	4	4	4	4	4	30
81	4	3	3	2	3	1	3	3	22
82	5	4	1	4	4	4	3	3	28
83	5	4	1	4	3	3	4	4	28
84	5	4	1	4	3	4	4	4	29
85	4	4	1	4	3	3	3	4	26
86	4	4	1	4	3	3	2	4	25
87	4	4	1	4	2	3	3	4	25
88	4	3	1	4	3	2	4	4	25
89	5	5	2	4	2	3	2	2	25
90	3	1	4	2	4	4	4	3	25
91	4	3	2	5	3	3	3	4	27
92	5	5	4	5	3	4	3	3	32
93	3	4	3	4	4	3	4	3	28
94	3	2	4	5	4	3	2	3	26
95	3	1	3	4	3	2	4	2	22
96	3	4	2	1	4	4	3	4	25
97	5	4	2	4	4	4	4	4	31
98	4	4	2	4	2	3	2	4	25
99	4	3	4	4	4	4	4	4	31
100	5	5	3	4	4	4	4	5	34
101	4	4	2	4	4	5	5	5	33
102	5	5	3	4	4	5	5	5	36
103	5	5	3	4	3	4	5	5	34
104	5	5	3	4	4	4	5	5	35
105	5	5	3	4	4	4	5	5	35
106	5	5	3	3	4	5	5	5	35
107	4	4	2	4	3	4	4	4	29
108	4	4	3	4	3	4	4	4	30
109	5	4	3	4	4	4	4	4	32
110	4	4	2	4	3	3	2	4	26
111	4	4	2	4	3	2	3	2	24
112	4	4	1	4	1	3	1	3	21
113	4	4	1	4	4	4	4	4	29
114	4	4	2	4	1	3	3	3	24
115	5	4	1	4	4	4	4	4	30
116	4	4	1	4	3	3	2	2	23
117	4	4	1	4	2	2	1	2	20
118	4	4	1	4	3	4	3	4	27

119	4	4	1	4	4	4	4	4	29
120	4	4	1	4	2	3	4	4	26
121	4	4	1	4	4	4	4	4	29
122	4	4	1	4	3	4	3	4	27
123	5	4	1	4	4	4	4	4	30
124	5	4	1	4	4	4	4	4	30
125	4	4	1	4	4	4	4	4	29
126	4	4	1	4	2	3	2	2	22
127	5	4	1	4	4	4	4	4	30
128	5	4	1	4	4	4	4	4	30
129	4	4	1	2	1	3	2	2	19
130	4	3	1	4	2	2	2	2	20
131	5	4	1	4	4	4	4	4	30
132	4	4	1	3	3	3	3	2	23
133	4	4	1	2	2	2	2	2	19
134	4	4	1	3	3	3	3	4	25
135	5	4	1	4	4	4	4	4	30
136	4	4	1	3	3	3	2	3	23
137	4	4	1	2	3	2	3	2	21
138	4	4	1	3	2	3	2	3	22
139	5	4	1	4	4	4	4	4	30
140	5	4	1	4	4	4	4	4	30
141	4	4	1	2	3	3	2	3	22
142	4	1	1	2	3	2	3	2	18
143	4	4	1	2	3	3	2	3	22
144	4	1	1	2	3	2	3	2	18
145	5	4	2	3	4	3	4	4	29
146	4	1	1	2	3	1	3	2	17
147	4	1	2	3	3	3	2	4	22
148	4	4	2	3	3	2	3	2	23
149	5	4	2	3	3	3	2	4	26
150	4	4	2	1	3	3	2	4	23
151	4	1	2	3	3	2	3	2	20
152	4	3	2	3	3	1	2	4	22
153	4	4	2	3	3	3	2	4	25
154	4	3	2	3	2	1	3	3	21
155	5	4	2	3	3	3	2	4	26
156	4	3	2	3	2	3	1	3	21
157	4	3	2	3	2	3	2	4	23
158	4	4	2	3	3	2	1	2	21
159	4	1	1	2	3	3	2	3	19



Harga												
No	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	JUMLAH X2
1	4	5	5	5	4	4	4	4	2	2	4	43
2	2	4	4	4	4	3	3	4	4	3	3	38
3	1	5	5	5	1	2	1	3	4	3	3	33
4	2	4	4	4	2	2	3	4	4	2	2	33
5	2	2	4	4	2	2	2	2	2	4	4	30
6	2	4	4	4	2	4	4	2	2	2	2	32
7	3	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3	38
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
9	3	5	5	4	5	3	4	4	4	4	4	45
10	3	3	4	2	4	3	3	3	3	3	3	34
11	2	3	2	4	2	2	2	3	3	4	3	30
12	3	4	3	4	3	3	3	3	2	2	2	32
13	2	3	3	4	2	2	3	2	3	2	2	28
14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	1	1	38
15	2	3	4	3	2	1	1	1	2	1	1	21
16	3	3	4	4	2	3	3	3	4	3	3	35
17	4	3	3	3	3	4	3	3	4	4	4	38
18	3	4	4	4	3	4	3	4	3	3	3	38
19	2	3	4	3	1	2	1	3	1	3	4	27
20	1	4	4	4	3	1	2	3	4	1	2	29
21	2	2	3	2	3	3	2	3	4	3	4	31
22	2	4	4	4	2	2	2	3	4	3	3	33
23	3	4	4	3	3	3	3	3	3	2	2	33
24	3	2	3	3	1	3	3	4	3	3	4	32
25	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	35
26	1	5	5	5	2	2	2	4	3	4	4	37
27	3	2	3	2	4	3	3	1	2	3	3	29
28	2	3	4	3	3	2	3	4	3	4	3	34
29	3	4	3	4	3	3	2	3	4	3	2	34
30	2	3	4	3	3	3	3	4	3	2	3	33
31	2	4	4	4	2	4	4	3	3	3	3	36
32	3	3	3	2	3	3	3	4	4	4	4	36
33	2	3	3	4	2	2	3	2	3	2	2	28
34	3	4	4	4	4	4	4	4	3	2	2	38
35	3	4	4	4	3	2	2	3	4	1	3	33
36	2	5	5	4	2	3	3	3	3	2	2	34
37	2	4	4	5	2	2	3	3	4	2	2	33

