

## DAFTAR PUSTAKA

- Angipora, Marius. 2002. **“Dasar-Dasar Manajemen Pemasaran”**. Edisi kedua, Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Arianto, E. 2010. **“Pengaruh Kualitas Produk, Kualitas Pelayanan dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Dalam Menggunakan Air PDAM Tirtanadi di Kecamatan Sunggal Desa Medan Krio”**. Skripsi
- Assael, H. 1995 . **“Consumer Behavior and Marketing Action”**. 5 th edition. South Western College Publishing, New Jersey.
- Cannon, Joseph p. william D. perreault dan Jerome McCarthy. 2008. Alih Bahasa: Diana Angelica dan Ria Cahyani. **“Pemasaran Dasar dan Pendekatan Manajerial Global”**. Buku 2. Edisi 16. Jakarta: Salemba Empat.
- David, L. Loudon dan Albert J. Della Bitta. 1993. **“Consumer Behavior Concept and Application”**. Fourth Edition. Mc. Graw-Hill Book Company. New york.
- Dharmmesta, Basu Swasta. 1992. **“Riset Tentang Minat dan Perilaku Konsumen: Sebuah Catatan dan Tantangan Bagi Peneliti yang Menagacu Pada Theory Of Reasoned Action”**. Jurnal Ekonomi dan Bisnis Indonesia. Fakultas Ekonomi Universitas Gajah Mada. Vol. VII. No. 1. Hal 39-53.
- Fishbein, M & Ajzen, I. 1975. **“Belief, Attitude, Intention, and Behavior : An Introduction To Theory and Research, Reading, Mass.** Addison-Wesley.
- Ibiyanto, H. 2008. **“Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen dalam Membeli Sepeda Motor Merek Yamaha Mio (Studi Kasus di PT. Alfa Scorpii Medan)”**. Thesis
- Kotler, P. 1996. **“Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian”**. Jakarta: PT Prenhallindo.
- Kotler, P. 2000. **“Manajemen Pemasaran di Indonesia : Analisis, Perencanaan, Implementasi dan pengendalian”**. Jakarta: Salemba Empat.
- .Alih Bahasa: Benyamin Molan. 2005. **“Manajemen Pemasaran”**. Edisi Kesebelas. Jilid 1. PT. Intan Sejatei Klaten. Jakarta.
- , 2008, **“Dasar-Dasar Pemasaran”**, Edisi Milenium, Cetakan keempat, Jarakta: Salemba Empat.
- Kotler, P dan Gary Amstrong, 2008, **“Prinsip-Prinsip Pemasaran”**, Jilid 1, edisi Keduabelas. Erlangga. Jakarta

- Kotler, P & L, Kevin, 2008, "***Manajemen Pemasaran***". Jakarta. Erlangga
- Lestari, S. 2008. "***Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Sepeda Motor Yamaha Mio di Kota Surakarta***". Thesis
- Mc Charty dan Perreefault, 2003, "***Dasar-Dasar Pemasaran***". Alih bahasa Agus Dharma. Jakarta : Erlangga.
- Mowen, Jhon C dan Michael Minor. 2002. "***Perilaku Konsumen***". Jilid 1. Edisis Kelima. Erlangga: Jakarta.
- Nugroho, Setiadi J, 2010. "***Perilaku Konsumen: Perspektif Kontemporer Pada Motif, Tujuan, dan Keinginan Konsumen***". Edisi Revisi, cetakan ke-4, Jakarta: Kencana
- Prastiawan, I. 2009. "***Pengaruh Persepsi Kualitas produk kartu prabayar XL terhadap loyalitas konsumen pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area***". Skripsi.
- Purwati, Heri Setiawan dan Rohmawati. Pengaruh Harga terhadap Keputusan Pembelian Motor Beat (Studi Kasus Pada PT. Nusantara Solar Sakti). ***Jurnal Ekonomi Dan Informasi Akuntansi (Jenius)***. Vol. 2 No 3. September 2012.
- Schiffman, Leong and Leslie Lazar Kanuk. 2008. "***Perilaku Konsumen***". Cetakan keempat, Jakarta: PT Indeks.
- Sentiya, Y. 2010. "***Pengaruh Kualitas Produk Dan Citra Merek Terhadap Keputusan Pembelian Handphone Nokia Pada Mahasiswa-Mahasiswi Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area***". Skripsi
- Simamora, Bilson. 2001. "***Remarketing For Business Recovery***". Cetakan Pertama. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sugiyono. 2011, "***Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D***", Bandung : Alfabeta.
- Sukmadinata, Nana Syaodih. (2009). "***Metode penelitian pendidikan***". Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sutojo, Siswanto. 2009. "***Manajemen Pemasaran***". Jakarta: Damar Mulia Pustaka.
- Swastha, Basu dan Irawan. 2005. "***Manajemen Pemasaran Modern***". Yogyakarta: Liberty.

