

**PEMETAAN POSISI PRODUK KAMERA JENIS KAMERA
MIRRORLESS MENGGUNAKAN CANVAS STRATEGY**

SKRIPSI

**Diajukan sebagai Salah Satu Syarat
untuk Memperoleh Gelar Sarjana Teknik Industri**



Oleh:

DEWINDA PRAMETA SUCI

11660020

**PROGRAM STUDI TEKNIK INDUSTRI
FAKULTAS SAINS DAN TEKNOLOGI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2016



SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Hal : Persetujuan Akhir

Lamp : 1 Bendel Skripsi

Kepada

Yth. Dekan Fakultas Sains dan Teknologi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

di Yogyakarta

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Dewinda Prameta Suci
NIM : 11660020
Judul Skripsi : Pemetaan Posisi Produk Kamera Jenis Kamera *Mirrorless* Menggunakan *Canvas Strategy*

sudah dapat diajukan kembali kepada Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Teknik Industri

Dengan ini kami berharap agar skripsi/tugas akhir Saudara tersebut di atas dapat segera dimunaqsyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Yogyakarta, 27 Desember 2016

Pembimbing

Tutik Fariyah, M.Sc.

NIP.19800607 200502 2 007



PENGESAHAN SKRIPSI/TUGAS AKHIR

Nomor : B.104/Un.02/D.ST/PP.05.3/01/2017

Skripsi/Tugas Akhir dengan judul : Pemetaan Posisi Produk Kamera Jenis Kamera Mirrorless Menggunakan Canvas Strategy

Yang dipersiapkan dan disusun oleh :

Nama : Dewinda Prameta Suci

NIM : 11660020

Telah dimunaqasyahkan pada : 06 Januari 2017

Nilai Munaqasyah : A

Dan dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga

TIM MUNAQASYAH :

Ketua Sidang

Tutik Farihah, M.Sc
NIP.19800706 200501 2 007

Penguji I

Siti Husna AINU Syukri, M.T
NIP.19761127 200604 2 001

Penguji II

Trio Yonathan Teja kusuma, M.T
NIP19890715 201503 1 007

Yogyakarta, 12 Januari 2017
UIN Sunan Kalijaga
Fakultas Sains dan Teknologi
Dekan



Dr. Murtono, M.Si.
NIP.19691212 200003 1 001

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Dewinda Prameta Suci

NIM : 11660020

Program Studi : Teknik Industri

Fakultas : Sains dan Teknologi

Menyatakan dengan sesungguhnya dan sejujurnya bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pemetaan Posisi Produk Kamera Jenis Kamera *Mirrorless* Menggunakan *Canvas Strategy*”** adalah asli dari penelitian saya sendiri dan bukan plagiasi hasil karya orang lain, kecuali bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, sepenuhnya menjadi tanggung jawab penyusun.

Yogyakarta, 27 Desember 2016

Yang menyatakan,



Dewinda Prameta Suci
NIM. 11660020

HALAMAN PERSEMBAHAN

Saya persembahkan skripsi ini untuk:

Ibu terhebat, yang mampu berperan ganda memberikan didikan dan

teladan terbaik untuk ketiga putra putrinya, serta yang selalu

menginspirasi dan tak henti mengirimkan doa.

Kedua adik-adikku, yang selalu menjadi kesayangan dan kebanggaanku.

Keluarga besar Teknik Industri UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, yang

menjadi bagian dari perjalanan dan perjuangan ini.

#

HALAMAN MOTTO

“Jadikanlah sabar dan sholat sebagai penolongmu. Dan sesungguhnya yang demikian itu sungguh berat, kecuali bagi orang-orang yang khusyu”

(QS. Al-Baqarah : 45)

“Jadilah versi terbaik dirimu, untuk mendapatkan yang terbaik bagimu”

(Anonim)

“We must be knowledgeable to everything because we are living in a competitive world”

(Anonymous)

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur penulis panjatkan pada Allah SWT atas limpahan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pemetaan Posisi Produk Kamera Jenis Kamera *Mirrorless* menggunakan *Canvas Strategy*” sebagai syarat dalam menyelesaikan studi strata satu dan memperoleh gelar sarjana di Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta. Tak lupa penulis juga ingin mengucapkan terimakasih kepada pihak-pihak yang telah mendukung dan membantu terselesaikannya skripsi ini. Ucapan terima kasih sebesar-besarnya penulis ucapkan kepada:

1. Dr. Murtono, M.Si. selaku Dekan Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
2. Ibu Kifayah Amar, Ph.D selaku Ketua Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
3. Ibu Tutik Farihah, M.Sc. selaku dosen pembimbing tugas akhir yang telah memberikan bimbingan, arahan, saran, dan motivasi dalam proses penyelesaian tugas akhir
4. Seluruh dosen Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta yang telah memberikan bekal ilmu dan banyak motivasi selama masa perkuliahan

5. Orang tua penulis, ibuk Tri Wiryanti, S.Pd, M.M.Pd. yang telah mendidik kami bertiga dengan sangat baik, selalu mendoakan kami, memberikan dukungan moriil dan materiil, serta selalu memberikan yang terbaik bagi anak-anaknya
6. Adik-adik penulis, Galih Rizki Aji Prabowo, Detriani Viki Puspa Asri, dan Detriana Vika Puspa Asri (alm) yang selalu menjadi kesayangan dan kebanggaan
7. Mamak, mbah buyut, dan seluruh keluarga besar yang tak henti mendoakan dan memberikan dukungan kepada penulis
8. Sahabat-sahabatku “Six Icons”, Arifatun Nisa, Azkiyatul Amalia, Brigitte Aditriani Lee, Isti Rahayu, dan Yeni Ika Septyana, yang telah memberikan banyak keceriaan dan pembelajaran, semoga persahabatan ini berlangsung selamanya
9. Panji Nur Rahmat, yang selalu memberikan dukungan, semangat, dan perhatian yang sangat berarti bagi penulis
10. Iqbal Masardhi, selaku teman diskusi dan mentor fotografi khususnya dalam hal kamera *mirrorless*, yang telah memberikan banyak saran dan masukan selama penyusunan skripsi
11. Teman-teman satu bimbingan dan teman-teman AUTIZT Teknik Industri 2011 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, *see you on top!*
12. Himpunan Mahasiswa Teknik Industri periode 2013 – 2015 yang telah menjadi wadah pembelajaran organisasi ter-kece selama masa kuliah

13. Teman-teman Wisma Arundina, Putri, Hesti, Mbak Frida, Okta, Ruli, Tia, Dini, dan Ayu. Terimakasih atas kesediaannya untuk selalu ada, menemani, dan berbagi banyak pengalaman bersama-sama
14. Para pengguna kamera *mirrorless* yang bersedia memberikan preferensinya dan semua pihak yang telah membantu serta memberikan dukungan, yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Untuk itu, penulis terbuka atas kritik dan saran. Akhir kata, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi akademisi, penggiat fotografi, serta pihak-pihak yang tertarik pada tema penelitian serupa.

Yogyakarta, Desember 2016

Penulis

Dewinda Prameta Suci

NIM. 11660020

DAFTAR ISI

Halaman Judul.....	i
Halaman Persetujuan.....	ii
Halaman Pengesahan	iii
Halaman Pernyataan Keaslian.....	iv
Halaman Persembahan	v
Halaman Motto	vi
Kata Pengantar	vii
Daftar Isi	x
Daftar Tabel	xiii
Daftar Gambar.....	xv
Daftar Grafik	xvi
Daftar Lampiran	xvii
Abstrak	xviii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	4
1.3. Tujuan Penelitian	4
1.4. Manfaat Penelitian	5

1.5. Batasan Penelitian.....	5
1.6. Sistematika Penulisan.....	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
2.1. Posisi Penelitian.....	9
2.2. Produk.....	22
2.3. <i>Canvas Strategy</i>	24
2.4. Analisis <i>Cluster</i>	26
2.4.1. Definisi Analisis <i>Cluster</i>	26
2.4.2. Prosedur Analisis <i>Cluster</i>	27
2.5. Analisis <i>Conjoint</i>	30
2.5.1. Definisi Analisis <i>Conjoint</i>	30
2.5.2. Prosedur Analisis <i>Conjoint</i>	32
2.6. Uji Validitas.....	43
2.7. Uji Reliabilitas	43
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1. Obyek Penelitian.....	44
3.2. Waktu Penelitian.....	44
3.3. Data Penelitian.....	44
3.4. Metode Pengumpulan Data	45
3.5. Metode Pengolahan Data.....	48
3.6. Metode Analisis Data	50
3.7. Diagram Alir Penelitian.....	52

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN	53
4.1. Sampel	53
4.1.1. Sampel Kuesioner I	53
4.1.2. Sampel Kuesioner II	54
4.2. Deskriptif Responden	54
4.2.1. Kuesioner I	54
4.2.2. Kuesioner II	57
4.3. Uji Instrumen	63
4.3.1. Uji Validitas	63
4.3.2. Uji Reliabilitas	66
4.4. <i>Canvas Strategy</i>	69
4.4.1. Perhitungan Skor <i>Canvas</i>	69
4.4.2. <i>Canvas Strategy</i>	71
4.5. Analisis <i>Cluster</i>	88
4.6. Analisis <i>Conjoint</i>	96
4.6.1. Analisis <i>Conjoint</i> Merk Kamera <i>Mirrorless</i> Fujifilm	100
4.6.2. Analisis <i>Conjoint</i> Merk Kamera <i>Mirrorless</i> Nikon	102
4.7. Pembahasan	105
4.7.1. <i>Canvas Strategy</i>	105
4.7.2. Analisis <i>Cluster</i>	120
4.7.3. Analisis <i>Conjoint</i>	122
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	130

5.1. Kesimpulan..... 130

5.2. Saran 131

DAFTAR PUSTAKA xix

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tabel Posisi Penelitian	19
Tabel 2.2. Perbedaan Metode Analisis <i>Conjoint</i>	34
Tabel 4.1. Hasil Uji Validitas Kuesioner I <i>Pilot Study</i>	63
Tabel 4.2. Hasil Uji Validitas Kuesioner II Fujifilm	65
Tabel 4.3. Hasil Uji Validitas Kuesioner II Nikon	65
Tabel 4.4. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner I <i>Pilot Study</i>	67
Tabel 4.5. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner II Fujifilm.....	68
Tabel 4.6. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner II Nikon.....	68
Tabel 4.7. Hasil Pengukuran Atribut Produk ke-i (x_i)	69
Tabel 4.8. Hasil Rerata Nilai Pengukuran Atribut Produk di Kelasnya (x_n)...	70
Tabel 4.9. Skor <i>Canvas Dimensi Performance</i>	70
Tabel 4.10. Batas Kategori Skor <i>Canvas Strategy Kamera Mirrorless</i>	71
Tabel 4.11. <i>Initial Cluster Centers</i>	88
Tabel 4.12. <i>Iteration History</i>	90
Tabel 4.13. <i>Cluster Membership</i>	90
Tabel 4.14. <i>Final Cluster Centers</i>	91
Tabel 4.15. <i>Distance Between Final Cluster Centers</i>	93

Tabel 4.16. ANOVA	93
Tabel 4.17. Atribut dan Level Penelitian Analisis <i>Conjoint</i>	97
Tabel 4.18. Kombinasi Level pada SPSS dengan <i>Orthogonal Design</i>	98
Tabel 4.19. Model <i>Description</i>	100
Tabel 4.20. <i>Utilities</i>	100
Tabel 4.21. <i>Importance Values</i>	101
Tabel 4.22. <i>Correlations</i>	101
Tabel 4.23. Model <i>Description</i>	102
Tabel 4.24. <i>Utilities</i>	103
Tabel 4.25. <i>Importance Values</i>	104
Tabel 4.26. <i>Correlations</i>	104
Tabel 4.27. Urutan Posisi Kamera Mirrorless berdasar <i>Canvas Strategy</i>	120
Tabel 4.28. Nilai dan Peringkat Kombinasi pada Kuesioner II Analisis <i>Conjoint</i> Merk Kamera <i>Mirrorless</i> Fujifilm	123
Tabel 4.29. Nilai dan Peringkat Kombinasi pada Kuesioner II Analisis <i>Conjoint</i> Merk Kamera <i>Mirrorless</i> Nikon	127
Tabel 4.30. Kombinasi Atribut Merk Kamera <i>Mirrorless</i> Terbaik Menurut Konsumen	128

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1. <i>Canvas Strategy Yellow Tail</i>	26
Gambar 3.1. Diagram Alir Penelitian	52
Gambar 4.1. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	55
Gambar 4.2. Data Responden Berdasarkan Usia	55
Gambar 4.3. Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	56
Gambar 4.4. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	56
Gambar 4.5. Data Responden Berdasarkan Kamera <i>Mirrorless</i> yang dipakai	57
Gambar 4.6. Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Gambar 4.7. Data Responden Berdasarkan Usia	58
Gambar 4.8. Data Responden Berdasarkan Pendidikan.....	59
Gambar 4.9. Data Responden Berdasarkan Pekerjaan.....	60
Gambar 4.10. Data Responden Berdasarkan Pendapatan per Bulan	61
Gambar 4.11. Data Responden Berdasarkan Lama Waktu Menggunakan Kamera <i>Mirrorless</i>	62

DAFTAR GRAFIK

Grafik 4.1. <i>Canvas Strategy</i> Dimensi <i>Performance</i>	72
Grafik 4.2. <i>Canvas Strategy</i> Dimensi <i>Features</i>	73
Grafik 4.3. <i>Canvas Strategy</i> Dimensi <i>Reliability</i>	76
Grafik 4.4. <i>Canvas Strategy</i> Dimensi <i>Conformance</i>	77
Grafik 4.5. <i>Canvas Strategy</i> Dimensi <i>Durability</i>	79
Grafik 4.6. <i>Canvas Strategy</i> Dimensi <i>Serviceability</i>	80
Grafik 4.7. <i>Canvas Strategy</i> Dimensi <i>Aesthetics</i>	82
Grafik 4.8. <i>Canvas Strategy</i> Dimensi <i>Perceived Quality</i>	85
Grafik 4.9. <i>Canvas Strategy</i> Kamera <i>Mirrorless</i>	119

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Gambaran Objek Penelitian

Lampiran 2 Kuesioner

Lampiran 3 Hasil Kuesioner

Lampiran 4 *Output* SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

Lampiran 5 *Output* SPSS Analisis *Cluster*



**Pemetaan Posisi Produk Kamera Jenis Kamera *Mirrorless* Menggunakan
*Canvas Strategy***

Dewinda Prameta Suci

11660020

Program Studi Teknik Industri Fakultas Sains dan Teknologi

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

ABSTRAK

Pertumbuhan penjualan kamera mirrorless selama beberapa waktu terakhir membuat perusahaan perlu mengetahui pemetaan posisi produk serta preferensi mengenai atribut-atribut produk yang diinginkan konsumen. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemetaan posisi produk kamera jenis kamera mirrorless terhadap kompetitornya dengan menggunakan canvas strategy serta analisis cluster, dan mengetahui preferensi konsumen mengenai atribut produk dari merk kamera mirrorless berdasarkan kategori kualitas produk dengan menggunakan analisis conjoint. Hasil dari penelitian ini dengan menggunakan canvas strategy diketahui bahwa merk kamera mirrorless yang memiliki kualitas produk paling baik secara berurutan adalah Fujifilm, Olympus, Nikon, Samsung, Sony, dan Canon. Dari hasil analisis cluster diperoleh 3 cluster dengan rincian cluster 1 merupakan kategori produk kualitas rendah, cluster 2 merupakan kategori produk kualitas tinggi, dan cluster 3 merupakan kategori produk kualitas sedang. Cluster 1 beranggotakan merk kamera mirrorless Nikon, Samsung, Sony, dan Canon. Cluster 2 beranggotakan merk kamera mirrorless Fujifilm. Cluster 3 beranggotakan merk kamera mirrorless Olympus. Hasil pengelompokan pada analisis cluster sama dengan hasil pengelompokan pada pemetaan canvas strategy. Dari hasil analisis conjoint, diketahui bahwa kombinasi atribut merk kamera mirrorless yang diinginkan konsumen baik untuk produk dengan kualitas tinggi maupun kualitas rendah adalah sama, yaitu besar megapixel 14,2 megapixel, kinerja kamera sesuai dengan yang diiklankan, lokasi service centre mudah dijangkau, perusahaan taat terhadap garansi, waktu garansi lebih dari dua tahun, waktu reparasi produk di service centre kurang dari tujuh hari, logo merk berada di atas top plate body kamera, serta kinerja kamera cepat dan responsif

Kata Kunci: Canvas Strategy, Analisis Cluster, Analisis Conjoint

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Industri kamera merupakan salah satu industri tertua di dunia. Industri kamera juga mampu mengembangkan produknya sesuai dengan kemajuan teknologi. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kamera didefinisikan sebagai kotak kedap sinar yang dipasang dengan lensa yang menyambung pada lubang lensa tempat gambar (obyek) yang direkam dalam alat yang peka cahaya; alat potret.