38	3	4	4	4	3	3	3	4	3	2	2	35
39	3	3	4	4	3	3	4	3	3	3	2	35
40	4	4	4	4	3	3	3	5	5	5	5	45
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
42	2	4	2	4	4	4	5	5	4	4	4	42
43	3	2	3	2	3	3	3	3	3	3	3	31
44	3	2	3	1	3	3	3	4	1	1	2	26
45	2	5	5	3	4	4	4	2	2	1	2	34
46	3	4	4	4	1	4	2	4	3	4	4	37
47	3	3	3	4	3	4	3	2	3	2	3	33
48	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
49	1	4	4	4	3	3	3	4	4	1	1	32
50	2	2	3	2	4	4	4	4	4	2	2	33
51	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	43
52	3	5	5	4	4	4	5	5	5	3	4	47
53	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4	4	46
54	3	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	50
55	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	52
56	3	2	3	2	3	3	3	3	4	4	4	34
57	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
58	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	47
59	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
60	3	3	2	3	3	3	3	3	4	4	4	35
61	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
62	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
63	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	43
64	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
65	3	3	3	2	3	3	4	3	4	4	4	36
66	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	45
67	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	32
68	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	55
69	3	3	4	5	5	5	5	5	3	5	3	46
70	2	5	4	5	3	3	3	3	3	3	3	37
71	2	4	4	4	2	2	2	2	3	2	3	30
72	3	4	4	4	3	2	2	3	3	3	3	34
73	2	4	4	4	3	3	3	4	3	4	4	38
74	2	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	28
75	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
76	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	42
77	2	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	28
78	2	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	39

79	2	4	4	4	2	3	3	3	2	3	3	33
80	2	5	5	5	4	3	3	4	4	4	4	43
81	2	4	4	4	2	3	3	3	3	2	2	32
82	2	4	4	4	3	2	2	3	4	2	2	32
83	2	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	40
84	2	5	5	5	5	2	3	4	4	2	2	39
85	2	4	4	4	4	4	3	3	3	2	2	35
86	2	4	4	4	2	2	2	2	2	2	2	28
87	2	4	4	4	2	3	3	3	3	2	2	32
88	2	4	4	4	4	4	4	4	2	2	2	36
89	2	3	1	5	2	3	2	1	4	4	3	30
90	3	4	5	2	2	4	4	4	3	4	4	39
91	3	4	3	4	3	4	3	4	1	2	4	35
92	2	4	5	5	4	4	4	4	4	4	4	44
93	3	4	3	4	3	2	4	3	2	2	3	33
94	4	2	2	3	2	4	4	3	4	2	3	33
95	1	4	3	2	4	4	4	2	4	2	3	33
96	3	3	3	4	3	3	3	3	5	4	3	37
97	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	44
98	2	4	4	4	3	2	2	3	3	2	2	31
99	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	43
100	4	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	44
101	3	5	5	4	3	4	4	4	5	4	5	46
102	3	5	5	5	3	5	5	5	5	3	4	48
103	3	4	4	4	3	5	5	5	5	3	4	45
104	3	4	4	4	3	5	5	5	5	3	5	46
105	3	5	5	5	3	4	4	5	4	4	4	46
106	3	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	43
107	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
108	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	43
109	3	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	42
110	2	4	4	4	3	2	2	3	3	2	2	31
111	2	3	4	2	4	2	2	4	4	2	2	31
112	2	2	3	1	3	2	2	1	2	2	2	22
113	2	4	4	4	4	2	3	4	4	4	4	39
114	2	3	3	1	3	2	2	4	3	2	2	27
115	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	40
116	2	3	3	3	2	2	2	3	2	2	2	26
117	2	4	4	1	2	2	2	3	4	2	3	29
118	2	3	4	4	2	2	3	4	3	2	2	31
119	2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	38

120	2	2	3	3	3	2	3	2	2	2	2	26
121	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	40
122	2	3	3	1	3	2	2	3	4	2	2	27
123	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	40
124	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	40
125	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	40
126	2	3	2	3	3	2	3	3	4	2	2	29
127	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	40
128	2	4	4	4	4	2	2	4	4	4	4	38
129	2	3	3	1	2	2	2	3	4	2	2	26
130	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	22
131	2	4	4	4	2	2	4	4	4	4	4	38
132	2	3	3	1	2	2	2	2	1	2	2	22
133	2	2	2	2	2	2	2	3	2	4	4	27
134	2	3	3	3	2	2	2	3	3	2	2	27
135	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	40
136	2	1	2	1	3	2	3	1	1	2	2	20
137	2	1	3	2	2	2	2	3	1	2	2	22
138	2	3	3	3	2	2	2	2	2	2	2	25
139	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	40
140	2	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	40
141	2	3	2	1	3	2	3	1	1	2	2	22
142	2	3	3	2	3	2	3	3	3	2	2	28
143	2	3	2	3	3	3	2	2	1	2	2	25
144	4	3	4	3	2	2	3	3	4	2	2	32
145	2	4	4	4	2	2	3	2	3	3	4	33
146	2	3	2	3	3	2	4	3	3	2	3	30
147	2	4	4	4	2	2	3	4	3	2	4	34
148	4	3	2	1	4	4	3	2	2	4	2	31
149	2	4	4	4	2	2	3	3	2	2	4	32
150	2	4	4	4	2	2	3	3	3	2	4	33
151	2	1	2	3	3	2	4	1	1	4	2	25
152	2	4	4	4	2	2	3	3	4	2	4	34
153	2	4	4	4	2	2	3	4	3	2	4	34
154	3	1	3	3	4	2	4	3	2	2	2	29
155	2	4	4	4	2	2	3	1	3	2	4	31
156	2	1	3	2	3	4	3	3	4	4	2	31
157	2	4	4	4	2	2	3	4	3	2	4	34
158	2	1	2	1	3	2	4	1	1	2	2	21
159	4	1	2	1	3	4	3	4	2	4	2	30

