

CURRICULUM VITAE

PERSONAL DATA

Nick Name : Hendrik
Address : Perumahan Jatibening Dua
 : Jl Hanjuang II no 69
 : Pondok Gede
 : Bekasi 17412
Place of Birth : Jakarta, January 8, 1983
Marital Status : Single
Religion : Christian
Email : hendrick_mindblowing@yahoo.com

FORMAL EDUCATION

- 1989 – 1996 Elementary School ; SDN 03 Pagi, Jakarta Timur
- 1996 – 1998 Junior High School ; SLTPN 109, Jakarta Timur
- 1998 – 2001 Senior High School ; SMUN 71, Jakarta Timur
- 2001 – 2004 Business Administration, Politeknik Negeri Jakarta, Universitas Indonesia
- 2005 – 2008 Business Administration, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Indonesia

EVENTS EXPERIENCES

- 2003 : **Organizer** for TOEFL at Pusat Studi Jepang, University of Indonesia
- 2004 : **Organizer** for Business Administration Trade Show 2004 (BATS'04), Balairung, University of Indonesia
- 2004 : **Organizer** for One Day Seminar "Making Creative Events", State Polytechnic of Jakarta

Kuesioner Penelitian

Pengaruh Fungsi Merek Terhadap Sikap Konsumen pada Nokia

(STUDI EKSPERIMEN PRETEST - POSTTEST TERHADAP MAHASISWA UNIVERSITAS INDONESIA PENGGUNA TELEPON SELULER NOKIA)



Kriteria Responden:

Menggunakan Telepon Seluler Nokia

Selamat Pagi/Siang/Sore

Saya adalah mahasiswa jurusan Ilmu Administrasi Niaga, FISIP UI, yang sedang mengumpulkan data untuk keperluan penyusunan skripsi. Tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh penggunaan fungsi merek terhadap sikap konsumen pengguna Nokia

Perlu diperhatikan dalam pengisian kuesioner penelitian ini:

- **Anda sudah menggunakan produk telepon seluler Nokia lebih dari 3 bulan sampai saat ini;**
- Tidak ada jawaban benar atau salah;
- Setiap jawaban saudara akan sangat bermakna bagi peneliti. Untuk itu, peneliti mengharapkan tidak ada jawaban yang dikosongkan;
- Jawaban saudara akan diperlakukan sesuai dengan standar profesionalitas dan etika peneliti. Oleh karena itu, peneliti akan menjaga kerahasiaan identitas Saudara.

Saya sangat menghargai dan untuk itu saya juga mengucapkan terima kasih atas kesediaan saudara meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Hormat Peneliti
Hendrik Fernando

Profil Responden

Petunjuk Pengisian:

- Berilah tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang tersedia di bawah ini
- Isilah titik-titik kosong dengan jawaban yang sesuai.

1. Jenis kelamin :
(1) Laki-laki (2) Perempuan
2. Usia :
(1) ≤ 20 tahun
(2) 21 – 25 tahun
(3) 26 – 30 tahun
(4) 31 – 40 tahun
3. Mahasiswa :
(1) D3
(2) S1 reguler
(3) S1 ekstension
(4) S2
4. Lama Menggunakan HP Nokia :
 1. 3 – 6 bulan
 2. 7 – 12 bulan
 3. 1 – 3 tahun
 4. >3 tahun

Petunjuk pengisian kuesioner:

Berilah tanda silang (X) pada pilihan jawaban yang tersedia di bawah ini sesuai dengan persetujuan anda terhadap pernyataan berikut.

Keterangan:

- 1 STS : Sangat Tidak Setuju 4 S : Setuju
 2 TS : Tidak Setuju 5 SS : Sangat Setuju
 3 N : Netral

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
A. Fungsi Jaminan.						
1	Nama Nokia merupakan jaminan akan kualitas dalam pelayanan kepada konsumen.	1	2	3	4	5
2	Nokia pasti merupakan telepon seluler yang dapat dipercaya.	1	2	3	4	5
3	Produk-produk telepon seluler Nokia pasti memiliki kualitas yang sangat baik.	1	2	3	4	5
4	Produk telepon seluler Nokia pasti sebanding dengan harga yang saya keluarkan.	1	2	3	4	5
B. Fungsi Identifikasi Personal.						
1	Nokia merupakan merek yang saya sukai.	1	2	3	4	5
2	Nokia cocok dengan gaya hidup saya.	1	2	3	4	5
3	Nokia memenuhi kebutuhan saya dalam berkomunikasi.	1	2	3	4	5
4	Nokia "gua banget".	1	2	3	4	5
C. Fungsi Identifikasi Sosial.						
1	Nokia digunakan oleh teman-teman saya.	1	2	3	4	5
2	Nokia memiliki reputasi yang bagus di mata teman-teman saya.	1	2	3	4	5
3	Nokia merupakan merek yang termuka di kalangan teman-teman saya.	1	2	3	4	5
4	Nokia merupakan merek favorit di kalangan teman-teman saya.	1	2	3	4	5

No.	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS
D. Fungsi Status.						
1	Pemakaian Nokia merupakan simbol status dalam lingkungan saya.	1	2	3	4	5
2	Pemakaian Nokia merupakan simbol kebanggaan bagi saya.	1	2	3	4	5
3	Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya.	1	2	3	4	5
4	Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya.	1	2	3	4	5
E. Respon Untuk Menerima <u>Bila Ada</u> Perluasan Merek (<i>Brand Extention</i>).						
1	Bila ada perluasan merek Nokia, saya membeli produk Nokia selain telepon seluler.	1	2	3	4	5
2	Saya akan menggunakan produk lain dari Nokia selain telepon seluler.	1	2	3	4	5
3	Produk selain telepon seluler Nokia kemungkinan besar akan memenuhi kebutuhan saya juga.	1	2	3	4	5
F. Respon Untuk Mau Merekomendasi Merek (<i>Brand Recommendation</i>).						
1	Saya merekomendasikan teman-teman dekat untuk menggunakan telepon seluler Nokia.	1	2	3	4	5
2	Saya merekomendasikan keluarga saya untuk menggunakan telepon seluler Nokia.	1	2	3	4	5
3	Saya merekomendasikan orang yang baru saya kenal untuk menggunakan Nokia.	1	2	3	4	5
4	Saya menyarankan terus menerus untuk menggunakan Nokia pada teman-teman saya.	1	2	3	4	5
G. Respon Untuk Mau Membayar Harga Lebih (<i>Premium Price</i>).						
1	Saya akan selalu menggunakan telepon seluler Nokia berapapun harga yang ditawarkan.	1	2	3	4	5
2	Saya tetap menggunakan telepon seluler Nokia walaupun ada banyak pilihan merek dengan harga yang lebih murah.	1	2	3	4	5
3	Saya bersedia membayar harga lebih mahal untuk Nokia dibandingkan merek telepon seluler lainnya.	1	2	3	4	5

