

DAFTAR PUSTAKA

- Alma, Buchari. 2007. *Manajemen Pemasaran dan Pemasaran Jasa*. Bandung: Alfabeta.
- Amirullah, dan Hanafi. 2008. *Pengantar Manajemen*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Azwar, Saifudin. 2010. *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Chaplin, J. 2008. *Kamus Psikologi Lengkap*. Jakarta: PT Raja Grafindo.
- Ghozali, Imam. 2007. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Churchill, G. Ed. 2010. *Basic Marketing Research*. South-Western: Cengage Learning.
- Grewal, D. dan Levy M. 2010. *Marketing. Second edition*. New York: Mc-Graw Hill
- Hasan, A. 2008. *Marketing*. Jakarta: Media Pressindo.
- _____. 2009. *Marketing. Edisi baru*. Jakarta: Media Pressindo.
- Hawkin, Mothersbaugh dan Best. 2007. *Consumer Behaviour Building Marketing Strategy, 10th edition*. International Edition: Mc Graw Hill
- Hoyer, W. 2010. *Consumer Behaviour*, 5th ed. South-Westren: Cengage Learning.
- Hsu, Chang. 2008. *Purchase of clothing and its linkage to family communication and lifestyles among young adults*.
(<http://www.emeraldinsight.com/journals.htm?articleid=1724541&show=html>, diakses tanggal 3 Maret 2012).
- Indrianto, Nur, dan Supomo B. 2009. *Metodologi Penelitian Akutansi dan Management*. Jogjakarta: BPFJ Jogjakarta.
- Irawan, Handi. 2009. *10 Karakteristik Gaya Hidup Konsumen Indonesia*.
(www.handiirawan.com, diakses 21 Maret 2012).
- Ivancevich, J. Robert. K. dan Michael. T. 2007. *Organizational behavior and management*. Irwin: Mc Graw-Hill
- Jobber, D. dan Fahy J. 2009. *Foundations of Marketing, 3th edition*. London: McGraw-Hill David
- Joe. 2007. *Tips for Developing and Testing Questionnaires/Instruments*.
(<http://www.joe.org/joe/2007/february/tt2.php>, diakses tanggal 9 April 2012).

- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Connect: Survey New Wave Marketing*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Kasali, Rhenald. 2011. *Cracking Zone*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- _____. 2007. *Membidik Pasar Indonesia: Segmentasi Targeting dan Positioning*. Jakarta; PT Gramedia Pustaka Utama.
- Khan, *et al.* 2010. "Identifying Consumer Lifestyle". (<http://www.journal-archieives13.webs.com/249-268.pdf>, diakses tanggal 3 Maret 2012).
- Kodrat, David S. 2009. *Manajemen Strategi*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Kotler, Philip . 2007, *Marketing Management*. New York: Pearson Prentice Hall.
- _____ dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran 1. Edisi kedua belas*. Jakarta: PT Indeks
- _____ dan Keller. 2007. *Manajemen Pemasaran 2. Edisi kedua belas*. Jakarta: PT Indeks
- _____ dan Armstrong G. 2010. *Principles of Marketing, 13th edition*. New Jersey: Pearson Education.
- _____ dan Armstrong G. 2007. *Marketing an Introduction, 8th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- _____ dan Armstrong G. 2008. *Principles of Marketing, 12th edition*. New Jersey: Pearson Education.
- _____ dan Kevin K. 2009. *Marketing Management, 13th edition*. New Jersey: Pearson International Edition.
- Kuncoro, M. 2009. *Metode Riset untuk Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta : Andi.
- Lacobucci, Dawn. Filbert A. Churcill. 2010. *Marketing Research; Metodological*. Ohio: South-Western Cengage Learning.
- Malhotra, Naresh K. 2008. *Marketing Research*. New Jersey: Prentice Hall.
- Mashadi. 2010. " Pengaruh Motivasi, Persepsi , Sikap dan Pelajaran Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan Merk Teh Botol Sostro di _____ Kawasan _____ Depok". (http://www.gunadarma.ac.id/library/articles/graduate/economy/2010/Artike1_10205772.pdf, diakses tanggal 27 Maret 2012).
- Mowen, John C. dan Michael M. 2008. *Perilaku konsumen*. Jilid I. Jakarta: Erlangga.

