

## DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, Suharsimi. 2000. *Manajemen penelitian*. Rineka Cipta: Jakarta
- Artanti, Yessi. 2013. *Pengaruh Kelompok Acuan Dan Atmosfir Restoran Terhadap Keputusan Pembelian Konsumen Starbucks Coffee*. Universitas Negri Surabaya: Surabaya
- Duwi. 2011. *Uji Validitas Kuesioner*, (Online), (<http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/uji-validitas-kuesioner.html/> diakses 14 November 2013)
- Ghozali, Imam. 2005. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. BP UNDIP: semarang
- [http://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi\\_Informasi\\_Komunikasi](http://id.wikipedia.org/wiki/Teknologi_Informasi_Komunikasi)
- Indira, Vina. 2008. *Analisis pengaruh Kelompok Referensi Dan Periklanan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Jupiter MX Pada PT.Yamaha Indonesia Motor Manufacturing*. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Bina Nusantara: Jakarta
- Kotler, Philip. 1997. *Manajemen Pemasaran*. PT Prenhalindo: Jakarta
- Kotler, Philip and gary Amstrong. 2008. *Principles of Marketing. 10 Edition*. New Jersey: prentice hall
- Kotler, Philip dan gary Amstrong. 2007. *Dasar-Dasar Pemasaran*. Edisi ke 9. PT.Indeks: jakarta
- Kotler, Philip and Keller, Kevin Lane. 2006. *Marketing Management. 12 Edition*. New Jersey: prentice hall
- Kotler, Philip. 2000. *Manajemen Pemasaran: Analisis Perencanaan, Implementasi, dan Kontrol*. PT. Prenhalindo: Jakarta
- Mangkunegara, Anwar Prabu. 2001. *Perilaku Konsumen*, Refika Aditama: Bandung
- Rizal, agus. 2010. *Analisis Pengaruh Kelompok Referensi dan Keluarga Terhadap Keputusan Pembelian Ponsel QWERTY*. Skripsi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negri Syarif Hidayatullah: Jakarta
- Reoedjindari, nanny. 2006. *Pengaruh Factor-Faktor Perilaku Konsumen Terhadap keputusan pembelian Makanan Khas Jawa pada Rumah Makan Inggil Malang*. Jurnal Eksekutif

- Setiadi, Nugroho J. 2008. *Perilaku Konsumen : Konsep dan Implikasi untuk Strategi dan Penelitian Pemasaran*. Kencana Prenada Media Grup: Jakarta
- Suryani, Tatik. 2013. *Perilaku Konsumen di Era Internet*. Graha Ilmu: Yogyakarta Jakarta
- Suryabrata, Sumadi. 2008. *Metodologi Penelitian*, Raja Grafindo Persada: Jakarta
- Sumarwan, ujang. 2002. *Perilaku Konsumen: Teori dan Penerapannya Dalam Pemasaran*. Ghalia Indonesia: Bandung
- Simamora, Bilson. 2001. *Membongkar Kotak Hitam Konsumen*. Gramedia Pustaka Utama: Jakarta
- Santoso, singgih. 2004. *Latihan SPSS statistic*. PT. Elex Media Komputinda: Jakarta
- Sugiyono, 2008. *Metode penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta: Bandung

L  
A  
M  
P  
I  
R  
A  
N

**Lampiran 1 Biodata****BIODATA****Identitas Diri**

Nama : Sarfin  
Tempat, Tanggal Lahir : Palangga 21 April 1991  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Alamat Rumah : Jl. Sutan Syahrir, Palangga , Kab.Muna ,Sultra  
Telepon : 082346089232  
Alamat Email : sarfinekonomi@yahoo.com.au

**Riwayat Pendidikan**

➤ Pendidikan Formal	Tahun
- SDN 6 kec. Duruka	1997 - 2003
- SMP Negeri 1 bau-bau	2003 – 2006
- SMA Negri 1 Raha	2006 – 2009
- Universitas Hasanuddin	2009 – sekarang

Makassar,10 Desember2012

Sarfin

## Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

NO. Responden :.....

