

**Pengaruh sikap Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu  
Merek Converse**

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya  
kampus Indralaya)**



Disusun oleh :

**DHANI FAJRIANSYAH**

**01071001080**

**MANAJEMEN**

*Diajukan Sebagai Satu Syarat Untuk Meraih*

*Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

2014

S  
381.340 7  
Dha  
P  
2014.

R: 27732/2014

**Pengaruh sikap Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu  
Merek Converse**

**(Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya  
kampus Indralaya)**



Disusun oleh :

**DHANI FAJRIANSYAH**

**01071001080**

**MANAJEMEN**

*Diajukan Sebagai Satu Syarat Untuk Meraih*

*Gelar Sarjana Ekonomi*

**KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN**

**UNIVERSITAS SRIWIJAYA**

**FAKULTAS EKONOMI**

**2014**

## SURAT PERNYATAAN INTEGRITAS KARYA ILMIAH

Yang Bertanda Tangan di bawah ini :

Nama Mahasiswa : Dhani Fajriansyah  
NIM : 01071001080  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian : Manajemen Pemasaran  
Fakultas : Ekonomi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul :  
Analisis Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen sepatu merek  
Converse.

Pembimbing :

Ketua : Dra. Suhartini Karim, MBA  
Anggota : Welly Nailis, SE.MM.  
Tanggal Ujian :

Adalah benar hasil karya saya sendiri. Dalam Skripsi ini tidak ada kutipan hasil karya orang lain yang tidak disebutkan sumbernya.  
Demikianlah pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya, dan apabila pernyataan saya ini tidak benar dikemudian hari, saya bersedia dicabut predikat kelulusan dan gelar kesarjanaannya.

PALEMBANG,.....

TANDA TANGAN DIATAS MATERAI 6000



Dhani Fajriansyah

01071001080

**MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

**“JANGAN PERNAH MERENDAHKAN ORANG LAIN  
APALAGI DIRI KITA SENDIRI”**

**“YANG BISA MENOLONG KITA ADALAH DIRI KITA  
SENDIRI”**

**“NO SACRIFICE NO VICTORY”**

**“GREAT POWER COMES GREAT RESPONSIBILITY”**

**KUPERSEMBAHKAN INI KEPADA :**

**“KEDUA ORANG TUAKU”**

**“ADIK-ADIKKU”**

**“NORA TRI OCTARIDA”**

**“ALMAMATERKU”**

**“DIRIKU SENDIRI”**

## LEMBAR PERSETUJUAN KOMPREHENSIF

### Analisis Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Merek Converse

Disusun Oleh :

Nama : Dhani Fajriansyah  
NIM : 01071001080  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

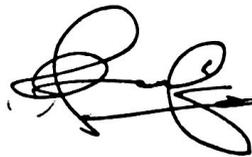
Di setujui untuk digunakan dalam ujian komprehensif

Dosen Pembimbing

TANGGAL PERSETUJUAN

Tanggal :

Ketua :



Dra. Suhartini Karim, MM.  
NIP 195210201981032002

Tanggal :

Anggota :



Welly Nailis, SE.MM.  
NIP 197407102008011011

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

### Analisis Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Merek Converse

Disusun oleh :

Nama Mahasiswa : Dhani Fajriansyah  
NIM : 01071001080  
Fakultas : Ekonomi  
Jurusan : Manajemen  
Bidang Kajian/Konsentrasi : Manajemen Pemasaran

Telah diuji dalam ujian komprehensif pada tanggal 23 Juni 2014 dan telah memenuhi syarat untuk diterima.