Secara umum, kamera dikelompokkan menjadi dua jenis yaitu kamera analog atau kamera film dan kamera digital. CIPA (*Camera & Image Products Association*) yang berbasis di Jepang mengelompokkan kamera menjadi dua kelompok yaitu *Digital Still Cameras* dan *Film Cameras*. *Digital Still Cameras* terdiri atas kamera dengan lensa *built-in* dan kamera dengan lensa yang dapat diganti. Kamera dengan lensa *built-in* kebanyakan secara eksklusif adalah kamera digital *compact*. Sementara kamera dengan lensa yang dapat diganti terdiri atas *single lens reflex cameras* dan *non-reflex cameras*. Kamera *mirrorless* yang merupakan kamera DSLR tetapi tanpa sistem cermin dan sistem prisma, dengan cara kerja kamera digital saku dan memiliki ukuran yang hampir seringkas kamera saku adalah jenis dari *non-reflex cameras*.

Dewasa ini tren penggunaan kamera digital berkembang pesat di masyarakat. Maraknya penggunaan sosial media yang menggunakan media

gambar atau foto sebagai konten untuk *dishare* didalamnya serta munculnya varian kamera *mirrorless* yang setara dengan kemampuan DSLR namun dengan harga yang lebih terjangkau menjadi salah satu penyebab tren penggunaan kamera digital. Menurut survey NPD Group yang dilansir dari Detik.com (11 September 2015), pertumbuhan penjualan kamera *mirrorless* selama 12 bulan terakhir tumbuh sebesar 16,5%, sedangkan penjualan kamera DSLR menurun sekitar 15% pada periode yang sama. Hasil riset lembaga survey lain seperti JFK dan CIPA di Jepang juga menunjukkan bahwa populasi kamera *mirrorless* semakin meningkat, sementara populasi penjualan kamera DSLR semakin anjlok di berbagai belahan dunia. Munculnya kamera *mirrorless* sebagai tren baru di kalangan masyarakat membuat produsen kamera saling berkompetisi untuk memproduksi kamera *mirrorless* yang sesuai dengan kebutuhan pengguna.

Dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir, di Indonesia mulai banyak bermunculan komunitas-komunitas fotografi baik yang tergabung karena jenis kamera maupun karena jenis aliran foto yang sama. Untuk kamera *mirrorless*, terdapat komunitas yang mewadahi kumpulan pengguna kamera *mirrorless*, salah satunya yaitu komunitas PEKAMINDO (Pengguna Kamera *Mirrorless* Indonesia) atau disebut juga *Mirrorless of Indonesia*. Komunitas ini berbasis di grup *facebook* dimana para anggotanya dapat saling berbagi informasi mengenai kamera *mirrorless*, teknik foto, dan hasil foto dengan anggota yang lainnya. Anggota dari komunitas seperti PEKAMINDO terdiri atas pengguna berbagai macam merk kamera

mirrorless. Beberapa di antara anggotanya juga ada yang memiliki profesi sampingan sebagai *ambassador* salah satu merk kamera dimana ketika produsen kamera mengeluarkan produk terbaru, orang tersebut diminta untuk mencoba produk kamera dan memberikan review. Di dalam komunitas fotografi semacam PEKAMINDO dibutuhkan review yang fair tentang spesifikasi dan kualitas merk-merk kamera *mirrorless* sebagai bahan pertimbangan bagi masing-masing anggota dalam memilih kamera yang sesuai dengan kebutuhannya, serta sebagai bahan pembandingan dari *ambassador* dalam memberikan review dan masukan bagi perusahaan kamera tersebut.

Penelitian ini dimaksudkan untuk membuat pemetaan posisi kamera jenis *mirrorless* berdasarkan preferensi konsumen terhadap atribut-atribut produk kamera *mirrorless*. Hasil pemetaan ini nantinya akan berguna bagi perusahaan untuk menentukan atribut mana yang perlu ditingkatkan atau dikurangi untuk memproduksi kamera *mirrorless* yang sesuai dengan keinginan konsumen serta dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan bagi para konsumen sendiri dalam menentukan produk kamera *mirrorless* sesuai dengan kebutuhan masing-masing.

Metode yang digunakan untuk pemetaan posisi produk adalah *canvas strategy* selanjutnya dianalisis menggunakan analisis *cluster* dan analisis *conjoint*. *Canvas strategy* merupakan salah satu kerangka kerja analisis dan alat diagnosis dalam membangun *blue ocean strategy*. Dalam penelitian ini *canvas strategy* digunakan untuk menggambarkan faktor-faktor yang

mempengaruhi kompetisi sesama produsen kamera jenis *mirrorless*. Analisis *cluster* digunakan untuk mengelompokkan merk kamera *mirrorless* sehingga setiap kelompok bersifat homogen dan dapat diketahui kriteria kualitas produknya masing-masing. Sementara analisis *conjoint* dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui preferensi konsumen mengenai kombinasi atribut yang paling diinginkan atau paling diminati dari masing-masing kategori kualitas produk kamera *mirrorless*.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dirumuskan di atas, maka dirumuskan permasalahan “*Bagaimana pemetaan posisi produk kamera jenis kamera mirrorless dengan menggunakan canvas strategy, analisis cluster, dan analisis conjoint?*”

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dari penelitian ini yaitu:

1. Mengetahui pemetaan posisi produk kamera jenis kamera *mirrorless* menggunakan *canvas strategy*.
2. Mengetahui pengelompokkan kategori kualitas produk kamera jenis kamera *mirrorless* menggunakan analisis *cluster*
3. Mengetahui preferensi konsumen mengenai atribut-atribut produk kamera jenis kamera *mirrorless* yang diinginkan menggunakan analisis *conjoint*.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari adanya penelitian ini yaitu sebagai review bagi perusahaan produsen kamera *mirrorless* untuk mengembangkan produk kamera *mirrorless* sesuai preferensi konsumen dan untuk membandingkan atribut-atribut produk satu merk dengan merk lainnya.

1.5. Batasan Penelitian

Agar pelaksanaan dan hasil yang akan diperoleh sesuai dengan tujuan penelitian, maka penulis melakukan batasan sebagai berikut:

1. Penelitian untuk *canvas strategy* dan analisis *cluster* dilakukan pada merk kamera *mirrorless* berikut: Canon, Fujifilm, Nikon, Olympus, Samsung, dan Sony
2. Penelitian untuk analisis *conjoint* dilakukan pada merk kamera *mirrorless* Fujifilm dan Nikon.
3. Rentang harga dari kamera *mirrorless* yang diteliti adalah antara 4 juta rupiah sampai dengan 10 juta rupiah.
4. Responden penelitian adalah pengguna salah satu merk kamera *mirrorless* di atas.

1.6. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan yang disajikan dalam penelitian ini dilakukan dengan mengikuti aturan yang baku sehingga memudahkan dalam proses

penyusunan. Sistematika penulisan disajikan dalam beberapa bab sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab I adalah bab pendahuluan yang berisi penjelasan mengenai hal-hal yang mendasari dilakukannya penelitian terhadap topik masalah. Dalam bab ini juga dilakukan penjabaran mengenai masalah serta penulisan dari penelitian secara umum. Bab ini berisikan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, batasan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab II adalah bab tinjauan pustaka yang berisikan posisi penelitian terhadap penelitian terdahulu berupa jurnal, skripsi, dan tesis yang relevan dengan tema penelitian. Dalam bab ini juga dibahas secara detail mengenai landasan-landasan teori mengenai dimensi kualitas produk, *canvas strategy*, metode analisis *cluster*, dan metode analisis *conjoint* yang digunakan dalam penelitian ini. Landasan teori tersebut juga digunakan untuk mendukung dan menguatkan analisa dalam penelitian ini.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini memberikan gambaran mengenai objek penelitian, jenis data, metode pengumpulan data, metode pengolahan

data, metode analisis data, dan diagram alir penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab IV adalah bab analisis dan pembahasan. Pada bab ini penulis menguraikan penjelasan hasil kuesioner I yang digunakan untuk pemetaan *canvas strategy* dan analisis *cluster*, serta hasil kuesioner II yang digunakan untuk analisis *conjoint*. Penilaian dari responden baik pada kuesioner I maupun kuesioner II diolah dengan bantuan *software* SPSS. Hasil dari kuesioner I dan kuesioner II masing-masing dilakukan uji validitas dan uji reliabilitas untuk mengukur instrumen penelitian tersebut. Selanjutnya dari hasil kuesioner I dilakukan pengolahan untuk pemetaan *canvas strategy* dan analisis *cluster*. Sementara pada hasil kuesioner II dilakukan pengolahan untuk analisis *conjoint*. Setelah seluruh pengolahan data telah selesai, dilakukan pembahasan dari hasil pemetaan *canvas strategy* untuk mengetahui posisi merk kamera *mirrorless* menurut preferensi penggunaanya. Hasil analisis *cluster* juga dibahas selain untuk menguatkan hasil dari pemetaan *canvas strategy*, juga untuk mengetahui variabel pembeda paling signifikan antar *cluster* merk kamera *mirrorless* yang nantinya berguna untuk pembuatan kuesioner II analisis *conjoint*. Pembahasan hasil analisis *conjoint* dilakukan untuk mengetahui kombinasi atribut merk kamera

mirrorless yang paling diharapkan oleh para responden.

BAB V KESIMPULAN

Bab V merupakan kesimpulan dan saran dari penelitian ini.

Kesimpulan yang diambil meliputi rancangan penelitian secara garis besar dan hasil studi kasus sesuai dengan rumusan dan tujuan penelitian. Sementara saran akan berisikan rancangan penelitian yang merupakan pengembangan dari penelitian ini ke depannya.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pengolahan data yang telah dilakukan, maka dapat diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Dari hasil pemetaan menggunakan *canvas strategy*, diketahui bahwa merk kamera *mirrorless* yang memiliki kualitas produk paling baik menurut konsumen adalah Fujifilm, terbaik kedua adalah Olympus, posisi ketiga adalah Nikon, posisi keempat adalah Samsung, posisi kelima adalah Sony, dan di peringkat terakhir adalah Canon.
2. Berdasarkan hasil analisis *cluster* dengan *K-Means cluster* didapatkan pengelompokan kualitas produk merk kamera *mirrorless* menjadi 3 *cluster*. *Cluster 1* terdiri atas merk kamera *mirrorless* Nikon, merk kamera *mirrorless* Samsung, merk kamera *mirrorless* Sony, dan merk kamera *mirrorless* Canon yang termasuk dalam *cluster* kategori kualitas produk rendah. *Cluster 2* terdiri atas merk kamera *mirrorless* Fujifilm yang termasuk dalam *cluster* kategori kualitas produk tinggi. *Cluster 3* terdiri atas merk kamera *mirrorless* Olympus yang termasuk dalam *cluster* kategori kualitas produk sedang. Hasil pengelompokan produk merk kamera *mirrorless* pada analisis *cluster* sama dengan hasil pengelompokan produk merk kamera *mirrorless* pada pemetaan *canvas strategy*.

3. Berdasarkan hasil analisis *conjoint*, kombinasi atribut merk kamera *mirrorless* yang diinginkan konsumen baik untuk produk dengan kualitas tinggi maupun kualitas rendah adalah sama, yaitu besar megapixel 14,2 megapixel, kinerja kamera sesuai dengan yang diiklankan, lokasi *service centre* mudah dijangkau, perusahaan taat terhadap garansi, waktu garansi lebih dari dua tahun, waktu reparasi produk di *service centre* kurang dari tujuh hari, logo merk berada di atas *top plate body* kamera, serta kinerja kamera cepat dan responsif.

5.2. Saran

Berikut adalah saran yang dapat diberikan penulis.

1. Sebaiknya penelitian untuk pemetaan posisi produk merk kamera *mirrorless* melibatkan responden yang lebih banyak.
2. Objek penelitian yang digunakan sebaiknya lebih spesifik dan fokus pada satu perusahaan untuk mendapatkan hasil penelitian yang lebih detail.
3. Untuk perusahaan kamera *mirrorless*, agar kualitas produk dapat ditingkatkan, ada beberapa hal yang perlu dilakukan yaitu:
 - a. Meningkatkan spesifikasi produk sesuai kebutuhan konsumen.
 - b. Menambah jumlah lokasi *service centre*
 - c. Meningkatkan pelayanan di *service centre*

- d. Meningkatkan perhatian terhadap konsumen terkait dengan garansi.



DAFTAR PUSTAKA

- Alamsyah, Muhammad Bima Habibi. 2014. *Analisis Sikap Konsumen Berdasarkan Atribut Produk Kamera dengan Menggunakan Pendekatan Multiatribut Fishbein (Studi Kasus Pada Konsumen Kamera Mirrorless Fujifilm X-A1 dan X-M1)*. Skripsi. Program Studi Manajemen Bisnis Telekomunikasi dan Informatika Universitas Telkom. Bandung: Tidak Diterbitkan.
- Ariani, Dorothea Wahyu. 2003. *Manajemen Kualitas Pendekatan Sisi Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Ghalia Indonesia.
- Azwar, Saifuddin. 2011. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Djokic, Nenad, *et al.* 2013. The Use of Conjoint and Cluster Analysis For Preference-Based Market Segmentation. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*. Vol 2: hal 343-355.
- Garvin, David A. 1984. What Does “Product’s Quality” Really Mean?. *MIT Sloan Management Review* 26. No 1.
- Gudono. 2014. *Analisis Data Multivariat*. Edisi ke 3. Yogyakarta: BPFE – Yogyakarta.
- Hair Jr., Joseph F., *et al.* 2010. *Multivariate Data Analysis 7th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Indrawati, Sri. 2009. *Faktor-Faktor Dominan Terhadap Kesuksesan Produk Notebook Kelas Menengah ke Atas*. Tesis. Program Studi Teknik Industri Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta: Tidak Diterbitkan.

- Istiqlalayah, Heni. 2009. *Karakter Produk Sukses Pada Produk Telepon Genggam Kelas High End*. Tesis. Program Studi Teknik Industri Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta: Tidak Diterbitkan.
- Jogiyanto HM. 2013. *Pedoman Survei Kuesioner: Mengembangkan Kuesioner, Mengatasi Bias dan Meningkatkan Respon*. Yogyakarta: BPFE-Yogyakarta.
- Kim, W. Chan dan Renee Mauborgne. 2009. *Blue Ocean Strategy (Strategi Samudera Biru)*. Diterjemahkan oleh: Satrio Wahono. Jakarta: Serambi.
- Kotler, Philip dan Gary Armstrong. 2012. *Principles of Marketing 14th Edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- Lestari, Mathilda Sri. 2011. *Analisis Kesuksesan Produk Minuman Suplemen (The Analysis of Successful Beverage Supplement Product)*. Tesis. Program Studi Teknik Industri Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta: Tidak Diterbitkan.
- Lonial, Subhash, Dennis Menezes, dan Selim Zain. 2000. Identifying Purchase Driving Attributes and Market Segments For PCs Using Conjoint and Cluster Analysis. *Journal of Economic and Social Research*. Vol 2: hal 19-37.
- Mustafa EQ, Zainal. 2009. *Mengurai Variabel Hingga Instrumentasi*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Novembrianto. 2013. *Analisis Kesuksesan Produk Antivirus Menggunakan Metode Canvas Strategy*. Skripsi. Program Studi Teknik Industri Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta: Tidak Diterbitkan.
- Prasetyo, Wibowo. 2013. *Prediksi Kesuksesan Produk Kendaraan Roda Dua dan Kendaraan Roda Empat dengan Framework Canvas Business*. Skripsi.

Program Studi Teknik Industri Universitas Gadjah Mada. Yogyakarta:
Tidak Diterbitkan.