LAMPIRAN 2

DATA SKOR PENELITIAN

A. Variabel View

Name	Type	Width	Decimals	Label	Values	Missing	Column	Align	Measure
1. Jnsn	String	8	0	Jenis Kelamin	(1, Laki-Laki)	None	3	Left	Nominal
2. Usia	Numeric	8	0	Usia	(1, <= 20 Tahun)	None	10	Left	Nominal
3. Mahasiswa	String	8	0	Program Pendidikan	(1, ISI)	None	10	Left	Nominal
4. Lnsn	Numeric	8	0	Lama Menggunakan	(1, 3 - 6 bulan)	None	8	Left	Nominal
5. F11	Numeric	8	0	F.11. Nama Nokia merupakan jaminan akan kualitas dalam pelayanan kepada konsumen	(1, STS)	None	8	Left	Scale
6. F12	Numeric	8	0	F.12. Nokia pasti merupakan telepon seluler yang dapat dipercaya	(1, STS)	None	8	Left	Scale
7. F13	Numeric	8	0	F.13. Produk-produk telepon seluler Nokia pasti memiliki kualitas yang sangat baik	(1, STS)	None	8	Left	Scale
8. F14	Numeric	8	0	F.14. Produk telepon seluler Nokia pasti sebanding dengan harga yang saya keluarkan	(1, STS)	None	8	Left	Scale
9. FP1	Numeric	8	0	FP1. Nokia merupakan merek yang saya sukai	(1, STS)	None	8	Left	Scale
10. FP2	Numeric	8	0	FP2. Nokia cocok dengan gaya hidup saya	(1, STS)	None	8	Left	Scale
11. FP3	Numeric	8	0	FP3. Nokia memenuhi kebutuhan saya dalam berkomunikasi	(1, STS)	None	8	Left	Scale
12. FP4	Numeric	8	0	FP4. Nokia "gaya banget"	(1, STS)	None	8	Left	Scale
13. FS1	Numeric	8	0	FS1. Nokia digunakan oleh teman-teman saya	(1, STS)	None	8	Left	Scale
14. FS2	Numeric	8	0	FS2. Nokia memiliki reputasi yang bagus di kalangan teman-teman saya	(1, STS)	None	8	Left	Scale
15. FS3	Numeric	8	0	FS3. Nokia merupakan merek yang terdapat di kalangan teman-teman saya	(1, STS)	None	8	Left	Scale
16. FS4	Numeric	8	0	FS4. Nokia merupakan merek favorit di kalangan teman-teman saya	(1, STS)	None	8	Left	Scale
17. FST1	Numeric	8	0	FST1. Pemakaian Nokia merupakan simbol status dalam lingkungan saya	(1, STS)	None	8	Left	Scale
18. FST2	Numeric	8	0	FST2. Pemakaian Nokia merupakan simbol kebanggaan bagi saya	(1, STS)	None	8	Left	Scale
19. FST3	Numeric	8	0	FST3. Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya	(1, STS)	None	8	Left	Scale
20. FST4	Numeric	8	0	FST4. Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya	(1, STS)	None	8	Left	Scale
21. MR1	Numeric	8	0	MR1. Bila ada penawaran merek Nokia, saya membeli produk Nokia selain telepon seluler	(1, STS)	None	8	Left	Scale
22. MR2	Numeric	8	0	MR2. Saya akan menggunakan produk lain dari Nokia selain telepon seluler	(1, STS)	None	8	Left	Scale
23. MR3	Numeric	8	0	MR3. Produk selain telepon seluler Nokia kemungkinan besar akan memenuhi kebutuhan saya juga	(1, STS)	None	8	Left	Scale
24. MR1	Numeric	8	0	MR1. Saya merekomendasikan teman-teman dekat untuk menggunakan telepon seluler Nokia	(1, STS)	None	8	Left	Scale
25. MR2	Numeric	8	0	MR2. Saya merekomendasikan keluarga saya untuk menggunakan Nokia	(1, STS)	None	8	Left	Scale
26. MR3	Numeric	8	0	MR3. Saya merekomendasikan orang yang lebih saya kenal untuk menggunakan Nokia	(1, STS)	None	8	Left	Scale
27. MR4	Numeric	8	0	MR4. Saya menyarankan teman sekelas untuk menggunakan Nokia pada teman-teman saya	(1, STS)	None	8	Left	Scale
28. MP1	Numeric	8	0	MP1. Saya akan selalu menggunakan telepon seluler Nokia daripada merek yang lainnya	(1, STS)	None	8	Left	Scale
29. MP2	Numeric	8	0	MP2. Saya tetap menggunakan telepon seluler Nokia walaupun ada banyak pilihan merek dengan harga yang lebih murah	(1, STS)	None	8	Left	Scale
30. MP3	Numeric	8	0	MP3. Saya bersedia membayar harga lebih mahal untuk Nokia dibandingkan merek telepon seluler lain	(1, STS)	None	8	Left	Scale
31. F1	Numeric	1	5	Dimensi Fungsi Jaringan	None	None	10	Right	Scale
32. F2	Numeric	1	5	Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi	None	None	15	Right	Scale
33. F3	Numeric	1	5	Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial	None	None	15	Right	Scale
34. F4	Numeric	1	5	Dimensi Fungsi Status	None	None	10	Right	Scale
35. M1	Numeric	1	5	Respon Konsumenten Untuk Melayani Pelayanan Merek	None	None	15	Right	Scale
36. M2	Numeric	1	5	Respon Konsumenten Untuk Melakukan Rekomendasi Merek	None	None	15	Right	Scale
37. M3	Numeric	1	5	Respon Konsumenten Untuk Membayar Harga Premium	None	None	10	Right	Scale

B. Data View

The screenshot shows the SPSS Data Editor window for a file named 'Pengaruh Hibriditas [Data01] - SPSS Data Editor'. The window displays a data view with 41 rows and 17 columns. The columns are labeled 'Unit', 'Materi', 'Lama', 'F1', 'F2', 'F3', 'F4', 'F5', 'F6', 'F7', 'F8', 'F9', 'F10', 'F11', 'F12', 'F13', and 'F14'. The data is organized into a grid with a header row and 41 data rows. The values in the cells are mostly 0, 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9, and 10. The status bar at the bottom indicates 'SPSS Procedure in ready' and the system clock shows '11:47 PM'.

Unit	Materi	Lama	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14
10	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
20	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
30	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
40	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
50	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
60	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
70	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
90	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
100	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
110	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
120	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
130	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
140	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
150	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
160	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
170	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
180	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
190	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
200	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
210	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
220	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
230	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
240	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
250	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
260	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
270	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
280	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
290	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
300	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
310	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
320	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
330	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
340	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
350	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
360	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
370	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
380	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
390	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
400	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
410	0	0	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4

LAMPIRAN 3

HASIL PENGOLAHAN DATA

A. Data Deskriptif

1. Dimensi Fungsi Jaminan

Statistics

		FJ1: Nama Nokia merupakan jaminan akan kualitas dalam pelayanan kepada konsumen	FJ2: Nokia pasti merupakan telepon seluler yang dapat dipercaya	FJ3: Produk-produk telepon seluler Nokia pasti memiliki kualitas yang sangat baik	FJ4: Produk telepon seluler Nokia pasti sebanding dengan harga yang saya keluarkan
N	Valid	130	130	130	130
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.81	3.72	3.57	3.57
Mode		4	4	4	4
Std. Deviation		.694	.747	.777	.736

2. Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi

Statistics

		FP1: Nokia merupakan merek yang saya sukai	FP2: Nokia cocok dengan gaya hidup saya	FP3: Nokia memenuhi kebutuhan saya dalam berkomunikasi	FP4: Nokia "gua banget"
N	Valid	130	130	130	130
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.79	3.62	3.62	3.43
Mode		4	4	4	3
Std. Deviation		.764	.739	.750	.767

3. Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial

Statistics

		FS1: Nokia digunakan oleh teman-teman saya	FS2: Nokia memiliki reputasi yang bagus di kalangan teman-teman saya	FS3: Nokia merupakan merek yang terkemuka di kalangan teman-teman saya	FS4: Nokia merupakan merek favorit di kalangan teman-teman saya
N	Valid	130	130	130	130
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.32	3.37	3.20	3.34
Mode		4	4	4	4
Std. Deviation		.872	.882	.875	.840

4. Dimensi Fungsi Status

Statistics

		FST1: Pemakaian Nokia merupakan simbol status dalam lingkungan saya	FST2: Pemakaian Nokia merupakan simbol kebanggaan bagi saya	FST3: Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya
N	Valid	130	130	130	130
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.66	3.51	3.50	3.38
Mode		4	3	3	3
Std. Deviation		.732	.780	.739	.751

5. Variabel Respon Konsumen Untuk Menerima Bila Ada Perluasan Merek

Statistics

		MB1: Bila ada perluasan merek Nokia, saya membeli produk Nokia selain telepon seluler	MB2: Saya akan menggunakan produk lain dari Nokia selain telepon seluler	MB3: Produk selain telepon seluler Nokia kemungkinan besar akan memenuhi kebutuhan saya juga
N	Valid	130	130	130
	Missing	0	0	0
Mean		3.56	3.41	3.35
Mode		4	4	4
Std. Deviation		.826	.785	.714

6. Variabel Respon Konsumen Untuk Melakukan Rekomendasi Merek

Statistics

		MR1: Saya merekomendasikan teman-teman dekat untuk menggunakan telepon seluler Nokia	MR2: Saya merekomendasikan keluarga saya untuk menggunakan Nokia	MR3: Saya merekomendasikan orang yang baru saya kenal untuk menggunakan Nokia	MR4: Saya menyarankan terus menerus untuk menggunakan Nokia pada teman-teman saya
N	Valid	130	130	130	130
	Missing	0	0	0	0
Mean		3.70	3.64	3.48	3.40
Mode		4	4	4	3
Std. Deviation		.743	.757	.750	.753

7. Variabel Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium

Statistics

		MP1: Saya akan selalu menggunakan telepon seluler Nokia berapapun harga yang ditawarkan	MP2: Saya tetap menggunakan telepon seluler Nokia walaupun ada banyak pilihan merek dengan harga yang lebih murah	MP3: Saya bersedia membayar harga lebih mahal untuk Nokia dibandingkan merek telepon seluler lainnya
N	Valid	130	130	130
	Missing	0	0	0
Mean		3.77	3.61	3.57
Mode		4	4	4
Std. Deviation		.710	.783	.825

B. Factor Analysis

1. Dimensi Fungsi Jaminan

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.826
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	305.642
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

	FJ1: Nama Nokia merupakan jaminan akan kualitas dalam pelayanan kepada konsumen	FJ2: Nokia pasti merupakan telepon seluler yang dapat dipercaya	FJ3: Produk-produk telepon seluler Nokia pasti memiliki kualitas yang sangat baik	FJ4: Produk telepon seluler Nokia pasti sebanding dengan harga yang saya keluarkan	
Anti-image Covariance	FJ1: Nama Nokia merupakan jaminan akan kualitas dalam pelayanan kepada konsumen FJ2: Nokia pasti merupakan telepon seluler yang dapat dipercaya FJ3: Produk-produk telepon seluler Nokia pasti memiliki kualitas yang sangat baik FJ4: Produk telepon seluler Nokia pasti sebanding dengan harga yang saya keluarkan	.376	-.177	-.076	-.087
Anti-image Correlation	FJ1: Nama Nokia merupakan jaminan akan kualitas dalam pelayanan kepada konsumen FJ2: Nokia pasti merupakan telepon seluler yang dapat dipercaya FJ3: Produk-produk telepon seluler Nokia pasti memiliki kualitas yang sangat baik FJ4: Produk telepon seluler Nokia pasti sebanding dengan harga yang saya keluarkan	.820 ^a	-.478	-.203	-.213
		-.478	.810 ^a	-.307	-.126
		-.203	-.307	.826 ^a	-.411
		-.213	-.126	-.411	.850 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
FJ1: Nama Nokia merupakan jaminan akan kualitas dalam pelayanan kepada konsumen	1.000	.773
FJ2: Nokia pasti merupakan telepon seluler yang dapat dipercaya	1.000	.778
FJ3: Produk-produk telepon seluler Nokia pasti memiliki kualitas yang sangat baik	1.000	.780
FJ4: Produk telepon seluler Nokia pasti sebanding dengan harga yang saya keluarkan	1.000	.718

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.050	76.253	76.253	3.050	76.253	76.253
2	.415	10.372	86.625			
3	.291	7.283	93.908			
4	.244	6.092	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
FJ1: Nama Nokia merupakan jaminan akan kualitas dalam pelayanan kepada konsumen	.879
FJ2: Nokia pasti merupakan telepon seluler yang dapat dipercaya	.882
FJ3: Produk-produk telepon seluler Nokia pasti memiliki kualitas yang sangat baik	.883
FJ4: Produk telepon seluler Nokia pasti sebanding dengan harga yang saya keluarkan	.848

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

2. Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.851
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	356.999
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		FP1: Nokia merupakan merek yang saya sukai	FP2: Nokia cocok dengan gaya hidup saya	FP3: Nokia memenuhi kebutuhan saya dalam berkomunikasi	FP4: Nokia "gua banget"
Anti-image Covariance	FP1: Nokia merupakan merek yang saya sukai	.320	-.136	-.094	-.092
	FP2: Nokia cocok dengan gaya hidup saya	-.136	.369	-.078	-.073
	FP3: Nokia memenuhi kebutuhan saya dalam berkomunikasi	-.094	-.078	.336	-.136
	FP4: Nokia "gua banget"	-.092	-.073	-.136	.345
Anti-image Correlation	FP1: Nokia merupakan merek yang saya sukai	.840 ^a	-.395	-.286	-.278
	FP2: Nokia cocok dengan gaya hidup saya	-.395	.863 ^a	-.222	-.203
	FP3: Nokia memenuhi kebutuhan saya dalam berkomunikasi	-.286	-.222	.848 ^a	-.398
	FP4: Nokia "gua banget"	-.278	-.203	-.398	.853 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
FP1: Nokia merupakan merek yang saya sukai	1.000	.817
FP2: Nokia cocok dengan gaya hidup saya	1.000	.778
FP3: Nokia memenuhi kebutuhan saya dalam berkomunikasi	1.000	.804
FP4: Nokia "gua banget"	1.000	.796

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.195	79.883	79.883	3.195	79.883	79.883
2	.322	8.052	87.935			
3	.243	6.086	94.021			
4	.239	5.979	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
FP1: Nokia merupakan merek yang saya sukai	.904
FP2: Nokia cocok dengan gaya hidup saya	.882
FP3: Nokia memenuhi kebutuhan saya dalam berkomunikasi	.897
FP4: Nokia "gua banget"	.892