Swastha, Basu. 2010. “*Manajemen Penjualan*”. Yogyakarta. Penerbit BPFPE

Tjiptono, Fandy. 2008. “*Strategi Pemasaran*”. Edisi 3. Yogyakarta: Andi.

Wijanto Setya Hari. 2008. “*Structural Equation Modelling dengan Lisrel 8.8. Konsep dan Tutorial*”. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Graha Ilmu. Yogyakarta.

Wright, Sewall S, 1921, Correlation of causation, Journal of Agricultural Research 20, 557–85.

Eisen and Schuchert-Giller//Explaining Conterfeit Purchase. 2007

<http://journal.usm.ac.id/jurnal/qman/543/detail/> 6 oktober 2014

<http://learningfromlives.com/2012/08/05/ada-apa-kok-banyak-komplain-mengenai-yamaha-soul-gt/> diakses pada tanggal 13 Oktober 2014

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/37222/1/Appendix.pdf> 5 oktober 2014

## LAMPIRAN 1

### KUESIONER

Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area

No.Responden: .....

Dengan hormat,

Saya Dinda Aprianti Nasution NPM 11 832 0185 mahasiswa Fakultas Ekonomi Jurusan Manajemen Universitas Medan Area dalam rangka menyelesaikan program S1 Manajemen Universitas Medan Area melakukan penelitian mengenai “Pengaruh Kualitas Produk, Harga dan Promosi Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Mio Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Medan Area”. Maka saya mohon kesediaan dari Saudara/i untuk mengisi kuesioner penelitian ini.

Penelitian ini diharapkan memberikan hasil yang bermanfaat, oleh karena itu dimohon kesediaan Saudara/i untuk mengisi atau menjawab kuesioner ini dengan sejujur-jujurnya dan sebenar-benarnya. Jawaban yang anda berikan akan dijamin kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan penelitian ilmiah.

Atas kerjasama yang baik dan kesungguhan Saudara/i dalam mengisi kuesioner, saya ucapkan terima kasih.

#### A. Petunjuk pengisian angket:

1. Berikanlah jawaban singkat pada bagian pertanyaan identitas responden yang membutuhkan jawaban tertulis saudara/i
2. Berikanlah tanda checklist (√) pada kolom yang saudara/i anggap Setuju dengan jawaban pada saudara/i. Adapun makna tanda tersebut adalah.
  - a. SS : Sangat setuju : skor 5
  - b. S : Setuju : skor 4
  - c. KS : Kurang setuju : skor 3
  - d. TS : Tidak setuju : skor 2
  - e. STS : Sangat tidak setuju : skor 1

## B. Identitas Responden

Nama :  
Jenis kelamin :  
Umur :  
Fakultas /jurusan :  
NPM :

### Kualitas produk (X1)

No	Pernyataan	Opsi				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Sepeda motor mio nyaman dan mudah saat berkendara					
2.	Desain sepeda motor mio sesuai dengan keinginan dan kebutuhan anda					
3.	Sepeda motor mio mempunyai layanan purnajual yang baik					
4.	Sepeda motor mio dibuat dari bahan baku yang bagus					

### Harga (X2)

No	Pernyataan	Opsi				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Harga sepeda motor mio sesuai dengan kemampuan atau daya beli masyarakat					
2.	Sepeda motor mio sering melakukan potongan harga (diskon) atau cash back pada setiap pembelian.					
3.	Sepeda motor mio memberikan kemudahan dalam pembelian secara kredit					

### Promosi (X3)

No	Pernyataan	Opsi				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya mengetahui sepeda motor mio dari media elektronik					
2.	Seringnya penayangan iklan sepeda motor mio di TV, sehingga menarik minat saya untuk membeli					

Sikap (Y1)