Prasetyo, Yogi Tri. 2013. *Analisis Preferensi Konsumen Terhadap Atribut Flute dengan Metode Conjoint Analysis: Studi Kasus Pada Yamaha Flute*. Skripsi. Program Studi Teknik Industri Universitas Indonesia. Depok: Tidak Diterbitkan.

Purba, Humiras Hardi. 2009. *Inovasi Nilai Pelanggan dalam Perencanaan dan Pengembangan Produk; Aplikasi Strategi Samudra Biru dalam Meraih Keunggulan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Rawabdeh, Ibrahim, *et al.* 2012. Blue Ocean Strategy as a Tool for Improving a Company's Marketing Function: The case of Jordan. *Jordan Journal of Business Administration*. Vol 8: hal 390-407.

Sarwono, Jonathan. 2013. *Statistik Multivariat Aplikasi untuk Riset Skripsi*. Yogyakarta: Penerbit Andi.

Simamora, Bilson. 2005. *Analisis Multivariat Pemasaran*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

Supranto. 1992. *Teknik Sampling untuk Survey dan Eksperimen*. Jakarta: Rineka Cipta.

Supranto, J., 2010. *Analisis Multivariat Arti & Interpretasi*. Jakarta: Rineka Cipta.

Thammawimutti, Apiluck dan Sirion Chaipoopirutana. 2005. The Relationship Between Brand Equity, Product Attributes and Purchase Intention: A Study of Sony Digital Cameras in Bangkok. *Assumption University Journal of Management*. Vol 3.

Widaningrum, Dyah Lestari. 2010. *Analisis Tingkat Kepentingan Atribut Kemasan Produk Makanan Take Out dengan Menggunakan Analisis Multivariate*. Tesis. Program Studi Teknik Industri Universitas Indonesia. Depok: Tidak Diterbitkan.





Lampiran 1

Gambaran Umum Objek Penelitian



CANON

Canon Inc merupakan perusahaan Jepang yang mengkhususkan dalam produk gambar dan optik seperti kamera, mesin fotokopi, dan printer komputer yang bermarkas di Jepang. Pendahulu atau cikal bakal Canon, atau yang disebut Precision Optical Instruments Laboratory, didirikan di Minato-ku, Tokyo untuk melakukan penelitian dalam pengembangan kamera yang berkualitas. Di Indonesia sendiri, Canon pertama kali hadir pada tahun 1976. Canon tidak memiliki kantor di Indonesia dan saat ini bekerja sama dengan lima distributor resmi untuk mendistribusikan produk-produk Canon di Indonesia. Kelima distributor resmi tersebut adalah Mandarin Opto-Media Co., Pte Ltd., PT Datascrip, PT Erry Guna, PT Murti Indah Sentosa, dan PT Samafitro.

Sampai hari ini, Canon sudah banyak memproduksi produk-produk *imaging* yang mencakup printer, scanner, teropong, kamera digital, film, kamera *mirrorless*, kamera DSLR, lensa, dan perekam video. Untuk kamera digital, Canon sudah memproduksi sejak tahun 1984, sementara untuk printer, produksi Canon mulai dikenal dan berkembang cepat mulai tahun 2002. Kamera *mirrorless* keluaran Canon yang dikenal dengan EOS M merupakan terobosan terbesar Canon untuk dapat meletakkan sistem EOS ke dalam body kamera yang ringkas dan dapat menghasilkan level yang sama dengan hasil fotografi dari DSLR.

FUJIFILM

Fujifilm Corporation adalah perusahaan yang bergerak di bidang spektrum industri, pencitraan elektronik, peralatan proses akhir foto, sistem medis, ilmu biologi, seni grafik, material display latar, dan produk-produk kantor yang berkantor pusat di Tokyo, Jepang. Perusahaan ini didirikan pada tahun 1934 sebagai produsen film fotografi di bawah nama Fuji Photo Film Co., Ltd. Di Indonesia, PT. Fujifilm Indonesia berkantor pusat di Jakarta Selatan. Dalam hal produk fotografi, Fujifilm memproduksi kamera digital. Untuk kamera mirrorless, Fujifilm memproduksi kamera mirrorless dengan kode X Series.

NIKON

Nikon Corporate didirikan pada tahun 1917 di Jepang. Pada awalnya Nikon bergerak pada manufaktur optical glass. Sampai saat ini Nikon sudah bergerak di berbagai macam bidang seperti *optics, imaging processing, software and system*. Nikon mempunyai beberapa cabang Amerika, Eropa, Asia, Oceania, dan Timur Tengah. Di Indonesia sendiri Nikon Corporate diwakili oleh PT Nikon Indonesia. Nikon sudah mulai memasarkan kamera jenis SLR sejak tahun 1953. Untuk varian kamera *mirrorless*, Nikon mengeluarkan kamera *mirrorless* yang disebut dengan J Series.

OLYMPUS

Olympus Corporation didirikan di Jepang pada tahun 1919. Pada awalnya perusahaan ini didirikan untuk manufaktur mikroskop. Namun seiring dengan kondisi Jepang yang pasca perang dunia mulai melakukan progres untuk rekonstruksi, Olympus menjadi salah satu perusahaan pertama yang melakukan modernisasi bisnis. Hal tersebut menjadikan Olympus mulai bergerak dibidang selain manufaktur mikroskop, salah satunya mulai memproduksi kamera. Selain bergerak di bidang fotografi, sejak tahun 1990 sampai 2011 Olympus juga mulai mengembangkan bisnis di bidang medis. Kamera *mirrorless* produksi Olympus adalah kamera *mirrorless OM-series*.

SAMSUNG

Samsung Electronics Industry Co Ltd merupakan perusahaan yang berbasis di Korea dan berdiri pada tahun 1969. Samsung bergerak di banyak bidang manufaktur, antara lain memproduksi pompa air, TV, VCR, oven microwave, ponsel berbasis android, dan produk digital imaging. Samsung sangat terkenal dalam hal produksi ponsel android dengan merk dagang Galaxy. Selain itu, dalam hal produk digital imaging, Samsung meluncurkan varian kamera *mirrorless* yang dikenal dengan Samsung NX.

SONY

Sony didirikan oleh Masaru Ibuka dan Akio Morita pada tahun 1946 di Jepang. Pada awalnya perusahaan ini bernama Tokyo Tsushin Kenkyujo (Totsuko) atau Tokyo Telecommunications Research Institute. Perusahaan ini resmi berganti nama menjadi Sony Corporation pada tahun 1958. Di Indonesia sendiri Sony mendirikan PT Sony Indonesia pada tahun 1995 sebagai perusahaan sales dan maketing produk-produk Sony. Produk Sony yang cukup sukses di pasaran sejak awal antara lain radio transistro (1955), TV berwarna Trinitron (1968), walkman personal stereo (1979), handycam videocamera (1989), playstation (1994), Blu-ray disc recorder (2003), dan playstation 3 (2006). Selain bergerak dalam bidang yang telah disebutkan di atas, Sony juga bergerak dalam bidang digital imaging. Sony sudah mulai membuat prototype kamera pada tahun 1981 dan mulai memasarkan kamera DSLR pada tahun 2006. Sony mulai memproduksi kamera mirrorless pada tahun 2010. Produk kamera mirrorless yang paling terkenal dari Sony adalah Sony Alpha.



Lampiran 2

Kuesioner

KUESIONER PENELITIAN (KUESIONER I)

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara.

Saya mahasiswa Teknik Industri UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tingkat akhir yang sedang menyusun skripsi “PEMETAAN POSISI KAMERA JENIS KAMERA *MIRRORLESS* DENGAN MENGGUNAKAN *CANVAS STRATEGY*” sebagai syarat memperoleh gelar sarjana teknik dalam jenjang S1 Teknik Industri. Dengan kerendahan hati, saya memohon kesediaan Bapak/Ibu/Saudara untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini berdasarkan pengalaman Anda sebagai pengguna kamera *mirrorless*. Hasil penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan studi/akademis.

Atas segala bantuan dan partisipasi Anda dalam penelitian ini, saya ucapkan terima kasih.

Hormat saya,

Dewinda Prameta Suci
NIM. 11660020

PENDAHULUAN

Jawablah pertanyaan berikut sesuai dengan kondisi Anda saat ini.

1. Jenis Kelamin : L/P*
2. Usia :
 - a. <18 tahun
 - b. 18 – 24 tahun
 - c. 25 – 40 tahun
 - d. >40 tahun
3. Pendidikan terakhir :
 - a. SMA / Sederajat
 - b. D1/D3
 - c. S1
 - d. S2
 - e. S3
 - f. Lainnya, sebutkan
4. Pekerjaan saat ini:
 - a. Pelajar/Mahasiswa
 - b. Pegawai Negeri
 - c. Pegawai Swasta
 - d. Pegawai BUMN
 - e. Wiraswasta
 - f. Lainnya, sebutkan
5. Merk kamera *mirrorless* yang digunakan:
 - a. Canon
 - b. Fujifilm
 - c. Nikon
 - d. Olympus
 - e. Samsung
 - f. Sony
6. Harga kamera *mirrorless* yang Anda gunakan:
 - a. Rp 4.000.000,00 - Rp 10.000.000,00
 - b. > Rp 10.000.000,00

LANJUTAN

Jawablah pertanyaan berikut dengan memberi tanda centang (√) pada kolom skala pengukuran yang sesuai dengan pendapat Anda.

Keterangan:

KUESIONER PENELITIAN (KUESIONER II)

Kepada Yth. Bapak/Ibu/Saudara.

Saya mahasiswa Teknik Industri UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta tingkat Akhir yang sedang menyusun skripsi “Pemetaan Posisi Kamera Jenis Kamera *Mirrorless* dengan Menggunakan *Canvas Strategy*” sebagai syarat memperoleh gelar sarjana teknik dalam jenjang S1 Teknik Industri. Dengan kerendahan hati, saya memohon kesediaan Anda untuk berpartisipasi dalam pengisian kuesioner ini berdasarkan pengalaman Anda sebagai pengguna kamera *Mirrorless*. Hasil penelitian ini semata-mata hanya untuk kepentingan studi/akademis dan data pribadi responden tidak akan dipublikasikan.

Atas segala bantuan dan partisipasi Anda dalam penelitian ini, saya ucapkan terimakasih.

Hormat saya,

Dewinda Prameta Suci

Bagian I: Informasi Diri Responden

Jawablah pertanyaan berikut dan berikan tanda silang pada huruf (X) yang paling mewakili kondisi Anda saat ini.

1. Jenis Kelamin:
 a. Laki-laki b. Perempuan
2. Usia:
 a. <18 tahun b. 18 – 24 tahun c. 25 – 40 tahun d. >40 tahun
3. Pendidikan terakhir:
 a. SMP b. SMA/Sederajat c. D1/D3
 d. S1 e. S2 f. S3
4. Pekerjaan:
 a. Pelajar/Mahasiswa b. Wiraswasta c. PNS
 d. Pegawai BUMN e. Pegawai Swasta f. Lainnya, sebutkan...
5. Penghasilan rata-rata/uang saku per bulan:
 a. <Rp 2.000.000,00 b. Rp 2.000.000,00 – Rp 4.000.000,00
 c. Rp 4.000.000,00 – Rp 8.000.000,00 d. >Rp 8.000.000,00
6. Lama waktu menggunakan kamera *mirrorless*:
 a. <1 tahun b. 1 – 2 tahun c. >2 tahun
7. Merk kamera *mirrorless* yang dipakai:
 a. Nikon b. Fujifilm

Bagian II: Preferensi Konsumen terhadap Kombinasi Atribut Kamera *Mirrorless*

Bacalah setiap pernyataan dengan seksama dan berikan tanda silang (X) pada angka yang paling mewakili pendapat Anda. Gunakan skala prioritas untuk menilai kombinasi level pada atribut kamera *mirrorless*.



Lampiran 3

Hasil Kuesioner



Data Responden Kuesioner I

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan saat ini	No.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan saat ini
1	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	37	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
2	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	38	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Negeri
3	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pegawai Swasta	39	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
4	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	40	Perempuan	18 - 24 th	S1	PNS
5	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	41	Laki-laki	18 - 24 th	D3	PNS
6	Perempuan	18 - 24 th	S1	Wiraswasta	42	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
7	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	43	Laki-laki	18 - 24 th	D3	PNS
8	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	44	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Wiraswasta
9	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	45	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
10	Laki-laki	18 - 24 th	D3	PNS	46	Laki-laki	18 - 24 th	D3	Pelajar/Mahasiswa
11	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	47	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa
12	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	48	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Wiraswasta
13	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	49	Perempuan	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
14	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	50	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa
15	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	51	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pegawai Swasta
16	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	52	Laki-laki	18 - 24 th	D3	Pegawai BUMN
17	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	53	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta
18	Perempuan	18 - 24 th	S1	Wiraswasta	54	Laki-laki	25 - 40 th	S1	PNS
19	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Wiraswasta	55	Perempuan	18 - 24 th	S1	Wiraswasta
20	Laki-laki	18 - 24 th	S2	PNS	56	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
21	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Wiraswasta	57	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
22	Perempuan	18 - 24 th	S1	Wiraswasta	58	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa
23	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	59	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
24	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	60	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa
25	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	61	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
26	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Wiraswasta	62	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Wiraswasta
27	Laki-laki	18 - 24 th	D3	Pelajar/Mahasiswa	63	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa
28	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	64	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa
29	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	65	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
30	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	66	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
31	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Wiraswasta	67	Perempuan	25 - 40 th	D3	Wiraswasta
32	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	68	Perempuan	25 - 40 th	S1	PNS
33	Laki-laki	25 - 40 th	SMA/Sederajat	Wiraswasta	69	Laki-laki	>40 th	S2	Wiraswasta
34	Perempuan	<18 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	70	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta
35	Perempuan	25 - 40 th	S1	Freelance	71	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
36	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta	72	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan saat ini	No.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan Terakhir	Pekerjaan saat ini
73	Perempuan	25 - 40 th	D3	Pegawai Swasta	97	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
74	Laki-laki	25 - 40 th	SMA/Sederajat	Pegawai Swasta	98	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
75	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pegawai Swasta	99	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
76	Perempuan	25 - 40 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	100	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
77	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	101	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
78	Perempuan	25 - 40 th	D3	Pegawai Swasta	102	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
79	Perempuan	18 - 24 th	S1	Freelance	103	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
80	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	104	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
81	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Wiraswasta	105	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
82	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pegawai Swasta	106	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
83	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	107	Perempuan	18 - 24 th	D3	Wiraswasta
84	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	108	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
85	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	109	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
86	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta	110	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Wiraswasta
87	Laki-laki	25 - 40 th	SMA/Sederajat	Freelance	111	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
88	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta	112	Laki-laki	25 - 40 th	D4	Wiraswasta
89	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta	113	Perempuan	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
90	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta	114	Perempuan	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
91	Laki-laki	25 - 40 th	D3	Pegawai Swasta	115	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Wiraswasta
92	Laki-laki	<18 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	116	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa
93	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	PNS	117	Perempuan	18 - 24 th	S1	Wiraswasta
94	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	118	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Wiraswasta
95	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	119	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa
96	Laki-laki	>40 th	D3	Wiraswasta	120	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Wiraswasta

Data Responden Kuesioner II Merk Kamera Mirrorless Fujifilm

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan terakhir	Pekerjaan	Penghasilan per bulan	Lama waktu menggunakan kamera mirrorless
1	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
2	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
3	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Wiraswasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
4	Perempuan	< 18 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
5	Perempuan	< 18 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
6	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	> 3 th
7	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai BUMN	> Rp 8.000.000,00	< 1 th
8	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
9	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
10	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
11	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	> 3 th
12	Perempuan	18 - 24 th	S1	Freelance	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
13	Perempuan	< 18 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	1 - 2 th
14	Perempuan	18 - 24 th	S1	Wiraswasta	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
15	Perempuan	< 18 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	1 - 2 th
16	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
17	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	1 - 2 th
18	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pegawai Swasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	1 - 2 th
19	Laki-laki	18 - 24 th	D1/D3	Pegawai Swasta	< Rp 2.000.000,00	1 - 2 th
20	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
21	Laki-laki	18 - 24 th	D1/D3	Pegawai BUMN	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
22	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta	> Rp 8.000.000,00	< 1 th
23	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pegawai Swasta	< Rp 2.000.000,00	1 - 2 th
24	Perempuan	18 - 24 th	S1	Wiraswasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
25	Perempuan	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	1 - 2 th
26	Perempuan	18 - 24 th	D1/D3	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
27	Laki-laki	18 - 24 th	D1/D3	Wiraswasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	1 - 2 th
28	Laki-laki	25 - 40 th	D1/D3	Wiraswasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	> 3 th
29	Laki-laki	25 - 40 th	S1	PNS	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	1 - 2 th
30	Laki-laki	25 - 40 th	D1/D3	Wiraswasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	1 - 2 th