### PETUNJUK UMUM

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui pengaruh Kelompok Referensi yang meliputi kelompok persahabatan, kelompok belanja, dan kelompok kerja terhadap pengambilan keputusan konsumen dalam pembelian produk teknologi informasi dan komunikasi merek Samsung di Makassar. Penelitian ini di harapkan memberi sumbangsi terhadap akademisi, perusahaan ataupun masyarakat.

Berikut petunjuk umum untuk menjawab kuesioner penelitian:

1. Identitas Responden
2. Petunjuk penilaian
3. setelah menjawab pertanyaan kuesioner, mohon periksa kembali agar tidak ada daftar pernyataan yang tidak terjawab. Pertanyaan atau pernyataan yang tidak terjawab menyebabkan data tidak dapat di olah secara utuh.

Atas kesedian dan partisipasi saudara/saudri dlam mengisi kuesioner, saya ucapkan terima kasih banyak.

1. Identitas Responden

Nama :

Jenis kelamin :

Fakultas :

## 2. Petunjuk penilaian

Berilah tanda check list (v) pada salah satu jawaban yang paling sesuai dengan pendapat saudara(i).

Kriteria Penilaian:

Sangat Tidak Setuju(STS) : di beri skor 1

Tidak Setuju(TS) : di beri skor 2

Ragu-ragu(RR) : di beri skor 3

Setuju(S) : di beri skor 4

Sangat setuju(SS) : di beri skor 5

Pernyataan variabel kelompok persahabatan( $X_1$ )

NO	Kelompok persahabatan	SS	S	RR	TS	STS
1	Tingkat kebersamaan dengan sahabat, mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian produk TIK merek samsung					
2	Sikap jujur sahabat mempengaruhi saya dalam melakukan pembelian produk TIK merek Samsung					

Pernyataan Variabel kelompok belanja( $X_2$ )

NO	Kelompok Belanja	SS	S	RR	TS	STS
1	Intensitas pertemuan dengan sahabat dan rekan kerja di tempat perbelanjaan, mempengaruhi saya dalam pembelian produk TIK merek samsung					
2	Setiap orang yang baru saya kenal di tempat perbelanjaan, mempengaruhi saya dalam membeli produk TIK merek samsung					

Pernyataan Variabel kelompok kerja( $X_3$ )

NO	Kelompok kerja	SS	S	RR	TS	STS
1	Intensitas kerja sama dengan rekan kerja, mempengaruhi saya dalam membeli produk TIK merek Samsung					
2	Tingkat prestasi rekan kerja, mempengaruhi saya dalam membeli produk TIK merek Samsung					

## Pernyataan variabel pengambilan keputusan (Y)

<b>NO</b>	<b>Pengambilan keputusan</b>	<b>SS</b>	<b>S</b>	<b>RR</b>	<b>TS</b>	<b>STS</b>
1	Karena mengenali masalah, saya ingin melakukan pembelian produk TIK merek samsung					
2	Sebelum membeli saya terlebih dahulu mencari informasi mengenai produk TIK merek samsung					
3	saya mengevaluasi informasi, Setelah memperoleh informasi mengenai produk TIK merek samsung,					
4	Setelah mengevaluasi saya melakukan pembelian produk TIK merek samsung					
5	Setelah pembelian saya akan membeli kembali atau menyarankan orang lain untuk membeli produk TIK yang sama.					



