

DAFTAR PUSTAKA

- Afiary, F. D., & Fajari, I. A. 2022. Pengaruh gaya hidup dan harga terhadap minat beli pakaian second di sa thrift shop. *Ekonomi: Jurnal Ekonomi, Akuntansi & Manajemen*, 4(1), 18-24.
- Al Hafizi, N.A., & Ali, H. 2021. *Purchase Intention and Purchase Decision Model: Multi Channel Marketing and Discount on Medcom. Id Online News Portal. Dinasti International Journal of Digital Business Management*, 2(3), 460-470.
- Akhtar, P., & Afzal, M. H. 2019. *Factors influencing consumers' purchase intention towards counterfeit products: An integrated approach. Journal of Retailing and Consumer Services*, 49, 87-95.
- Amilia, S., & Novianti, A. 2016. Pengaruh bauran pemasaran terhadap kepuasan konsumen pada warung kanasha di kota Langsa. *Jurnal Manajemen dan Keuangan*, 5(1), 459-468.
- Anggraini, T. R. 2022. Pengaruh Gaya Hidup dan Brand Awareness terhadap Minat Beli serta dampaknya pada Keputusan Pembelian Produk Emina. *CAPITAL: Jurnal Ekonomi dan Manajemen*, 5(2), 143-161.
- Bian, X. and Moutinho, L. 2011. "Counterfeits and branded products: effects of counterfeit ownership", *Journal of Product & Brand Management*, Vol. 20 No. 5, pp. 379-393.
- Chu, K. H., & Chan, R. Y. K. 2018. *The impact of price and brand name on consumers' willingness to pay for counterfeits. Journal of Business Ethics*, 147(4), 857-874.
- DetikFinance . 2014. Dampak Peredaran Produk Abal-Abal Industri Rugi 3 Triliun. Diakses pada 1 Agustus 2023, <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-2639468/dampak-peredaran-produk-abal-abal-industri-rugi-rp-3-triliun>
- Devi, A., Nugraha, H. S., & Dewi, R. S. 2015. Pengaruh Citra Merek, Harga dan Gaya Hidup terhadap Keputusan Pembelian Produk Imitasi. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 4(1), 85-94.
- Fathurrahman, E., & Saputri, M. E. 2019. Analisis faktor-faktor yang mendorong minat beli produk imitasi sepatu vans di indonesia. *eProceedings of Management*, 6(3).
- Ferdinand, A. 2014. *Metode Penelitian Manajemen*, Semarang, Badan Penerbit Universitas Diponegoro
- Ghozali. 2013. *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi*. Semarang: Universitas Diponegoro.

- IACC (n.d). *About Counterfeiting: What is Counterfeiting / Intellectual Property (IP) Theft?*. Diakses pada 25/7/2023, dari <https://www.iacc.org/resources/about/what-is-counterfeiting>
- Janie, D. N. A. 2012. Statistik deskriptif & regresi linier berganda dengan SPSS. *Jurnal, April*, 52.
- Kemenperin. 2014. Kerugian Akibat Peredaran Barang Palsu Capai Rp 61 Triliun. Diakses pada 21/7/2023, dari <https://kemenperin.go.id/artikel/9703/Kerugian-Akibat-Peredaran-Barang-Palsu-Capai-Rp-65-T>
- Kotler, P. & Armstrong, G. 2012. Prinsip-prinsip Pemasaran. Edisi 13. Jilid 1. Jakarta: Erlangga.
- Keller, K. D., & Keller, K. L. 2015. Manajemen Pemasaran. Edisi 13. Jilid 2. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., dkk. 2019. *Principles of Marketing Europe Edition 4th Edition*. London: Pearson Education.
- Kotler, P., & Armstrong, G. 2020. *Principles of Marketing Global Edition 18th Edition*. London: Pearson Education.
- Krjogja 2023. Kerugian Ekonomi Karena Pemalsuan Barang Mencapai Rp 291 Triliun. Diakses pada 21/7/2023, dari <https://www.krjogja.com/nasional/1242961376/kerugian-ekonomi-karena-pemalsuan-barang-mencapai-rp-291-triliun>
- Kumar, V. 2019. *The impact of globalization on consumer behavior: A theoretical framework. Journal of International Consumer Marketing*, 31(3), 189-204.
- Lemeshow, S., & Hosmer. D. W., & Klar, J., & Lwange, S. K. 1997. Besar Sampel dalam Penelitian Kesehatan. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Musyawah, I. Y., & Idayanti, D. 2022. Analisis Strategi Pemasaran Untuk Meningkatkan Penjualan Pada Usaha Ibu Bagas di Kecamatan Mamuju. *Forecasting: Jurnal Ilmiah Ilmu Manajemen*, 1(1), 1-13.
- OECD-EUIPO. 2016. *Trade in Counterfeit and Pirated Goods: Mapping the Economic Impact, Illicit Trade*, OECD Publishing, Paris.
- OECD. 2019. *The Economic and Social Costs of Counterfeiting and Piracy*. [oecd-ilibrary.org](https://www.oecd-ilibrary.org)
- Prendergast, G., Chuen, L.H. and Phau, I. 2002. "Understanding consumer demand for non-deceptive pirated brands", *Marketing Intelligence & Planning*, Vol. 20 No. 7, pp. 405-416.