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

3. Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.829
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	426.368
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		FS1: Nokia digunakan oleh teman-teman saya	FS2: Nokia memiliki reputasi yang bagus di kalangan teman-teman saya	FS3: Nokia merupakan merek yang terkemuka di kalangan teman-teman saya	FS4: Nokia merupakan merek favorit di kalangan teman-teman saya
Anti-image Covariance	FS1: Nokia digunakan oleh teman-teman saya	.285	-.117	-.110	.023
	FS2: Nokia memiliki reputasi yang bagus di kalangan teman-teman saya	-.117	.241	-.059	-.105
	FS3: Nokia merupakan merek yang terkemuka di kalangan teman-teman saya	-.110	-.059	.238	-.116
	FS4: Nokia merupakan merek favorit di kalangan teman-teman saya	.023	-.105	-.116	.348
Anti-image Correlation	FS1: Nokia digunakan oleh teman-teman saya	.819 ^a	-.444	-.422	.074
	FS2: Nokia memiliki reputasi yang bagus di kalangan teman-teman saya	-.444	.829 ^a	-.247	-.361
	FS3: Nokia merupakan merek yang terkemuka di kalangan teman-teman saya	-.422	-.247	.825 ^a	-.402
	FS4: Nokia merupakan merek favorit di kalangan teman-teman saya	.074	-.361	-.402	.844 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
FS1: Nokia digunakan oleh teman-teman saya	1.000	.807
FS2: Nokia memiliki reputasi yang bagus di kalangan teman-teman saya	1.000	.864
FS3: Nokia merupakan merek yang terkemuka di kalangan teman-teman saya	1.000	.867
FS4: Nokia merupakan merek favorit di kalangan teman-teman saya	1.000	.766

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.304	82.595	82.595	3.304	82.595	82.595
2	.346	8.660	91.255			
3	.192	4.797	96.052			
4	.158	3.948	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
FS1: Nokia digunakan oleh teman-teman saya	.898
FS2: Nokia memiliki reputasi yang bagus di kalangan teman-teman saya	.930
FS3: Nokia merupakan merek yang terkemuka di kalangan teman-teman saya	.931
FS4: Nokia merupakan merek favorit di kalangan teman-teman saya	.875

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

4. Dimensi Fungsi Status

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.816
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	339.945
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

	FST1: Pemakaian Nokia merupakan simbol status dalam lingkungan saya	FST2: Pemakaian Nokia merupakan simbol kebanggaan bagi saya	FST3: Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya
Anti-image Covariance	FST1: Pemakaian Nokia merupakan simbol status dalam lingkungan saya .352	FST2: Pemakaian Nokia merupakan simbol kebanggaan bagi saya -.180	FST3: Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya -.047	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya -.071
	FST2: Pemakaian Nokia merupakan simbol kebanggaan bagi saya -.180	FST2: Pemakaian Nokia merupakan simbol kebanggaan bagi saya .323	FST3: Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya -.095	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya -.047
	FST3: Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya -.047	FST3: Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya -.095	FST3: Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya .347	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya -.178
	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya -.071	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya -.047	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya -.178	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya .381
Anti-image Correlation	FST1: Pemakaian Nokia merupakan simbol status dalam lingkungan saya .815 ^a	FST2: Pemakaian Nokia merupakan simbol kebanggaan bagi saya -.534	FST3: Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya -.136	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya -.193
	FST2: Pemakaian Nokia merupakan simbol kebanggaan bagi saya -.534	FST2: Pemakaian Nokia merupakan simbol kebanggaan bagi saya .803 ^a	FST3: Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya -.284	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya -.135
	FST3: Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya -.136	FST3: Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya -.284	FST3: Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya .818 ^a	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya -.490
	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya -.193	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya -.135	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya -.490	FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya .831 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
FST1: Pemakaian Nokia merupakan simbol status dalam lingkungan saya	1.000	.776
FST2: Pemakaian Nokia merupakan simbol kebanggaan bagi saya	1.000	.801
FST3: Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya	1.000	.789
FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya	1.000	.759

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.125	78.128	78.128	3.125	78.128	78.128
2	.411	10.274	88.402			
3	.253	6.320	94.722			
4	.211	5.278	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
FST1: Pemakaian Nokia merupakan simbol status dalam lingkungan saya	.881
FST2: Pemakaian Nokia merupakan simbol kebanggaan bagi saya	.895
FST3: Pemakaian Nokia merupakan simbol prestise bagi saya	.888
FST4: Pemakaian Nokia merupakan citra dalam lingkungan saya	.871

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

5. Variabel Respon Konsumen Untuk Menerima Bila Ada Perluasan Merek

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.741
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	199.667
	df	3
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		MB1: Bila ada perluasan merek Nokia, saya membeli produk Nokia selain telepon seluler	MB2: Saya akan menggunakan produk lain dari Nokia selain telepon seluler	MB3: Produk selain telepon seluler Nokia kemungkinan besar akan memenuhi kebutuhan saya juga
Anti-image Covariance	MB1: Bila ada perluasan merek Nokia, saya membeli produk Nokia selain telepon seluler	.403	-.194	-.153
	MB2: Saya akan menggunakan produk lain dari Nokia selain telepon seluler	-.194	.393	-.164
	MB3: Produk selain telepon seluler Nokia kemungkinan besar akan memenuhi kebutuhan saya juga	-.153	-.164	.449
Anti-image Correlation	MB1: Bila ada perluasan merek Nokia, saya membeli produk Nokia selain telepon seluler	.732 ^a	-.489	-.361
	MB2: Saya akan menggunakan produk lain dari Nokia selain telepon seluler	-.489	.723 ^a	-.390
	MB3: Produk selain telepon seluler Nokia kemungkinan besar akan memenuhi kebutuhan saya juga	-.361	-.390	.772 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
MB1: Bila ada perluasan merek Nokia, saya membeli produk Nokia selain telepon seluler	1.000	.810
MB2: Saya akan menggunakan produk lain dari Nokia selain telepon seluler	1.000	.817
MB3: Produk selain telepon seluler Nokia kemungkinan besar akan memenuhi kebutuhan saya juga	1.000	.782

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.410	80.321	80.321	2.410	80.321	80.321
2	.324	10.785	91.106			
3	.267	8.894	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
MB1: Bila ada perluasan merek Nokia, saya membeli produk Nokia selain telepon seluler	.900
MB2: Saya akan menggunakan produk lain dari Nokia selain telepon seluler	.904
MB3: Produk selain telepon seluler Nokia kemungkinan besar akan memenuhi kebutuhan saya juga	.884

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

6. Variabel Respon Konsumen Untuk Melakukan Rekomendasi Merek

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.813
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	348.188
	df	6
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		MR1: Saya merekomendasikan teman-teman dekat untuk menggunakan telepon seluler Nokia	MR2: Saya merekomendasikan keluarga saya untuk menggunakan Nokia	MR3: Saya merekomendasikan orang yang baru saya kenal untuk menggunakan Nokia	MR4: Saya menyarankan terus menerus untuk menggunakan Nokia pada teman-teman saya
Anti-image Covariance	MR1: Saya merekomendasikan teman-teman dekat untuk menggunakan telepon seluler Nokia MR2: Saya merekomendasikan keluarga saya untuk menggunakan Nokia MR3: Saya merekomendasikan orang yang baru saya kenal untuk menggunakan Nokia MR4: Saya menyarankan terus menerus untuk menggunakan Nokia pada teman-teman saya	.328	-.180	-.074	-.034
		-.180	.306	-.066	-.069
		-.074	-.066	.344	-.179
		-.034	-.069	-.179	.389
Anti-image Correlation	MR1: Saya merekomendasikan teman-teman dekat untuk menggunakan telepon seluler Nokia MR2: Saya merekomendasikan keluarga saya untuk menggunakan Nokia MR3: Saya merekomendasikan orang yang baru saya kenal untuk menggunakan Nokia MR4: Saya menyarankan terus menerus untuk menggunakan Nokia pada teman-teman saya	.802 ^a	-.568	-.219	-.095
		-.568	.798 ^a	-.203	-.201
		-.219	-.203	.824 ^a	-.490
		-.095	-.201	-.490	.832 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
MR1: Saya merekomendasikan teman-teman dekat untuk menggunakan telepon seluler Nokia	1.000	.785
MR2: Saya merekomendasikan keluarga saya untuk menggunakan Nokia	1.000	.809
MR3: Saya merekomendasikan orang yang baru saya kenal untuk menggunakan Nokia	1.000	.793
MR4: Saya menyarankan terus menerus untuk menggunakan Nokia pada teman-teman saya	1.000	.750