Kemudahan							
No.	X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	X3.5	X3.6	JUMLAH X3
1	4	2	4	2	2	2	16
2	4	4	4	4	4	4	24
3	4	4	4	3	2	3	20
4	4	3	4	3	3	3	20
5	4	4	4	4	3	4	23
6	4	4	4	4	2	4	22
7	4	4	4	3	2	3	20
8	4	4	4	4	4	4	24
9	5	4	4	4	3	4	24
10	4	4	4	3	3	2	20
11	1	2	1	2	1	2	9
12	4	3	4	4	3	3	21
13	3	2	3	2	2	3	15
14	4	4	4	1	1	3	17
15	2	2	3	2	2	3	14
16	3	2	3	2	3	2	15
17	4	3	2	3	3	2	17
18	4	4	4	4	3	3	22
19	3	3	3	3	2	3	17
20	4	4	1	4	4	4	21
21	4	2	4	3	2	4	19
22	4	4	4	4	4	4	24
23	3	3	3	2	2	3	16
24	3	2	2	3	3	3	16
25	4	3	3	2	3	3	18
26	4	4	4	4	2	4	22
27	1	1	2	1	1	3	9
28	2	3	3	3	2	3	16
29	3	4	4	4	2	2	19
30	4	4	4	3	3	3	21
31	4	4	4	2	2	4	20
32	4	4	4	4	4	3	23
33	3	2	3	2	2	2	14
34	3	3	4	3	3	3	19
35	3	4	3	4	3	3	20
36	4	3	3	3	2	3	18
37	2	3	3	2	3	2	15
38	4	4	4	3	2	3	20
39	4	4	4	2	2	2	18

40	5	5	5	5	5	3	28
41	5	4	5	5	5	5	29
42	5	4	4	3	4	3	23
43	3	3	3	1	3	1	14
44	4	4	4	2	2	3	19
45	4	4	3	3	3	4	21
46	4	3	1	3	2	2	15
47	4	3	3	3	3	1	17
48	4	4	4	4	4	4	24
49	3	3	3	1	3	1	14
50	4	4	4	4	4	4	24
51	5	4	5	5	2	2	23
52	5	5	5	5	5	4	29
53	5	5	5	5	5	5	30
54	5	5	5	5	5	3	28
55	5	5	5	5	5	5	30
56	3	3	3	1	3	3	16
57	5	5	5	5	5	5	30
58	4	4	4	3	4	5	24
59	4	4	4	4	4	4	24
60	3	3	3	3	3	3	18
61	4	4	4	4	4	4	24
62	4	4	4	4	4	4	24
63	4	4	4	4	4	4	24
64	4	4	5	5	5	5	28
65	4	4	4	4	4	4	24
66	5	5	5	5	5	5	30
67	5	5	5	5	5	5	30
68	5	5	5	5	5	5	30
69	5	5	5	5	5	5	30
70	2	4	3	3	2	4	18
71	4	3	4	2	2	3	18
72	4	4	1	1	2	2	14
73	3	3	4	4	4	3	21
74	3	3	4	2	2	2	16
75	4	4	4	4	2	4	22
76	4	4	4	4	4	4	24
77	4	4	4	2	4	3	21
78	4	4	1	3	4	2	18
79	3	2	3	1	3	1	13
80	4	4	4	4	4	4	24

81	3	3	4	2	3	2	17
82	4	4	4	4	4	4	24
83	4	3	3	3	4	4	21
84	4	4	4	3	4	4	23
85	4	4	4	3	4	3	22
86	3	2	4	2	4	3	18
87	4	4	3	2	4	3	20
88	4	3	4	2	4	3	20
89	4	3	4	5	4	4	24
90	3	3	4	2	3	2	17
91	3	4	3	5	4	3	22
92	3	4	4	4	4	4	23
93	2	3	3	3	4	4	19
94	3	1	3	1	5	1	14
95	3	4	4	3	4	4	22
96	4	4	4	3	3	3	21
97	4	3	4	3	3	4	21
98	4	3	4	3	4	3	21
99	4	4	4	3	4	4	23
100	5	5	4	3	3	3	23
101	5	5	5	4	3	5	27
102	5	5	5	3	3	5	26
103	5	4	5	3	2	5	24
104	4	4	5	4	3	5	25
105	5	4	5	4	3	5	26
106	5	5	5	4	3	5	27
107	4	4	4	4	3	3	22
108	4	4	4	4	3	4	23
109	4	4	4	4	3	3	22
110	4	4	4	3	4	3	22
111	4	3	3	2	3	3	18
112	4	3	3	2	3	1	16
113	4	4	1	4	4	4	21
114	4	4	1	2	4	1	16
115	4	4	4	4	4	4	24
116	3	3	3	2	4	2	17
117	4	3	4	2	4	3	20
118	4	4	1	2	4	1	16
119	4	4	1	4	4	4	21
120	3	3	3	2	4	3	18
121	4	4	4	4	4	4	24