- Muhidin, Sambas Ali. 2007. *Analisis Korelasi, Regresi, dan Jalur Dalam Penelitian*. Bandung : CV Pustaka Setia.
- Peter, J. dan Jerry C. 2010. *Consumer Behaviour & marketing Strategy, 9th edition*. New York: Mc Graw Hill International.
- Proboyekti, U. 2010. *Cara Penulisan Tugas Akhir*. Jakarta : PPM.
- Priyatno, Duwi. 2009. *5 Jam Belajar Olah Data dengan SPSS 17*. Jakarta: Andi Offset.
- Robbins, Stephen P. dan Timothy A. Judge. 2008. *Perilaku Organisasi Edisi ke-12*, Jakarta: Salemba Empat.
- Sachari, Agus. 2008. *Budaya Visual Indonesia*. Jakarta: Erlangga.
- Santoso, Singgih. 2007. *Buku Latihan SPSS Statistik Parametrik*. Jakarta: PT Alex Media.
- Sarwono, Sarlito. 2009. *Pengantar Psikologi Umum*. Jakarta: Rajawali Press.
- Schiffman, L. dan Leslie K. 2007. *Consumer Behaviour, 9th edition*. New Jersey: Pearson Prentice Hall.
- _____ dan Leslie K. 2008. *Consumer Behaviour, 4th edition*. Australia: Pearson Education Australia.
- Sekaran, U. 2010. *Research Methods for Business*. Jakarta : Salemba Empat.
- Setiadi, N. J. 2008. *Perilaku konsumen: konsep dan implikasi untuk strategi dan penelitian pemasaran*. Jakarta: Prenada Media.
- Shaleh, Abdul Rahman. 2009. *Psikologi Suatu Pengantar Dalam Perspektif Islam*. Jakarta: Kencana.
- Solomon, Michael R. 2010. *Consumer Behavior*. New Jersey: Prentice Hall.
- _____ 2009. *Consumer Behavior : Buying, Having and Being*. New Jersey : Prentice Hall.
- Stenberg, J. Robert. 2008. *Psikologi Kognitif*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sumarwan, Ujang. 2011. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: PT Ghalia Indonesia.
- Sunyoto, Danang. 2009. *Analisis Regresi dan Uji Hipotesis, edisi pertama*. Yogyakarta: Media Pressindo.
- Sukardi. 2008. *Metodologi Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Bumi Akasara
- Suprapti, Wayan S. 2010. *Perilaku Konsumen*. Denpasar: Udayana.

- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- _____. 2007. *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung. Penerbit: CV. Alfabeta
- Suryani, Tatik. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Graha Ilmu.
- Umar, Husein. 2008. *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen*. Jakarta; PT Gramedia.
- Yuliana, Ratna. 2010. "Influence of Lifestyle on Purchase of Decision Damar Hadi Batik Clothing' (Studies on female consumer in Damar Hadi's Outlet in Diponegoro Surabaya). Universitas Negeri Surabaya. (<http://www.scribd.com/doc/58671422/50589318-Jurnal-Pengaruh-Gaya-Hidup-Terhadap-Keputusan-Pembelian>, diakses tanggal 3 Februari 2012).
- Zikmund, W. G. dan Babin B. J. 2010. *Eksploring Marketing Research, 10th edition*. South-Western: Cengage Learning
- [Http://www.bi.go.id/web/id/](http://www.bi.go.id/web/id/) diakses tanggal 11 Januari 2012.
- <http://www.bps.go.id/> diakses tanggal 17 April 2012.
- [Http://kamahera18.wordpress.com/2010/12/04/kepribadian-dan-gaya-hidup/](http://kamahera18.wordpress.com/2010/12/04/kepribadian-dan-gaya-hidup/) diakses 3 April 2012.
- [Http://www.merdekaonline.com](http://www.merdekaonline.com) diakses 3 Maret 2012.