## Lampiran 3 Uji Validitas

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
VAR00001	40.8714	26.490	.413	.568	.769
VAR00002	40.9429	27.272	.302	.455	.779
VAR00003	41.3286	26.369	.369	.379	.773
VAR00004	41.5857	24.507	.415	.538	.771
VAR00005	41.1143	25.407	.455	.664	.764
VAR00006	41.1000	24.903	.453	.608	.764
VAR00007	40.6714	22.166	.603	.659	.743
VAR00008	41.0286	26.173	.498	.738	.761
VAR00009	40.3143	24.595	.625	.725	.746
VAR00010	40.1429	27.354	.309	.368	.780
VAR00011	40.3286	22.977	.654	.819	.737

**Lampiran 4 Uji Realibilitas**

**uji reliabilitas variabel  $x_1$**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.652	.652	2

**Uji Realibilitas Variabel  $x_2$**

**Reliability Statistics**

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.673	.689	2

### Uji Reliabilitas Variabel $x_3$

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.856	.858	2

### Uji Reliabilitas Variabel Y

#### Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.760	.696	5

## Lampiran 5 Uji Hipotesis

Model Summary<sup>b</sup>

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.836 <sup>a</sup>	.698	.687	.35244

a. Predictors: (Constant), klp.persahabatan, klp.belanja, klp.kerja

b. Dependent Variable: pengambilan keputusan konsumen

ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	29.408	3	9.803	2.772	.048 <sup>a</sup>
	Residual	233.392	66	3.536		
	Total	262.800	69			

a. Predictors: (Constant), VAR00003, VAR00002, VAR00001

b. Dependent Variable: VAR00004

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	18.021	1.607		11.216	.000		
	VAR00001	-.137	-.182	-.092	-.753	.454	.868	1.153
	VAR00002	.158	.137	.140	1.150	.254	.913	1.095
	VAR00003	.337	.133	.306	2.528	.014	.921	1.085

a. Dependent Variable: pengambilan keputusan konsumen

**Casewise Diagnostics<sup>a</sup>**

Case Number	Std. Residual	VAR00004	Predicted Value	Residual
1	.846	25.00	22.5996	2.40037
2	1.090	25.00	21.9077	3.09232
3	.571	24.00	22.3814	1.61863
4	.049	23.00	22.8615	.13846
5	-.103	23.00	23.2916	-.29159
6	-.044	23.00	23.1234	-.12344
7	.585	20.00	18.3412	1.65879
8	-1.186	18.00	21.3645	-3.36448
9	-2.069	13.00	18.8682	-5.86825
10	-3.891	13.00	24.0369	-11.03689
11	-1.993	13.00	18.6532	-5.65322
12	-2.877	13.00	21.1624	-8.16238
13	-2.436	15.00	21.9109	-6.91091
14	-2.436	15.00	21.9109	-6.91091
15	-1.759	15.00	19.9903	-4.99026

16	.477	20.00	18.6468	1.35324
17	-.502	20.00	21.4243	-1.42428
18	-.414	20.00	21.1753	-1.17531
19	.356	21.00	19.9903	1.00974
20	-.578	21.00	22.6400	-1.64005
21	-.564	21.00	22.5996	-1.59963
22	.433	21.00	19.7720	1.22800
23	.236	23.00	22.3313	.66873
24	.371	23.00	21.9481	1.05191
25	.385	23.00	21.9077	1.09232
26	.125	23.00	22.6465	.35349
27	.461	23.00	21.6926	1.30735
28	.309	23.00	22.1227	.87730
29	-.366	23.00	24.0369	-1.03689
30	.554	23.00	21.4275	1.57249
31	-.363	23.00	24.0304	-1.03042
32	.064	24.00	23.8186	.18137
33	.082	24.00	23.7685	.23148
34	1.150	24.00	20.7388	3.26121
35	.309	24.00	23.1234	.87656
36	.645	24.00	22.1696	1.83042
37	.140	24.00	23.6036	.39640
38	.156	24.00	23.5567	.44327
39	.401	24.00	22.8615	1.13846
40	.477	24.00	22.6465	1.35349
41	.326	24.00	23.0766	.92344
42	.324	24.00	23.0798	.92020
43	1.075	24.00	20.9506	3.04942
44	.399	24.00	22.8680	1.13200
45	.907	24.00	21.4275	2.57249
46	.739	24.00	21.9044	2.09556
47	.906	24.00	21.4307	2.56925
48	.494	24.00	22.5996	1.40037