No	Pernyataan	Opsi				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Saya merasa puas dengan sepeda motor mio					
2.	Saya tertarik dengan sepeda motor mio					
3.	Sepeda motor mio sangat bermanfaat bagi saya					

Keputusan Pembelian (Y2)

No	Pernyataan	Opsi				
		SS	S	KS	TS	STS
1.	Membeli sepeda motor mio merupakan kebutuhan saya					
2.	Saya membeli sepeda motor mio setelah membandingkan dengan motor merek lain					
3.	Saya akan melakukan pembelian ulang					
4.	Saya akan merekomendasikan sepeda motor mio kepada orang lain					

Komentar dan Saran:

---



---



---



---



---



---

\*\*\*\*\*TERIMAKASIH ATAS PARTISIPASI SAUDARA/I \*\*\*\*\*

## LAMPIRAN 2

### VARIABEL KEPUTUSAN PEMBELIAN (Y2)

NO	Keputusan Pembelian ( Y2 )				
	P1	P2	P3	P4	JUMLAH
1	3	3	3	3	12
2	4	3	5	4	16
3	3	3	3	3	12
4	4	4	4	4	16
5	2	1	3	3	9
6	3	3	3	3	12
7	4	4	4	4	16
8	4	4	4	4	16
9	2	3	2	2	9
10	3	3	3	3	12
11	3	3	3	3	12
12	4	4	3	3	14
13	4	4	3	1	12
14	4	4	3	3	14
15	4	4	3	4	15
16	4	4	4	4	16
17	4	4	4	4	16
18	4	3	2	2	11
19	4	5	4	4	17
20	4	4	4	4	16
21	4	5	5	5	19
22	5	5	3	3	16
23	5	4	4	5	18
24	3	4	4	4	15
25	4	4	3	4	15
26	4	2	2	2	10
27	4	4	3	4	15
28	5	4	3	4	16
29	5	4	4	4	17
30	4	3	4	3	14
31	5	5	4	4	18

32	4	4	3	5	16
33	4	4	3	4	15
34	5	5	3	3	16
35	5	4	4	4	17
36	5	3	4	3	15
37	3	3	3	3	12
38	4	4	3	3	14
39	5	4	2	2	13
40	4	4	4	4	16
41	5	5	3	3	16
42	4	3	4	5	16
43	3	4	4	3	14
44	4	5	5	5	19
45	4	4	3	4	15
46	4	4	4	4	16
47	5	5	4	4	18
48	5	3	4	4	16
49	4	4	3	4	15

**VARIABEL SIKAP (Y1)**

NO	Sikap ( Y1)			JUMLAH
	P5	P6	P7	
1	4	4	4	12
2	4	4	4	12
3	3	3	3	9
4	3	4	4	11
5	2	3	2	7
6	4	3	3	10
7	4	3	4	11
8	3	3	3	9
9	2	2	2	6
10	3	3	3	9
11	4	3	3	10
12	4	4	4	12
13	4	4	4	12



14	4	4	4	12
15	4	4	4	12
16	4	4	4	12
17	4	4	4	12
18	3	3	4	10
19	4	5	4	13
20	4	4	4	12
21	5	5	5	15
22	4	4	5	13
23	5	4	4	13
24	5	5	4	14
25	5	5	5	15
26	4	4	4	12
27	5	4	4	13
28	4	4	5	13
29	5	5	5	15
30	4	3	4	11
31	5	4	5	14
32	5	5	5	15
33	5	5	5	15
34	5	5	5	15
35	5	5	5	15
36	3	4	4	11
37	3	3	3	9
38	4	4	4	12
39	4	4	4	12
40	5	4	4	13
41	4	4	4	12
42	5	4	4	13
43	4	4	4	12
44	5	5	5	15
45	4	3	4	11
46	4	4	4	12
47	4	4	5	13
48	5	5	5	15
49	5	5	4	14

**VARIABEL KUALITAS PRODUK (X1)**

NO	Kualitas Produk (X1)				
	P8	P10	P13	P16	JUMLAH
1	4	5	4	4	17
2	4	5	4	4	17
3	4	4	4	4	16
4	3	3	3	3	12
5	3	3	4	4	14
6	4	4	4	3	15
7	4	3	4	4	15
8	4	3	4	3	14
9	3	4	4	3	14
10	4	3	4	3	14
11	4	4	4	4	16
12	5	5	4	4	18
13	5	4	4	4	17
14	4	4	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	4	4	4	4	16
17	4	4	4	4	16
18	4	3	4	3	14
19	4	4	4	4	16
20	4	4	4	4	16
21	5	4	4	4	17
22	4	4	4	4	16
23	5	5	4	5	19
24	4	4	3	4	15
25	5	5	3	3	16
26	5	5	4	5	19
27	5	4	4	5	18
28	5	5	4	4	18
29	4	3	3	4	14
30	4	3	4	3	14
31	5	5	5	4	19