LAMPIRAN 1

Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian ini

Penulis dan Judul Penelitian	Tujuan Penelitian	Variabel	Alat Analisis	Kesimpulan
Khan <i>et al</i> (2010) dengan judul “ <i>Identifying Consumer Lifestyle</i> ”.	Memiliki tujuan untuk pembelajaran mengenai gaya hidup konsumen.	<i>Age wise, occupation wise and gender wise.</i>	Analisa <i>Simple random sampling technique.</i>	Menyimpulkan bahwa faktor gaya hidup (<i>age wise, occupation wise and gender wise</i>) berpengaruh signifikan secara simultan terhadap cara konsumen mengambil keputusan.
Ratna Yuliana (2010) dengan judul “ <i>Influence of Lifestyle on Purchase of Decision Danar Hadi Batik Clothing</i> ”	Memiliki tujuan untuk mengeksplorasi pengaruh antara gaya hidup terhadap keputusan pembelian.	Gaya hidup (X), Keputusan pembelian (Y)	Analisa <i>Simple Regression Analysis.</i>	Gaya hidup mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap keputusan pembelian.
Mashadi (2010) dengan	Memiliki tujuan untuk mengetahui	Motivasi, Persepsi, Sikap, Pelajaran	Menggunakan model model validitas dan	Hasil penelitian diketahui

<p>judul “ Pengaruh Motivasi, Persepsi, Sikap dan Pelajaran Konsumen terhadap Keputusan Pembelian Minuman Kemasan Merk “Teh Botol Sostro” di Kawasan Depok”.</p>	<p>apakah atribut motivasi, persepsi, sikap dan pelajaran konsumen berpengaruh secara simultan terhadap keputusan pembelian di minuman kemasan merk “Teh Botol Sostro” di kawasan Depok.</p>	<p>Konsumen dan Keputusan Pembelian</p>	<p>reliabilitas, analisa deskriptif, koefisien determinasi berganda.</p>	<p>bahwa pertama motivasi, persepsi, sikap dan pembelajaran konsumen berpengaruh secara signifikan terhadap keputusan pembelian minuman kemasan merek Teh Botol Sosro.</p>
<p>Anggono (2012) dengan judul ”Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi terhadap Keputusan Pembelian di toko Conter Jeans Surabaya”</p>	<p>Untuk mengetahui pengaruh gaya hidup dan persepsi terhadap keputusan pembelian di toko Conter Jeans Surabaya.</p>	<p>Gaya hidup, Persepsi dan Keputusan Pembelian</p>	<p>Metode regresi linier berganda.</p>	<p>Gaya hidup dan Persepsi berpengaruh secara simultan dan parsial terhadap keputusan pembelian di toko Conter Jeans Surabaya.</p>

LAMPIRAN 2



KUESIONER

Responden yang terhormat,

Saya adalah mahasiswa Universitas Ciputra Surabaya program International Business Management yang sedang mengadakan penelitian dengan judul “Pengaruh Gaya Hidup dan Persepsi terhadap Keputusan Pembelian di toko Conter Jeans Surabaya”. Penelitian ini dilakukan dalam rangka penyusunan tugas akhir.

Disela-sela kesibukan Saudara dalam beraktivitas, kami mohon kesediaan Saudara untuk mengisi kuesioner sesuai dengan kondisi dan pendapat Saudara. Kami ucapkan terima kasih atas kesediaan Saudara dalam mengisi kuesioner ini.

Pendahuluan

- Jenis Kelamin : a Laki-laki b. Perempuan
- Umur : a. < 15 thn b. 15-20 thn c. 21-35 thn d. >35 thn
- Pekerjaan : a. Pelajar b. Mahasiswa c. Wiraswasta d. Karyawan
e. Lainnya _____
- Pembelian digunakan untuk : a. Dipakai sendiri b. Dijual kembali
- Hobi dan kesenangan anda : a. Jalan-jalan b. Membaca
c. Menonton tv/film d. Lainnya _____
- Tempat favorit untuk berbelanja pakaian : a. Departemen store
b. Butik/ toko langganan c. Lainnya _____

Petunjuk pengisian

Berilah tanda silang (X) pada kotak pilihan jawaban sesuai dengan pendapat Saudara.

