

DAFTAR PUSTAKA

- Amalia, Firda. 2011. *Analisis Pengaruh Faktor Budaya, Sosial, Pribadi dan Psikologis terhadap Keputusan Pembelian Minuman Penambah Tenaga Cair Merek M-150 di Semarang*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Arifuddin, Azwita. 2012. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen dalam Keputusan Membeli Komputer di Lingkungan Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin*. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Chaulannisa, Cyndia. 2011. *Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian pada Convenience Store 7Eleven*. Depok: Universitas Gunadarma.
- Engel, James F. Blackwell, Roger D. dan Miniard, Paul W. 1994. *Perilaku Konsumen Edisi 6 Jilid 1*. Jakarta: Binarupa Aksara.
- Furajji, Fatimah., Latuszynska, Malgorzata., Wawrzyniak, Agata. 2012. *An Empirical Study of the Factors Influencing Consumer Behaviour in the Electric Appliances Market*. Basra: Basra University.
- Imran, Indriana. 2009. *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Perilaku Pelanggan dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Produk Adidas (Studi Kasus Konsumen PT. Nusantara Sportindo, Depok)*. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Ismail, Zeenat., Masood, Sarah., Tawab, Zainab Mehmood. 2012. *Factors Affecting Consumer Preference of International Brand Over Local Brands*. Karachi: Institute of Business Administration Karachi.
- Kotler, Philip dan Keller, Kevin Lane. 2009. *Manajemen Pemasaran Edisi 13 Jilid 1*. Jakarta: Erlangga.
- Mustain, Hasma Laely. 2012. *Analisis Pengaruh Strategi Positioning terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Starbucks Coffee di Makassar*. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.
- Pindyck, Robert S. dan Rubinfeld, Daniel L. 2007. *Mikroekonomi Edisi 6 Jilid 1*. Jakarta: Indeks.
- Sallatu, Muhammad Afief. 2012. *Pengaruh Faktor Kelas Sosial, Keluarga, Gaya Hidup, dan Motivasi terhadap Keputusan Konsumen untuk Berbelanja di Pasar Modern (Studi Kasus pada Alfamart di Kecamatan Panakkukang Kota Makassar)*. Makassar: Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Hasanuddin.

- Schiffman, Leon dan Kanuk, Leslie Lazar. 2008. *Perilaku Konsumen*. Jakarta: Indeks.
- Silvia, Henny Mega. 2010. *Analisis Karakteristik Individu dan Faktor Psikologis terhadap Keputusan Konsumen Membeli Bika Ambon Hj.Fatimah Medan*. Medan: Fakultas Ekonomi Universitas Sumatera Utara.
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Ulfah, Maria. 2011. *Analisis Perilaku Konsumen dalam Proses Keputusan Pembelian Pelumas Fastron PT. Pertamina*. Bogor: Fakultas Ekonomi dan Manajemen Institut Pertanian Bogor.
- Yuliana, Ratna. 2011. *Pengaruh Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Pakaian Batik Tulis danar Hadi (Studi Konsumen Wanita pada Outlet Danar Hadi Diponegoro Surabaya)*. Surabaya: Universitas Negeri Surabaya.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 : BIODATA PENULIS**IDENTITAS DIRI**

Nama : ANDI SULAEHA

Tempat, Tanggal Lahir : Pare-Pare, 17 Juni 1990

Jenis Kelamin : Perempuan

No. Telepon/HP : (0411) 453422 /085340916144

Email : ansul.sulaeha@gmail.com

Riwayat Pendidikan :

Formal : - TK Pertiwi Pangkajene-SIDRAP (1995-1996)
 - SD Negeri 1 Pangkajene-SIDRAP (1996-2002)
 - SMP Negeri 1 Pangkajene-SIDRAP (2002-2005)
 - SMA Negeri 5 Makassar (2005-2008)
 - Fakultas Ekonomi & Bisnis Universitas Hasanuddin (2008-2013)

Non Formal : --

Riwayat Prestasi :

Akademik : --

Non Akademik : --

Pengalaman :

Organisasi : - Anggota Human Resource Development Departement IKATAN MAHASISWA MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Periode 2010-2011
 - Anggota Departemen Pengkaderan IKATAN MAHASISWA MANAJEMEN Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Periode 2011-2012
 - Sekretaris MAJELIS PERMUSYAWARATAN MAHASISWA Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin Periode 2012-2013

Makassar, 22 Mei 2013

ANDI SULAEHA

LAMPIRAN 2 : KUESIONER PENELITIAN

No :

KUESIONER PENELITIAN

Kepada :

Konsumen Circle-K

Di

Makassar

Dengan hormat,

Sehubungan dengan penelitian yang dilakukan untuk penyelesaian tugas akhir sebagai syarat kelulusan untuk memperoleh gelar Sarjana di Fakultas Ekonomi Universitas Hasanuddin, maka penulis melakukan penelitian mengenai ***Pengaruh Karakteristik Individu terhadap Keputusan Pembelian pada Konsumen Circle-K di Makassar.***

Atas kesediaan Bapak/Ibu, Sdr/Sdri meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner, penulis mengucapkan terima kasih.