122	3	3	3	2	4	2	17
123	4	4	4	4	4	4	24
124	4	4	4	4	4	4	24
125	4	4	4	4	4	4	24
126	4	3	3	3	4	3	20
127	4	4	1	4	4	4	21
128	4	4	1	4	4	4	21
129	3	3	3	2	4	3	18
130	4	4	4	2	4	2	20
131	4	4	1	4	4	4	21
132	3	3	3	2	4	3	18
133	4	4	4	4	4	4	24
134	4	3	3	2	4	3	19
135	4	4	1	4	4	4	21
136	3	3	3	2	4	2	17
137	3	3	1	2	4	3	16
138	3	3	3	2	4	3	18
139	4	4	4	4	4	4	24
140	4	4	4	4	4	4	24
141	4	3	1	2	3	1	14
142	3	3	3	2	4	3	18
143	4	3	3	2	3	3	18
144	3	4	3	2	4	2	18
145	3	2	3	3	2	3	16
146	3	4	3	2	4	2	18
147	4	3	2	3	2	3	17
148	3	3	3	2	4	3	18
149	4	3	2	1	2	1	13
150	3	3	2	3	2	3	16
151	3	2	3	2	4	2	16
152	3	3	2	3	2	3	16
153	4	3	2	3	2	2	16
154	3	2	1	3	4	3	16
155	3	3	2	1	2	1	12
156	3	4	4	2	4	3	20
157	4	3	2	3	2	2	16
158	3	3	1	1	4	1	13
159	3	4	1	1	4	1	14



Resiko											
No.	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	X4.9	X4.10	Jumlah X4
1	4	4	2	4	5	4	5	4	4	4	40
2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	4	4	4	4	1	4	4	2	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	4	4	2	2	4	4	3	2	2	4	31
6	2	2	4	4	4	4	4	2	4	4	34
7	3	2	2	2	3	1	3	3	2	3	24
8	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
9	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
10	5	5	3	4	5	3	5	3	4	5	42
11	1	1	1	1	1	2	1	1	2	1	12
12	3	3	4	3	4	4	4	4	3	4	36
13	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
14	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
15	4	4	4	4	4	4	4	3	2	4	37
16	4	3	3	3	4	3	4	3	2	4	33
17	3	3	2	3	4	2	3	2	2	3	27
18	3	3	3	4	3	3	3	3	3	4	32
19	4	4	4	3	4	4	2	2	1	3	31
20	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
21	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	38
22	3	3	4	4	4	4	4	3	2	2	33
23	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
24	4	4	5	5	5	5	5	1	1	4	39
25	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
26	4	4	4	2	4	4	1	1	1	2	27
27	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
28	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
29	3	4	4	4	4	4	3	3	3	4	36
30	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	30
31	2	4	4	2	3	3	2	4	2	3	29
32	3	2	3	3	3	2	3	3	3	3	28
33	4	4	4	4	4	4	4	4	3	3	38
34	4	4	3	4	3	3	3	3	3	3	33
35	4	4	5	4	3	3	4	4	3	4	38
36	4	4	4	4	5	4	3	3	2	3	36
37	4	4	5	3	3	4	4	4	2	4	37



77	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	43
78	2	3	2	3	3	2	3	3	2	4	27
79	4	4	3	4	4	3	3	2	2	3	32
80	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
81	3	3	4	3	3	4	4	2	2	4	32
82	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
83	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
84	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
85	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
86	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
87	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
88	4	4	4	4	5	5	5	4	4	5	44
89	3	4	4	2	4	4	5	5	4	4	39
90	3	4	2	3	3	4	3	4	3	2	31
91	4	3	4	4	3	4	3	5	3	2	35
92	3	3	3	3	4	4	4	3	2	4	33
93	3	4	4	4	3	4	3	2	2	2	31
94	3	2	4	5	4	3	3	4	5	5	38
95	4	3	2	3	4	4	3	1	4	3	31
96	3	4	5	4	4	4	4	3	4	4	39
97	4	4	4	3	4	4	4	3	3	4	37
98	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
99	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
100	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	21
101	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	20
102	2	2	1	2	2	1	2	1	1	2	16
103	2	3	2	2	3	2	2	1	1	2	20
104	2	2	2	2	2	2	2	1	1	3	19
105	2	2	2	2	3	2	3	2	2	2	22
106	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	23
107	3	2	2	2	2	2	2	2	2	2	21
108	2	2	4	4	3	2	2	2	2	3	26
109	2	3	3	3	3	2	3	2	2	2	25
110	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
111	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
112	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
113	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	24
114	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
115	2	2	4	2	2	2	2	2	2	4	24



155	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
156	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
157	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
158	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
159	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40

Minat Menggunakan				
No.	Y.1	Y.2	Y.3	Jumlah Y
1	4	4	4	12
2	4	4	4	12
3	4	4	4	12
4	3	3	4	10
5	3	4	4	11
6	4	4	4	12
7	3	3	3	9
8	4	4	4	12
9	5	5	5	15
10	3	3	3	9
11	3	3	1	7
12	1	2	2	5
13	4	4	4	12
14	2	2	2	6
15	2	2	3	7
16	2	3	3	8
17	4	4	4	12
18	3	3	3	9
19	2	2	2	6
20	2	2	2	6
21	4	3	4	11
22	3	3	3	9
23	3	4	2	9
24	1	1	1	3
25	3	4	4	11
26	4	4	4	12
27	2	2	2	6
28	3	3	2	8
29	3	3	2	8
30	3	3	3	9
31	3	3	4	10
32	3	3	3	9

