

LAMPIRAN

**1. ALAT UKUR EI**

**1.1. Reliabilitas Alat Ukur Kecerdasan Emosional Konsumen**

Cronbach's Alpha	N of Items
.841	57

**1.2. Validitas Alat Ukur Kecerdasan Emosional Konsumen**

	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Pertanyaan Nomor 1	.053	.844
Pertanyaan Nomor 2	-.047	.845
Pertanyaan Nomor 3	-.058	.846
Pertanyaan Nomor 4	.052	.845
Pertanyaan Nomor 5	.522	.833
Pertanyaan Nomor 6	.205	.840
Pertanyaan Nomor 7	.344	.837
Pertanyaan Nomor 8	.387	.837
Pertanyaan Nomor 9	-.219	.849
Pertanyaan Nomor 10	-.030	.845
Pertanyaan Nomor 11	.418	.836
Pertanyaan Nomor 12	.027	.845
Pertanyaan Nomor 13	.079	.842
Pertanyaan Nomor 14	.140	.841
Pertanyaan Nomor 15	.549	.832
Pertanyaan Nomor 16	.166	.840
Pertanyaan Nomor 17	.453	.835
Pertanyaan Nomor 18	.234	.839
Pertanyaan Nomor 19	.419	.836
Pertanyaan Nomor 20	.050	.844
Pertanyaan Nomor 21	-.207	.849
Pertanyaan Nomor 22	.183	.841
Pertanyaan Nomor 23	.034	.843
Pertanyaan Nomor 24	.270	.839
Pertanyaan Nomor 25	.604	.834
Pertanyaan Nomor 26	.425	.835
Pertanyaan Nomor 27	.390	.836
Pertanyaan Nomor 28	.552	.835
Pertanyaan Nomor 29	.322	.838
Pertanyaan Nomor 30	.347	.837
Pertanyaan Nomor 31	.246	.839
Pertanyaan Nomor 32	.595	.831
Pertanyaan Nomor 33	.652	.831
Pertanyaan Nomor 34	.641	.832
Pertanyaan Nomor 35	-.174	.848

Pertanyaan Nomor 36	.440	.836
Pertanyaan Nomor 37	.185	.840
Pertanyaan Nomor 38	.349	.837
Pertanyaan Nomor 39	.002	.843
Pertanyaan Nomor 40	.193	.840
Pertanyaan Nomor 41	.476	.836
Pertanyaan Nomor 42	.142	.841
Pertanyaan Nomor 43	.228	.839
Pertanyaan Nomor 44	.620	.834
Pertanyaan Nomor 45	.280	.838
Pertanyaan Nomor 46	.559	.833
Pertanyaan Nomor 47	.483	.835
Pertanyaan Nomor 48	.412	.836
Pertanyaan Nomor 49	.455	.835
Pertanyaan Nomor 50	.562	.833
Pertanyaan Nomor 51	.044	.843
Pertanyaan Nomor 52	.274	.839
Pertanyaan Nomor 53	.424	.835
Pertanyaan Nomor 54	.483	.835
Pertanyaan Nomor 55	.425	.837
Pertanyaan Nomor 56	.479	.836
Pertanyaan Nomor 57	.319	.838

### 1.3. Reliabilitas Dimensi Perceiving

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.744	.772	15

### 1.4. Reliabilitas Dimensi Fasilitating

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.631	.625	9

### 1.5. Reliabilitas Dimensi Understanding

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.747	.786	13

### 1.5. Reliabilitas Dimensi Managing

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.711	.718	20

## 2. Hasil Analisis Korelasi

### 2.1. Korelasi EI dengan Intensi Membeli HT 71i Hybrid

#### Correlations

		Intensi membeli HT 71i Hybrid	Skor Total EI
Pearson Correlation	Intensi membeli HT 71i Hybrid	1.000	.186
	Skor Total EI	.186	1.000
Sig. (1-tailed)	Intensi membeli HT 71i Hybrid	.	.043
	Skor Total EI	.043	.
N	Intensi membeli HT 71i Hybrid	86	86
	Skor Total EI	86	86

### 2.2. Korelasi EI dengan Intensi Membeli Nokia 5310

#### Correlations

		Intensi membeli Nokia 5310	Skor Total EI
Pearson Correlation	Intensi membeli Nokia 5310	1.000	.100
	Skor Total EI	.100	1.000
Sig. (1-tailed)	Intensi membeli Nokia 5310	.	.180
	Skor Total EI	.180	.
N	Intensi membeli Nokia 5310	86	86
	Skor Total EI	86	86