Panitia Ujian Komprehensif  
Palembang, 23 Juni 2014

KETUA

ANGGOTA

ANGGOTA



Dra. Hj. Suhartini Karim, MM  
NIP 195210201981032002



Welly Nailis, SE. MM.  
NIP 197407102008011011



Afriyadi Chayadi, S.E.M.M.  
NIP 198104022008011013

Mengetahui,  
Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.  
NIP 195707141984031005

## ABSTRAK

### ANALISIS PENGARUH SIKAP TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SEPATU MEREK CONVERSE

Oleh :

Dhani Fajriansyah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian produk sepatu merek Converse dengan cara menganalisis hasil jawaban 50 orang responden yang didapat melalui kuesioner yang telah dibagikan sebelumnya. Teknik analisis data menggunakan teknik analisis regresi berganda (uji f dan uji t), serta uji validitas dan reliabilitas. Kemudian dicari pemetaan persepsi melalui analisis koresponden dengan menggunakan program SPSS ver 17.0 dan didapatkan bahwa ketiga variable (komponen kognitif, komponen afektif, dan komponen konatif) berpengaruh terhadap keputusan pembelian produk sepatu merek Converse. Dan dari ketiga variable tersebut, komponen kognitif merupakan variabel paling dominan, dilihat dengan perbandingan nilai t hitung dan t tabel. Adapun untuk meningkatkan penjualan sepatu merek Converse, penulis menyarankan agar produsen lebih memperhatikan bentuk fisik dari produk seperti kualiitas dan desain serta harga yang tepat bagi konsumen.

Keywords : *Kognitif, Afektif, Konatif, Keputusan Pembelian*

Dosen Pembimbing :



Dra. Hj. Suhartini Karim, MM.

NIP 195210201981032002



Welly Nailis, SE. MM.

NIP 197407102008011011

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, MBA

NIP 195707141984031005

## ABSTRACT

### ANALYSIS OF ATTITUDE AFFECTING CONSUMERS PURCHASE DECISION OF CONVERSE SHOE BRAND

By :

Dhani Fajriansyah; Thesis supervisor : Dra. Suhartini Karim, MM. and Welly Nailis, SE. MM.

This study aims to determine the factors that influence consumers in making the decision to buy shoes from Converse brand by analyzing the result of 50 people of respondents that have been distributed before. The type of analysis techniques using multiple regression analyzing techniques (test f and t), as well as validity and reliability test. And then looking for mapping perceptions through correspondent analysis using SPSS Ver. 17.0. Based on the analysis it was found that three variables (cognitive, affective, conative) influence on purchase decisions Converse shoe brand. And from these three variable, the cognitive has the most dominant factor, seen by comparing the t values and t table. As for increasing the sales of the product, the author suggest that Converse shoe brand pay more attention to the physic of the product, like quality and design and also the right price for consumers.

Keywords : *Cognitive, Affective, Conative, Purchase Decision*

Dosen Pembimbing :



Dra. Hj. Suhartini Karim, MM

Welly Nailis, SE. MM.

NIP 195210201981032002

NIP 197407102008011011

Mengetahui,

Ketua Jurusan Manajemen



Dr. Zakaria Wahab, M.B.A.

NIP 195707141984031005

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan penelitian dan skripsi yang berjudul “Analisis Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Merek Converse. Skripsi ini adalah untuk memenuhi salah satu syarat kelulusan dalam meraih derajat sarjana Fakultas Ekonomi Program Strata Satu (S-1) Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya.

Skripsi ini membahas mengenai bagaimana hubungan dan pengaruh antara sikap dan keputusan pembelian konsumen. Selama penelitian dan penyusunan skripsi ini, penulis tidak luput dari berbagai kendala. Kendala tersebut dapat diatasi berkat bantuan, bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Prof. Dr. Badia Perizade, MBA. Rektor Universitas Sriwijaya
2. H. Taufiq, SE. MBA. Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
3. Drs. Zakaria Wahab, MBA. Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
4. Dra. Suhartini Karim, MM. selaku pembimbing I skripsi saya serta bapak Welly Nailis, SE.MM. selaku pembimbing II skripsi dan sekretaris jurusan Manajemen. Dukungan ibu dan bapak dosen sangat berarti hingga selesainya skripsi ini.
5. Dosen-dosen yang pernah mengajar saya dan seluruh staf tata usaha Universitas Sriwijaya yang pernah dan rela untuk membantu.
6. Nora Tri Octarida, seorang teman, sahabat dan calon pendamping hidup yang telah memberikan dukungan pada saya sampai sejauh dan hingga saat ini.