33	4	4	4	12
34	4	4	4	12
35	2	3	1	6
36	2	2	2	6
37	3	3	3	9
38	3	3	3	9
39	2	2	2	6
40	4	4	4	12
41	4	4	4	12
42	4	4	5	13
43	3	3	3	9
44	4	4	4	12
45	2	2	3	7
46	4	3	4	11
47	2	3	3	8
48	4	4	4	12
49	1	1	1	3
50	2	2	2	6
51	4	4	4	12
52	5	5	5	15
53	4	4	4	12
54	5	5	5	15
55	5	5	5	15
56	3	3	3	9
57	5	5	5	15
58	5	5	5	15
59	5	4	4	13
60	3	3	3	9
61	5	5	5	15
62	4	4	4	12
63	4	4	4	12
64	4	4	4	12
65	5	4	4	13
66	5	5	5	15
67	5	5	5	15
68	5	5	5	15
69	3	5	5	13
70	2	2	3	7
71	4	4	4	12
72	3	3	3	9
73	4	4	4	12

74	2	2	2	6
75	4	4	4	12
76	4	4	4	12
77	4	4	4	12
78	4	4	3	11
79	3	5	4	12
80	4	4	4	12
81	4	4	2	10
82	4	4	4	12
83	4	4	4	12
84	4	4	4	12
85	4	4	4	12
86	2	2	2	6
87	4	4	4	12
88	4	4	2	10
89	2	2	4	8
90	3	2	3	8
91	4	3	3	10
92	4	4	4	12
93	3	2	4	9
94	3	2	4	9
95	4	4	3	11
96	3	3	3	9
97	4	4	4	12
98	4	4	4	12
99	4	5	4	13
100	4	4	3	11
101	5	5	4	14
102	5	5	4	14
103	4	4	3	11
104	5	5	4	14
105	5	5	4	14
106	5	5	4	14
107	4	4	4	12
108	4	4	4	12
109	4	4	4	12
110	4	4	4	12
111	4	4	4	12
112	2	2	2	6
113	4	4	4	12
114	4	4	4	12

115	4	4	4	12
116	4	4	4	12
117	4	4	4	12
118	4	4	4	12
119	4	4	4	12
120	2	2	2	6
121	4	4	4	12
122	4	4	4	12
123	4	4	4	12
124	4	4	4	12
125	4	4	4	12
126	4	4	4	12
127	4	4	4	12
128	4	4	4	12
129	4	4	4	12
130	2	2	2	6
131	4	4	4	12
132	4	4	4	12
133	2	2	2	6
134	4	4	4	12
135	4	4	4	12
136	4	4	4	12
137	2	2	2	6
138	2	2	2	6
139	4	4	4	12
140	4	4	4	12
141	4	4	4	12
142	4	4	2	10
143	2	2	2	6
144	2	2	2	6
145	4	4	4	12
146	2	2	2	6
147	4	4	4	12
148	2	2	2	6
149	4	4	4	12
150	4	4	4	12
151	4	4	4	12
152	4	4	4	12
153	4	4	4	12
154	4	4	4	12
155	4	4	4	12



156	2	2	2	6
157	4	4	4	12
158	4	4	4	12
159	4	4	4	12

Lampiran 5  
Hasil Output SPSS

**Hasil Validitas dan Realibilitas**

**Hasil Validitas dan Reliabilitas Citra Produk (X1)**

		Correlations								Citra Produk
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	
X1.1	Pearson Correlation	1	,582**	,171*	,369**	,340**	,364**	,297**	,396**	,640**
	Sig. (2-tailed)		,000	,031	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X1.2	Pearson Correlation	,582**	1	,043	,309**	,137	,319**	,111	,251**	,518**
	Sig. (2-tailed)	,000		,593	,000	,085	,000	,164	,001	,000
	N	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X1.3	Pearson Correlation	,171*	,043	1	,194*	,274**	,321**	,277**	,222**	,516**
	Sig. (2-tailed)	,031	,593		,014	,000	,000	,000	,005	,000
	N	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X1.4	Pearson Correlation	,369**	,309**	,194*	1	,320**	,454**	,361**	,371**	,634**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,014		,000	,000	,000	,000	,000
	N	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X1.5	Pearson Correlation	,340**	,137	,274**	,320**	1	,530**	,622**	,489**	,703**
	Sig. (2-tailed)	,000	,085	,000	,000		,000	,000	,000	,000
	N	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X1.6	Pearson Correlation	,364**	,319**	,321**	,454**	,530**	1	,507**	,526**	,765**

	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
	N	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X1.7	Pearson Correlation	,297**	,111	,277**	,361**	,622**	,507**	1	,627**	,728**
	Sig. (2-tailed)	,000	,164	,000	,000	,000	,000		,000	,000
	N	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X1.8	Pearson Correlation	,396**	,251**	,222**	,371**	,489**	,526**	,627**	1	,737**
	Sig. (2-tailed)	,000	,001	,005	,000	,000	,000	,000		,000
	N	159	159	159	159	159	159	159	159	159
Citra Produk	Pearson Correlation	,640**	,518**	,516**	,634**	,703**	,765**	,728**	,737**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	159	159	159	159	159	159	159	159	159

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

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,798	8

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	22,59	20,028	,544	,774
X1.2	23,25	19,683	,334	,804
X1.3	24,51	19,353	,308	,814
X1.4	23,35	19,152	,505	,776
X1.5	23,67	18,502	,589	,763
X1.6	23,48	17,973	,670	,751
X1.7	23,54	17,832	,609	,758
X1.8	23,34	17,998	,627	,756