32	5	4	4	5	18
33	5	3	3	3	14
34	5	3	5	5	18
35	5	5	5	5	20
36	3	4	4	3	14
37	4	3	4	1	12
38	4	4	4	3	15
39	4	5	3	5	17
40	4	4	4	3	15
41	4	2	5	4	15
42	4	4	5	4	17
43	4	5	4	3	16
44	5	5	4	5	19
45	4	4	4	4	16
46	5	5	4	4	18
47	4	5	4	4	17
48	5	5	5	5	20
49	4	4	4	3	15

**VARIABEL HARGA (X2)**

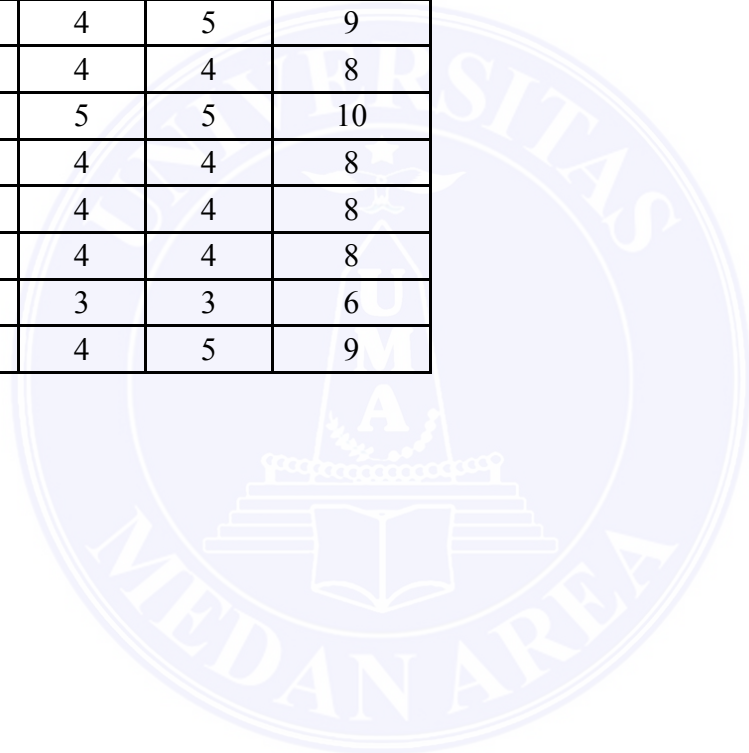
NO	Harga ( X2)			JUMLAH
	P17	P18	P20	
1	4	5	4	13
2	5	5	5	15
3	4	4	3	11
4	4	4	5	13
5	4	4	5	13
6	4	4	4	12
7	4	4	4	12
8	4	4	4	12
9	3	2	4	9
10	4	4	4	12
11	4	4	4	12
12	4	4	4	12
13	5	3	5	13
14	4	4	4	12

15	5	4	4	13
16	4	4	4	12
17	4	3	4	11
18	4	4	4	12
19	4	4	4	12
20	4	4	4	12
21	5	5	5	15
22	4	3	5	12
23	5	4	4	13
24	5	4	5	14
25	4	4	4	12
26	4	4	5	13
27	5	5	4	14
28	5	4	4	13
29	4	4	3	11
30	5	3	4	12
31	4	5	5	14
32	5	5	5	15
33	5	3	3	11
34	5	5	5	15
35	4	4	5	13
36	3	3	4	10
37	4	5	3	12
38	5	5	5	15
39	4	2	3	9
40	4	4	5	13
41	4	3	4	11
42	3	4	5	12
43	5	4	4	13
44	5	4	4	13
45	4	3	4	11
46	4	3	4	11
47	4	4	4	12
48	5	4	5	14
49	4	4	4	12