7. Teman seperjuangan, boy, khalik, aang, feiruz, beni dan joni.
8. Teman-teman seangkatan dan seluruh teman yang sudah membantu perjuangan saya

Inderalaya 12 Juni  
2014

Dhani Fajriansyah

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT.....	iii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR TABEL.....	v
DAFTAR GAMBAR.....	.vi
DAFTAR LAMPIRAN.....	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1.Latar Belakang Masalah.....	1
1.2.Perumusan Masalah.....	5
1.3.Tujuan Penelitian.....	5
1.4.Manfaat Penelitan.....	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Landasan Teori.....	7
2.1.1. Pengertian Produk.....	7
2.1.2. Keputusan pembelian.....	8
2.1.2.1. Pengertian Keputusan Pembelian.....	8
2.1.2.2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian.....	9
2.1.2.3. Motivasi Dalam Pembelian.....	14
2.1.2.4. Model Keputusan Pembelian.....	14
2.1.3. Sikap.....	18
2.1.3.1. Pengertian Sikap.....	18
2.1.3.2. Karakteristik Sikap.....	19
2.1.3.3. Fungsi Sikap.....	20
2.1.3.4. Model Struktur Sikap.....	22
2.1.3.5. Pembentukan Sikap.....	26
2.2. Kerangka pemikiran.....	26
2.2. Penelitian Terdahulu.....	27

<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	<b>30</b>
3.1 Ruang Lingkup Penelitan.....	30
3.2 Rancangan Penelitian.....	30
3.3 Jenis dan Sumber Data.....	31
3.3.1. Sumber Data.....	32
3.3.2. Metode Pengumpulan Data.....	32
3.4. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel.....	33
3.5. Variabel penelitian.....	35
3.5.1. Identifikasi Variabel.....	35
3.5.2. Batasan Variabel.....	35
3.5.3. Pengukuran Variabel.....	37
3.6. Instrumen Penelitian.....	37
3.7. Teknik Analisis Data.....	38
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>40</b>
4.1 . Hasil Penelitian.....	40
4.2 . Pembahasan Hasil Penelitian.....	44
4.3 . Pengujian Instrumen.....	53
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....</b>	<b>63</b>
5.1 . Kesimpulan.....	63
5.2 . Saran.....	63

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 3.1. ....	37
Distribusi Skor Berdasarkan Skala Likert	
Tabel 4.1. ....	45
Jenis Kelamin Mahasiswa Responden Penelitian Konsumen Sepatu Merek Converse	
Tabel 4.2. ....	45
Usia Responden Penelitian Sepatu Merek Converse	
Tabel 4.3. ....	46
Pengeluaran Per Bulan Responden Penelitian Sepatu Merek Converse	
Tabel 4.4. ....	47
Sumber Informasi yang Diperoleh Responden Penelitian Sepatu Merek Converse	
Tabel 4.5. ....	48
Distribusi Jawaban Dari Berbagai Item Komponen Kognitif (X1) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	
Tabel 4.6. ....	50
Distribusi Jawaban Dari Berbagai Item Komponen Afektif (X2) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	
Tabel 4.7. ....	51
Distribusi Jawaban Dari Berbagai Item Komponen Konatif (X3) Terhadap Keputusan Pembelian (Y)	
Tabel 4.8. ....	52
Distribusi Jawaban Dari Berbagai Item Keputusan Pembelian (Y)	

Tabel 4.9. ....	54
Uji Validitas Butir Kuesioner	
Tabel 4.10. ....	55
Hasil Uji Reliabilitas	
Tabel 4.11. ....	56
Analisis Korelasi dan Regresi Linear Berganda	
Tabel 4.12. ....	58
Hasil Analisis Uji F (ANOVA)	
Tabel 4.13. ....	60
Hasil Analisis Uji t	