### Hasil Validitas dan Reliabilitas Harga (X2)

Correlations												
	X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2.10	X2.11	Harga
X2.1	1											
Pearson Correlation		,118	,126	,117	,396*	,636*	,478*	,384*	,290*	,412**	,362**	,573**
Sig. (2-tailed)		,139	,113	,144	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X2.2		1										
Pearson Correlation	,118		,751*	,703*	,249*	,282*	,289*	,487*	,471*	,167*	,398**	,662**
Sig. (2-tailed)	,139		,000	,000	,002	,000	,000	,000	,000	,036	,000	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X2.3			1									
Pearson Correlation	,126	,751*		,598*	,233*	,242*	,266*	,516*	,398*	,161*	,353**	,618**
Sig. (2-tailed)	,113	,000		,000	,003	,002	,001	,000	,000	,043	,000	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X2.4				1								
Pearson Correlation	,117	,703*	,598*		,171*	,235*	,298*	,417*	,400*	,259**	,370**	,622**
Sig. (2-tailed)	,144	,000	,000		,031	,003	,000	,000	,000	,001	,000	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X2.5					1							
Pearson Correlation	,396*	,249*	,233*	,171*		,446*	,599*	,444*	,364*	,380**	,262**	,607**
Sig. (2-tailed)	,000	,002	,003	,031		,000	,000	,000	,000	,000	,001	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X2.6						1						
Pearson Correlation	,636*	,282*	,242*	,235*	,446*		,673*	,498*	,352*	,407**	,376**	,691**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,002	,003	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X2.7							1					
Pearson Correlation	,478*	,289*	,266*	,298*	,599*	,673*		,540*	,404*	,417**	,455**	,728**
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,001	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000

N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	
X2.8	Pearson	,384*	,487*	,516*	,417*	,444*	,498*	,540*	1	,608*	,466**	,546**	,798**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*		*	**	**	**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000
N		159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X2.9	Pearson	,290*	,471*	,398*	,400*	,364*	,352*	,404*	,608*	1	,465**	,507**	,716**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*		**	**	**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
N		159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X2.10	Pearson	,412*	,167*	,161*	,259*	,380*	,407*	,417*	,466*	,465*	1	,725**	,665**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*		**	**
	Sig. (2-tailed)	,000	,036	,043	,001	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
N		159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X2.11	Pearson	,362*	,398*	,353*	,370*	,262*	,376*	,455*	,546*	,507*	,725**	1	,729**
	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	**		**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000		,000
N		159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
Har	Pearson	,573*	,662*	,618*	,622*	,607*	,691*	,728*	,798*	,716*	,665**	,729**	1
ga	Correlation	*	*	*	*	*	*	*	*	*	**	**	
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N		159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159

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

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,880	11



X3.5	Pearson Correlation	,319**	,393**	,194*	,400**	1	,321**	,579**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,014	,000		,000	,000
	N	159	159	159	159	159	159	159
X3.6	Pearson Correlation	,455**	,536**	,513**	,711**	,321**	1	,808**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	159	159	159	159	159	159	159
Kemudahan	Pearson Correlation	,745**	,795**	,704**	,848**	,579**	,808**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	159	159	159	159	159	159	159

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

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,834	6

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X3.1	16,55	14,908	,651	,805
X3.2	16,74	14,284	,709	,793
X3.3	16,91	13,580	,532	,827
X3.4	17,23	12,243	,746	,777
X3.5	16,94	15,325	,403	,847
X3.6	17,12	12,840	,690	,790

### Hasil Validitas dan Reliabilitas Resiko (X4)

#### Correlations

	X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	X4.7	X4.8	X4.9	X4.1 0	Resik o
X4.1 Pearson Correlation	1	,832**	,544**	,787**	,816**	,768**	,744**	,682**	,646**	,576**	,860*
Sig. (2- tailed)		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X4.2 Pearson Correlation	,832*	1	,640**	,768**	,833**	,835**	,796**	,735**	,689**	,637**	,904*
Sig. (2- tailed)	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X4.3 Pearson Correlation	,544*	,640**	1	,619**	,543**	,642**	,592**	,633**	,566**	,612**	,745*
Sig. (2- tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X4.4 Pearson Correlation	,787*	,768**	,619**	1	,833**	,758**	,806**	,699**	,702**	,626**	,884*
Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X4.5 Pearson Correlation	,816*	,833**	,543**	,833**	1	,784**	,824**	,649**	,653**	,631**	,879*
Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X4.6 Pearson Correlation	,768*	,835**	,642**	,758**	,784**	1	,768**	,660**	,673**	,597**	,872*
Sig. (2- tailed)	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X4.7 Pearson Correlation	,744*	,796**	,592**	,806**	,824**	,768**	1	,762**	,739**	,725**	,906*

Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X4.8 Pearson Correlation	,682*	,735**	,633**	,699**	,649**	,660**	,762**	1	,840**	,660**	,862*
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X4.9 Pearson Correlation	,646*	,689**	,566**	,702**	,653**	,673**	,739**	,840**	1	,724**	,853*
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000	,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
X4.10 Pearson Correlation	,576*	,637**	,612**	,626**	,631**	,597**	,725**	,660**	,724**	1	,795*
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159
Resiko Pearson Correlation	,860*	,904**	,745**	,884**	,879**	,872**	,906**	,862**	,853**	,795**	1
Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
N	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159	159

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

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,959	10

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X4.1	30,89	57,704	,826	,954
X4.2	30,86	57,335	,881	,952
X4.3	30,75	59,746	,688	,959
X4.4	30,83	57,623	,856	,953
X4.5	30,76	57,993	,850	,953
X4.6	30,87	56,756	,838	,953
X4.7	30,83	56,585	,881	,952