**VARIABEL PROMOSI (X3)**

NO	Promosi ( X3)		
	P22	P23	JUMLAH
1	5	4	9
2	4	4	8
3	5	4	9
4	5	4	9
5	5	2	7
6	4	4	8
7	4	4	8
8	4	4	8
9	4	2	6
10	4	4	8
11	4	4	8
12	4	4	8
13	5	4	9
14	4	4	8
15	3	3	6
16	4	4	8
17	4	4	8
18	5	5	10
19	5	4	9
20	4	4	8
21	3	4	7
22	4	5	9
23	5	5	10
24	4	3	7
25	2	2	4
26	4	2	6
27	4	4	8
28	4	5	9
29	4	3	7
30	4	4	8

31	4	5	9
32	5	5	10
33	4	4	8
34	5	5	10
35	5	5	10
36	4	4	8
37	5	5	10
38	5	5	10
39	3	2	5
40	3	3	6
41	3	2	5
42	4	5	9
43	4	4	8
44	5	5	10
45	4	4	8
46	4	4	8
47	4	4	8
48	3	3	6
49	4	5	9



**LAMPIRAN 3**  
**Hasil pengolahan data SPSS**

**1. Frekuensi Jawaban Responden**

a. Keputusan Pembelian

**VAR00001**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	4.1	4.1	4.1
3	8	16.3	16.3	20.4
Valid 4	27	55.1	55.1	75.5
5	12	24.5	24.5	100.0
Total	49	100.0	100.0	

**VAR00002**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
1	1	2.0	2.0	2.0
2	1	2.0	2.0	4.1
Valid 3	13	26.5	26.5	30.6
4	26	53.1	53.1	83.7
5	8	16.3	16.3	100.0
Total	49	100.0	100.0	

**VAR00003**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	4	8.2	8.2	8.2
3	22	44.9	44.9	53.1
Valid 4	20	40.8	40.8	93.9
5	3	6.1	6.1	100.0
Total	49	100.0	100.0	

**VAR00004**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	2.0	2.0	2.0
2	4	8.2	8.2	10.2
3	16	32.7	32.7	42.9
4	23	46.9	46.9	89.8
5	5	10.2	10.2	100.0
Total	49	100.0	100.0	

## b. Sikap Konsumen

**VAR00005**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	4.1	4.1	4.1
3	7	14.3	14.3	18.4
4	24	49.0	49.0	67.3
5	16	32.7	32.7	100.0
Total	49	100.0	100.0	

**VAR00006**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	2.0	2.0	2.0
3	11	22.4	22.4	24.5
4	25	51.0	51.0	75.5
5	12	24.5	24.5	100.0
Total	49	100.0	100.0	



**VAR00007**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	2	4.1	4.1	4.1
3	6	12.2	12.2	16.3
Valid 4	28	57.1	57.1	73.5
5	13	26.5	26.5	100.0
Total	49	100.0	100.0	

## c. Kualitas Produk

**VAR00008**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	4	8.2	8.2	8.2
Valid 4	29	59.2	59.2	67.3
5	16	32.7	32.7	100.0
Total	49	100.0	100.0	

**VAR00009**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
3	7	14.3	14.3	14.3
Valid 4	17	34.7	34.7	49.0
5	25	51.0	51.0	100.0
Total	49	100.0	100.0	

**VAR00010**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	2.0	2.0	2.0
3	11	22.4	22.4	24.5
Valid 4	22	44.9	44.9	69.4
5	15	30.6	30.6	100.0
Total	49	100.0	100.0	

**VAR00011**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	2	4.1	4.1	4.1
4	34	69.4	69.4	73.5
5	13	26.5	26.5	100.0
Total	49	100.0	100.0	

d. Harga

**VAR00012**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 3	3	6.1	6.1	6.1
4	30	61.2	61.2	67.3
5	16	32.7	32.7	100.0
Total	49	100.0	100.0	

**VAR00013**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	2	4.1	4.1	4.1
3	9	18.4	18.4	22.4
4	29	59.2	59.2	81.6
5	9	18.4	18.4	100.0
Total	49	100.0	100.0	

**VAR00014**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	1	2.0	2.0	2.0
3	6	12.2	12.2	14.3
4	25	51.0	51.0	65.3
5	17	34.7	34.7	100.0
Total	49	100.0	100.0	

e. Promosi

**VAR00015**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	1	2.0	2.0	2.0
3	6	12.2	12.2	14.3
Valid 4	28	57.1	57.1	71.4
5	14	28.6	28.6	100.0
Total	49	100.0	100.0	