## DAFTAR GAMBAR

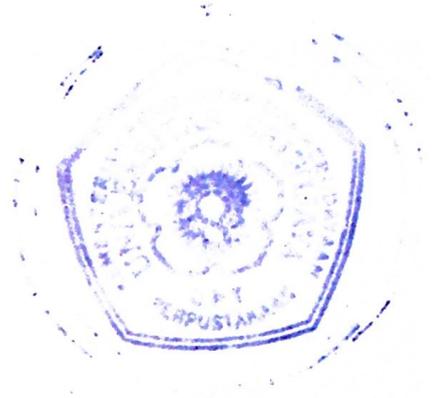
Gambar 2.1.....	15
lima langkah keputusan pembelian menurut Kotler	
gambar2.2 .....	17
model Keputusan Pembelian Schiffman dan Kanuk	
Gambar 2.3.....	25
Versi Sederhana Mengenai Teori Tindakan Beralasan	
Gambar 2.4.....	26
Kerangka Konseptual Penelitian	
Gambar 4.1.....	41
Converse All-Star	
Gambar 4.2.....	43
Contoh salah satu sepatu Converse tipe Jack Purcell	

## RIWAYAT HIDUP

Nama : Dhani Fajriansyah  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat/Tanggal Lahir : Palembang 23 Mei 1989  
Agama : Islam  
Status : Belum Menikah  
Alamat : Griya Sejahtera Blok E No 7 KM 15 Sukajadi Banyuasin  
Alamat Email : dhan\_pedrosa@yahoo.com

### Pendidikan Formal :

Sekolah Dasar : SD Negeri 16 Palembang  
SLTP : SLTP Negeri 26 Palembang  
SMU : SMU Negeri 6 Palembang



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang Masalah**

Indonesia merupakan negara yang mempunyai jumlah penduduk yang cukup besar, dengan jumlah penduduk yang cukup besar tersebut Indonesia menjadi daerah pemasaran produk barang dan jasa yang cukup potensial bagi perusahaan – perusahaan. Berbagai perusahaan mencoba memasarkan berbagai jenis produk barang dan jasa yang diciptakannya, mulai dari makanan, minuman, kesehatan maupun produk untuk berkomunikasi.

Dunia industri di Indonesia juga telah berkembang dengan pesat, hal ini menyebabkan kondisi persaingan dunia bisnis dewasa ini semakin hari bertambah ketat. Setiap perusahaan dituntut berupaya menciptakan keunggulan kompetitif yang berkesinambungan dalam menghadapi semakin banyak munculnya pemain baru (pesaing) yang bergerak dalam industri yang sama. Semakin banyaknya industri yang bermunculan sebagai akibat dari adanya tingkat kebutuhan manusia yang semakin meningkat dan bervariasi, sebagai dampak dari banyak bermunculannya industri yang ada maka bidang pemasaran sangat berpengaruh dan merupakan satu elemen penting untuk menghadapi persaingan.

Perubahan zaman juga membuat terjadinya pergeseran nilai-nilai di dalam dunia bisnis. Saat ini konsumen lebih memiliki kekuasaan yang menentukan di dalam dunia bisnis, sehingga konsumen lebih bebas memilih produk yang akan dikonsumsinya dan pada siapa mereka membeli produk tersebut. Produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Produk terdiri atas barang barang, jasa, pengalaman, events, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi dan ide. Jadi produk itu bukan hanya berbentuk sesuatu yang berwujud saja, seperti makanan, pakaian, dan sebagainya, akan tetapi juga sesuatu yang tidak berwujud seperti pelayanan jasa. Semua diperuntukkan bagi pemuasan kebutuhan dan keinginan (need and wants) dari konsumen. Konsumen tidak hanya membeli produk sekedar memuaskan kebutuhan (need), akan tetapi juga bertujuan memuaskan keinginan (wants).