X4.8	31,00	55,937	,822	,954
X4.9	31,16	55,758	,809	,955
X4.10	30,81	58,483	,745	,957

### Hasil Validitas dan Reliabilitas Minat Menggunakan (Y)

		Y1	Y2	Y3	Minat Menggunakan
Y1	Pearson Correlation	1	,917**	,813**	,962**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000
	N	159	159	159	159
Y2	Pearson Correlation	,917**	1	,798**	,957**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000
	N	159	159	159	159
Y3	Pearson Correlation	,813**	,798**	1	,920**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000
	N	159	159	159	159
Minat Menggunakan	Pearson Correlation	,962**	,957**	,920**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	
	N	159	159	159	159

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

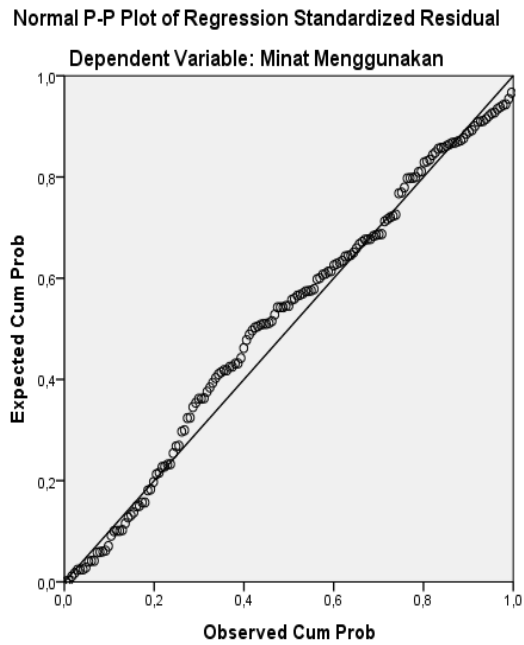
#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,942	3

#### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	7,08	3,240	,912	,888
Y2	7,06	3,294	,901	,897
Y3	7,12	3,498	,823	,957

## Hasil Uji Asumsi Klasik Uji Normalitas



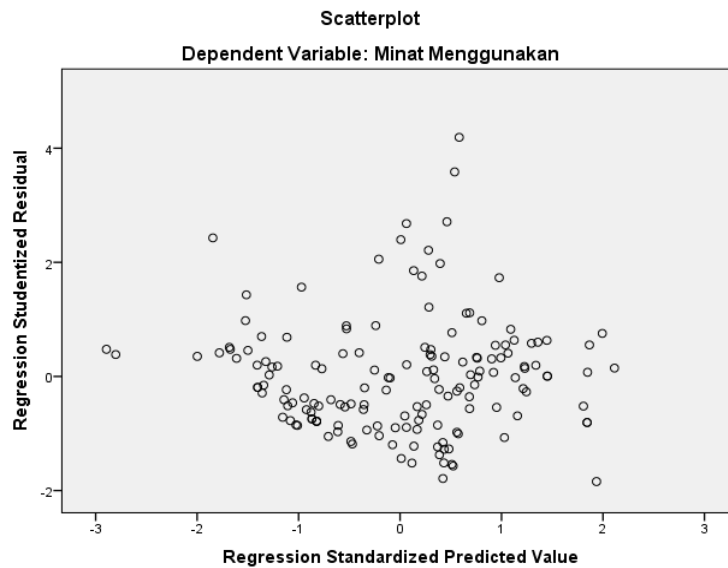
## Uji Multikolinearitas

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,664	1,602		1,039	,300		
	Citra Produk	,126	,060	,228	2,100	,037	,375	2,669
	Harga	,090	,044	,236	2,028	,044	,324	3,083
	Kemudahan	,106	,060	,172	1,775	,078	,467	2,142
	Resiko	,007	,023	,022	,310	,757	,835	1,198

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

## Uji Heteroskedastisitas



## Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients<sup>a</sup>

Model		Unstandardized Coefficients		Standardize	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	d Coefficients			Beta	Toleranc
1	(Constant)	1,664	1,602		1,039	,300		
	Citra Produk	,126	,060	,228	2,100	,037	,375	2,669
	Harga	,090	,044	,236	2,028	,044	,324	3,083
	Kemudahan	,106	,060	,172	1,775	,078	,467	2,142
	Resiko	,007	,023	,022	,310	,757	,835	1,198

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

### Hasil Uji Hipotesis (Uji Statistik t)

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	1,664	1,602		1,039	,300		
	Citra Produk	,126	,060	,228	2,100	,037	,375	2,669
	Harga	,090	,044	,236	2,028	,044	,324	3,083
	Kemudahan	,106	,060	,172	1,775	,078	,467	2,142
	Resiko	,007	,023	,022	,310	,757	,835	1,198

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

### Hasil Uji Koefisien Determinasi

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,566 <sup>a</sup>	,321	,303	2,257