## 3. Hasil Analisis Regresi Berganda

### 3.1. Analisis Regresi Dimensi EI terhadap Intensi Membeli HT 71i Hybrid

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.286(a)	.082	.036	2.412	2.089

a Predictors: (Constant), Dimensi Managing, Dimensi Perceiving, Dimensi Fasilitating, Dimensi Understanding

b Dependent Variable: Intensi membeli HT 71i Hybrid

**ANOVA(b)**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	41.901	4	10.475	1.801	.137(a)
	Residual	471.134	81	5.816		
	Total	513.035	85			

a Predictors: (Constant), Dimensi Managing, Dimensi Perceiving, Dimensi Fasilitating, Dimensi Understanding

b Dependent Variable: Intensi membeli HT 71i Hybrid

**Coefficients(a)**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	-1.038	2.894		-.359	.721
	Skor Total Dimensi Perceiving	.063	.046	.164	1.378	.172
	Skor Total Dimensi Fasilitating	-.043	.076	-.073	-.563	.575
	Skor Total Dimensi Understanding	.098	.066	.206	1.485	.141
	Skor Total Dimensi Managing	-.014	.040	-.041	-.346	.730

a Dependent Variable: Intensi membeli HT 71i Hybrid

		Intensi membeli HT 71i Hybrid	Dimensi Perceiving	Dimensi Fasilitating	Dimensi Understanding	Dimensi Managing
Pearson Correlation	Intensi membeli HT 71i Hybrid	1.000	.238	.042	.226	.015
	Skor Total Dimensi Perceiving	.238	1.000	.151	.432	.095
	Skor Total Dimensi Fasilitating	.042	.151	1.000	.515	.393
	Skor Total Dimensi Understanding	.226	.432	.515	1.000	.336
	Skor Total Dimensi Managing	.015	.095	.393	.336	1.000
Sig. (1-tailed)	Intensi membeli HT 71i Hybrid	.	.014	.351	.018	.444
	Skor Total Dimensi Perceiving	.014	.	.083	.000	.192
	Skor Total Dimensi Fasilitating	.351	.083	.	.000	.000

Skor Total Dimensi Understanding	.018	.000	.000	.	.001
Skor Total Dimensi Managing	.444	.192	.000	.001	.

### 3.2. Analisis Regresi Dimensi EI terhadap Intensi Membeli Nokia 5310

#### Model Summary(b)

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.246(a)	.061	.014	2.429	2.204

a Predictors: (Constant), Dimensi Managing, Dimensi Perceiving, Dimensi Fasilitating, Dimensi Understanding

b Dependent Variable: Intensi membeli Nokia 5310

#### ANOVA(b)

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	30.874	4	7.719	1.308	.274(a)
	Residual	477.835	81	5.899		
	Total	508.709	85			

a Predictors: (Constant), Skor Total Dimensi Managing , Skor Total Dimensi Perceiving , Skor Total Dimensi Fasilitating, Skor Total Dimensi Understanding

b Dependent Variable: Intensi membeli Nokia 5310

#### Coefficients(a)

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta	B	Std. Error
1	(Constant)	3.075	2.915		1.055	.295
	Skor Total Dimensi Perceiving	.098	.046	.255	2.127	.036
	Skor Total Dimensi Fasilitating	-.040	.077	-.067	-.514	.609
	Skor Total Dimensi Understanding	-.045	.066	-.095	-.680	.499
	Skor Total Dimensi Managing	.029	.040	.086	.723	.472

a Dependent Variable: Intensi membeli Nokia 5310

#### Correlations

		Intensi membeli Nokia 5310	Dimensi Perceiving	Dimensi Fasilitating	Dimensi Understanding	Dimensi Managing
Pearson Correlation	Intensi membeli Nokia 5310	1.000	.212	-.044	.009	.052
	Dimensi Perceiving	.212	1.000	.151	.432	.095

	Dimensi Fasilitating	-.044	.151	1.000	.515	.393
	Dimensi Understanding	.009	.432	.515	1.000	.336
	Dimensi Managing	.052	.095	.393	.336	1.000
Sig. (1-tailed)	Intensi membeli Nokia 5310	.	.025	.343	.467	.318
	Dimensi Perceiving	.025	.	.083	.000	.192
	Dimensi Fasilitating	.343	.083	.	.000	.000
	Dimensi Understanding	.467	.000	.000	.	.001
	Dimensi Managing	.318	.192	.000	.001	.