- Putra, A. H. P. M. 2019. Pengaruh Perceived Quality, Harga Dan Lifestyle Terhadap Minat Beli Produk Oldman. Co. *Jurnal Mitra Manajemen*, 3(11), 1038-1054.
- Purnomo, R. A. 2016. Analisis statistik ekonomi dan bisnis dengan SPSS. CV. Wade Group bekerjasama dengan UNMUH Ponorogo Press.
- Putri, B. 2017. Manajemen Pemasaran. Denpasar, Bali.
- Ruediger, K.H., Karpen, I. O., & Brexendorf, T.O. 2019. *Counterfeit product: Investigating consumers evaluation strategies in western and eastern*. *Jurnal Perilaku Konsumen*, 18(2), 95-109.
- Setiawan, W. S. 2018. Pengaruh *Counterfeit Proneness* Terhadap *Counterfeit Purchase Intention* Pakaian Tiruan Di Surabaya. *CALYPTRA*, 7(1), 1533-1547.
- Setyaningrum. 2015. Manajemen Bauran Pemasaran. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Shin, H., Eastman, J., & Li, Y. 2022. *Is it love or just like? Generation Z's brand relationship with luxury* *Journal of Product & Brand Management*, 31(3), 394-414.
- Siyoto, S. S., & Sodik, M. A. 2015. Dasar Metodologi Penelitian. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Solomon, Michael R. 2011. *Consumer Behavior: buying having, and being 9th Ed* New Jersey, USA: Pearson Prentice Hall.
- STKIP, P. 2021. Pengaruh Gaya Hidup *Brand Minded* dan Komformitas Teman Sebaya terhadap Intensi Pembelian Produk Fashion tiruan bermerek eksklusif pada Mahasiswa STKIP PGRI Jombang. *Student Repository*.
- Sugiono. 2014. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2015. Metode Penelitian dan Pengembangan Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan R&D.
- Sugiyono. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Sukanto, Soerjono. 2014. Kamus Sosiologi. Jakarta : Raja Grafindo.
- Tambajong. 2013. Bauran Pemasaran Pengaruhnya Terhadap Penjualan Sepeda Motor Yamaha Di PT. Sarana Niaga Megah Kerta Manado. *Jurnal EMBA* 1291 Vol.1 No.3 September 2013, Hal. 1291-1301 ISSN 2303-1174.

Tandjung. J. W. 2011. *Marketing Management: Pendekatan pada Nilai-Nilai Konsumen*. Malang. Penerbit Banyumedia Publishing.

Tjiptono, F. 2010. *Strategi Pemasaran, Edisi III*, Yogyakarta : CV. Andi Offsets.

Wish Merchant. 2023. *What is the different between a conterfeit and a knockoff?*. Diakses pada 25/7/2023, dari https://merchanthelp.wish.com/s/article/mu1260801007010?language=en_US

World Trade Organization. 2018. *World trade report 2018: Trade and the digital economy*. World Trade Organization.

Zainurossalamia, S. 2020. *Manajemen Pemasaran: Teori dan Strategi*. Edisi pertama. Penerbit Forum pemuda Aswaja.

LAMPIRAN

Lampiran 1. Biodata Diri

BIODATA DIRI

Identitas Diri

Nama : Ramadhani
Tempat, Tanggal : Makassar, 20 November
Lahir : 2001
Jeni Kelamin : Laki-laki
Agama : Islam
Alamat : Jl. Sukaria XI No.5
No. Handphone : 0895-8004-57119
E-mail : rmdhn.nmk@gmail.com



Riwayat Pendidikan

A. Pendidikan Formal

1. 2007-2013: SD Negeri Tamamaung 1
2. 2013-2016: SMP Negeri 19 Makassar
3. 2016-2019: SMA Negeri 13 Makassar
4. 2019-2024: S1 Manajemen Universitas Hasanuddin

B. Pendidikan Non Formal

1. 2019: Pelatihan *Basic Learning Skill, Character, and Creativity (BALANCE)* Universitas Hasanuddin
2. 2020: Pengembangan Karakter Religius 2 (PKR 2) UKM LDM Darul 'Ilmi FEB-UH

Pengalaman Organisasi

-

Lampiran 2. Kuesioner Penelitian

DRAFT KUESIONER

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh, halo teman-teman, perkenalkan nama saya Ramadhani mahasiswa manajemen angkatan 2019.