Penulis

Andi Sulaeha

Berilah tanda cek (✓) pada jawaban yang Anda pilih

DATA UMUM RESPONDEN :

1. Jenis Kelamin : Perempuan Laki-laki
 2. Usia : < 20 thn 20-25 thn 26-30 thn
 30-35 thn > 35 thn
 3. Pendidikan formal terakhir :
 SD / sederajat SMP / sederajat SMA / sederajat
 PerguruanTinggi Lain-lain
 4. Pekerjaan :
 Pelajar / mahasiswa Pegawai Negeri Pegawai
 Swasta Wiraswasta Lain-lain
 5. Penghasilan per bulan :
 Rp< 500.000 Rp 500.000-2juta Rp 2 juta-3,5juta
 Rp 3,5 juta-5 juta Rp> 5juta
 6. Pengeluaran per bulan :
 Rp< 500.000 Rp 500.000-1 juta Rp 1 juta-2 juta
 Rp 2 juta-4 juta Rp> 4 juta
 7. Frekuensi berbelanja di Circle-K selama 1 bulan terakhir ini :
 1 kali 2-5 kali 6-10 kali > 10 kali
-

DAFTAR PERTANYAAN

Petunjuk :Berilah tanda cek (✓) pada kolom yang menggambarkan persetujuan Anda.

a. Kelas Sosial

No.	PERTANYAAN	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Harga barang atau jasa pada Circle-K relatif terjangkau untuk tingkat ekonomi Anda					
2.	Tingkat kekayaan yang Anda miliki saat ini telah mencukupi setiap kebutuhan Anda					
4.	Jika Anda membeli barang atau jasa, Anda mementingkan kuantitas dari pada kualitas					
6.	Melalui status pekerjaan Anda, Anda dapat mempengaruhi orang lain untuk mengikuti cara berbelanja Anda					
7.	Melalui tingkat pendidikan yang Anda miliki, Anda mendapatkan pengakuan dari orang lain bahwa pilihan tempat Anda berbelanja adalah tepat					
8.	Anda memilih Circle-K sebagai tempat berbelanja Anda karena memiliki prestise					

b. Keluarga

No.	PERTANYAAN	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Di dalam keluarga Anda, setiap anggota keluarga memiliki tanggung jawab yang berbeda					
2.	Ibu Anda merupakan pengambil keputusan akhir mengenai alternatif barang atau jasa mana yang harus di beli					
3.	Anda dan keluarga mempunyai selera yang sama yaitu mengkonsumsi barang atau jasa Circle-K					

4.	Anda membeli barang atau jasa pada Circle-K karena pengalaman anggota keluarga lain					
----	---	--	--	--	--	--

c. Gaya Hidup

No.	PERTANYAAN	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Anda suka bersantai di Circle-K					
2.	Barang atau jasa pada Circle-K sesuai dengan selera Anda					
3.	Anda menikmati suasana di Circle-K					
4.	Anda suka <i>nongkrong</i> dan menghabiskan waktu bersama teman-teman di Circle-K					

d. Motivasi

No.	PERTANYAAN	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Anda berbelanja di Circle-K hanya untuk kebutuhan mendasar saja (makan/minum)					
2.	Fasilitas pada Circle-K memberikan rasa aman bagi Anda					
3.	Anda senang berinteraksi dengan teman-teman Anda, makanya Anda memilih berbelanja / <i>nongkrong</i> di Circle-K					
4.	Circle-K memberikan penghargaan kepada pelanggannya					
5.	Anda berbelanja di Circle-K Karena pencitraan yang tinggi pada <i>minimarket</i>					
6.	Anda berbelanja di Circle-K juga untuk kebutuhan aktualisasi diri Anda					

Keputusan Pembelian

No.	PERTANYAAN	Sangat Setuju	Setuju	Ragu-Ragu	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1.	Anda mengunjungi Circle-K untuk memenuhi barang atau jasa kebutuhan Anda					
2.	Anda mendapatkan informasi Circle-K dari rekan kerja atau teman atau keluarga Anda					
3.	Anda memilih barang atau jasa Circle-K karena kualitasnya sudah teruji					
4.	Setiap kali Anda memiliki keinginan untuk berbelanja barang atau jasa kebutuhan Anda, Anda memutuskan untuk datang ke Circle-K					
5.	Anda puas dengan pelayanan Circle-K					
6.	Anda akan membeli kembali barang atau jasa dari Circle-K					