#### 4. Analisis Perbedaan Mean EI Antar Kelompok

##### 4.1. Perbedaan mean EI antara laki-laki dan perempuan

###### Group Statistics

	Jenis kelamin	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Skor Total	Laki-laki	49	171.71	17.363	2.480
	Perempuan	37	176.11	13.685	2.250

###### Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
Skor Total	Equal variances assumed	1.599	.209	-1.270	84	.208	-4.394	3.461	-11.276	2.489
	Equal variances not assumed			-1.312	83.822	.193	-4.394	3.349	-11.053	2.266

#### 4.2. Perbedaan mean EI antara responden program ilmu social dan eksakta

##### Group Statistics

	Fakultas	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Skor Total	Sosial	47	173.15	15.986	2.332
	eksakta	39	174.15	16.093	2.577

##### Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
Skor Total	Equal variances assumed	.253	.617	-.289	84	.773	-1.005	3.473	-7.912	5.902
	Equal variances not assumed			-.289	80.901	.773	-1.005	3.475	-7.920	5.910

## Pengantar

Para responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Indonesia angkatan 2004, yang sedang melakukan penelitian untuk menyusun tugas akhir skripsi sebagai prasyarat kelulusan.

Dalam rangka mengumpulkan data, saya memohon kesediaan anda meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner ini, yang mencakup pernyataan-pernyataan yang menggambarkan diri anda sebagai seorang konsumen.

Hasil dari penelitian ini sangat tergantung oleh kelengkapan dan kejujuran anda dalam menjawab. Untuk itu, mohon periksa kembali kelengkapan jawaban anda, dan mohon diperhatikan bahwa anda diminta untuk **menggambarkan diri anda sendiri, bukan bagaimana seharusnya atau bagaimana sebaiknya**. Data atau jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiaanya dan hanya digunakan untuk tujuan penelitian, bukan untuk kegiatan pemasaran dari suatu produk tertentu. Data tersebut juga akan diolah dengan statistik secara kelompok, bukan individu.

Atas bantuan dan kerjasamanya, saya sampaikan terima kasih.

Depok, 11 Mei 2009  
Hormat saya,

**Didik Sulaiman**  
NPM : 0804000483  
(0899.390.7454)



## Kuesioner A

### **Petunjuk Pengisian**

Berikut ini terdapat pernyataan-pernyataan yang menggambarkan diri anda sebagai seorang konsumen. Bacalah setiap pernyataan dengan teliti dan berilah tanda silang (X) pada kolom salah satu jawaban yang paling sesuai menggambarkan emosi, perasaan, pikiran, atau perilaku anda. Setiap pernyataan memiliki enam pilihan jawaban yang menunjukkan tingkat kesesuaian dengan diri anda, sebagaimana berikut:

STS    TS    ATS    AS    S    SS

STS : Sangat Tidak Sesuai

AS : Agak Sesuai

TS : Tidak Sesuai

S : Sesuai

ATS : Agak Tidak Sesuai

SS : Sangat Sesuai

Jika anda keliru dalam memilih jawaban yang anda maksudkan, coretlah jawaban yang salah kemudian beri tanda silang pada kolom jawaban yang anda anggap paling tepat menggambarkan diri anda.

Dalam pernyataan-pernyataan ini tidak ada jawaban yang salah atau benar, oleh karena itu untuk membantu proses pengolahan data, anda diminta untuk memberikan jawaban secara terbuka dan jujur. **Periksa kembali jawaban anda sebelum diserahkan dan pastikan anda menjawab semua pernyataan tanpa ada yang tertinggal.**

### **Contoh Cara Pengisian:**

Berikan tanda Silang (X) pada kolom pilihan yang paling menggambarkan diri anda. Perhatikan contoh berikut:

No.	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya menikmati berbelanja di Pasar tradisional	X*					

\*Artinya bahwa pernyataan tersebut Sangat Tidak Sesuai (STS) menggambarkan diri Anda.

**Kuesioner B**

**Petunjuk Pengisian**

Berikut ini anda akan diperlihatkan iklan dan keterangan spesifikasi salah satu tipe produk dari beberapa merek telepon seluler yang dipasarkan di Indonesia. Produk yang ditampilkan berikut dipasarkan dengan harga yang relatif sama satu sama lain. Bacalah dengan teliti dan perhatikan secara seksama spesifikasi dari masing-masing produk tersebut (Lihat info produk di halaman terakhir). Selanjutnya, anda diminta untuk memberikan jawaban pada pertanyaan yang telah disediakan.