Menurut Prof. Dr. H. Buchari. Alma (dalam buku Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa). Apabila seseorang membutuhkan suatu produk, maka terbayang lebih dahulu ialah manfaat produk, setelah itu baru mempertimbangkan faktor-faktor lain di luar manfaat. Faktor-faktor itulah yang membuat konsumen mengambil keputusan membeli atau tidak. Suatu tantangan paling besar dihadapi oleh setiap perusahaan adalah masalah pengembangan produk. Pengembangan produk dapat dilakukan oleh personalia dalam perusahaan dengan cara mengembangkan produk yang sudah ada dan dapat pula menyewa para peneliti guna menciptakan produk baru dengan model-model yang sesuai. Perusahaan yang tidak mengadakan atau tidak mampu menciptakan produk baru akan

menghadapi resiko seperti penurunan volume penjualan, karena munculnya pesaing yang lebih kreatif, adanya perubahan selera konsumen, dan munculnya teknologi baru dalam proses produksi.

Dengan bertambah maraknya dunia fashion di Indonesia akibat semakin banyaknya mode-mode fashion, maka dapat melengkapi masyarakat Indonesia dalam hal memilih perlengkapan yang sesuai dengan pakaian yang akan dipakainya. Sepatu merupakan kebutuhan yang sangat penting bagi manusia, jenis sepatu yang senantiasa mengikuti akan keinginan konsumen lebih diminati. Oleh sebab itu, hal ini mendorong pertumbuhan industri-industri sepatu untuk dapat memenuhi keinginan konsumennya, sehingga banyak bermunculan produsen-produsen baru dan industri yang mendorong tingkat persaingan. Dengan adanya persaingan tersebut, maka dapat memberikan manfaat yang positif pada masyarakat Indonesia yaitu dengan tersedianya berbagai macam pilihan merek, ukuran, bentuk dan harga sehingga memberikan banyak alternatif dalam menentukan suatu pilihan. Hal tersebut akhirnya membuat para calon pembeli menghadapi kesulitan saat akan memilih produk mana yang akan dibeli.

Perusahaan yang saling bersaing mempengaruhi konsumen dengan setiap promosinya membuat konsumen bertambah bingung dalam memilih produk mana yang tepat bagi mereka. Konsumen yang dihadapkan dengan berbagai macam pilihan ini kemudian menentukan produk yang tepat bagi mereka berdasarkan

kebutuhan dan keinginan mereka. Seperti yang dikatakan oleh Abraham Maslow bahwa kebutuhan tersebut dibagi menjadi beberapa bagian, yaitu :

- Kebutuhan fisiologis atau kebutuhan dasar
- Kebutuhan akan rasa aman
- Kebutuhan untuk dicintai dan disayangi
- Kebutuhan untuk dihargai
- Kebutuhan untuk aktualisasi diri

Dari berbagai macam kebutuhan tersebut konsumen akan memilih produk yang dibelinya mulai dari kebutuhan yang paling mendasar hingga kebutuhan yang paling atas. Misalnya membeli bahan makanan untuk kebutuhan sehari-hari atau membeli sepatu dengan bentuk, gaya, warna, merek, dan harga yang menimbulkan/mengangkat prestise. Oleh karena itu, penulis tertarik untuk meneliti mengenai apakah adanya keterkaitan antara variabel sikap dan variabel pengambilan keputusan pembelian, sehingga penelitian ini diberi judul Analisis Pengaruh Sikap Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Sepatu Merek Converse (Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya Kampus Indralaya).

## **1.2. Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah penelitian ini adalah :

1. Adakah pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse?
2. Komponen sikap manakah yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse?

## **1.3. Tujuan penelitian**

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai adalah :

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh sikap terhadap keputusan pembelian sepatu merek Converse
2. Untuk mengetahui komponen atau variabel sikap yang paling berpengaruh terhadap keputusan pembelian dalam membeli sepatu merek Converse.

## **1.4. Manfaat penelitian**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi pihak-pihak yang berkepentingan dan memberikan manfaat seperti :

**1. Manfaat teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk mengetahui sejauh mana suatu sikap dapat mempengaruhi keputusan seseorang dalam memilih produk yang akan dibeli.

**2. Manfaat praktis**

Penelitian ini diharapkan menjadi bahan acuan bagi pihak terkait dalam mengambil keputusan bagi kepentingan mereka.