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan terakhir	Pekerjaan	Penghasilan per bulan	Lama waktu menggunakan kamera mirrorless
31	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
32	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
33	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
34	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	1 - 2 th
35	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
36	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
37	Perempuan	25 - 40 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
38	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta	Rp 4.000.000,00 - Rp 8.000.000,00	> 3 th
39	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	1 - 2 th
40	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pegawai Swasta	Rp 4.000.000,00 - Rp 8.000.000,00	1 - 2 th
41	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Freelance	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
42	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
43	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	Rp 4.000.000,00 - Rp 8.000.000,00	< 1 th
44	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Wiraswasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	1 - 2 th
45	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
46	Perempuan	18 - 24 th	D1/D3	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	1 - 2 th
47	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
48	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pegawai Swasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
49	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
50	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th

Data Responden Kuesioner II Merk Kamera Mirrorless Nikon

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan terakhir	Pekerjaan	Penghasilan per bulan	Lama waktu menggunakan kamera mirrorless
1	Perempuan	18 - 24 th	S1	Wiraswasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
2	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
3	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
4	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
5	Perempuan	25 - 40 th	S1	Wiraswasta	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
6	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
7	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
8	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
9	Laki-laki	25 - 40 th	D1/D3	Wiraswasta	Rp 4.000.000,00 - Rp 8.000.000,00	1 - 2 th
10	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
11	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pegawai Swasta	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
12	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
13	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pegawai Swasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
14	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
15	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
16	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pegawai Swasta	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
17	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
18	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
19	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
20	Perempuan	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	1 - 2 th
21	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
22	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
23	Perempuan	25 - 40 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
24	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Wiraswasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
25	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
26	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pegawai BUMN	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
27	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	1 - 2 th
28	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
29	Laki-laki	18 - 24 th	S1	PNS	Rp 4.000.000,00 - Rp 8.000.000,00	< 1 th
30	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta	Rp 4.000.000,00 - Rp 8.000.000,00	> 3 th

No.	Jenis Kelamin	Usia	Pendidikan terakhir	Pekerjaan	Penghasilan per bulan	Lama waktu menggunakan kamera mirrorless
31	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	1 - 2 th
32	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pegawai Swasta	Rp 4.000.000,00 - Rp 8.000.000,00	1 - 2 th
33	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Freelance	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
34	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
35	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	Rp 4.000.000,00 - Rp 8.000.000,00	< 1 th
36	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Wiraswasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	1 - 2 th
37	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
38	Perempuan	18 - 24 th	D1/D3	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	1 - 2 th
39	Laki-laki	< 18 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
40	Laki-laki	25 - 40 th	S1	PNS	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	1 - 2 th
41	Laki-laki	18 - 24 th	SMA/Sederajat	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
42	Perempuan	25 - 40 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
43	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pegawai Swasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	1 - 2 th
44	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
45	Perempuan	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	> 3 th
46	Laki-laki	18 - 24 th	S2	Wiraswasta	> Rp 8.000.000,00	> 3 th
47	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
48	Laki-laki	25 - 40 th	S1	Pegawai Swasta	Rp 2.000.000,00 - Rp 4.000.000,00	< 1 th
49	Perempuan	< 18 th	SMP	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	< 1 th
50	Laki-laki	18 - 24 th	S1	Pelajar/Mahasiswa	< Rp 2.000.000,00	1 - 2 th



Lampiran 4

Output SPSS Uji Validitas dan Uji Reliabilitas

	Sig. (2-tailed)	.101	.090	.044		.042	.041	.555	.020	.261	.377	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.052	.123	.180	.374 [*]	1	.093	.363 [*]	.239	.032	-.072	.426 [*]
	Sig. (2-tailed)	.784	.516	.341	.042		.625	.049	.203	.867	.706	.019
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.248	.390 [*]	.692 ^{**}	.375 [*]	.093	1	.750 ^{**}	.426 [*]	.338	.468 ^{**}	.763 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.187	.033	.000	.041	.625		.000	.019	.067	.009	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.111	.319	.638 ^{**}	.112	.363 [*]	.750 ^{**}	1	.254	.300	.424 [*]	.689 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.558	.086	.000	.555	.049	.000		.176	.107	.020	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.357	.576 ^{**}	.543 ^{**}	.424 [*]	.239	.426 [*]	.254	1	.637 ^{**}	.446 [*]	.759 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.053	.001	.002	.020	.203	.019	.176		.000	.014	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.414 [*]	.409 [*]	.279	.212	.032	.338	.300	.637 ^{**}	1	.334	.609 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.023	.025	.136	.261	.867	.067	.107	.000		.071	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	-.011	.222	.512 ^{**}	.167	-.072	.468 ^{**}	.424 [*]	.446 [*]	.334	1	.530 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.956	.238	.004	.377	.706	.009	.020	.014	.071		.003
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.471 ^{**}	.636 ^{**}	.773 ^{**}	.616 ^{**}	.426 [*]	.763 ^{**}	.689 ^{**}	.759 ^{**}	.609 ^{**}	.530 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000	.000	.019	.000	.000	.000	.000	.003	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

c. Dimensi Reliability

Correlations

		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.298	.008	.061	.524 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		.109	.967	.750	.003
	N	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.298	1	.353	.452 [*]	.762 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.109		.056	.012	.000
	N	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.008	.353	1	.582 ^{**}	.686 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.967	.056		.001	.000

	N	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.061	.452*	.582**	1	.765**
	Sig. (2-tailed)	.750	.012	.001		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.524**	.762**	.686**	.765**	1
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

d. Dimensi Conformance

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	TOTAL	
P1	Pearson Correlation	1	.891**	.785**	.370	.411	.556**	.357	.812
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.044	.024	.001	.053	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.891**	1	.767**	.524**	.378	.584**	.334	.836
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.003	.039	.001	.071	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.785**	.767**	1	.376	.430	.501**	.519**	.806
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.040	.018	.005	.003	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.370	.524**	.376	1	.382	.157	.169	.584
	Sig. (2-tailed)	.044	.003	.040		.037	.408	.371	.001
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.411	.378	.430	.382	1	.584**	.549**	.746
	Sig. (2-tailed)	.024	.039	.018	.037		.001	.002	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.556**	.584**	.501**	.157	.584**	1	.698**	.778
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.005	.408	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
P7	Pearson Correlation	.357	.334	.519**	.169	.549**	.698**	1	.685
	Sig. (2-tailed)	.053	.071	.003	.371	.002	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.812	.836	.806	.584	.746	.778	.685	1

Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	
N	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

e. Dimensi Durability

Correlations

		P1	P2	P3	P4	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.419*	.324	.530**	.759**
	Sig. (2-tailed)		.021	.081	.003	.000
	N	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.419*	1	.527**	.347	.758**
	Sig. (2-tailed)	.021		.003	.060	.000
	N	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.324	.527**	1	.413*	.720**
	Sig. (2-tailed)	.081	.003		.023	.000
	N	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.530**	.347	.413*	1	.778**
	Sig. (2-tailed)	.003	.060	.023		.000
	N	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.759**	.758**	.720**	.778**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30

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

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

f. Dimensi Serviceability

Correlations

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17	TOTAL
P1																		
Pearson Correlation	1	.462 [*]	.583 ^{**}	.326	.093	.235	.225	.311	.406 [*]	.128	-.228	-.160	.267	.256	.230	.043	.208	.437 [*]
Sig. (2-tailed)		.010	.001	.078	.625	.211	.233	.095	.026	.501	.225	.399	.154	.172	.221	.823	.271	.016
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P2																		
Pearson Correlation	.462 [*]	1	.786 ^{**}	.297	.126	.327	.387 [*]	.504 ^{**}	.436 [*]	.121	.099	.296	.716 ^{**}	.431 [*]	.463 ^{**}	.702 ^{**}	.488 ^{**}	.688 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.010		.000	.110	.506	.078	.035	.005	.016	.524	.602	.112	.000	.017	.010	.000	.006	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P3																		
Pearson Correlation	.583 ^{**}	.786 ^{**}	1	.358	.223	.315	.452 [*]	.443 [*]	.415 [*]	.138	-.052	.159	.695 ^{**}	.401 [*]	.450 [*]	.572 ^{**}	.522 ^{**}	.678 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.001	.000		.052	.236	.090	.012	.014	.023	.468	.785	.401	.000	.028	.013	.001	.003	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P4																		
Pearson Correlation	.326	.297	.358	1	.249	.652 ^{**}	.415 [*]	.530 ^{**}	.626 ^{**}	.362 [*]	.164	.379 [*]	.352	.603 ^{**}	.409 [*]	.157	.619 ^{**}	.648 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.078	.110	.052		.184	.000	.023	.003	.000	.049	.386	.039	.057	.000	.025	.408	.000	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P5																		
Pearson Correlation	.093	.126	.223	.249	1	.469 ^{**}	.037	.145	.096	.360	.006	.436 [*]	.144	.133	.248	.100	.244	.357
Sig. (2-tailed)	.625	.506	.236	.184		.009	.847	.445	.612	.051	.974	.016	.449	.483	.186	.597	.194	.053
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P6																		
Pearson Correlation	.235	.327	.315	.652 ^{**}	.469 ^{**}	1	.587 ^{**}	.646 ^{**}	.540 ^{**}	.533 ^{**}	.354	.452 [*]	.512 ^{**}	.644 ^{**}	.385 [*]	.391 [*]	.591 ^{**}	.735 ^{**}
Sig. (2-tailed)	.211	.078	.090	.000	.009		.001	.000	.002	.002	.055	.012	.004	.000	.036	.033	.001	.000
N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P7																		
Pearson Correlation	.225	.387 [*]	.452 [*]	.415 [*]	.037	.587 ^{**}	1	.660 ^{**}	.698 ^{**}	.276	.532 ^{**}	.375 [*]	.789 ^{**}	.738 ^{**}	.681 ^{**}	.561 ^{**}	.682 ^{**}	.770 ^{**}

	Sig. (2-tailed)	.233	.035	.012	.023	.847	.001		.000	.000	.140	.002	.041	.000	.000	.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P8	Pearson Correlation	.311	.504**	.443*	.530**	.145	.646**	.660**	1	.667**	.297	.293	.406*	.629**	.836**	.587**	.497**	.739**	.794**	
	Sig. (2-tailed)	.095	.005	.014	.003	.445	.000	.000		.000	.111	.116	.026	.000	.000	.001	.005	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P9	Pearson Correlation	.406*	.436*	.415*	.626**	.096	.540**	.698**	.667**	1	.314	.374*	.499**	.597**	.704**	.738**	.396*	.718**	.798**	
	Sig. (2-tailed)	.026	.016	.023	.000	.612	.002	.000	.000		.091	.042	.005	.000	.000	.000	.031	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P10	Pearson Correlation	.128	.121	.138	.362*	.360	.533**	.276	.297	.314	1	.234	.252	.244	.495**	.255	.230	.460*	.490**	
	Sig. (2-tailed)	.501	.524	.468	.049	.051	.002	.140	.111	.091		.214	.179	.194	.005	.174	.221	.011	.006	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P11	Pearson Correlation	-.228	.099	-.052	.164	.006	.354	.532**	.293	.374*	.234	1	.486**	.394*	.459*	.428*	.574**	.545**	.450*	
	Sig. (2-tailed)	.225	.602	.785	.386	.974	.055	.002	.116	.042	.214		.006	.031	.011	.018	.001	.002	.013	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P12	Pearson Correlation	-.160	.296	.159	.379*	.436*	.452*	.375*	.406*	.499**	.252	.486**	1	.561**	.533**	.553**	.513**	.549**	.599**	
	Sig. (2-tailed)	.399	.112	.401	.039	.016	.012	.041	.026	.005	.179	.006		.001	.002	.002	.004	.002	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P13	Pearson Correlation	.267	.716**	.695**	.352	.144	.512**	.789**	.629**	.597**	.244	.394*	.561**	1	.706**	.714**	.781**	.730**	.845**	
	Sig. (2-tailed)	.154	.000	.000	.057	.449	.004	.000	.000	.000	.194	.031	.001		.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P14	Pearson Correlation	.256	.431*	.401*	.603**	.133	.644**	.738**	.836**	.704**	.495**	.459*	.533**	.706**	1	.681**	.572**	.841**	.857**	
	Sig. (2-tailed)	.172	.017	.028	.000	.483	.000	.000	.000	.000	.005	.011	.002	.000		.000	.001	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P15	Pearson Correlation	.230	.463**	.450*	.409*	.248	.385*	.681**	.587**	.738**	.255	.428*	.553**	.714**	.681**	1	.570**	.818**	.790**	

	Sig. (2-tailed)	.221	.010	.013	.025	.186	.036	.000	.001	.000	.174	.018	.002	.000	.000		.001	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P16	Pearson Correlation	.043	.702**	.572**	.157	.100	.391*	.561**	.497**	.396*	.230	.574**	.513**	.781**	.572**	.570**	1	.654**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.823	.000	.001	.408	.597	.033	.001	.005	.031	.221	.001	.004	.000	.001	.001		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
P17	Pearson Correlation	.208	.488**	.522**	.619**	.244	.591**	.682**	.739**	.718**	.460*	.545**	.549**	.730**	.841**	.818**	.654**	1	.889**
	Sig. (2-tailed)	.271	.006	.003	.000	.194	.001	.000	.000	.000	.011	.002	.002	.000	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.437*	.688**	.678**	.648**	.357	.735**	.770**	.794**	.798**	.490**	.450*	.599**	.845**	.857**	.790**	.708**	.889**	1
	Sig. (2-tailed)	.016	.000	.000	.000	.053	.000	.000	.000	.000	.006	.013	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

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

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

g. Dimensi Aesthetics

Correlations

		P1	P2	P3	P4	P5	P6	TOTAL
P1	Pearson Correlation	1	.510**	.614**	.471**	.564**	.574**	.758**
	Sig. (2-tailed)		.004	.000	.009	.001	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P2	Pearson Correlation	.510**	1	.665**	.635**	.271	.563**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.004		.000	.000	.147	.001	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P3	Pearson Correlation	.614**	.665**	1	.787**	.623**	.647**	.882**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P4	Pearson Correlation	.471**	.635**	.787**	1	.600**	.752**	.871**
	Sig. (2-tailed)	.009	.000	.000		.000	.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P5	Pearson Correlation	.564**	.271	.623**	.600**	1	.748**	.758**
	Sig. (2-tailed)	.001	.147	.000	.000		.000	.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
P6	Pearson Correlation	.574**	.563**	.647**	.752**	.748**	1	.868**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.000	.000	.000		.000
	N	30	30	30	30	30	30	30
TOTAL	Pearson Correlation	.758**	.764**	.882**	.871**	.758**	.868**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	30	30	30	30	30	30	30

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

N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
---	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----	----

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

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



2. Output SPSS Uji Validitas Kuesioner 2

a. Merk Kamera Mirrorless Fujifilm

		PRFL#1	PRFL#2	PRFL#3	PRFL#4	PRFL#5	PRFL#6	PRFL#7	PRFL#8	PRFL#9	PRFL#10	PRFL#11	PRFL#12	PRFL#13	PRFL#14
PRFL#1	Pearson Correlation	1	-.039	.565**	.447**	.107	.565**	.142	.360*	.011	.197	.362**	.286*	.177	.201
	Sig. (2-tailed)		.789	.000	.001	.458	.000	.326	.010	.941	.170	.010	.044	.218	.161
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#2	Pearson Correlation	-.039	1	-.097	.227	.394**	.194	.394**	.262	.533**	.356*	.262	.479**	.202	.088
	Sig. (2-tailed)	.789		.504	.113	.005	.178	.005	.067	.000	.011	.066	.000	.160	.544
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#3	Pearson Correlation	.565**	-.097	1	.245	.416**	.500**	.120	.521**	.048	.191	.294*	.214	.330*	.259
	Sig. (2-tailed)	.000	.504		.086	.003	.000	.406	.000	.740	.184	.038	.135	.019	.070
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#4	Pearson Correlation	.447**	.227	.245	1	.134	.673**	.222	.373**	.293*	.507**	.110	.220	.059	.260
	Sig. (2-tailed)	.001	.113	.086		.352	.000	.122	.008	.039	.000	.447	.125	.685	.069
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#5	Pearson Correlation	.107	.394**	.416**	.134	1	.246	.501**	.464**	.284*	.289*	.493**	.536**	.285*	.159
	Sig. (2-tailed)	.458	.005	.003	.352		.085	.000	.001	.045	.042	.000	.000	.045	.271
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P	Pearson Correlation	.565**	.194	.500**	.673**	.246	1	.191	.556**	.267	.348*	.339*	.483**	.172	.349*