- a. Dengan memperhatikan spesifikasi dan iklan dari masing-masing merek sebagaimana diperlihatkan, urutkan produk-produk tersebut mulai dari yang paling ingin anda beli hingga yang paling tidak ingin anda beli. Nomor urut 1, berarti bahwa produk tersebut paling ingin Anda beli. Sedangkan nomor urut 4, berarti bahwa produk tersebut paling tidak ingin Anda beli.

- 1. ....
- 2. ....
- 3. ....
- 4. ....

- b. Dengan memperhatikan spesifikasi dan iklan dari masing-masing merek sebagaimana diperlihatkan, berikan penilaian dengan cara melingkari nilai skala yang menunjukkan tingkat intensi atau keinginan Anda untuk membeli produk tersebut. Semakin besar nilai yang Anda berikan, berarti semakin tinggi tingkat keinginan Anda untuk membeli produk tersebut, dan begitu sebaliknya. Sekali lagi, harap diperhatikan bahwa pertanyaan ini hanya berkaitan dengan produk yang diperlihatkan pada Anda.

**1. Intensi membeli produk merek Sony Ericsson K770i**

*Sangat tidak ingin membeli* ◀ 1\_2\_3\_4\_5\_6\_7\_8\_9\_10 ▶ *Sangat ingin membeli*

**2. Intensi membeli produk merek HT 71i Hybrid**

*Sangat tidak ingin membeli* ◀ 1\_2\_3\_4\_5\_6\_7\_8\_9\_10 ▶ *Sangat ingin membeli*

**3. Intensi membeli produk merek Nokia 5310**

*Sangat tidak ingin membeli* ◀ 1\_2\_3\_4\_5\_6\_7\_8\_9\_10 ▶ *Sangat ingin membeli*

**4. Intensi membeli produk merek LG KF510**

*Sangat tidak ingin membeli* ◀ 1\_2\_3\_4\_5\_6\_7\_8\_9\_10 ▶ *Sangat ingin membeli*

**DATA KONTROL**

Nama/ Inisial : ..... Jenis Kelamin :  Laki-laki

Fakultas : .....  Perempuan

Suku Bangsa :  1. Jawa  5. Tionghoa  
 2. Minang  6. Betawi  
 3. Batak  7. Lainnya  
 4. Sunda

Pemasukan Per Bulan :

a. Rp. 500.000,- s/d Rp. 750.000,-  e. Rp. 1.500.001,- s/d Rp. 1.750.000,-  
 b. Rp. 750.001,- s/d Rp. 1.000.000,-  f. Rp. 1.750.001,- s/d Rp. 2.000.000,-  
 c. Rp. 1.000.001,- s/d Rp. 1.250.000,-  g. Rp. 2.000.001,- s/d Rp. 2.500.000,-  
 d. Rp. 1.250.001,- s/d Rp. 1.500.000,-  h. > Rp. 2.500.001

Rata-rata Pengeluaran Per Bulan :

a. Rp. 500.000,- s/d Rp. 750.000,-  e. Rp. 1.500.001,- s/d Rp. 1.750.000,-  
 b. Rp. 750.001,- s/d Rp. 1.000.000,-  f. Rp. 1.750.001,- s/d Rp. 2.000.000,-  
 c. Rp. 1.000.001,- s/d Rp. 1.250.000,-  g. Rp. 2.000.001,- s/d Rp. 2.500.000,-  
 d. Rp. 1.250.001,- s/d Rp. 1.500.000,-  h. > Rp. 2.500.001

Sumber Pemasukan Per Bulan

a. Orang Tua/ Keluarga : ..... %  
b. Kerja Sendiri : ..... %  
c. Beasiswa : ..... %

Intensitas Mengunjungi Pusat Perbelanjaan/ Mall :

a. 1 - 2 Kali dalam sebulan  
b. 3 - 4 Kali dalam sebulan  
c. 5 - 6 Kali dalam sebulan  
d. 7 - 8 Kali dalam sebulan  
e. > 8 Kali dalam sebulan