TERIMA KASIH

LAMPIRAN 3 :HASIL UJI VALIDITAS DAN UJI RELIABILITAS**UJI VALIDITAS KELAS SOSIAL**

		Correlations						
		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	Tot_X1
X1.1	Pearson Correlation	1	.326**	.058	.115	.413**	.304**	.526**
	Sig. (2-tailed)		.001	.569	.253	.000	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	.326**	1	-.004	.134	.321**	.106	.507**
	Sig. (2-tailed)	.001		.969	.184	.001	.295	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	.058	-.004	1	-.100	-.139	.016	.231*
	Sig. (2-tailed)	.569	.969		.322	.169	.872	.021
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	.115	.134	-.100	1	.429**	.363**	.419**
	Sig. (2-tailed)	.253	.184	.322		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	.413**	.321**	-.139	.429**	1	.339**	.598**
	Sig. (2-tailed)	.000	.001	.169	.000		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	.304**	.106	.016	.363**	.339**	1	.513**
	Sig. (2-tailed)	.002	.295	.872	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Tot_X1	Pearson Correlation	.526**	.507**	.231*	.419**	.598**	.513**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.021	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

UJI VALIDITAS KELUARGA

		Correlations				
		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	Tot_X2
X2.1	Pearson Correlation	1	.103	-.062	-.056	.454**
	Sig. (2-tailed)		.309	.538	.580	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	.103	1	.121	.216*	.671**
	Sig. (2-tailed)	.309		.230	.031	.000
	N	100	100	100	100	100

X2.3	Pearson Correlation	-.062	.121	1	.226*	.531**
	Sig. (2-tailed)	.538	.230		.024	.000
	N	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	-.056	.216*	.226*	1	.597**
	Sig. (2-tailed)	.580	.031	.024		.000
	N	100	100	100	100	100
Tot_X2	Pearson Correlation	.454**	.671**	.531**	.597**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

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

UJI VALIDITAS GAYA HIDUP

Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4	Tot_X3
X3.1	Pearson Correlation	1	.612**	.378**	.558**	.810**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.2	Pearson Correlation	.612**	1	.359**	.413**	.715**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.3	Pearson Correlation	.378**	.359**	1	.487**	.731**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	100	100	100	100	100
X3.4	Pearson Correlation	.558**	.413**	.487**	1	.834**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	100	100	100	100	100
Tot_X3	Pearson Correlation	.810**	.715**	.731**	.834**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100

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

UJI VALIDITAS MOTIVASI

		Correlations						
		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6	Tot_X4
X4.1	Pearson Correlation	1	-.152	-.123	-.095	.043	-.068	.354**
	Sig. (2-tailed)		.131	.222	.347	.668	.500	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.2	Pearson Correlation	-.152	1	.378**	.099	.333**	.312**	.552**
	Sig. (2-tailed)	.131		.000	.327	.001	.002	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.3	Pearson Correlation	-.123	.378**	1	.208*	.251*	.172	.515**
	Sig. (2-tailed)	.222	.000		.038	.012	.087	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.4	Pearson Correlation	-.095	.099	.208*	1	.319**	.099	.483**
	Sig. (2-tailed)	.347	.327	.038		.001	.326	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.5	Pearson Correlation	.043	.333**	.251*	.319**	1	.293**	.686**
	Sig. (2-tailed)	.668	.001	.012	.001		.003	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
X4.6	Pearson Correlation	-.068	.312**	.172	.099	.293**	1	.546**
	Sig. (2-tailed)	.500	.002	.087	.326	.003		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Tot_X4	Pearson Correlation	.354**	.552**	.515**	.483**	.686**	.546**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