	Sig. (2-tailed)	.000	.178	.000	.000	.085		.184	.000	.061	.013	.016	.000	.232	.013
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#7	Pearson Correlation	.142	.394**	.120	.222	.501**	.191	1	.288*	.330*	.243	.519**	.631**	.442**	.048
	Sig. (2-tailed)	.326	.005	.406	.122	.000	.184		.042	.019	.089	.000	.000	.001	.738
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#8	Pearson Correlation	.360*	.262	.521**	.373**	.464**	.556**	.288*	1	.165	.417**	.435**	.403**	.300*	.195
	Sig. (2-tailed)	.010	.067	.000	.008	.001	.000	.042		.252	.003	.002	.004	.034	.175
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#9	Pearson Correlation	.011	.533**	.048	.293*	.284*	.267	.330*	.165	1	.497**	.267	.339*	.424**	.312*
	Sig. (2-tailed)	.941	.000	.740	.039	.045	.061	.019	.252		.000	.061	.016	.002	.027
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#10	Pearson Correlation	.197	.356*	.191	.507**	.289*	.348*	.243	.417**	.497**	1	.217	.203	.134	.293*
	Sig. (2-tailed)	.170	.011	.184	.000	.042	.013	.089	.003	.000		.130	.158	.355	.039
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#11	Pearson Correlation	.362**	.262	.294*	.110	.493**	.339*	.519**	.435**	.267	.217	1	.577**	.660**	.282*
	Sig. (2-tailed)	.010	.066	.038	.447	.000	.016	.000	.002	.061	.130		.000	.000	.047
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#12	Pearson Correlation	.286*	.479**	.214	.220	.536**	.483**	.631**	.403**	.339*	.203	.577**	1	.422**	.076
	Sig. (2-tailed)	.044	.000	.135	.125	.000	.000	.000	.004	.016	.158	.000		.002	.599
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#13	Pearson Correlation	.177	.202	.330*	.059	.285*	.172	.442**	.300*	.424**	.134	.660**	.422**	1	.402**
	Sig. (2-tailed)	.218	.160	.019	.685	.045	.232	.001	.034	.002	.355	.000	.002		.004
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P	Pearson Correlation	.201	.088	.259	.260	.159	.349*	.048	.195	.312*	.293*	.282*	.076	.402**	1

	Sig. (2-tailed)	.161	.544	.070	.069	.271	.013	.738	.175	.027	.039	.047	.599	.004	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#15	Pearson Correlation	.167	.127	.132	.406**	.152	.152	.046	-.058	.315*	.414**	.103	.031	.194	.571**
	Sig. (2-tailed)	.245	.381	.361	.003	.291	.291	.749	.688	.026	.003	.477	.829	.177	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#16	Pearson Correlation	.092	.118	.125	.233	-.045	.261	-.115	-.005	.225	.247	.102	.122	.199	.662**
	Sig. (2-tailed)	.523	.414	.388	.104	.758	.067	.428	.973	.116	.083	.479	.399	.165	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#17	Pearson Correlation	.248	.063	.240	.280*	.082	.413**	-.031	.213	.187	.274	.234	.203	.235	.503**
	Sig. (2-tailed)	.082	.663	.093	.049	.572	.003	.833	.138	.194	.054	.103	.157	.100	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#18	Pearson Correlation	.296*	-.105	.179	.156	.064	.414**	.040	.062	.084	.065	.247	.259	.167	.367**
	Sig. (2-tailed)	.037	.469	.214	.279	.661	.003	.783	.671	.564	.654	.084	.070	.247	.009
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#19	Pearson Correlation	.347*	-.019	.221	.335*	.067	.315*	.004	.019	.085	.115	.240	.106	.289*	.682**
	Sig. (2-tailed)	.014	.897	.124	.017	.644	.026	.978	.894	.556	.427	.093	.466	.042	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#20	Pearson Correlation	.395**	.034	.160	.363**	.089	.420**	.073	.079	-.022	.037	.146	.265	.111	.519**
	Sig. (2-tailed)	.005	.816	.268	.010	.539	.002	.613	.585	.881	.799	.310	.063	.442	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#21	Pearson Correlation	.184	-.013	.045	.273	-.093	.175	-.114	-.101	.137	-.001	.132	-.021	.199	.503**
	Sig. (2-tailed)	.200	.927	.757	.055	.519	.225	.429	.485	.342	.993	.360	.884	.167	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
P	Pearson Correlation	.060	.092	.164	.030	.043	.259	.054	.041	-.012	-.111	.128	.138	.070	.161

		PRFL#15	PRFL#16	PRFL#17	PRFL#18	PRFL#19	PRFL#20	PRFL#21	PRFL#22	PRFL#23	PRFL#24	PRFL#25	PRFL#26	PRFL#27	TOTAL
PRFL#1	Pearson Correlation	.167	.092	.248	.296*	.347*	.395**	.184	.060	.136	.183	.339*	.127	-.028	.579**
	Sig. (2-tailed)	.245	.523	.082	.037	.014	.005	.200	.677	.345	.202	.016	.379	.848	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#2	Pearson Correlation	.127	.118	.063	-.105	-.019	.034	-.013	.092	-.276	-.124	.061	.057	.099	.365*
	Sig. (2-tailed)	.381	.414	.663	.469	.897	.816	.927	.525	.053	.392	.673	.696	.495	.009
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#3	Pearson Correlation	.132	.125	.240	.179	.221	.160	.045	.164	.273	.243	.236	.127	.060	.557**
	Sig. (2-tailed)	.361	.388	.093	.214	.124	.268	.757	.256	.055	.089	.099	.379	.679	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#4	Pearson Correlation	.406**	.233	.280*	.156	.335*	.363**	.273	.030	-.001	.239	.256	.094	.144	.612**
	Sig. (2-tailed)	.003	.104	.049	.279	.017	.010	.055	.839	.994	.095	.072	.518	.318	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#5	Pearson Correlation	.152	-.045	.082	.064	.067	.089	-.093	.043	.045	-.057	.341*	-.174	-.045	.446**
	Sig. (2-tailed)	.291	.758	.572	.661	.644	.539	.519	.769	.755	.694	.015	.227	.758	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#6	Pearson Correlation	.152	.261	.413**	.414**	.315*	.420**	.175	.259	.105	.322*	.369**	.127	.139	.719**
	Sig. (2-tailed)	.291	.067	.003	.003	.026	.002	.225	.070	.469	.022	.008	.379	.337	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRF	Pearson Correlation	.046	-.115	-.031	.040	.004	.073	-.114	.054	-.019	-.033	.258	.013	-.021	.426**
	Sig. (2-tailed)	.749	.428	.833	.783	.978	.613	.429	.712	.895	.820	.070	.927	.886	.002

	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#8	Pearson Correlation	-.058	-.005	.213	.062	.019	.079	-.101	.041	-.120	-.085	.158	.022	-.055	.506**
	Sig. (2-tailed)	.688	.973	.138	.671	.894	.585	.485	.775	.406	.556	.273	.881	.705	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#9	Pearson Correlation	.315*	.225	.187	.084	.085	-.022	.137	-.012	.072	-.010	.132	-.156	.005	.480**
	Sig. (2-tailed)	.026	.116	.194	.564	.556	.881	.342	.936	.619	.946	.362	.279	.975	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#10	Pearson Correlation	.414**	.247	.274	.065	.115	.037	-.001	-.111	-.053	-.021	.024	-.113	.071	.505**
	Sig. (2-tailed)	.003	.083	.054	.654	.427	.799	.993	.441	.714	.884	.871	.435	.622	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#11	Pearson Correlation	.103	.102	.234	.247	.240	.146	.132	.128	.090	-.075	.427**	-.055	-.067	.594**
	Sig. (2-tailed)	.477	.479	.103	.084	.093	.310	.360	.377	.534	.606	.002	.704	.642	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#12	Pearson Correlation	.031	.122	.203	.259	.106	.265	-.021	.138	-.163	.022	.186	.164	.090	.587**
	Sig. (2-tailed)	.829	.399	.157	.070	.466	.063	.884	.338	.258	.879	.196	.256	.533	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#13	Pearson Correlation	.194	.199	.235	.167	.289*	.111	.199	.070	.223	-.038	.286*	-.096	-.035	.618**
	Sig. (2-tailed)	.177	.165	.100	.247	.042	.442	.167	.628	.119	.793	.044	.508	.812	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#14	Pearson Correlation	.571**	.662**	.503**	.367**	.682**	.519**	.503**	.161	.512**	.275	.569**	-.240	.024	.761**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.009	.000	.000	.000	.263	.000	.053	.000	.093	.866	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRF	Pearson Correlation	1	.652**	.245	.274	.648**	.406**	.571**	.054	.338*	.157	.325*	-.161	.163	.652**
	Sig. (2-tailed)		.000	.086	.054	.000	.003	.000	.711	.016	.277	.021	.265	.258	.000

	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#16	Pearson Correlation	.652**	1	.595**	.540**	.684**	.496**	.660**	.362**	.317*	.354*	.189	.186	.343*	.753**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.010	.025	.012	.188	.196	.015	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#17	Pearson Correlation	.245	.595**	1	.744**	.570**	.385**	.513**	.290*	.151	.393**	.290*	.326*	.319*	.711**
	Sig. (2-tailed)	.086	.000		.000	.000	.006	.000	.041	.295	.005	.041	.021	.024	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#18	Pearson Correlation	.274	.540**	.744**	1	.531**	.517**	.490**	.500**	.291*	.358*	.353*	.202	.209	.702**
	Sig. (2-tailed)	.054	.000	.000		.000	.000	.000	.000	.041	.011	.012	.160	.144	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#19	Pearson Correlation	.648**	.684**	.570**	.531**	1	.657**	.742**	.184	.549**	.426**	.667**	.077	.220	.793**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000	.200	.000	.002	.000	.596	.125	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#20	Pearson Correlation	.406**	.496**	.385**	.517**	.657**	1	.426**	.313*	.319*	.313*	.395**	.072	.172	.643**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.006	.000	.000		.002	.027	.024	.027	.005	.621	.231	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#21	Pearson Correlation	.571**	.660**	.513**	.490**	.742**	.426**	1	.199	.473**	.517**	.390**	.134	.349*	.697**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.002		.166	.001	.000	.005	.355	.013	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#22	Pearson Correlation	.054	.362**	.290*	.500**	.184	.313*	.199	1	.306*	.282*	.156	.346*	.218	.510**
	Sig. (2-tailed)	.711	.010	.041	.000	.200	.027	.166		.031	.048	.278	.014	.128	.004
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRF	Pearson Correlation	.338*	.317*	.151	.291*	.549**	.319*	.473**	.306*	1	.489**	.420**	-.115	.030	.576**
	Sig. (2-tailed)	.016	.025	.295	.041	.000	.024	.001	.031		.000	.002	.427	.836	.007

	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#24	Pearson Correlation	.157	.354 [*]	.393 ^{**}	.358 [*]	.426 ^{**}	.313 [*]	.517 ^{**}	.282 [*]	.489 ^{**}	1	.287 [*]	.495 ^{**}	.700 ^{**}	.540 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.277	.012	.005	.011	.002	.027	.000	.048	.000		.043	.000	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#25	Pearson Correlation	.325 [*]	.189	.290 [*]	.353 [*]	.667 ^{**}	.395 ^{**}	.390 ^{**}	.156	.420 ^{**}	.287 [*]	1	-.132	.003	.644 ^{**}
	Sig. (2-tailed)	.021	.188	.041	.012	.000	.005	.005	.278	.002	.043		.362	.983	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#26	Pearson Correlation	-.161	.186	.326 [*]	.202	.077	.072	.134	.346 [*]	-.115	.495 ^{**}	-.132	1	.675 ^{**}	.307
	Sig. (2-tailed)	.265	.196	.021	.160	.596	.621	.355	.014	.427	.000	.362		.000	.003
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#27	Pearson Correlation	.163	.343 [*]	.319 [*]	.209	.220	.172	.349 [*]	.218	.030	.700 ^{**}	.003	.675 ^{**}	1	.426 [*]
	Sig. (2-tailed)	.258	.015	.024	.144	.125	.231	.013	.128	.836	.000	.983	.000		.002
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	.529 ^{**}	.636 ^{**}	.669 ^{**}	.619 ^{**}	.710 ^{**}	.604 ^{**}	.563 ^{**}	.405 ^{**}	.379 ^{**}	.482 ^{**}	.576 ^{**}	.236	.355 [*]	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.004	.007	.000	.000	.099	.011	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

		PRFL#15	PRFL#16	PRFL#17	PRFL#18	PRFL#19	PRFL#20	PRFL#21	PRFL#22	PRFL#23	PRFL#24	PRFL#25	PRFL#26	PRFL#27	TOTAL
PRFL#1	Pearson Correlation	.510**	.522**	.490**	.466**	.499**	.510**	.343*	.196	.532**	.192	.526**	.065	.203	.674**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.015	.173	.000	.181	.000	.654	.158	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#2	Pearson Correlation	.036	-.082	-.156	-.055	-.041	.064	.002	.076	.086	.039	-.025	.341*	.098	.149
	Sig. (2-tailed)	.804	.570	.279	.706	.777	.659	.988	.598	.554	.786	.862	.015	.500	.303
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#3	Pearson Correlation	.378**	.488**	.463**	.443**	.397**	.472**	.403**	.243	.624**	.148	.612**	.000	.470**	.705**
	Sig. (2-tailed)	.007	.000	.001	.001	.004	.001	.004	.089	.000	.304	.000	.995	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#4	Pearson Correlation	.471**	.460**	.394**	.444**	.494**	.522**	.380**	.412**	.558**	.318*	.659**	.224	.547**	.745**
	Sig. (2-tailed)	.001	.001	.005	.001	.000	.000	.006	.003	.000	.024	.000	.118	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#5	Pearson Correlation	.292*	.487**	.433**	.398**	.331*	.343*	.224	.190	.334*	.285*	.397**	.076	.151	.559**
	Sig. (2-tailed)	.040	.000	.002	.004	.019	.015	.117	.187	.018	.045	.004	.599	.297	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#6	Pearson Correlation	.408**	.538**	.592**	.546**	.530**	.449**	.328*	.495**	.430**	.130	.395**	.227	.295*	.677**
	Sig. (2-tailed)	.003	.000	.000	.000	.000	.001	.020	.000	.002	.369	.005	.112	.038	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRF	Pearson Correlation	.266	.286*	.014	.027	.050	.208	.293*	.179	.244	.126	.180	.139	.356*	.406**
	Sig. (2-tailed)	.062	.044	.924	.851	.731	.148	.039	.212	.088	.382	.212	.335	.011	.003