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	3.137	78.417	78.417	3.137	78.417	78.417
2	.419	10.477	88.894			
3	.244	6.096	94.990			
4	.200	5.010	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
MR1: Saya merekomendasikan teman-teman dekat untuk menggunakan telepon seluler Nokia	.886
MR2: Saya merekomendasikan keluarga saya untuk menggunakan Nokia	.899
MR3: Saya merekomendasikan orang yang baru saya kenal untuk menggunakan Nokia	.890
MR4: Saya menyarankan terus menerus untuk menggunakan Nokia pada teman-teman saya	.866

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

7. Variabel Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.731
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	215.249
	df	3
	Sig.	.000

Anti-image Matrices

		MP1: Saya akan selalu menggunakan telepon seluler Nokia berapapun harga yang ditawarkan	MP2: Saya tetap menggunakan telepon seluler Nokia walaupun ada banyak pilihan merek dengan harga yang lebih murah	MP3: Saya bersedia membayar harga lebih mahal untuk Nokia dibandingkan merek telepon seluler lainnya
Anti-image Covariance	MP1: Saya akan selalu menggunakan telepon seluler Nokia berapapun harga yang ditawarkan MP2: Saya tetap menggunakan telepon seluler Nokia walaupun ada banyak pilihan merek dengan harga yang lebih murah MP3: Saya bersedia membayar harga lebih mahal untuk Nokia dibandingkan merek telepon seluler lainnya	.383	-.200	-.101
		-.200	.328	-.170
		-.101	-.170	.453
Anti-image Correlation	MP1: Saya akan selalu menggunakan telepon seluler Nokia berapapun harga yang ditawarkan MP2: Saya tetap menggunakan telepon seluler Nokia walaupun ada banyak pilihan merek dengan harga yang lebih murah MP3: Saya bersedia membayar harga lebih mahal untuk Nokia dibandingkan merek telepon seluler lainnya	.732 ^a	-.564	-.242
		-.564	.685 ^a	-.440
		-.242	-.440	.791 ^a

a. Measures of Sampling Adequacy(MSA)

Communalities

	Initial	Extraction
MP1: Saya akan selalu menggunakan telepon seluler Nokia berapapun harga yang ditawarkan	1.000	.811
MP2: Saya tetap menggunakan telepon seluler Nokia walaupun ada banyak pilihan merek dengan harga yang lebih murah	1.000	.853
MP3: Saya bersedia membayar harga lebih mahal untuk Nokia dibandingkan merek telepon seluler lainnya	1.000	.772

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	2.436	81.209	81.209	2.436	81.209	81.209
2	.344	11.480	92.689			
3	.219	7.311	100.000			

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Component Matrix^a

	Component
	1
MP1: Saya akan selalu menggunakan telepon seluler Nokia berapapun harga yang ditawarkan	.901
MP2: Saya tetap menggunakan telepon seluler Nokia walaupun ada banyak pilihan merek dengan harga yang lebih murah	.924
MP3: Saya bersedia membayar harga lebih mahal untuk Nokia dibandingkan merek telepon seluler lainnya	.879

Extraction Method: Principal Component Analysis.

a. 1 components extracted.

LAMPIRAN 4

RELIABILITY

A. Dimensi Fungsi Jaminan

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.896	4

B. Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.916	4

C. Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.930	4

D. Dimensi Fungsi Status

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.907	4

E. Variabel Respon Konsumen Untuk Menerima Bila Ada Perluasan Merek

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.876	3

F. Variabel Respon Konsumen Untuk Melakukan Rekomendasi Merek

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.908	4

G. Variabel Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	130	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	130	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.882	3

LAMPIRAN 5

ANALISIS REGRESI MODEL PENELITIAN

A. Model Regresi Berganda Dimensi Fungsi Jaminan, Fungsi Identifikasi Pribadi, Fungsi Identifikasi Sosial dan Fungsi Status Terhadap Variabel Respon Konsumen Untuk Menerima Bila Ada Perluasan Merek

1. Uji Model Penelitian

a. Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Dimensi Fungsi Jaminan	.339	2.949
	Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi	.337	2.966
	Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial	.545	1.833
	Dimensi Fungsi Status	.480	2.084

a. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Menerima Perluasan Merek

Collinearity Diagnosti^{cs}

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	Dimensi Fungsi Jaminan	Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi	Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial	Dimensi Fungsi Status
1	1	2.968	1.000	.00	.03	.03	.04	.04
	2	1.000	1.723	1.00	.00	.00	.00	.00
	3	.449	2.570	.00	.02	.03	.90	.21
	4	.361	2.869	.00	.20	.18	.06	.75
	5	.222	3.653	.00	.75	.77	.00	.00

a. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Menerima Perluasan Merek

b. Normalitas

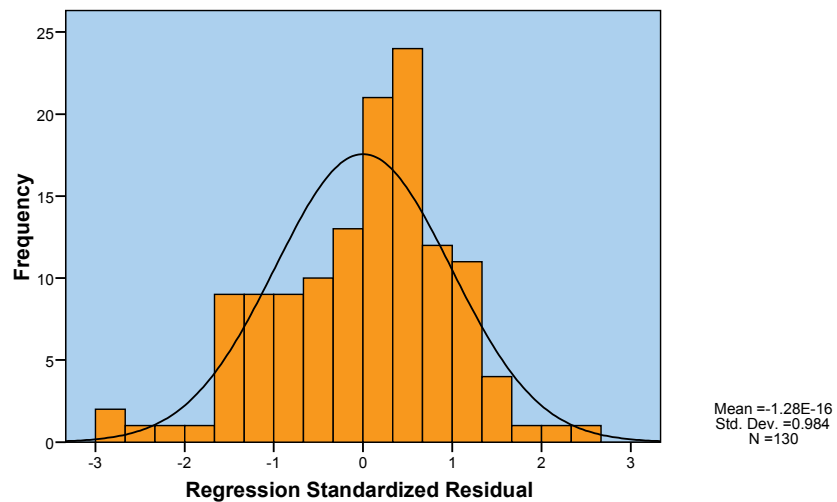
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-2.10266	1.5496247	.0000000	.67473808	130
Residual	-2.18051	1.910315	.00000000	.73805726	130
Std. Predicted Value	-3.116	2.297	.000	1.000	130
Std. Residual	-2.908	2.548	.000	.984	130

a. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Menerima Perluasan Merek

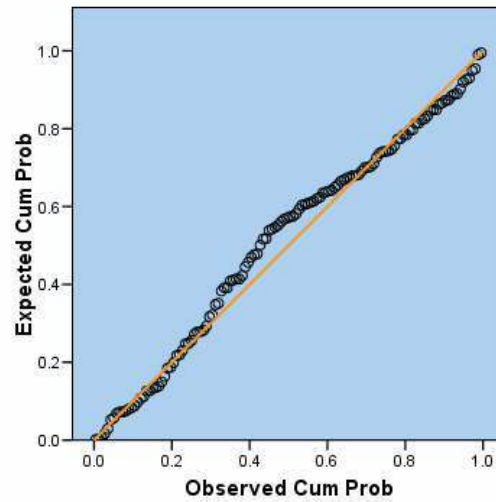
Histogram

Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Menerima Perluasan Merek



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

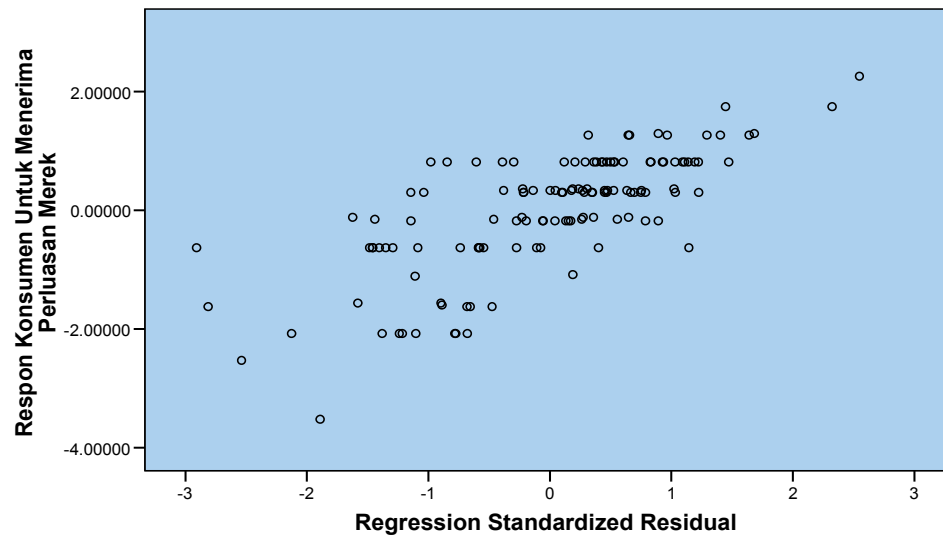
Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Menerima Perluasan Merek



c. Homokedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Menerima Perluasan Merek



d. Autokorelasi

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.430 ^a

- a. Predictors: (Constant), Dimensi Fungsi Status, Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial, Dimensi Fungsi Jaminan, Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi
- b. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Menerima Perluasan Merek

2. Multiple Regresi Variabel Fungsi Merek Terhadap Terhadap Variabel Respon Konsumen Untuk Menerima Bila Ada Perluasan Merek

a. Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.675 ^a	.455	.438	.74977319

- a. Predictors: (Constant), Dimensi Fungsi Status, Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial, Dimensi Fungsi Jaminan, Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi
- b. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Menerima Perluasan Merek

Keterangan:

- Angka R sebesar .675 menunjukkan hubungan yang cukup kuat antara respon konsumen untuk menerima bila ada perluasan merek dengan variabel-variabel prediktornya.
- Angka Adjusted R Square sebesar .438 menunjukkan 43.8% variasi dari respon konsumen untuk menerima bila ada perluasan merek bisa dijelaskan oleh variabel-variabel prediktornya. Sisanya disebabkan oleh faktor lain.

b. Uji Anova

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	58.730	4	14.683	26.118	.000 ^a
	Residual	70.270	125	.562		
	Total	129.000	129			

a. Predictors: (Constant), Dimensi Fungsi Status, Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial, Dimensi Fungsi Jaminan, Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi

b. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Menerima Perluasan Merek

Keterangan:

- Berdasarkan Uji ANOVA, diperoleh F hitung adalah 26.118 dan tingkat signifikansi adalah .000 yang berarti lebih kecil dari 0.05, sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima, sehingga model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi respon konsumen untuk menerima bila ada perluasan merek.

c. Model Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2.63E-016	.066		.000	1.000
	Dimensi Fungsi Jaminan	.466	.113	.466	4.109	.000
	Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi	.065	.114	.065	.568	.571
	Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial	.258	.089	.258	2.885	.005
	Dimensi Fungsi Status	-.053	.095	-.053	-.552	.582

a. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Menerima Perluasan Merek

Keterangan:

- Berdasarkan Uji t, variabel prediktor (Dimensi Fungsi Jaminan dan Fungsi Identifikasi Sosial) secara signifikan mempengaruhi variabel respon konsumen untuk menerima bila ada perluasan merek. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi < 0.05. (Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan

setiap variabel independent). Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan hubungan yang searah.

- Persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

$$\text{Respon Konsumen Untuk Menerima Bila Ada Perluasan Merek} = 2.63 * 10^{-16} + 0.466\text{Fungsi Jaminan} + 0.258\text{Fungsi Identifikasi Sosial}$$

B. Model Regresi Berganda Dimensi Fungsi Jaminan, Fungsi Identifikasi Pribadi, Fungsi Identifikasi Sosial dan Fungsi Status Terhadap Variabel Respon Konsumen Untuk Melakukan Rekomendasi Merek

1. Uji Model Penelitian

a. Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Dimensi Fungsi Jaminan	.339	2.949
	Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi	.337	2.966
	Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial	.545	1.833
	Dimensi Fungsi Status	.480	2.084

a. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Melakukan Rekomendasi Merek

Collinearity Diagnostic^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	Dimensi Fungsi Jaminan	Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi	Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial	Dimensi Fungsi Status
1	1	2.968	1.000	.00	.03	.03	.04	.04
	2	1.000	1.723	1.00	.00	.00	.00	.00
	3	.449	2.570	.00	.02	.03	.90	.21
	4	.361	2.869	.00	.20	.18	.06	.75
	5	.222	3.653	.00	.75	.77	.00	.00

a. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Melakukan Rekomendasi Merek

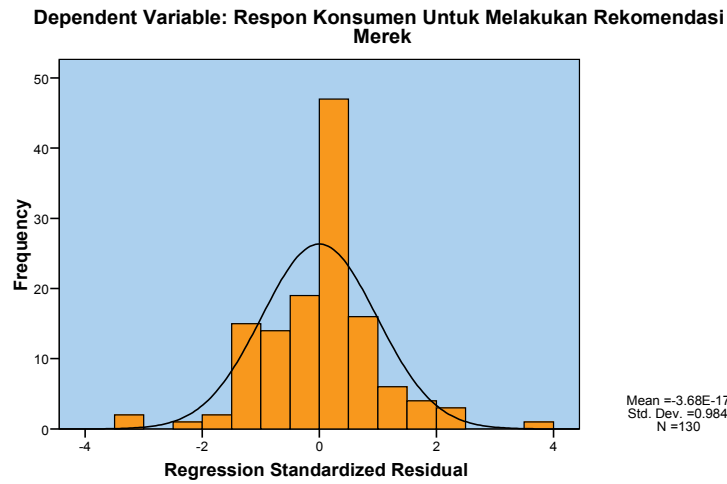
b. Normalitas

Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-2.89035	1.9338222	.0000000	.82691416	130
Residual	-1.97577	2.052531	.00000000	.56232817	130
Std. Predicted Value	-3.495	2.339	.000	1.000	130
Std. Residual	-3.459	3.593	.000	.984	130