Keterangan : **STS : Sangat Tidak Setuju** **TS : Tidak Setuju** **N : Netral**
S : Setuju **SS : Sangat Setuju**

KUESIONER

No.	Keterangan	STS	TS	N	S	ST
Gaya hidup (X1)						
1.	Dalam membeli pakaian, saya selalu menyesuaikan dengan aktifitas saya.					
2.	Dalam pemilihan pakaian, saya selalu menyesuaikan dengan model yang saya minati.					
3.	Menurut saya, pakaian di toko Conter Jeans mencerminkan kepribadian saya.					
Persepsi (X2)						
1.	Menurut saya, kualitas pakaian di toko Conter Jeans sangat baik.					
2.	Menurut saya, model pakaian di toko Conter Jeans mengikuti trend yang ada.					
3.	Menurut saya, harga produk di toko Conter Jeans terjangkau dan bersaing.					
Keputusan pembelian (Y)						
1.	Ketika saya membeli di toko Conter Jeans, saya memilih produk yang mencerminkan pemikiran saya.					
2.	Ketika saya membeli di toko Conter Jeans, saya memilih produk yang mencerminkan minat saya.					
3.	Ketika saya membeli di toko Conter Jeans, saya membandingkan kualitas produk toko Conter Jeans dengan toko lain.					
4.	Ketika saya membeli di toko Conter Jeans, saya membandingkan harga produk toko Conter Jeans dengan toko lain.					

+++ Terima Kasih +++

LAMPIRAN 3

Data Rekap Kuestioner

No	Profil						Gaya Hidup			Persepsi			Keputusan Pembelian			
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4
1	2	4	5	1	3	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
2	1	4	5	1	1	2	4	4	3	3	4	4	4	4	3	5
3	1	4	4	1	4	1	3	3	3	5	5	4	5	5	4	4
4	1	4	3	1	2	2	4	4	3	3	3	3	4	4	3	3
5	1	4	3	1	1	1	4	4	3	5	5	3	5	5	4	4
6	1	4	3	1	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
7	2	4	5	1	3	2	5	5	4	5	5	4	4	4	4	4
8	1	4	4	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
9	1	3	4	1	3	1	5	5	4	5	4	4	4	4	4	4
10	1	4	3	1	1	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
11	1	4	3	1	1	2	4	4	4	3	3	3	4	3	3	4
12	1	3	3	1	3	1	5	4	3	3	3	3	4	4	4	4
13	1	2	2	1	1	1	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4
14	1	4	4	1	1	1	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4
15	1	4	4	1	2	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
16	1	4	3	1	3	1	4	4	5	5	4	5	5	4	4	4
17	1	4	4	1	2	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
18	1	4	4	1	1	1	4	4	3	4	4	3	4	4	5	5
19	1	3	4	1	4	2	4	5	3	4	5	3	5	5	4	4
20	1	3	3	1	4	1	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4
21	1	3	3	1	1	1	4	4	3	4	4	4	4	4	5	5
22	1	3	1	1	1	1	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5
23	1	4	4	1	1	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
24	1	4	4	1	1	1	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3
25	1	4	3	1	3	1	4	4	3	4	4	4	5	5	5	5
26	1	3	4	1	1	1	4	4	4	4	4	4	5	5	4	4
27	1	4	3	1	1	1	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4
28	2	4	5	1	1	2	4	4	4	3	3	3	4	4	5	5
29	1	4	4	1	1	1	4	4	5	5	5	5	5	5	3	3
30	2	2	2	1	3	1	4	4	3	3	3	4	4	4	4	4
31	2	3	2	1	2	1	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4
32	2	4	3	1	3	2	4	4	5	4	5	5	4	5	4	4
33	2	3	4	1	1	1	5	5	4	5	5	5	5	5	5	5
34	1	4	4	1	2	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5