	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#8	Pearson Correlation	.550**	.629**	.557**	.473**	.583**	.493**	.483**	.398**	.599**	.292*	.605**	.082	.409**	.790**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.004	.000	.039	.000	.571	.003	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#9	Pearson Correlation	.497**	.639**	.457**	.516**	.609**	.517**	.292*	.407**	.406**	.221	.478**	.305*	.373**	.672**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.001	.000	.000	.000	.039	.003	.003	.123	.000	.031	.008	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#10	Pearson Correlation	.321*	.306*	.247	.333*	.308*	.341*	.057	.117	.233	-.123	.311*	.077	-.012	.455**
	Sig. (2-tailed)	.023	.030	.084	.018	.030	.015	.692	.420	.104	.395	.028	.595	.933	.001
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#11	Pearson Correlation	.570**	.499**	.508**	.536**	.590**	.608**	.530**	.309*	.629**	.088	.574**	.151	.387**	.760**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.029	.000	.545	.000	.297	.006	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#12	Pearson Correlation	.100	.001	-.136	-.057	.028	-.003	-.015	.209	.013	.093	-.057	.440**	.026	.141
	Sig. (2-tailed)	.487	.994	.348	.696	.847	.985	.917	.145	.929	.522	.695	.001	.860	.329
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#13	Pearson Correlation	.236	.271	.204	.209	.191	.315*	.245	.222	.431**	.046	.362**	.022	.289*	.499**
	Sig. (2-tailed)	.099	.057	.156	.145	.185	.026	.086	.122	.002	.752	.010	.880	.042	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#14	Pearson Correlation	.530**	.588**	.554**	.538**	.665**	.505**	.309*	.406**	.388**	.213	.503**	.191	.305*	.642**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.029	.003	.005	.137	.000	.185	.031	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRF	Pearson Correlation	1	.613**	.481**	.352*	.610**	.393**	.400**	.166	.469**	.053	.577**	.061	.444**	.670**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.012	.000	.005	.004	.250	.001	.714	.000	.673	.001	.000

	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#16	Pearson Correlation	.613**	1	.509**	.477**	.557**	.483**	.645**	.426**	.513**	.361*	.527**	.115	.507**	.767**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000	.002	.000	.010	.000	.428	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#17	Pearson Correlation	.481**	.509**	1	.678**	.675**	.485**	.364**	.320*	.524**	-.050	.501**	-.034	.260	.655**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.009	.024	.000	.731	.000	.813	.068	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#18	Pearson Correlation	.352*	.477**	.678**	1	.813**	.821**	.467**	.507**	.509**	.023	.421**	.251	.245	.724**
	Sig. (2-tailed)	.012	.000	.000		.000	.000	.001	.000	.000	.874	.002	.079	.087	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#19	Pearson Correlation	.610**	.557**	.675**	.813**	1	.735**	.447**	.561**	.561**	.189	.594**	.189	.359*	.791**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.001	.000	.000	.188	.000	.189	.011	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#20	Pearson Correlation	.393**	.483**	.485**	.821**	.735**	1	.358*	.454**	.681**	.133	.490**	.357*	.386**	.764**
	Sig. (2-tailed)	.005	.000	.000	.000	.000		.011	.001	.000	.357	.000	.011	.006	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#21	Pearson Correlation	.400**	.645**	.364**	.467**	.447**	.358*	1	.249	.452**	.221	.400**	.068	.444**	.583**
	Sig. (2-tailed)	.004	.000	.009	.001	.001	.011		.081	.001	.123	.004	.639	.001	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#22	Pearson Correlation	.166	.426**	.320*	.507**	.561**	.454**	.249	1	.183	.272	.226	.337*	.229	.543**
	Sig. (2-tailed)	.250	.002	.024	.000	.000	.001	.081		.204	.056	.115	.017	.110	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRF	Pearson Correlation	.469**	.513**	.524**	.509**	.561**	.681**	.452**	.183	1	.204	.711**	.270	.552**	.757**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.000	.000	.000	.000	.001	.204		.156	.000	.058	.000	.000

	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#24	Pearson Correlation	.053	.361*	-.050	.023	.189	.133	.221	.272	.204	1	.370**	.323*	.364**	.329*
	Sig. (2-tailed)	.714	.010	.731	.874	.188	.357	.123	.056	.156		.008	.022	.009	.020
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#25	Pearson Correlation	.577**	.527**	.501**	.421**	.594**	.490**	.400**	.226	.711**	.370**	1	.035	.656**	.748**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.002	.000	.000	.004	.115	.000	.008		.808	.000	.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#26	Pearson Correlation	.061	.115	-.034	.251	.189	.357*	.068	.337*	.270	.323*	.035	1	.253	.330*
	Sig. (2-tailed)	.673	.428	.813	.079	.189	.011	.639	.017	.058	.022	.808		.076	.019
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
PRFL#27	Pearson Correlation	.444**	.507**	.260	.245	.359*	.386**	.444**	.229	.552**	.364**	.656**	.253	1	.584**
	Sig. (2-tailed)	.001	.000	.068	.087	.011	.006	.001	.110	.000	.009	.000	.076		.000
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50
TOTAL	Pearson Correlation	.670**	.767**	.655**	.724**	.791**	.764**	.583**	.543**	.757**	.329*	.748**	.330*	.584**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.000	.020	.000	.019	.000	
	N	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50	50

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

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

B. Output SPSS Uji Reliabilitas

1. Output SPSS Uji Reliabilitas Kuesioner I (*Pilot Study*)

a. Dimensi *Performance*

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.652	.651	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3.8667	.62881	30
P2	3.6667	.66089	30
P3	4.1000	.75886	30
P4	4.3000	.70221	30

Inter-Item Correlation Matrix

	P1	P2	P3	P4
P1	1.000	.387	.246	.406
P2	.387	1.000	.000	.149
P3	.246	.000	1.000	.718
P4	.406	.149	.718	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted

P1	12.0667	2.409	.469	.274	.562
P2	12.2667	2.823	.207	.166	.722
P3	11.8333	2.144	.450	.528	.573
P4	11.6333	1.964	.641	.576	.425

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.9333	3.720	1.92861	4

b. Dimensi Features

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.820	.830	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3.8333	.74664	30
P2	4.0667	.73968	30
P3	3.6667	.80230	30
P4	3.8333	1.08543	30
P5	3.6333	1.03335	30
P6	3.6000	.93218	30
P7	3.4333	.89763	30
P8	4.1000	.71197	30
P9	4.1667	.87428	30
P10	3.7667	.72793	30

Inter-Item Correlation Matrix

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10
--	----	----	----	----	----	----	----	----	----	-----

P1	1.000	.333	.249	.305	.052	.248	.111	.357	.414	-.011
P2	.333	1.000	.445	.315	.123	.390	.319	.576	.409	.222
P3	.249	.445	1.000	.370	.180	.692	.638	.543	.279	.512
P4	.305	.315	.370	1.000	.374	.375	.112	.424	.212	.167
P5	.052	.123	.180	.374	1.000	.093	.363	.239	.032	-.072
P6	.248	.390	.692	.375	.093	1.000	.750	.426	.338	.468
P7	.111	.319	.638	.112	.363	.750	1.000	.254	.300	.424
P8	.357	.576	.543	.424	.239	.426	.254	1.000	.637	.446
P9	.414	.409	.279	.212	.032	.338	.300	.637	1.000	.334
P10	-.011	.222	.512	.167	-.072	.468	.424	.446	.334	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	34.2667	25.306	.352	.305	.818
P2	34.0333	24.033	.541	.417	.801
P3	34.4333	22.530	.700	.675	.784
P4	34.2667	22.547	.464	.546	.811
P5	34.4667	24.878	.248	.629	.835
P6	34.5000	21.776	.674	.784	.784
P7	34.6667	22.713	.583	.844	.795
P8	34.0000	23.241	.693	.751	.788
P9	33.9333	23.582	.490	.582	.805
P10	34.3333	24.920	.421	.479	.812

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
38.1000	28.507	5.33919	10

c. Dimensi Reliability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.613	.623	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3.9667	.71840	30
P2	4.0000	.64327	30
P3	4.1000	.60743	30
P4	3.9000	.71197	30

Inter-Item Correlation Matrix

	P1	P2	P3	P4
P1	1.000	.298	.008	.061
P2	.298	1.000	.353	.452
P3	.008	.353	1.000	.582
P4	.061	.452	.582	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	12.0000	2.483	.152	.101	.721
P2	11.9667	1.964	.535	.292	.437
P3	11.8667	2.189	.437	.353	.515
P4	12.0667	1.857	.505	.409	.451

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
15.9667	3.344	1.82857	4

d. Dimensi Conformance

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.860	.871	7

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	4.2000	.66436	30
P2	4.1667	.69893	30
P3	4.2333	.56832	30
P4	3.7333	.78492	30
P5	3.7667	.93526	30
P6	3.8333	.74664	30
P7	3.9333	.63968	30

Inter-Item Correlation Matrix

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7
P1	1.000	.891	.785	.370	.411	.556	.357
P2	.891	1.000	.767	.524	.378	.584	.334
P3	.785	.767	1.000	.376	.430	.501	.519
P4	.370	.524	.376	1.000	.382	.157	.169
P5	.411	.378	.430	.382	1.000	.584	.549
P6	.556	.584	.501	.157	.584	1.000	.698
P7	.357	.334	.519	.169	.549	.698	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	23.6667	10.506	.737	.838	.827
P2	23.7000	10.217	.764	.884	.822
P3	23.6333	10.999	.742	.729	.830
P4	24.1333	11.292	.419	.488	.871
P5	24.1000	9.748	.599	.505	.851
P6	24.0333	10.309	.678	.732	.833
P7	23.9333	11.237	.577	.639	.847

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
27.8667	14.120	3.75760	7

e. Dimensi Durability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.745	.748	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3.9667	.66868	30
P2	3.7000	.70221	30
P3	3.5667	.56832	30
P4	3.7000	.74971	30

Inter-Item Correlation Matrix

	P1	P2	P3	P4
P1	1.000	.419	.324	.530
P2	.419	1.000	.527	.347
P3	.324	.527	1.000	.413
P4	.530	.347	.413	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	10.9667	2.516	.552	.343	.678
P2	11.2333	2.461	.535	.347	.688
P3	11.3667	2.792	.536	.338	.693
P4	11.2333	2.323	.546	.346	.684

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
14.9333	4.133	2.03306	4

f. Dimensi Serviceability

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.918	.927	17

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3.5000	1.16708	30
P2	3.6333	.92786	30
P3	3.7000	.83666	30
P4	3.7667	.67891	30
P5	3.7000	.79438	30
P6	3.8667	.62881	30
P7	3.8333	.59209	30
P8	3.6333	.80872	30
P9	3.6333	.76489	30
P10	3.9667	.80872	30
P11	3.9000	.71197	30
P12	3.8333	.64772	30
P13	3.8000	.66436	30
P14	3.7000	.74971	30
P15	3.6000	.77013	30
P16	3.7333	.69149	30
P17	3.6667	.71116	30

Inter-Item Correlation Matrix

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11	P12	P13	P14	P15	P16	P17
P1	1.000	.462	.583	.326	.093	.235	.225	.311	.406	.128	-.228	-.160	.267	.256	.230	.043	.208
P2	.462	1.000	.786	.297	.126	.327	.387	.504	.436	.121	.099	.296	.716	.431	.463	.702	.488
P3	.583	.786	1.000	.358	.223	.315	.452	.443	.415	.138	-.052	.159	.695	.401	.450	.572	.522
P4	.326	.297	.358	1.000	.249	.652	.415	.530	.626	.362	.164	.379	.352	.603	.409	.157	.619
P5	.093	.126	.223	.249	1.000	.469	.037	.145	.096	.360	.006	.436	.144	.133	.248	.100	.244
P6	.235	.327	.315	.652	.469	1.000	.587	.646	.540	.533	.354	.452	.512	.644	.385	.391	.591
P7	.225	.387	.452	.415	.037	.587	1.000	.660	.698	.276	.532	.375	.789	.738	.681	.561	.682
P8	.311	.504	.443	.530	.145	.646	.660	1.000	.667	.297	.293	.406	.629	.836	.587	.497	.739
P9	.406	.436	.415	.626	.096	.540	.698	.667	1.000	.314	.374	.499	.597	.704	.738	.396	.718
P10	.128	.121	.138	.362	.360	.533	.276	.297	.314	1.000	.234	.252	.244	.495	.255	.230	.460
P11	-.228	.099	-.052	.164	.006	.354	.532	.293	.374	.234	1.000	.486	.394	.459	.428	.574	.545
P12	-.160	.296	.159	.379	.436	.452	.375	.406	.499	.252	.486	1.000	.561	.533	.553	.513	.549
P13	.267	.716	.695	.352	.144	.512	.789	.629	.597	.244	.394	.561	1.000	.706	.714	.781	.730
P14	.256	.431	.401	.603	.133	.644	.738	.836	.704	.495	.459	.533	.706	1.000	.681	.572	.841
P15	.230	.463	.450	.409	.248	.385	.681	.587	.738	.255	.428	.553	.714	.681	1.000	.570	.818
P16	.043	.702	.572	.157	.100	.391	.561	.497	.396	.230	.574	.513	.781	.572	.570	1.000	.654
P17	.208	.488	.522	.619	.244	.591	.682	.739	.718	.460	.545	.549	.730	.841	.818	.654	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	59.9667	67.344	.319		.927
P2	59.8333	64.626	.625		.913
P3	59.7667	65.702	.620		.913
P4	59.7000	67.666	.598		.914
P5	59.7667	70.530	.273		.923
P6	59.6000	67.214	.698		.912
P7	59.6333	67.275	.740		.911
P8	59.8333	64.351	.756		.909
P9	59.8333	64.833	.762		.909
P10	59.5000	68.603	.414		.919
P11	59.5667	69.771	.381		.919
P12	59.6333	68.516	.548		.915
P13	59.6667	65.540	.821		.908
P14	59.7667	64.254	.831		.907
P15	59.8667	64.878	.753		.909
P16	59.7333	66.823	.664		.912
P17	59.8000	64.372	.870		.907

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
63.4667	74.809	8.64923	17

g. Dimensi Aesthetics

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.896	.901	6

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3.8000	.66436	30
P2	3.7667	.77385	30
P3	3.8333	.59209	30
P4	3.7667	.72793	30
P5	4.1000	.60743	30
P6	3.9667	.61495	30

Inter-Item Correlation Matrix

	P1	P2	P3	P4	P5	P6
P1	1.000	.510	.614	.471	.564	.574
P2	.510	1.000	.665	.635	.271	.563
P3	.614	.665	1.000	.787	.623	.647
P4	.471	.635	.787	1.000	.600	.752
P5	.564	.271	.623	.600	1.000	.748
P6	.574	.563	.647	.752	.748	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	19.4333	7.702	.647	.500	.889
P2	19.4667	7.292	.631	.622	.895
P3	19.4000	7.490	.830	.749	.863
P4	19.4667	6.947	.796	.742	.865
P5	19.1333	7.913	.658	.704	.887
P6	19.2667	7.444	.807	.752	.866

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
23.2333	10.530	3.24498	6

h. Dimensi Perceived Quality

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	30	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	30	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.936	.938	11

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
P1	3.8667	.81931	30
P2	3.7667	.81720	30
P3	3.6333	.80872	30
P4	3.7000	.70221	30
P5	3.8667	.68145	30
P6	3.7000	.74971	30
P7	3.7667	.72793	30
P8	3.9667	.66868	30
P9	3.9000	.71197	30
P10	4.0667	.63968	30
P11	4.1000	.54772	30

Inter-Item Correlation Matrix

	P1	P2	P3	P4	P5	P6	P7	P8	P9	P10	P11
P1	1.000	.776	.704	.827	.523	.494	.640	.495	.449	.610	.645
P2	.776	1.000	.597	.775	.376	.388	.601	.490	.314	.493	.516
P3	.704	.597	1.000	.650	.659	.609	.553	.487	.533	.582	.631
P4	.827	.775	.650	1.000	.562	.609	.668	.639	.352	.583	.529
P5	.523	.376	.659	.562	1.000	.594	.700	.747	.682	.654	.499

P6	.494	.388	.609	.609	.594	1.000	.562	.667	.394	.475	.495
P7	.640	.601	.553	.668	.700	.562	1.000	.763	.419	.553	.493
P8	.495	.490	.487	.639	.747	.667	.763	1.000	.500	.570	.480
P9	.449	.314	.533	.352	.682	.394	.419	.500	1.000	.772	.646
P10	.610	.493	.582	.583	.654	.475	.553	.570	.772	1.000	.866
P11	.645	.516	.631	.529	.499	.495	.493	.480	.646	.866	1.000

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	38.4667	30.464	.792	.814	.927
P2	38.5667	31.426	.677	.724	.933
P3	38.7000	30.769	.766	.723	.929
P4	38.6333	31.482	.803	.838	.927
P5	38.4667	31.982	.759	.809	.929
P6	38.6333	32.102	.663	.612	.933
P7	38.5667	31.564	.759	.716	.929
P8	38.3667	32.240	.739	.767	.930
P9	38.4333	32.737	.620	.719	.935
P10	38.2667	32.271	.773	.877	.929
P11	38.2333	33.357	.734	.838	.931