**“Terimakasih atas kesediaan Anda berpartisipasi dalam mengisi kuesioner ini”**



No.	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
1	Saya tidak dapat memahami dorongan perasaan yang muncul ketika saya akan membeli suatu barang berharga						
2	Saya memahami perasaan saya ketika berada ditempat yang asing						
3	Saya mampu mengenali selera teman-teman terdekat saya mengenai suatu barang						
4	Saya tetap dapat berkomunikasi dengan baik dengan orang-orang yang telah menyakiti hati saya						
5	Saya tidak dapat membedakan ekspresi yang ditampilkan oleh orang-orang disekeliling saya						
6	Saya merasa bersalah ketika membeli barang dengan harga yang menurut saya terlalu mahal						
7	Saya langsung kecewa jika ada orang lain tidak menyukai barang yang telah saya beli						
8	Saya turut larut menghayati perasaan tokoh dalam film yang saya lihat						
9	Saya memerlukan bantuan orang lain untuk menjelaskan perasaan yang saya alami						
10	Saya dapat memahami bahwa teman dekat saya sedang memiliki masalah meskipun ia tidak mengatakannya						
11	Saya membeli apa saja yang dapat membuat saya senang tanpa banyak pertimbangan						
12	Emosi yang saya rasakan membuat saya tidak bisa konsentrasi memilih barang yang berkualitas pada saat membeli						
13	Saya dapat melupakan kekecewaan yang saya alami karena telah membeli barang yang tidak sesuai						
14	Ketika berbicara dengan orang lain, saya tidak dapat memahami ekspresi yang dimiliki oleh orang tersebut						
15	Saya biasanya langsung membeli produk yang saya suka tanpa melalui banyak pertimbangan						
16	Ketika berbelanja, saya dapat mengontrol dorongan perasaan saya untuk membeli barang-barang selain yang saya rencanakan						
17	Ketika teman saya mengalami musibah, saya memahami apa yang dirasakannya						
18	Emosi yang saya rasakan membuat saya sulit untuk menolak tawaran dari penjual ( <i>sales person</i> )						
19	Saya dapat memahami apa yang membuat perasaan saya menjadi sedih						
20	Saya sulit mengendalikan dorongan emosi saya untuk membeli produk-produk diskon yang saya temui di Mall.						
21	Emosi yang saya rasakan membuat saya lebih hati-hati dalam memilih barang pada saat membeli						



No.	Pernyataan	STS	TS	ATS	AS	S	SS
22	Setelah membeli suatu barang, saya memahami emosi yang sedang saya alami						
23	Bentuk kemasan suatu produk dapat membuat perasaan saya menjadi gembira						
24	Saya dapat menangkap ekspresi emosi yang ditampilkan oleh kemasan suatu produk						
25	Dorongan emosi yang saya rasakan membuat saya kehilangan kontrol membeli barang-barang yang tidak saya perlukan						
26	Bagi saya, tidak perlu untuk mengekspresikan semua emosi yang sedang saya alami kepada orang lain						
27	Saya dapat mengenali barang-barang yang bisa membuat perasaan saya menjadi tidak nyaman						
28	Saya dapat memahami perasaan seseorang dengan memperhatikan wajah, mata, dan sikap tubuhnya						
29	Bagi saya, sulit untuk mengendalikan ketegangan emosi ketika berinteraksi dengan penjual ( <i>sales person</i> ) yang agresif						
30	Saya dapat mengenali dengan baik apa yang saya rasakan sebelum membeli suatu barang						
31	Saya dapat memilih pakaian yang tepat menggambarkan emosi saya						
32	Saya sulit memahami pesan-pesan non-verbal dari penjual yang saya temui						
33	Saya memahami perasaan yang mendorong saya untuk membeli suatu barang						
34	Saya mengabaikan perasaan yang saya rasakan ketika sedang berbelanja						
35	Saya sangat sedih jika pakaian yang saya pakai tidak disukai oleh teman-teman saya						
36	Emosi-emosi yang saya rasakan dapat membantu dalam memilih barang yang sesuai dengan keinginan saya						
37	Iklan yang saya lihat langsung membangkitkan emosi saya untuk memiliki (membeli) barang tersebut						
38	Saya dapat menilai ekspresi emosional dari kemasan suatu produk						
39	Saya akan merasa stres ketika tidak bisa membeli produk yang saya inginkan						
40	Saya memahami apa yang membuat teman saya menjadi sedih						
41	Saya cukup peka untuk dapat memahami perasaan teman dekat saya sehari-hari						
42	Saya tidak dapat memahami perasaan saya ketika sedang menginginkan sesuatu						