a. Predictors: (Constant), Resiko, Kemudahan, Citra Produk, Harga

b. Dependent Variable: Minat Menggunakan

### Hasil Uji Simultan (Uji F)

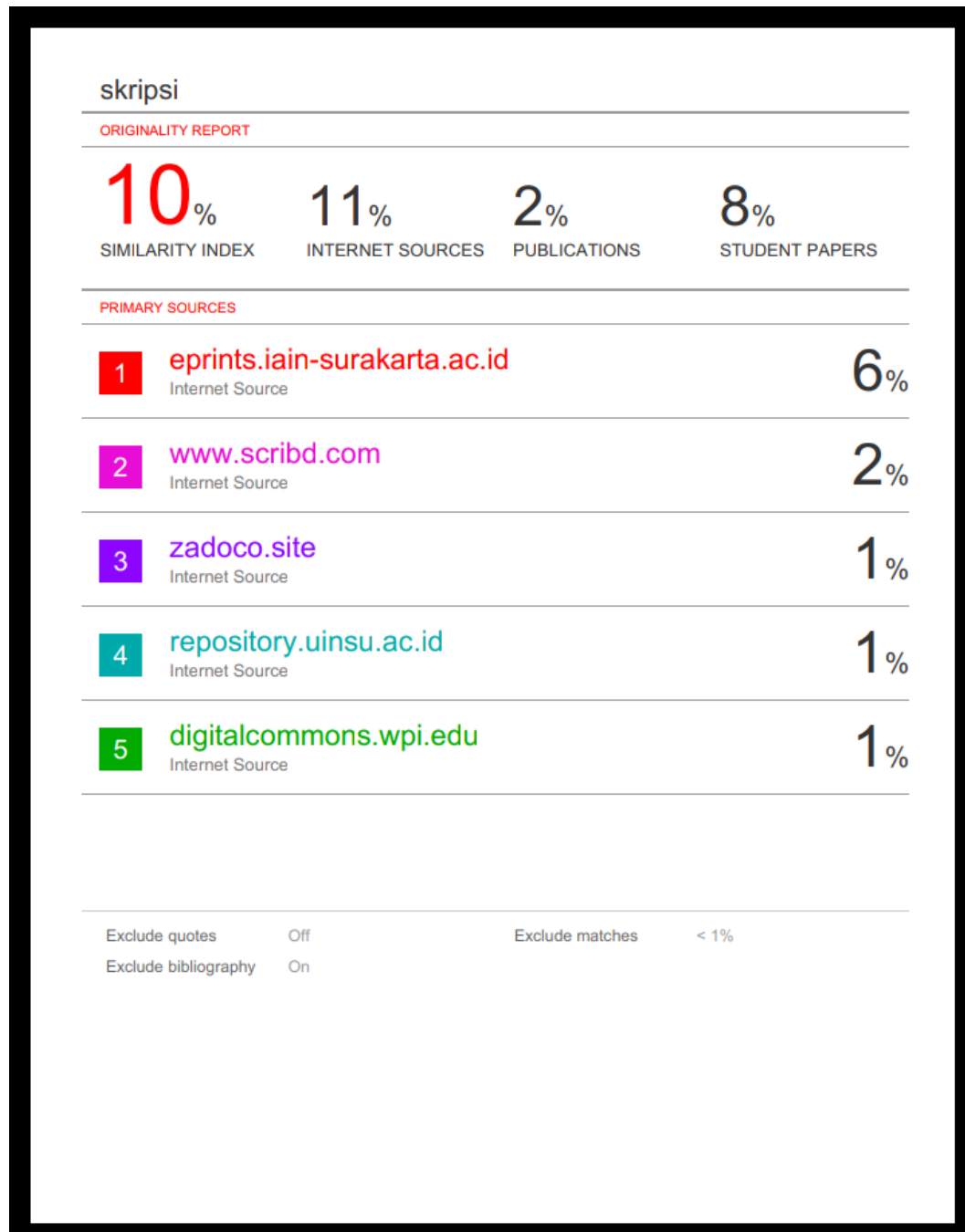
**ANOVA<sup>a</sup>**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	370,569	4	92,642	18,185	,000 <sup>b</sup>
	Residual	784,538	154	5,094		
	Total	1155,107	158			

a. Dependent Variable: Minat Menggunakan

b. Predictors: (Constant), Resiko, Kemudahan, Citra Produk, Harga

Lampiran 6  
Bukti Plagiasi



Lampiran 7  
Surat-Surat Keterangan Penelitian

### SURAT PERNYATAAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NAMA : DWI NUR AISYAH

NIM : 165211051

PROGRAM STUDI : MANAJEMEN BISNIS SYARIAH

FAKULTAS : EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Terkait skripsi berjudul **“Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Menggunakan Kompor Listrik Di Kecamatan Kartasura”**.

Dengan ini saya menyatakan bahwa saya benar-benar telah melakukan penelitian dan pengambilan data dari masyarakat di Kecamatan Kartasura. Apabila dikemudian hari diketahui bahwa skripsi ini menggunakan data yang tidak sesuai dengan data sebenarnya, saya bersedia menerima sanksi sesuai peraturan yang berlaku.

Demikian surat ini dibuat sesungguhnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Surakarta, 26 November 2020

  
Dwi Nur Aisyah

Lampiran 8  
Daftar Riwayat Hidup

**Daftar Riwayat Hidup**

Nama Lengkap : Dwi Nur Aisyah  
 Tempat dan Tanggal Lahir : Wonogiri, 16 Juni 1998  
 Jenis Kelamin : Perempuan  
 Agama : Islam  
 No. HP : 085742146687/ 088806035175  
 E-mail : dwinuraisyah7@gmail.com  
 Alamat : Patuk Kidul RT 02/04, Kec. Baturetno, Kab.  
 Wonogiri, Prov. Jawa Tengah

Riwayat Pendidikan Formal :

1. TK Aisyiyah 2 Baturetno	2002 – 2004
2. SD Negeri VI Baturetno	2004 – 2010
3. SMP Negeri 1 Baturetno	2010 – 2013
4. SMA Negeri 1 Baturetno	2013 – 2016
5. Institut Agama Islam Negeri Surakarta	2016 – 2020

Riwayat Organisasi :

1. Anggota PMR MADYA SMP Negeri 1 Baturetno	2011-2013
2. Anggota PMR WIRA SMA Negeri 1 Baturetno	2014-2016
3. Sekertaris UKM Seni Tari Tradisi	2018 – 2019