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
42.3333	38.299	6.18861	11

2. Output SPSS Uji Reliabilitas Kuesioner II

a. Merk Kamera Mirrorless Fujifilm

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.924	.925	27

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PROFILE#1	2.5400	.99406	50
PROFILE#2	3.4400	1.09096	50
PROFILE#3	2.8600	.98995	50
PROFILE#4	3.0400	.83201	50
PROFILE#5	3.4200	.88271	50
PROFILE#6	3.1000	.95298	50
PROFILE#7	3.3800	.75295	50
PROFILE#8	3.0800	.92229	50
PROFILE#9	3.4800	.81416	50
PROFILE#10	3.0200	.74203	50
PROFILE#11	3.1000	.95298	50
PROFILE#12	3.2200	.95383	50
PROFILE#13	3.0200	.86873	50
PROFILE#14	2.3800	1.06694	50
PROFILE#15	2.7000	.83910	50
PROFILE#16	2.6400	1.06445	50
PROFILE#17	2.7600	1.11685	50
PROFILE#18	2.7000	.97416	50
PROFILE#19	2.7000	.86307	50
PROFILE#20	2.7400	1.04608	50
PROFILE#21	2.9800	.84491	50
PROFILE#22	3.0800	.96553	50
PROFILE#23	2.7400	.80331	50
PROFILE#24	3.2200	.86402	50
PROFILE#25	2.9600	.87970	50
PROFILE#26	3.5200	.99468	50
PROFILE#27	3.2000	.92582	50

b. Merk Kamera Mirrorless Nikon

Case Processing Summary

	N	%

Cases	Valid	50	100.0
	Excluded ^a	0	.0
	Total	50	100.0

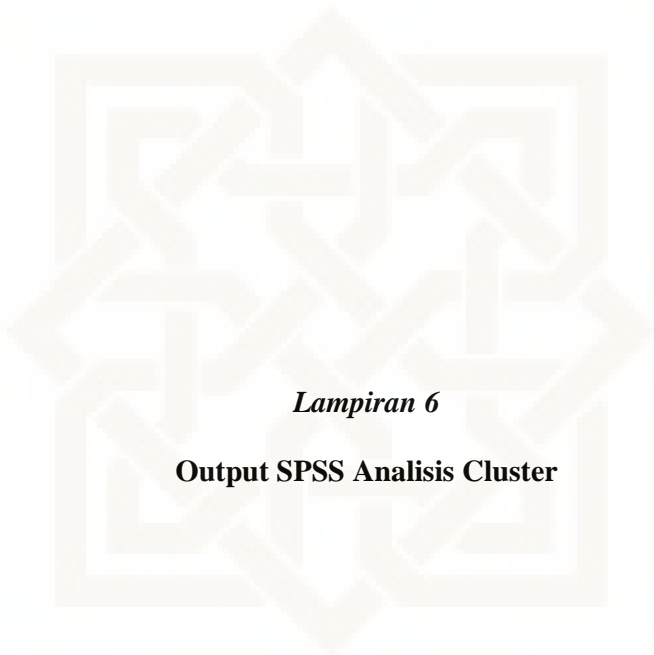
a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.933	.931	27

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
PROFILE#1	2.7200	.99057	50
PROFILE#2	3.6600	.98167	50
PROFILE#3	2.9600	1.12413	50
PROFILE#4	3.1000	.90914	50
PROFILE#5	3.4200	.90554	50
PROFILE#6	3.0800	.94415	50
PROFILE#7	3.4200	.83520	50
PROFILE#8	2.8800	1.11831	50
PROFILE#9	3.2200	.91003	50
PROFILE#10	2.9400	1.05772	50
PROFILE#11	3.2200	1.05540	50
PROFILE#12	3.5800	.97080	50
PROFILE#13	3.4600	1.03431	50
PROFILE#14	2.8600	1.16075	50
PROFILE#15	2.9800	.95810	50
PROFILE#16	2.8600	1.10675	50
PROFILE#17	3.0200	1.02000	50
PROFILE#18	2.9800	1.26958	50
PROFILE#19	2.9800	1.18649	50
PROFILE#20	3.0400	1.19455	50
PROFILE#21	3.3000	.97416	50
PROFILE#22	3.2000	.92582	50
PROFILE#23	2.8400	1.03726	50
PROFILE#24	3.3400	.93917	50
PROFILE#25	3.1000	1.07381	50
PROFILE#26	3.4800	.86284	50
PROFILE#27	3.4800	.88617	50



Lampiran 6

Output SPSS Analisis Cluster



Output SPSS Analysis Cluster

K-Means Cluster (3 Cluster)

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Performance1	6	3.70	4.30	4.0000	.20000
Performance2	6	3.20	3.80	3.5167	.23166
Performance3	6	3.90	4.60	4.3000	.26833
Performance4	6	4.20	4.60	4.3833	.18348
Feature1	6	3.30	4.10	3.7500	.33912
Feature2	6	3.60	4.40	4.1000	.30332
Feature3	6	3.50	3.90	3.6833	.13292
Feature4	6	3.00	4.40	3.7333	.52026
Feature5	6	2.70	4.20	3.5667	.67429
Feature6	6	2.80	3.80	3.4500	.33912
Feature7	6	2.80	4.10	3.5000	.48580
Feature8	6	3.40	4.20	4.0000	.30332
Feature9	6	3.80	4.40	4.0833	.21370
Feature10	6	3.20	4.30	3.8167	.39707
Reliability1	6	3.10	4.00	3.6667	.31411
Reliability2	6	3.60	4.40	3.9667	.28752
Reliability3	6	3.40	4.20	3.7833	.33714
Reliability4	6	3.60	4.00	3.7500	.16432
Conformance1	6	4.00	4.40	4.2000	.16733
Conformance2	6	4.00	4.50	4.3000	.17889
Conformance3	6	3.80	4.60	4.1833	.27142
Conformance4	6	3.20	4.40	3.8833	.51929
Conformance5	6	3.60	4.40	4.0000	.37947
Conformance6	6	3.80	4.60	4.1333	.28752
Conformance7	6	3.70	4.40	4.0000	.25298
Durability1	6	3.50	4.30	3.8500	.27386
Durability2	6	3.30	4.00	3.7000	.26077
Durability3	6	2.90	3.90	3.3000	.35214
Durability4	6	2.80	3.20	2.9833	.17224
Serviceability1	6	2.90	3.80	3.4167	.37639
Serviceability2	6	2.90	3.70	3.3833	.27869
Serviceability3	6	2.90	3.80	3.3333	.38297
Serviceability4	6	3.20	4.00	3.6500	.30822
Serviceability5	6	2.90	3.90	3.4667	.36148
Serviceability6	6	3.40	3.90	3.6167	.18348
Serviceability7	6	3.50	3.90	3.6667	.15055
Serviceability8	6	3.10	3.80	3.4333	.23381
Serviceability9	6	3.10	3.80	3.5667	.25033
Serviceability10	6	3.50	4.40	3.9667	.37238
Serviceability11	6	3.80	4.70	4.1167	.33714
Serviceability12	6	3.40	4.40	3.7333	.38816
Serviceability13	6	3.30	4.00	3.5833	.24014
Serviceability14	6	3.20	3.80	3.5000	.22804
Serviceability15	6	3.20	3.80	3.5000	.22804
Serviceability16	6	3.30	3.90	3.5500	.23452

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Serviceability17	6	3.30	3.90	3.5667	.20656
Aesthetic1	6	3.50	4.10	3.7833	.27869
Aesthetic2	6	3.00	4.00	3.6667	.42740
Aesthetic3	6	3.70	4.20	3.9333	.17512
Aesthetic4	6	3.30	4.00	3.6833	.27869
Aesthetic5	6	4.00	4.50	4.1500	.20736
Aesthetic6	6	3.80	4.30	3.9833	.18348
PQuality1	6	3.60	4.60	4.0833	.37103
PQuality2	6	3.40	4.30	3.8333	.30111
PQuality3	6	3.20	4.20	3.7500	.36194
PQuality4	6	3.50	4.30	3.9500	.32094
PQuality5	6	3.90	4.40	4.0833	.22286
PQuality6	6	3.60	4.00	3.7833	.14720
PQuality7	6	3.60	4.30	3.9000	.23664
PQuality8	6	3.80	4.30	4.1000	.20976
PQuality9	6	3.90	4.40	4.1500	.18708
PQuality10	6	3.80	4.40	4.1333	.21602
PQuality11	6	3.90	4.60	4.3333	.24221
Valid N (listwise)	6				

Initial Cluster Centers

	Cluster		
	1	2	3
Zscore(Performance1)	.00000	1.50000	.50000
Zscore(Performance2)	-1.36694	1.22305	-.93528
Zscore(Performance3)	.00000	1.11803	1.11803
Zscore(Performance4)	.09083	1.18084	1.18084
Zscore(Feature1)	-1.03209	.73721	.73721
Zscore(Feature2)	-1.64845	.65938	.98907
Zscore(Feature3)	.12539	.12539	1.63010
Zscore(Feature4)	.70478	.51257	-1.40956
Zscore(Feature5)	.79096	.93926	-1.28530
Zscore(Feature6)	.14744	.14744	.44233
Zscore(Feature7)	.82339	.20585	1.23508
Zscore(Feature8)	.32969	.65938	-1.97814
Zscore(Feature9)	.54594	.07799	1.48184
Zscore(Feature10)	-.29382	.46171	1.21724
Zscore(Reliability1)	1.06119	.74283	-1.80402
Zscore(Reliability2)	-.57967	.81154	1.50715
Zscore(Reliability3)	-1.13700	1.23587	-.54378
Zscore(Reliability4)	-.91287	1.52145	-.30429
Zscore(Conformance1)	-1.19523	.59761	.59761
Zscore(Conformance2)	-.55902	.55902	.55902
Zscore(Conformance3)	.42984	.06141	1.53516
Zscore(Conformance4)	.80237	.60980	.99494

Initial Cluster Centers

	Cluster		
	1	2	3
Zscore(Conformance5)	1.05409	.52705	1.05409
Zscore(Conformance6)	-.11593	.57967	1.62309
Zscore(Conformance7)	-.39528	.79057	1.58114
Zscore(Durability1)	-1.27802	.54772	1.64317
Zscore(Durability2)	-.76696	.76696	1.15045
Zscore(Durability3)	-1.13592	1.70389	.00000
Zscore(Durability4)	-1.06441	-.48382	.67735
Zscore(Serviceability1)	.22140	.48709	-1.37270
Zscore(Serviceability2)	.05980	1.13628	-1.73432
Zscore(Serviceability3)	-.08704	1.21854	-1.13150
Zscore(Serviceability4)	-1.45999	1.13555	1.13555
Zscore(Serviceability5)	.36886	1.19878	-1.56764
Zscore(Serviceability6)	-.63584	1.54418	-1.18084
Zscore(Serviceability7)	-1.10702	1.54983	-.44281
Zscore(Serviceability8)	-1.42566	1.56823	-.14257
Zscore(Serviceability9)	-1.86418	.93209	.53262
Zscore(Serviceability10)	.08951	1.16369	1.16369
Zscore(Serviceability11)	-.64265	.54378	1.73022
Zscore(Serviceability12)	-.60113	.68701	1.71751
Zscore(Serviceability13)	-1.17987	1.73511	.48583
Zscore(Serviceability14)	-1.31559	1.31559	.87706
Zscore(Serviceability15)	-1.31559	1.31559	.87706
Zscore(Serviceability16)	-1.06600	1.49241	.63960
Zscore(Serviceability17)	-1.29099	1.61374	.64550
Zscore(Aesthetic1)	-.65785	.77745	.77745
Zscore(Aesthetic2)	-1.55984	.77992	.77992
Zscore(Aesthetic3)	-1.33243	1.52277	.38069
Zscore(Aesthetic4)	-1.37550	1.13628	-.29902
Zscore(Aesthetic5)	-.72336	1.68785	.72336
Zscore(Aesthetic6)	-.45417	1.72585	-.45417
Zscore(PQuality1)	.04492	1.39250	.85347
Zscore(PQuality2)	-.11070	.55351	1.54983
Zscore(PQuality3)	-.13814	1.24330	.96701
Zscore(PQuality4)	.15579	1.09056	1.09056
Zscore(PQuality5)	-.82264	1.42092	.97221
Zscore(PQuality6)	-.56614	-.56614	.79259
Zscore(PQuality7)	.42258	.00000	1.69031
Zscore(PQuality8)	.00000	.95346	.95346
Zscore(PQuality9)	-.80178	.80178	1.33631
Zscore(PQuality10)	1.23443	.77152	-.15430
Zscore(PQuality11)	-.13762	.27524	1.10096

Iteration History^a

Iteration	Change in Cluster Centers
-----------	---------------------------

	1	2	3
1	5.804	.000	.000
2	.000	.000	.000

a. Convergence achieved due to no or small change in cluster centers. The maximum absolute coordinate change for any center is .000. The current iteration is 2. The minimum distance between initial centers is 10.643

Cluster Membership

Case Number	Merk_Kamera_Mirrorless	Cluster	Distance
1	Canon	1	4.839
2	Fujifilm	2	.000
3	Nikon	1	5.963
4	Olympus	3	.000
5	Samsung	1	5.472
6	Sony	1	5.804

Final Cluster Centers

	Cluster		
	1	2	3
Zscore(Performance1)	-.50000	1.50000	.50000
Zscore(Performance2)	-.07194	1.22305	-.93528
Zscore(Performance3)	-.55902	1.11803	1.11803
Zscore(Performance4)	-.59042	1.18084	1.18084
Zscore(Feature1)	-.36860	.73721	.73721
Zscore(Feature2)	-.41211	.65938	.98907
Zscore(Feature3)	-.43887	.12539	1.63010
Zscore(Feature4)	.22425	.51257	-1.40956
Zscore(Feature5)	.08651	.93926	-1.28530
Zscore(Feature6)	-.14744	.14744	.44233
Zscore(Feature7)	-.36023	.20585	1.23508
Zscore(Feature8)	.32969	.65938	-1.97814
Zscore(Feature9)	-.38996	.07799	1.48184
Zscore(Feature10)	-.41974	.46171	1.21724
Zscore(Reliability1)	.26530	.74283	-1.80402
Zscore(Reliability2)	-.57967	.81154	1.50715
Zscore(Reliability3)	-.17302	1.23587	-.54378
Zscore(Reliability4)	-.30429	1.52145	-.30429
Zscore(Conformance1)	-.29881	.59761	.59761
Zscore(Conformance2)	-.27951	.55902	.55902
Zscore(Conformance3)	-.39914	.06141	1.53516
Zscore(Conformance4)	-.40119	.60980	.99494
Zscore(Conformance5)	-.39528	.52705	1.05409
Zscore(Conformance6)	-.55069	.57967	1.62309
Zscore(Conformance7)	-.59293	.79057	1.58114
Zscore(Durability1)	-.54772	.54772	1.64317

Final Cluster Centers

	Cluster		
	1	2	3
Zscore(Durability2)	-.47935	.76696	1.15045
Zscore(Durability3)	-.42597	1.70389	.00000
Zscore(Durability4)	-.04838	-.48382	.67735
Zscore(Serviceability1)	.22140	.48709	-1.37270
Zscore(Serviceability2)	.14951	1.13628	-1.73432
Zscore(Serviceability3)	-.02176	1.21854	-1.13150
Zscore(Serviceability4)	-.56777	1.13555	1.13555
Zscore(Serviceability5)	.09221	1.19878	-1.56764
Zscore(Serviceability6)	-.09083	1.54418	-1.18084
Zscore(Serviceability7)	-.27675	1.54983	-.44281
Zscore(Serviceability8)	-.35642	1.56823	-.14257
Zscore(Serviceability9)	-.36618	.93209	.53262
Zscore(Serviceability10)	-.58184	1.16369	1.16369
Zscore(Serviceability11)	-.56850	.54378	1.73022
Zscore(Serviceability12)	-.60113	.68701	1.71751
Zscore(Serviceability13)	-.55523	1.73511	.48583
Zscore(Serviceability14)	-.54816	1.31559	.87706
Zscore(Serviceability15)	-.54816	1.31559	.87706
Zscore(Serviceability16)	-.53300	1.49241	.63960
Zscore(Serviceability17)	-.56481	1.61374	.64550
Zscore(Aesthetic1)	-.38873	.77745	.77745
Zscore(Aesthetic2)	-.38996	.77992	.77992
Zscore(Aesthetic3)	-.47587	1.52277	.38069
Zscore(Aesthetic4)	-.20931	1.13628	-.29902
Zscore(Aesthetic5)	-.60280	1.68785	.72336
Zscore(Aesthetic6)	-.31792	1.72585	-.45417
Zscore(PQuality1)	-.56149	1.39250	.85347
Zscore(PQuality2)	-.52583	.55351	1.54983
Zscore(PQuality3)	-.55258	1.24330	.96701
Zscore(PQuality4)	-.54528	1.09056	1.09056
Zscore(PQuality5)	-.59828	1.42092	.97221
Zscore(PQuality6)	-.05661	-.56614	.79259
Zscore(PQuality7)	-.42258	.00000	1.69031
Zscore(PQuality8)	-.47673	.95346	.95346
Zscore(PQuality9)	-.53452	.80178	1.33631
Zscore(PQuality10)	-.15430	.77152	-.15430
Zscore(PQuality11)	-.34405	.27524	1.10096