No	Profil						Gaya Hidup			Persepsi			Keputusan Pembelian			
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4
35	1	4	3	1	2	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
36	1	3	4	1	1	3	4	4	4	3	4	4	4	4	5	5
37	1	4	4	1	2	1	4	4	4	4	3	4	4	4	5	5
38	1	3	4	1	1	1	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
39	1	3	4	1	1	1	4	4	4	3	3	4	4	4	4	5
40	1	4	3	1	1	2	3	4	3	5	5	5	5	5	4	4
41	1	3	3	1	1	2	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4
42	1	3	4	1	1	2	4	4	4	3	3	3	4	4	4	4
43	1	4	4	1	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	3	3
44	1	3	4	1	1	3	5	5	5	4	4	4	5	5	4	5
45	1	3	3	1	4	2	5	5	5	5	4	5	5	5	4	4
46	1	4	4	1	1	2	4	4	3	5	3	4	5	5	5	5
47	1	3	3	1	4	2	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3
48	1	3	3	1	1	2	5	5	4	5	3	5	4	4	5	5
49	1	3	4	1	1	1	4	4	4	3	4	3	4	4	5	5
50	1	3	4	1	3	1	4	4	4	4	3	4	4	4	3	3
51	1	3	4	1	1	1	4	5	4	5	5	5	5	5	5	5
52	1	3	4	1	1	2	4	5	4	4	4	4	4	4	4	4
53	1	4	4	1	1	1	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3
54	1	4	3	1	3	1	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4
55	1	4	3	1	1	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
56	1	4	3	1	1	1	4	4	5	4	4	5	4	4	5	5
57	1	4	4	1	2	2	4	4	4	4	5	5	5	5	5	5
58	1	4	4	1	1	1	4	4	3	4	4	5	4	4	4	5
59	1	3	3	1	1	1	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3
60	1	3	4	1	1	2	4	4	4	5	5	5	4	4	5	5
61	1	3	4	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	5	4	5
62	1	4	4	1	1	2	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4
63	1	3	3	1	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4
64	1	2	4	1	3	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5
65	1	2	2	1	3	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
66	1	4	4	1	1	2	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4
67	1	2	4	1	3	2	4	4	5	4	4	5	4	4	4	4
68	1	2	2	1	3	2	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5
69	1	3	4	1	3	1	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4
70	1	4	3	1	1	2	3	3	3	4	3	3	4	4	3	3

No	Profil						Gaya Hidup			Persepsi			Keputusan Pembelian			
	1	2	3	4	5	6	1	2	3	1	2	3	1	2	3	4
71	1	4	4	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
72	1	4	4	1	1	2	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3
73	1	3	4	1	1	1	4	4	3	3	4	3	3	4	4	3
74	1	4	3	1	1	1	4	4	4	3	3	3	4	4	3	3
75	1	4	4	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
76	1	4	4	1	1	1	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5
77	1	4	4	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
78	1	3	3	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
79	1	3	4	1	1	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
80	1	4	3	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
81	1	4	3	1	1	1	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
82	1	3	3	1	4	1	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5
83	1	3	3	1	1	1	4	4	4	4	5	5	4	4	5	5
84	1	4	4	1	1	2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4
85	1	3	4	1	2	2	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4
86	1	4	3	1	4	1	5	5	5	4	4	5	5	5	4	4

LAMPIRAN 4

Output SPSS

Uji Validitas

Validitas Gaya Hidup (X₁)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1total
X1.1	Pearson Correlation	1	.745**	.629**	.897**
	Sig. (2-tailed)		.000	.001	.000
	N	25	25	25	25
X1.2	Pearson Correlation	.745**	1	.511**	.847**
	Sig. (2-tailed)	.000		.009	.000
	N	25	25	25	25
X1.3	Pearson Correlation	.629**	.511**	1	.854**
	Sig. (2-tailed)	.001	.009		.000
	N	25	25	25	25
X1total	Pearson Correlation	.897**	.847**	.854**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	25	25	25	25

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

Validitas Persepsi (X₂)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2total
X2.1	Pearson Correlation	1	.338	.581**	.797**
	Sig. (2-tailed)		.098	.002	.000
	N	25	25	25	25
X2.2	Pearson Correlation	.338	1	.440*	.715**
	Sig. (2-tailed)	.098		.028	.000
	N	25	25	25	25
X2.3	Pearson Correlation	.581**	.440*	1	.874**
	Sig. (2-tailed)	.002	.028		.000
	N	25	25	25	25
X2total	Pearson Correlation	.797**	.715**	.874**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	25	25	25	25