**3. Bagi pihak luar dan peneliti mendatang**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan pustaka dan kajian bagi penelitian-penelitian mendatang serta menjadi referensi bagi pihak luar.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsami. 2008. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Cetakan Kesembilan. Rineka Cipta. Jakarta
- Hasan, Iqbal. 2006. *Pokok- Pokok Materi StatistikII :Statistik Inferensial*. Bumi Aksara. Jakarta
- Kotler, Philip dan AB. Susanto.2007. *Manajemen Pemasaran Indonesia*. Buku II. Salemba Empat. Jakarta
- Kotler, Philip. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jilid I. Bumi Aksara. Jakarta
- Lamb, Charles. W. et.al. 2001. *Pemasaran*. Buku I Edisi Pertama. Salemba Empat. Jakarta
- Riduwan dan Rusyana. 2011. *Cara Mudah Belajar SPSS 17.0 dan Aplikasi Statistik Penelitian*. Penerbit Alfabeta. Bandung
- Natalisa, Diah. 2007. *Riset Pemasaran Konsep Dan Aplikasi Dalam penelitian*. Penerbit UNSRI, Palembang
- Pitoyo, Joko. 2009. *Analisis Sikap Konsumen Terhadap Layanan SPBU Pasti Pas Di Kota Palembang*. Fakultas Ekonomi Universitas Sriwijaya
- Sanusi, Anwar. 2007. *Metodologi Penelitian Praktis Untuk Ilmu Sosial dan Ekonomi*. Edisi Pertama. Cetakan Pertama. Buntaran Media. Malang
- Schiffman dan Kanuk, alih bahasa Mariantio Samosir. 2002. *Perilaku Konsumen*. Penerbit Indeks Media Jakarta
- Sekaran, Uma. *Research Method For Business*. Jilid II. Penerbit Salemba Empat, Jakarta
- Simamora, Bilson. 2002. *Panduan Riset Perilaku Konsumen*. PT Gramedia Pustaka Utama. Jakarta
- Sugiyono. 2004. *Metode Penelitian Bisnis*. Cetakan Pertama. CV. Alpha Beta. Bandung

Supranto, J. 2007. *Metode Peramalan Kuantitatif Untuk Perencanaan Ekonomi dan Bisnis*. Rineka Cipta. Jakarta

Apridianto, Rexy. 2014. Sejarah sepatu Converse. Diakses pada tanggal 11 juni 2014. [rexy-apridianto.blogspot.com/2011/10/sejarah-converse-jack-purcell.html](http://rexy-apridianto.blogspot.com/2011/10/sejarah-converse-jack-purcell.html).

Azwar. 2007. Tiga Komponen Sikap. Diakses pada 10 juni 2014. [repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/19289/4/Chapter%20II.pdf](http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/19289/4/Chapter%20II.pdf).

Hypebeast.com. 2014. Tipe dan identifikasi sepatu Converse. Diakses pada tanggal 11 juni. <http://hypebeast.com/2008/2/converse-jack-purcell-rally-ii>.

Merdeka.com . 2014. Diakses pada tanggal 15 juni 2014. <http://profil.merdeka.com/mancanegara/c/converse/>

Rumus Hitung. 2014. Cara menghitung nilai t, penggunaan tabel t dan cara menggunakannya. Diakses pada tanggal 11 juni 2014. <http://rumushitung.com/2013/01/23/tabel-t-dan-cara-menggunakannya/>

Universitas Jambi. 2014. Diakses pada tanggal 11 juni 2014. [Cara Lebih Praktis Menghitung Nilai r Tabel \(Metode Excel\) | Junaidi FE-UNJA](#)

Tawi, Mirzal. 2014. Penggunaan tabel r. Diakses pada tanggal 11 juni 2014 <http://syehaceh.wordpress.com/2010/07/31/tabel-r-yang-digunakan-pada-uji-instrumen/>

Kolom Biografi Blogspot. 2014. Marquis Mills Converse. Diakses pada tanggal 11 juni 2014. <http://kolom-biografi.blogspot.com/2014/01/biografi-marquis-mills-converse-pembuat.html>.