49	.249	24.00	23.2948	.70518
50	-.088	24.00	24.2487	-.24868
51	.476	24.00	22.6497	1.35026
52	1.338	24.00	20.2053	3.79471
53	.964	24.00	21.2658	2.73417
54	.079	24.00	23.7750	.22502
55	.664	24.00	22.1162	1.88376
56	.831	24.00	21.6425	2.35746
57	.661	24.00	22.1259	1.87407
58	.495	24.00	22.5964	1.40360
59	.983	24.00	21.2125	2.78751
60	.063	24.00	23.8219	.17814
61	-.087	24.00	24.2455	-.24545
62	-.029	23.00	23.0830	-.08303
63	-.214	23.00	23.6068	-.60683
64	-.213	23.00	23.6036	-.60360
65	.218	23.00	22.3814	.61863
66	-.103	23.00	23.2916	-.29159
67	.049	23.00	22.8615	.13846
68	.385	23.00	21.9077	1.09232
69	-.290	23.00	23.8219	-.82186
70	-.290	23.00	23.8219	-.82186

a. Dependent Variable: pengambilan keputusan konsumen

Residuals Statistics<sup>a</sup>

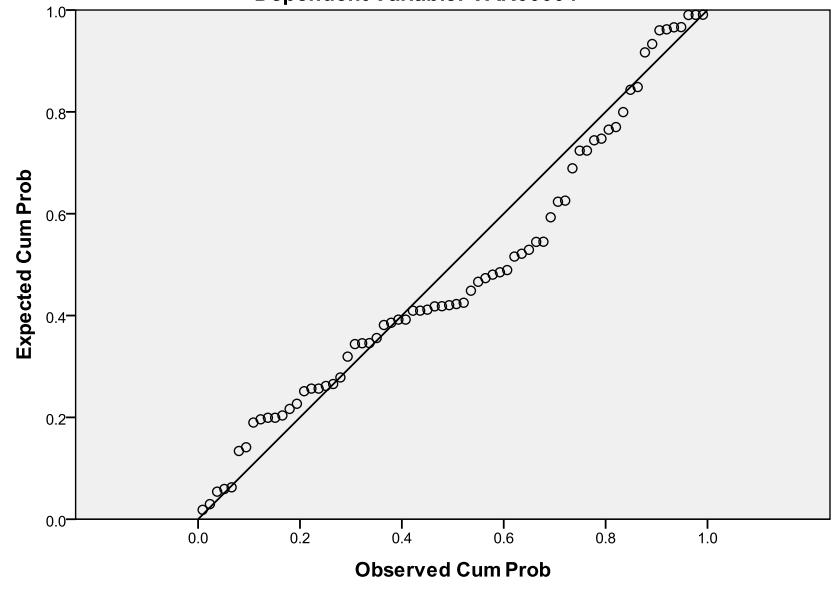
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	18.8819	21.6951	20.6000	.65284	70
Std. Predicted Value	-2.632	1.677	.000	1.000	70
Standard Error of Predicted Value	.241	1.012	.423	.153	70
Adjusted Predicted Value	18.7058	21.7459	20.6026	.66099	70
Residual	-3.92371	4.43257	.00000	1.83916	70
Std. Residual	-2.087	2.357	.000	.978	70
Stud. Residual	-2.169	2.391	-.001	1.002	70
Deleted Residual	-4.23989	4.60306	-.00263	1.93060	70
Stud. Deleted Residual	-2.234	2.483	.004	1.019	70
Mahal. Distance	.151	18.996	2.957	3.324	70
Cook's Distance	.000	.095	.012	.020	70
Centered Leverage Value	.002	.275	.043	.048	70

a. Dependent Variable: VAR00004



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual

Dependent Variable: VAR00004



Scatterplot

Dependent Variable: VAR00004