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

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

Validitas Keputusan Pembelian (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Ytotal
Y1.1	Pearson Correlation	1	.901**	.225	.280	.649**
	Sig. (2-tailed)		.000	.279	.175	.000
	N	25	25	25	25	25
Y1.2	Pearson Correlation	.901**	1	.190	.349	.665**
	Sig. (2-tailed)	.000		.362	.087	.000
	N	25	25	25	25	25
Y1.3	Pearson Correlation	.225	.190	1	.799**	.826**
	Sig. (2-tailed)	.279	.362		.000	.000
	N	25	25	25	25	25
Y1.4	Pearson Correlation	.280	.349	.799**	1	.880**
	Sig. (2-tailed)	.175	.087	.000		.000
	N	25	25	25	25	25
Ytotal	Pearson Correlation	.649**	.665**	.826**	.880**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	25	25	25	25	25

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

Uji Reliabilitas

Reliabilitas Gaya Hidup (X₁)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	29.1
	Excluded ^a	61	70.9
	Total	86	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.820	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	8.0400	.873	.781	.664
X1.2	7.9200	.910	.677	.755
X1.3	8.2000	.750	.609	.853

Reliabilitas Gaya Hidup (X₁) putaran ke-2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	29.1
	Excluded ^a	61	70.9
	Total	86	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.853	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	4.1600	.223	.745	^a
X1.2	4.0400	.207	.745	^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Reliabilitas Persepsi (X₂)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	29.1
	Excluded ^a	61	70.9
	Total	86	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.713	3

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	8.1200	1.443	.559	.596
X2.2	8.3600	1.657	.443	.724
X2.3	8.1600	1.057	.626	.505

Reliabilitas Persepsi (X₂) putaran ke-2

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	29.1
	Excluded ^a	61	70.9
	Total	86	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.724	2

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X2.1	4.1600	.640	.581	^a
X2.3	4.2000	.417	.581	^a

a. The value is negative due to a negative average covariance among items. This violates reliability model assumptions. You may want to check item codings.

Reliabilitas Keputusan Pembelian (Y)

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	25	29.1
	Excluded ^a	61	70.9
	Total	86	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.748	4

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1.1	12.7600	2.773	.484	.732
Y1.2	12.7200	2.710	.495	.725
Y1.3	12.8000	1.833	.604	.660
Y1.4	12.7200	1.627	.700	.593

Analisis Deskriptif

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1mean	86	3.00	5.00	4.1163	.45163
X2mean	86	3.00	5.00	4.0814	.59833
Ymean	86	3.50	5.00	4.2151	.43583
Valid N (listwise)	86				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X1.1	86	3.00	5.00	4.1047	.46092
X1.2	86	3.00	5.00	4.1279	.48011
Valid N (listwise)	86				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
X2.1	86	3.00	5.00	4.0698	.62855
X2.3	86	3.00	5.00	4.0930	.72967
Valid N (listwise)	86				

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Y1.1	86	3.00	5.00	4.2209	.44461
Y1.2	86	3.00	5.00	4.2442	.45854
Y1.3	86	3.00	5.00	4.1628	.66616
Y1.4	86	3.00	5.00	4.2326	.68039
Valid N (listwise)	86				

Analisis Regresi

Uji Autokorelasi dan menghitung R, R²

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.655 ^a	.429	.415	.33340	2.322

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Uji F

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	6.919	2	3.460	31.125	.000 ^a
	Residual	9.226	83	.111		
	Total	16.145	85			

a. Predictors: (Constant), x2, x1

b. Dependent Variable: y

Uji T dan Multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	1.679	.360		4.659	.000					
	x1	.232	.085	.241	2.723	.008	.424	.286	.226	.881	1.136
	x2	.387	.064	.531	6.008	.000	.614	.551	.499	.881	1.136

a. Dependent Variable: y

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		86
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	.32945517
Most Extreme Differences	Absolute	.136
	Positive	.136
	Negative	-.058
Kolmogorov-Smirnov Z		1.263
Asymp. Sig. (2-tailed)		.082

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)	.251	.195		1.287	.202					
x1	.056	.046	.139	1.208	.231	.081	.131	.130	.881	1.136
x2	-.051	.035	-.168	-1.460	.148	-.120	-.158	-.158	.881	1.136

a. Dependent Variable: absolutres