UJI VALIDITAS KEPUTUSAN PEMBELIAN

		Correlations						
		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6	Tot_Y
Y.1	Pearson Correlation	1	.111	.419**	.456**	.265**	.233*	.546**
	Sig. (2-tailed)		.273	.000	.000	.008	.020	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.2	Pearson Correlation	.111	1	.037	-.003	.168	.087	.346**
	Sig. (2-tailed)	.273		.714	.977	.095	.388	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.3	Pearson Correlation	.419**	.037	1	.396**	.404**	.462**	.503**
	Sig. (2-tailed)	.000	.714		.000	.000	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.4	Pearson Correlation	.456**	-.003	.396**	1	.285**	.400**	.578**
	Sig. (2-tailed)	.000	.977	.000		.004	.000	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.5	Pearson Correlation	.265**	.168	.404**	.285**	1	.339**	.473**
	Sig. (2-tailed)	.008	.095	.000	.004		.001	.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Y.6	Pearson Correlation	.233*	.087	.462**	.400**	.339**	1	.566**
	Sig. (2-tailed)	.020	.388	.000	.000	.001		.000
	N	100	100	100	100	100	100	100
Tot_Y	Pearson Correlation	.546**	.346**	.503**	.578**	.473**	.566**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	100	100	100	100	100	100	100

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

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

UJI RELIABILITAS

Case Processing Summary		
	N	%
Valid	100	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	100	100.0

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.782	26

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	87.6400	92.213	.303	.776
X1.2	88.2700	92.846	.208	.781
X1.3	87.8800	98.228	-.060	.795
X1.4	88.3000	89.424	.378	.771
X1.5	87.8400	87.126	.492	.764
X1.6	87.7400	89.043	.491	.766
X2.1	87.6700	94.971	.079	.789
X2.2	88.2800	92.507	.171	.785
X2.3	88.9600	91.554	.277	.777
X2.4	88.8300	89.880	.341	.773
X3.1	87.1700	89.456	.513	.766
X3.2	87.3500	92.412	.445	.772
X3.3	87.3800	92.682	.281	.777
X3.4	87.5500	88.452	.444	.768
X4.1	88.4300	101.985	-.207	.814
X4.2	87.8800	91.157	.364	.773
X4.3	87.4600	90.109	.475	.768
X4.4	87.8300	92.850	.234	.779
X4.5	88.0200	89.575	.426	.769
X4.6	88.1200	89.198	.428	.769
Y.1	87.8800	86.915	.532	.763
Y.2	87.5700	96.066	.077	.786
Y.3	87.7600	88.487	.620	.762
Y.4	88.5500	87.038	.561	.762
Y.5	87.4800	91.828	.428	.771
Y.6	87.4100	91.820	.442	.771

LAMPIRAN 4 : HASIL ANALISIS FREKUENSI VARIABEL PENELITIAN**KELAS SOSIAL****Statistics**

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0
Sum		377.00	314.00	353.00	311.00	357.00	367.00

Frequency Table**X1.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	3.0	3.0	3.0
	2.00	7	7.0	7.0	10.0
	3.00	13	13.0	13.0	23.0
	4.00	64	64.0	64.0	87.0
	5.00	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	10	10.0	10.0	10.0
	2.00	12	12.0	12.0	22.0
	3.00	37	37.0	37.0	59.0
	4.00	36	36.0	36.0	95.0
	5.00	5	5.0	5.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	5.0	5.0	5.0
	2.00	13	13.0	13.0	18.0
	3.00	19	19.0	19.0	37.0
	4.00	50	50.0	50.0	87.0
	5.00	13	13.0	13.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	33	33.0	33.0	35.0
	3.00	28	28.0	28.0	63.0
	4.00	26	26.0	26.0	89.0
	5.00	11	11.0	11.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	7	7.0	7.0	7.0
	2.00	7	7.0	7.0	14.0
	3.00	24	24.0	24.0	38.0
	4.00	46	46.0	46.0	84.0
	5.00	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X1.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	10	10.0	10.0	12.0
	3.00	19	19.0	19.0	31.0
	4.00	57	57.0	57.0	88.0
	5.00	12	12.0	12.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KELUARGA**Statistics**

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
Sum		374.00	313.00	245.00	258.00

Frequency Table**X2.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	23	23.0	23.0	23.0
	3.00	13	13.0	13.0	36.0
	4.00	31	31.0	31.0	67.0
	5.00	33	33.0	33.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	5.0	5.0	5.0
	2.00	37	37.0	37.0	42.0
	3.00	15	15.0	15.0	57.0
	4.00	26	26.0	26.0	83.0
	5.00	17	17.0	17.0	100.0
Total	100	100.0	100.0		

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	17	17.0	17.0	17.0
	2.00	40	40.0	40.0	57.0
	3.00	28	28.0	28.0	85.0
	4.00	11	11.0	11.0	96.0
	5.00	4	4.0	4.0	100.0
Total	100	100.0	100.0		

X2.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	14	14.0	14.0	14.0
	2.00	43	43.0	43.0	57.0
	3.00	17	17.0	17.0	74.0
	4.00	23	23.0	23.0	97.0
	5.00	3	3.0	3.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