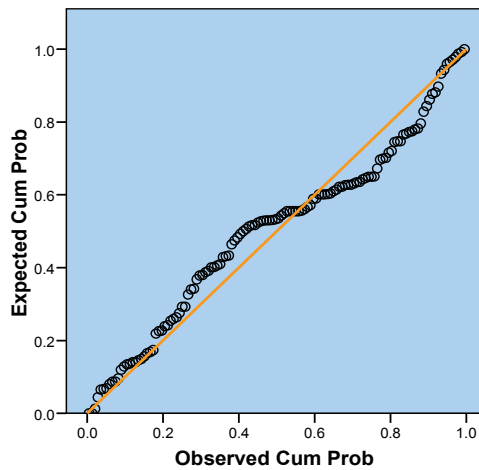
a. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Melakukan Rekomendasi Merek

Histogram



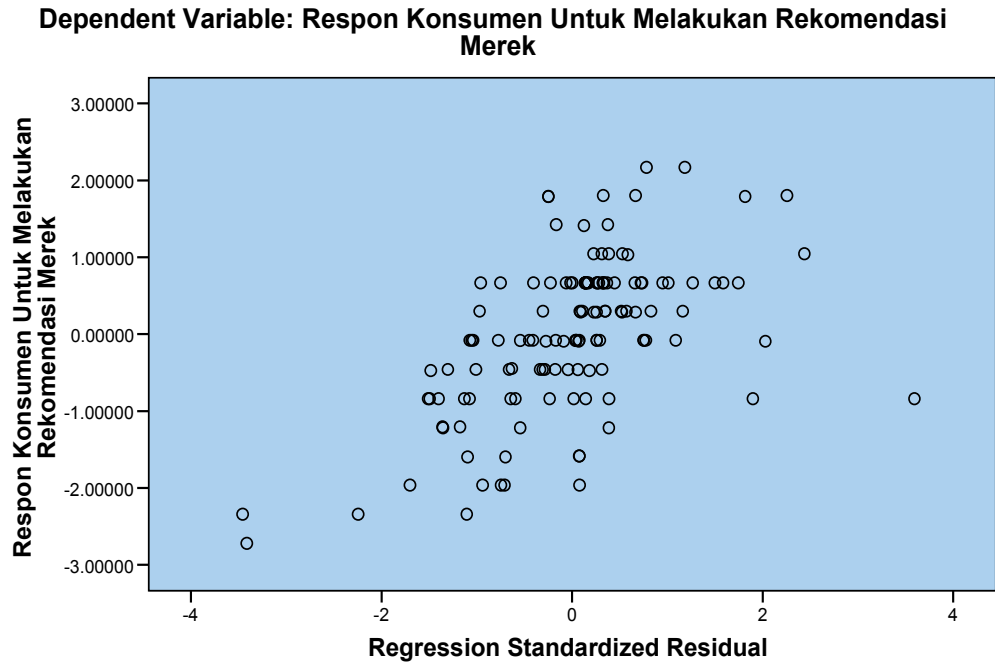
Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Melakukan Rekomendasi Merek



c. Homokedastisitas

Scatterplot



d. Autokorelasi

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.842 ^a

- a. Predictors: (Constant), Dimensi Fungsi Status, Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial, Dimensi Fungsi Jaminan, Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi
- b. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Melakukan Rekomendasi Merek

2. Multiple Regresi Variabel Fungsi Merek Terhadap Terhadap Variabel Respon Konsumen Untuk Melakukan Rekomendasi Merek

a. Model Summary

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.827 ^a	.684	.674	.57125457

a. Predictors: (Constant), Dimensi Fungsi Status, Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial, Dimensi Fungsi Jaminan, Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi

b. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Melakukan Rekomendasi Merek

Keterangan:

- Angka R sebesar .827 menunjukkan hubungan yang kuat antara respon konsumen untuk melakukan rekomendasi merek dengan variabel-variabel prediktornya.
- Angka Adjusted R Square sebesar .674 menunjukkan 67.4% variasi dari respon konsumen untuk melakukan rekomendasi merek bisa dijelaskan oleh variabel-variabel prediktornya. Sisanya disebabkan oleh faktor lain.

b. Uji Anova

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	88.209	4	22.052	67.576	.000 ^a
	Residual	40.791	125	.326		
	Total	129.000	129			

a. Predictors: (Constant), Dimensi Fungsi Status, Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial, Dimensi Fungsi Jaminan, Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi

b. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Melakukan Rekomendasi Merek

Keterangan:

- Berdasarkan Uji ANOVA, diperoleh F hitung adalah 67.576 dan tingkat signifikansi adalah .000 yang berarti lebih kecil dari 0.05, sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima, sehingga model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi respon konsumen untuk melakukan rekomendasi merek

c. Model Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-3.2E-017	.050		.000	1.000
	Dimensi Fungsi Jaminan	.358	.086	.358	4.144	.000
	Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi	.308	.087	.308	3.557	.001
	Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial	.221	.068	.221	3.250	.001
	Dimensi Fungsi Status	.048	.073	.048	.655	.514

a. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Melakukan Rekomendasi Merek

Keterangan:

- Berdasarkan Uji t, variabel prediktor (Dimensi Fungsi Jaminan, Fungsi Identifikasi Pribadi dan Fungsi Identifikasi Sosial) secara signifikan mempengaruhi variabel respon konsumen untuk melakukan rekomendasi merek. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi < 0.05. (Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan setiap variabel independent). Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan hubungan yang searah.
- Persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

Respon Konsumen Untuk Melakukan Rekomendasi Merek = $-3.2 * 10^{-17} + 0.358$ Fungsi Jaminan + 0.308 Fungsi Identifikasi Pribadi + 0.221 Fungsi Identifikasi Sosial

C. Model Regresi Berganda Dimensi Fungsi Jaminan, Fungsi Identifikasi Pribadi, Fungsi Identifikasi Sosial dan Fungsi Status Terhadap Variabel Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium

1. Uji Model Penelitian

a. Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Dimensi Fungsi Jaminan	.339	2.949
	Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi	.337	2.966
	Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial	.545	1.833
	Dimensi Fungsi Status	.480	2.084

a. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium

Collinearity Diagnostic^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions				
				(Constant)	Dimensi Fungsi Jaminan	Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi	Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial	Dimensi Fungsi Status
1	1	2.968	1.000	.00	.03	.03	.04	.04
	2	1.000	1.723	1.00	.00	.00	.00	.00
	3	.449	2.570	.00	.02	.03	.90	.21
	4	.361	2.869	.00	.20	.18	.06	.75
	5	.222	3.653	.00	.75	.77	.00	.00

a. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium

b. Normalitas

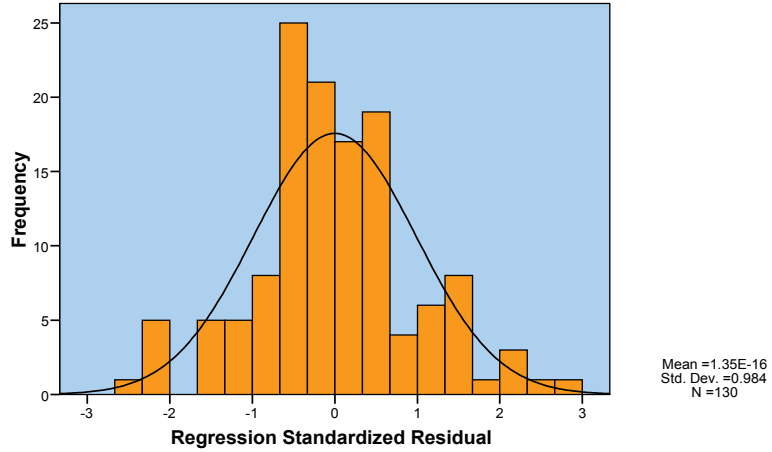
Residuals Statistics^a

	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	-2.87691	1.9432032	.0000000	.88403907	130
Residual	-1.13537	1.375681	.00000000	.46741302	130
Std. Predicted Value	-3.254	2.198	.000	1.000	130
Std. Residual	-2.391	2.897	.000	.984	130

a. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium

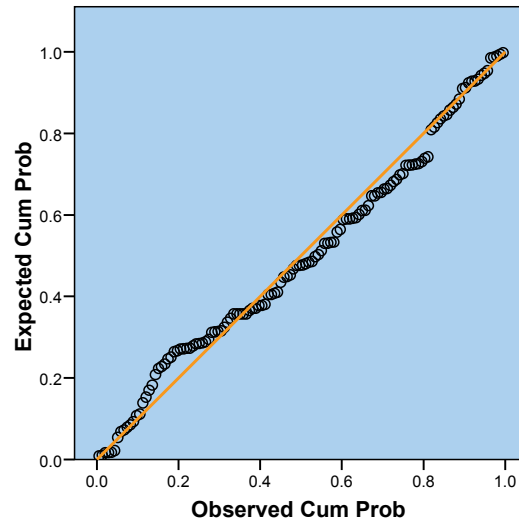
Histogram

Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

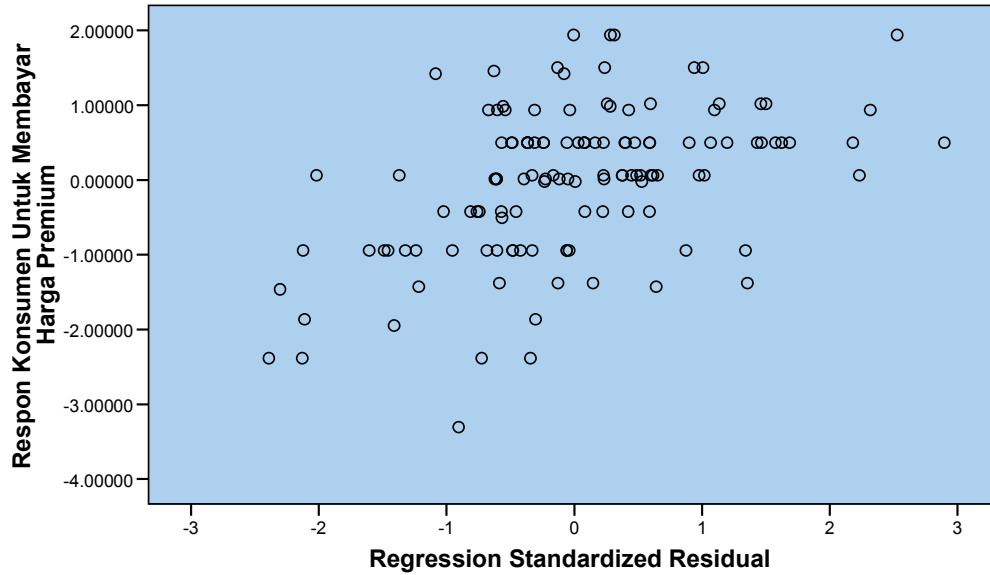
Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium



c. Homokedastisitas

Scatterplot

Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium



d. Autokorelasi

Model Summary^b

Model	Durbin-Watson
1	1.747 ^a

- a. Predictors: (Constant), Dimensi Fungsi Status, Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial, Dimensi Fungsi Jaminan, Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi
- b. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium

2. Multiple Regresi Variabel Fungsi Merek Terhadap Terhadap Variabel Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium

a. Model Sumarry

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.884 ^a	.782	.775	.47483274

a. Predictors: (Constant), Dimensi Fungsi Status, Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial, Dimensi Fungsi Jaminan, Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi

b. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium

Keterangan:

- Angka R sebesar .884 menunjukkan hubungan yang kuat antara respon konsumen untuk membayar harga premium dengan variabel-variabel prediktornya.
- Angka Adjusted R Square sebesar .775 menunjukkan 77.5% variasi dari respon konsumen untuk membayar harga premium bisa dijelaskan oleh variabel-variabel prediktornya. Sisanya disebabkan oleh faktor lain.

b. Uji Anova

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	100.817	4	25.204	111.787	.000 ^a
	Residual	28.183	125	.225		
	Total	129.000	129			

a. Predictors: (Constant), Dimensi Fungsi Status, Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial, Dimensi Fungsi Jaminan, Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi

b. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium

Keterangan:

- Berdasarkan Uji ANOVA, diperoleh F hitung adalah 111.787 dan tingkat signifikansi adalah .000 yang berarti lebih kecil dari 0.05, sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima, sehingga model regresi ini dapat digunakan untuk memprediksi respon konsumen untuk membayar harga premium.

c. Model Regresi

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.2E-016	.042		.000	1.000
	Dimensi Fungsi Jaminan	.180	.072	.180	2.512	.013
	Dimensi Fungsi Identifikasi Pribadi	.163	.072	.163	2.260	.026
	Dimensi Fungsi Identifikasi Sosial	.084	.057	.084	1.481	.141
	Dimensi Fungsi Status	.566	.060	.566	9.380	.000

a. Dependent Variable: Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium

Keterangan:

- Berdasarkan Uji t, variabel prediktor (Dimensi Fungsi Jaminan, Fungsi Identifikasi Pribadi dan Fungsi Status) secara signifikan mempengaruhi variabel respon konsumen untuk membayar harga premium. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi < 0.05. (Uji t digunakan untuk menguji signifikansi konstanta dan setiap variabel independent). Nilai koefisien regresi yang positif menunjukkan hubungan yang searah.
- Persamaan regresi yang dihasilkan adalah sebagai berikut :

Respon Konsumen Untuk Membayar Harga Premium = -2.2 * 10⁻¹⁶ + 0.180Fungsi Jaminan + 0.163Fungsi Identifikasi Pribadi + 0.566Fungsi Status

LAMPIRAN 6

LOGO NOKIA DAN JENIS TELEPON SELULER NOKIA

A. LOGO NOKIA

NOKIA
Connecting People

B. JENIS TELEPON SELULER NOKIA

1. Kategori Basic : Nokia 3210



2. Kategori Smart Classic : Nokia 6820



3. Kategori Expression : Nokia 3300



4. Kategori Fashion : Nokia 7200



5. Kategori Premium : Nokia 8850



6. Kategori Communicator : Nokia 9210i



7. Kategori Tough : Nokia 6250



8. Kategori Music & Entertainment : Nokia 5510



9. Kategori Sporty : Nokia 5100



10. Kategori Imaging : Nokia 6600



11. Kategori Gaming : N-Gage