**VAR00016**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
2	6	12.2	12.2	12.2
3	5	10.2	10.2	22.4
Valid 4	25	51.0	51.0	73.5
5	13	26.5	26.5	100.0
Total	49	100.0	100.0	

2. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Kepuasan Pelanggan

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P1	9.79	5.412	.686	.822
P2	10.00	5.538	.792	.783
P3	10.43	4.571	.674	.855
P4	9.64	6.401	.778	.814

b. Sikap

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.900	3

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P5	7.29	1.912	.781	.885
P6	7.29	2.220	.748	.901
P7	7.00	2.154	.899	.786

c. Kualitas Produk

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.817	4

**Item-Total Statistics**

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P8	11.36	2.401	.594	.789
P9	11.79	1.874	.752	.713
P10	11.50	2.577	.656	.774
P11	12.07	2.225	.595	.793

d. Harga

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	N of Items
.884	3

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P12	7.86	2.440	.870	.784
P13	7.93	1.610	.857	.792
P14	7.64	2.555	.683	.912

e. Promosi

### Reliability Statistics

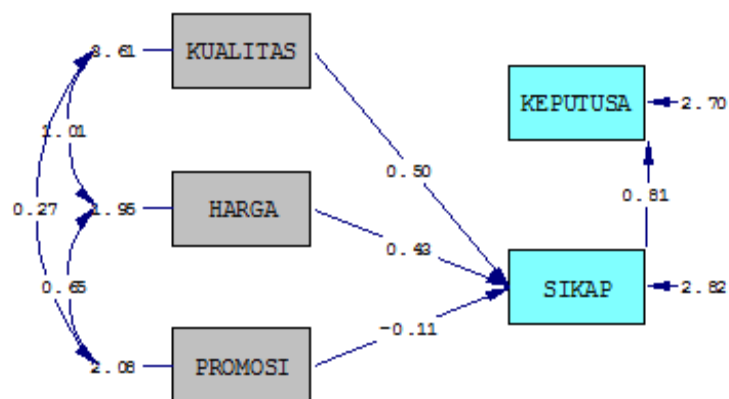
Cronbach's Alpha	N of Items
.880	2

### Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
P2	3.50	.885	.793	.
P3	3.71	.681	.793	.

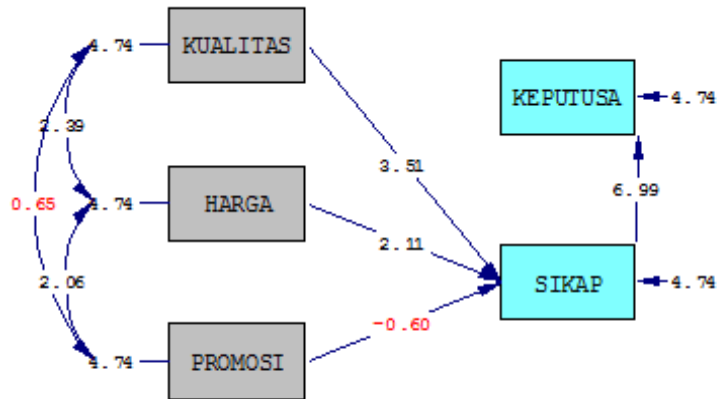
### 3. Uji Regresi Dengan Metode Path Analysis

a. persamaan Regresi



Chi-Square=2.19, df=3, P-value=0.53409, RMSEA=0.000

b. Uji T



Chi-Square=2.19, df=3, P-value=0.53409, RMSEA=0.000

c. Hasil Uji *Goodness of Fit*

Statistik GOF	Keabsahan (cut of value)	Goodness of Fit Model	Keterangan
IFI	IFI > 0,90	IFI 1,01	Baik ( <i>good fit</i> )
RFI	RFI > 0,90	RFI ≥ 0,90	Baik ( <i>good fit</i> )
CN	CN > 200	CN 244,08	Baik ( <i>good fit</i> )
RMR	Standardized RMR < 0,05	Standardized RMR 0,034	Baik ( <i>good fit</i> )
GFI	GFI > 0,90	GFI 0,98	Baik ( <i>good fit</i> )
AGFI	AGFI > 0,90	AGFI 0,91	Baik ( <i>good fit</i> )