Distances between Final Cluster Centers

Cluster	1	2	3
1		11.041	11.763
2	11.041		10.643
3	11.763	10.643	

ANOVA

	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	Df		
Zscore(Performance1)	1.750	2	.500	3	3.500	.164
Zscore(Performance2)	1.196	2	.870	3	1.375	.377
Zscore(Performance3)	1.875	2	.417	3	4.500	.125
Zscore(Performance4)	2.092	2	.272	3	7.682	.066
Zscore(Feature1)	.815	2	1.123	3	.726	.553
Zscore(Feature2)	1.046	2	.969	3	1.079	.443
Zscore(Feature3)	1.722	2	.519	3	3.318	.174
Zscore(Feature4)	1.225	2	.850	3	1.442	.364
Zscore(Feature5)	1.282	2	.812	3	1.579	.340
Zscore(Feature6)	.152	2	1.565	3	.097	.910
Zscore(Feature7)	1.043	2	.971	3	1.075	.445
Zscore(Feature8)	2.391	2	.072	3	33.000	.009
Zscore(Feature9)	1.405	2	.730	3	1.925	.290
Zscore(Feature10)	1.200	2	.867	3	1.384	.375
Zscore(Reliability1)	2.044	2	.304	3	6.722	.078
Zscore(Reliability2)	2.137	2	.242	3	8.833	.055
Zscore(Reliability3)	.971	2	1.019	3	.953	.478
Zscore(Reliability4)	1.389	2	.741	3	1.875	.296
Zscore(Conformance1)	.536	2	1.310	3	.409	.696
Zscore(Conformance2)	.469	2	1.354	3	.346	.732
Zscore(Conformance3)	1.499	2	.667	3	2.246	.253
Zscore(Conformance4)	1.003	2	.998	3	1.005	.463
Zscore(Conformance5)	1.007	2	.995	3	1.012	.462
Zscore(Conformance6)	2.092	2	.272	3	7.685	.066
Zscore(Conformance7)	2.266	2	.156	3	14.500	.029
Zscore(Durability1)	2.100	2	.267	3	7.875	.064
Zscore(Durability2)	1.415	2	.723	3	1.958	.286
Zscore(Durability3)	1.815	2	.457	3	3.971	.144
Zscore(Durability4)	.351	2	1.433	3	.245	.797
Zscore(Serviceability1)	1.159	2	.894	3	1.296	.393
Zscore(Serviceability2)	2.194	2	.204	3	10.763	.043
Zscore(Serviceability3)	1.384	2	.744	3	1.859	.298
Zscore(Serviceability4)	1.934	2	.377	3	5.128	.108
Zscore(Serviceability5)	1.964	2	.357	3	5.500	.099
Zscore(Serviceability6)	1.906	2	.396	3	4.812	.116
Zscore(Serviceability7)	1.452	2	.699	3	2.079	.271
Zscore(Serviceability8)	1.494	2	.671	3	2.227	.255
Zscore(Serviceability9)	.844	2	1.104	3	.765	.539
Zscore(Serviceability10)	2.031	2	.312	3	6.500	.081
Zscore(Serviceability11)	2.291	2	.139	3	16.447	.024
Zscore(Serviceability12)	2.434	2	.044	3	55.000	.004
Zscore(Serviceability13)	2.240	2	.173	3	12.917	.034
Zscore(Serviceability14)	1.851	2	.433	3	4.278	.132
Zscore(Serviceability15)	1.851	2	.433	3	4.278	.132
Zscore(Serviceability16)	1.886	2	.409	3	4.611	.122
Zscore(Serviceability17)	2.148	2	.234	3	9.167	.053
Zscore(Aesthetic1)	.907	2	1.062	3	.854	.509
Zscore(Aesthetic2)	.912	2	1.058	3	.862	.506

ANOVA

	Cluster		Error		F	Sig.
	Mean Square	df	Mean Square	Df		
Zscore(Aesthetic3)	1.685	2	.543	3	3.100	.186
Zscore(Aesthetic4)	.778	2	1.148	3	.678	.572
Zscore(Aesthetic5)	2.413	2	.058	3	41.500	.007
Zscore(Aesthetic6)	1.795	2	.470	3	3.816	.150
Zscore(PQuality1)	1.964	2	.357	3	5.500	.099
Zscore(PQuality2)	1.907	2	.395	3	4.826	.115
Zscore(PQuality3)	1.851	2	.433	3	4.279	.132
Zscore(PQuality4)	1.784	2	.477	3	3.737	.153
Zscore(PQuality5)	2.198	2	.201	3	10.917	.042
Zscore(PQuality6)	.481	2	1.346	3	.357	.726
Zscore(PQuality7)	1.786	2	.476	3	3.750	.153
Zscore(PQuality8)	1.364	2	.758	3	1.800	.306
Zscore(PQuality9)	1.786	2	.476	3	3.750	.153
Zscore(PQuality10)	.357	2	1.429	3	.250	.794
Zscore(PQuality11)	.881	2	1.080	3	.816	.521

The F tests should be used only for descriptive purposes because the clusters have been chosen to maximize the differences among cases in different clusters. The observed significance levels are not corrected for this and thus cannot be interpreted as tests of the hypothesis that the cluster means are equal.

**Number of Cases in each
Cluster**

Cluster	1	4.000
	2	1.000
	3	1.000
Valid		6.000
Missing		.000

	Mean	Stdev	1	2	3	Perhitungan Penafsiran			Poin Penafsiran		
Zscore(Performance1)	4	0,2	-0,5	1,5	0,5	-1,8	6,2	2,2	1	3	2
Zscore(Performance2)	3,5167	0,23166	-0,07194	1,22305	-0,93528	-0,02133	4,53276	-3,05744	2	3	1
Zscore(Performance3)	4,3	0,26833	-0,55902	1,11803	1,11803	-2,13546	5,075859	5,075859	1	3	3
Zscore(Performance4)	4,3833	0,18348	-0,59042	1,18084	1,18084	-2,40451	5,359456	5,359456	1	3	3
Zscore(Feature1)	3,75	0,33912	-0,3686	0,73721	0,73721	-1,04313	3,103658	3,103658	1	3	3
Zscore(Feature2)	4,1	0,30332	-0,41211	0,65938	0,98907	-1,38633	3,006778	4,358507	1	2	3
Zscore(Feature3)	3,6833	0,13292	-0,43887	0,12539	1,6301	-1,48357	0,594769	6,137067	1	2	3
Zscore(Feature4)	3,7333	0,52026	0,22425	0,51257	-1,40956	1,357453	2,433838	-4,74205	2	3	1
Zscore(Feature5)	3,5667	0,67429	0,08651	0,93926	-1,2853	0,982845	4,024349	-3,90999	3	2	1
Zscore(Feature6)	3,45	0,33912	-0,14744	0,14744	0,44233	-0,16955	0,847788	1,865159	1	2	3
Zscore(Feature7)	3,5	0,4858	-0,36023	0,20585	1,23508	-0,77501	1,206275	4,80858	1	2	3
Zscore(Feature8)	4	0,30332	0,32969	0,65938	-1,97814	1,62208	2,94084	-7,60924	2	3	1
Zscore(Feature9)	4,0833	0,2137	-0,38996	0,07799	1,48184	-1,37862	0,532157	6,264497	1	2	3
Zscore(Feature10)	3,8167	0,39707	-0,41974	0,46171	1,21724	-1,20495	2,159279	5,04291	1	2	3
Zscore(Reliability1)	3,6667	0,31411	0,2653	0,74283	-1,80402	1,286886	3,037845	-6,30069	2	3	1
Zscore(Reliability2)	3,9667	0,28752	-0,57967	0,81154	1,50715	-2,01186	3,506656	6,265932	1	2	3
Zscore(Reliability3)	3,7833	0,33714	-0,17302	1,23587	-0,54378	-0,31745	5,012807	-1,72014	2	1	3
Zscore(Reliability4)	3,75	0,16432	-0,30429	1,52145	-0,30429	-0,97677	5,869758	-0,97677	3	1	3
Zscore(Conformance1)	4,2	0,16733	-0,29881	0,59761	0,59761	-1,08767	2,677292	2,677292	3	1	1
Zscore(Conformance2)	4,3	0,17889	-0,27951	0,55902	0,55902	-1,023	2,582676	2,582676	1	3	3
Zscore(Conformance3)	4,1833	0,27142	-0,39914	0,06141	1,53516	-1,3983	0,528316	6,693455	1	2	3
Zscore(Conformance4)	3,8833	0,51929	-0,40119	0,6098	0,99494	-1,03865	2,887326	4,382941	1	2	3
Zscore(Conformance5)	4	0,37947	-0,39528	0,52705	1,05409	-1,20165	2,48767	4,59583	1	2	3
Zscore(Conformance6)	4,1333	0,28752	-0,55069	0,57967	1,62309	-1,98865	2,68347	6,996238	1	2	3

PENKATEGORIAN CLUSTER

Zscore(Conformance7)	4	0,25298	-0,59293	0,79057	1,58114	-2,11874	3,41526	6,57754	1	2	3
Zscore(Durability1)	3,85	0,27386	-0,54772	0,54772	1,64317	-1,83486	2,382582	6,600065	1	2	3
Zscore(Durability2)	3,7	0,26077	-0,47935	0,76696	1,15045	-1,51283	3,098522	4,517435	1	2	3
Zscore(Durability3)	3,3	0,35214	-0,42597	1,70389	0	-1,05356	5,974977	0,35214	1	3	2
Zscore(Durability4)	2,9833	0,17224	-0,04838	-0,48382	0,67735	0,027908	-1,27114	2,192978	2	1	3
Zscore(Serviceability1)	3,4167	0,37639	0,2214	0,48709	-1,3727	1,132847	2,04063	-4,31371	2	3	1
Zscore(Serviceability2)	3,3833	0,27869	0,14951	1,13628	-1,73432	0,784527	4,123066	-5,58903	2	3	1
Zscore(Serviceability3)	3,3333	0,38297	-0,02176	1,21854	-1,1315	0,310437	4,444729	-3,38866	2	3	1
Zscore(Serviceability4)	3,65	0,30822	-0,56777	1,13555	1,13555	-1,76414	4,452978	4,452978	1	3	3
Zscore(Serviceability5)	3,4667	0,36148	0,09221	1,19878	-1,56764	0,681144	4,517291	-5,07306	2	3	1
Zscore(Serviceability6)	3,6167	0,18348	-0,09083	1,54418	-1,18084	-0,14502	5,768316	-4,08726	2	3	1
Zscore(Serviceability7)	3,6667	0,15055	-0,27675	1,54983	-0,44281	-0,86421	5,833312	-1,4731	2	3	1
Zscore(Serviceability8)	3,4333	0,23381	-0,35642	1,56823	-0,14257	-0,98989	5,618014	-0,25568	1	3	2
Zscore(Serviceability9)	3,5667	0,25033	-0,36618	0,93209	0,53262	-1,05572	3,574815	2,150026	1	3	2
Zscore(Serviceability10)	3,9667	0,37238	-0,58184	1,16369	1,16369	-1,9356	4,988389	4,988389	1	3	3
Zscore(Serviceability11)	4,1167	0,33714	-0,5685	0,54378	1,73022	-2,0032	2,575719	7,459937	1	2	3
Zscore(Serviceability12)	3,7333	0,38816	-0,60113	0,68701	1,71751	-1,85604	2,952974	6,80014	1	2	3
Zscore(Serviceability13)	3,5833	0,24014	-0,55523	1,73511	0,48583	-1,74942	6,45756	1,981015	1	3	2
Zscore(Serviceability14)	3,5	0,22804	-0,54816	1,31559	0,87706	-1,69052	4,832605	3,29775	1	3	2
Zscore(Serviceability15)	3,5	0,22804	-0,54816	1,31559	0,87706	-1,69052	4,832605	3,29775	1	3	2
Zscore(Serviceability16)	3,55	0,23452	-0,533	1,49241	0,6396	-1,65763	5,532576	2,5051	1	3	2
Zscore(Serviceability17)	3,5667	0,20656	-0,56481	1,61374	0,6455	-1,80795	5,962286	2,508865	1	3	2
Zscore(Aesthetic1)	3,7833	0,27869	-0,38873	0,77745	0,77745	-1,19199	3,220017	3,220017	1	3	3
Zscore(Aesthetic2)	3,6667	0,4274	-0,38996	0,77992	0,77992	-1,00247	3,287133	3,287133	1	3	3
Zscore(Aesthetic3)	3,9333	0,17512	-0,47587	1,52277	0,38069	-1,69662	6,164631	1,672488	1	3	2

PENGKATEGORIAN CLUSTER

Zscore(Aesthetic4)	3,6833	0,27869	-0,20931	1,13628	-0,29902	-0,49226	4,46395	-0,82269	2	3	1
Zscore(Aesthetic5)	4,15	0,20736	-0,6028	1,68785	0,72336	-2,29426	7,211938	3,209304	1	3	2
Zscore(Aesthetic6)	3,9833	0,18348	-0,31792	1,72585	-0,45417	-1,08289	7,058058	-1,62562	2	3	1
Zscore(PQuality1)	4,0833	0,37103	-0,56149	1,3925	0,85347	-1,9217	6,057025	3,856004	1	3	2
Zscore(PQuality2)	3,8333	0,30111	-0,52583	0,55351	1,54983	-1,71455	2,42288	6,242073	1	2	3
Zscore(PQuality3)	3,75	0,36194	-0,55258	1,2433	0,96701	-1,71024	5,024315	3,988228	1	3	2
Zscore(PQuality4)	3,95	0,32094	-0,54528	1,09056	1,09056	-1,83292	4,628652	4,628652	1	3	3
Zscore(PQuality5)	4,0833	0,22286	-0,59828	1,42092	0,97221	-2,2201	6,024903	4,192685	1	3	2
Zscore(PQuality6)	3,7833	0,1472	-0,05661	-0,56614	0,79259	-0,06697	-1,99468	3,145806	2	1	3
Zscore(PQuality7)	3,9	0,23664	-0,42258	0	1,69031	-1,41142	0,23664	6,828849	1	2	3
Zscore(PQuality8)	4,1	0,20976	-0,47673	0,95346	0,95346	-1,74483	4,118946	4,118946	1	3	3
Zscore(PQuality9)	4,15	0,18708	-0,53452	0,80178	1,33631	-2,03118	3,514467	5,732767	1	2	3
Zscore(PQuality10)	4,1333	0,21602	-0,1543	0,77152	-0,1543	-0,42175	3,404944	-0,42175	1	3	1
Zscore(PQuality11)	4,3333	0,24221	-0,34405	0,27524	1,10096	-1,24866	1,434907	5,013	1	2	3
Rata-rata posisi penafsiran									1,333333	2,507937	2,301587
									K. Rendah	K. Tinggi	K. Sedang

RIWAYAT HIDUP

Nama Lengkap : Dewinda Prameta Suci

Nomor Induk Mahasiswa : 11660020

Jurusan : Teknik Industri

Fakultas : Sains dan Teknologi

Alamat Asal : Kemadulor RT 01 RW 01 Kutoarjo, Purworejo.

Alamat di Yogyakarta : Jl. Bimokurdo CT XI/64 K Sapen, Yogyakarta.

Nomor Handphone : 085725844004

Email : dewinda.prameta@gmail.com



Yogyakarta, Januari 2017

Dewinda Prameta Suci
NIM. 11660020