GAYA HIDUP**Statistics**

		X3.1	X3.2	X3.3	X3.4
N	Valid	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0
	Sum	424.00	406.00	403.00	386.00

Frequency Table**X3.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	7.0	7.0	7.0
	3.00	3	3.0	3.0	10.0
	4.00	49	49.0	49.0	59.0
	5.00	41	41.0	41.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.0	2.0	2.0
	3.00	10	10.0	10.0	12.0
	4.00	68	68.0	68.0	80.0
	5.00	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	3	3.0	3.0	5.0
	3.00	14	14.0	14.0	19.0
	4.00	52	52.0	52.0	71.0
	5.00	29	29.0	29.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X3.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	13	13.0	13.0	14.0
	3.00	15	15.0	15.0	29.0
	4.00	41	41.0	41.0	70.0
	5.00	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

MOTIVASI**Statistics**

		X4.1	X4.2	X4.3	X4.4	X4.5	X4.6
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0
	Sum	298.00	353.00	395.00	358.00	339.00	329.00

Frequency Table**X4.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	15	15.0	15.0	15.0
	2.00	32	32.0	32.0	47.0
	3.00	18	18.0	18.0	65.0
	4.00	10	10.0	10.0	75.0
	5.00	25	25.0	25.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	10	10.0	10.0	12.0
	3.00	31	31.0	31.0	43.0
	4.00	47	47.0	47.0	90.0
	5.00	10	10.0	10.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	7	7.0	7.0	7.0
	3.00	14	14.0	14.0	21.0
	4.00	56	56.0	56.0	77.0
	5.00	23	23.0	23.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	10	10.0	10.0	11.0
	3.00	39	39.0	39.0	50.0
	4.00	30	30.0	30.0	80.0
	5.00	20	20.0	20.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	5	5.0	5.0	5.0
	2.00	9	9.0	9.0	14.0
	3.00	36	36.0	36.0	50.0
	4.00	42	42.0	42.0	92.0
	5.00	8	8.0	8.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

X4.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	3	3.0	3.0	3.0
	2.00	21	21.0	21.0	24.0
	3.00	27	27.0	27.0	51.0
	4.00	42	42.0	42.0	93.0
	5.00	7	7.0	7.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

KEPUTUSAN PEMBELIAN**Statistics**

		Y.1	Y.2	Y.3	Y.4	Y.5	Y.6
N	Valid	100	100	100	100	100	100
	Missing	0	0	0	0	0	0
	Sum	353.00	384.00	365.00	286.00	393.00	400.00

Frequency Table**Y.1**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	23	23.0	23.0	23.0
	3.00	17	17.0	17.0	40.0
	4.00	44	44.0	44.0	84.0
	5.00	16	16.0	16.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	1	1.0	1.0	1.0
	2.00	11	11.0	11.0	12.0
	3.00	6	6.0	6.0	18.0
	4.00	67	67.0	67.0	85.0
	5.00	15	15.0	15.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	4	4.0	4.0	4.0
	3.00	41	41.0	41.0	45.0
	4.00	41	41.0	41.0	86.0
	5.00	14	14.0	14.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1.00	2	2.0	2.0	2.0
	2.00	42	42.0	42.0	44.0
	3.00	30	30.0	30.0	74.0
	4.00	20	20.0	20.0	94.0
	5.00	6	6.0	6.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.5

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	3	3.0	3.0	3.0
	3.00	19	19.0	19.0	22.0
	4.00	60	60.0	60.0	82.0
	5.00	18	18.0	18.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Y.6

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	2.00	2	2.0	2.0	2.0
	3.00	17	17.0	17.0	19.0
	4.00	60	60.0	60.0	79.0
	5.00	21	21.0	21.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN 5 : HASIL UJI REGRESI

Regression

Variables Entered/Removed^b

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Tot_X4, tot_X2, tot_X1, tot_X3	.	Enter

- a. All requested variables entered.
b. Dependent Variable: tot_Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.698 ^a	.487	.465	2.54750

- a. Predictors: (Constant), tot_X4, tot_X2, tot_X1, tot_X3

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	585.432	4	146.358	22.552	.000 ^a
	Residual	616.528	95	6.490		
	Total	1201.960	99			

- a. Predictors: (Constant), tot_X4, tot_X2, tot_X1, tot_X3
b. Dependent Variable: tot_Y

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.529	2.365		.646	.520
	Tot_X1	.364	.065	.430	5.587	.000
	Tot_X2	.326	.103	.237	3.158	.002
	Tot_X3	.381	.105	.282	3.632	.000
	Tot_X4	.135	.089	.118	1.512	.134

- a. Dependent Variable: tot_Y