Sehubungan dengan penelitian yang akan saya lakukan dalam rangka penyusunan skripsi sebagai tugas akhir untuk memperoleh gelar sarjana, yang berjudul "PENGARUH HARGA DAN GAYA HIDUP TERHADAP MINAT BELI *COUNTERFEIT PRODUCT* SEPATU ADIDAS PADA GENERASI Z".

Saya selaku peneliti meminta dan memohon kesediaan dari teman-teman untuk membantu penelitian ini dengan mengisi kuisisioner. Berikut kuisisioner yang saya ajukan, mohon kepada teman-teman untuk memberikan jawaban yang sejujur-jujurnya dan sesuai dengan keadaan yang sebenarnya.

Atas kesediaan dan bantuan teman-teman dalam pengisian kuisisioner ini, saya mengucapkan banyak terima kasih.

Adapun kriteria responden pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Responden merupakan orang dewasa dalam kelompok generasi Z
2. Responden merupakan mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan formal Diploma dan Strata 1 di Kota Makassar.

Petunjuk Pengisian Kuesioner

Di bawah ini terdapat beberapa pernyataan. Baca dan pahami setiap pernyataan dengan seksama, kemudian berikan respon Saudara dengan cara memberikan tanda checklist (\checkmark) pada lembar yang telah disediakan. Pada masing-masing pertanyaan terdapat lima jawaban yang mengacu pada skala likert yaitu :

Pilihan Jawaban	Keterangan
1	Sangat Tidak Setuju
2	Tidak Setuju
3	Netral
4	Setuju
5	Sangat Setuju

Identitas Responden:

1. Nama :
2. Jenis Kelamin : Laki-laki/Perempuan
3. Universitas?
4. Fakultas?
5. Jurusan?
6. Angkatan?

Kuesioner Penelitian

NO	PERNYATAAN	JAWABAN				
		SS (5)	S (4)	N (3)	TS (2)	STS (1)
HARGA						
1.	Harga sepatu imitasi terjangkau					
2.	Saya tidak keberatan membayar lebih untuk sepatu imitasi jika kualitasnya bagus					
3.	Harga sepatu imitasi sesuai dengan manfaatnya					
4.	Daya saing harga sepatu imitasi dibanding sepatu original					
GAYA HIDUP						
1.	Penggunaan sepatu yang bagus dalam keseharian					
2.	Ketertarikan memperlihatkan sepatu imitasi dari sepatu yang sedang trend kepada orang lain					
3.	Penggunaan sepatu imitasi untuk menunjang penampilan					
4.	Berteman dengan orang yang memiliki selera penampilan yang sama					
5.	Keinginan disebut sebagai orang yang					

	<i>Fashionable</i>					
6	Peran sosialisasi untuk mendapat penilaian dalam penampilan					
7	Ketertarikan mencari informasi produk fashion yang up to date					
8	Ketertarikan pada dunia mode/fashion					
9	Perhatian terhadap dunia mode dari segi desain, warna maupun kualitas					
MINAT BELI						
1.	Kecenderungan saya untuk membeli produk sepatu imitasi tinggi					
2	akan mereferensikan produk sepatu imitasi kepada orang-orang disekitar saya					
3.	Saya lebih cenderung memilih sepatu imitasi dibanding sepatu original					
4.	Kecenderungan saya untuk mencari informasi tentang sepatu imitasi					

Lampiran 3. Hasil Jawaban Responden Penelitian

1. Variabel Harga

Responden	Harga				TOTAL
	x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	
1	4	3	4	4	15
2	4	3	3	3	13
3	5	4	4	5	18
4	4	3	4	4	15
5	4	3	4	4	15
6	4	3	4	3	14
7	5	4	5	5	19
8	5	4	5	4	18
9	4	3	4	4	15
10	5	4	5	4	18
11	5	4	4	5	18
12	4	3	4	4	15
13	3	3	3	3	12
14	5	4	5	5	19
15	4	4	5	5	18
16	3	2	2	2	9
17	4	3	3	4	14
18	3	3	3	4	13
19	3	3	4	4	14
20	3	3	3	4	13
21	5	4	4	5	18
22	4	3	3	3	13
23	5	4	4	4	17
24	5	5	4	5	19
25	3	2	2	2	9
26	3	3	3	2	11
27	4	3	4	3	14
28	4	3	3	4	14
29	4	4	4	3	15
30	3	3	3	3	12
31	5	4	4	5	18
32	5	5	4	4	18
33	4	4	4	4	16
34	5	4	4	4	17
35	4	4	4	5	17

36	4	3	3	4	14
37	4	4	4	4	16
38	4	2	4	3	13
39	4	4	4	4	16
40	5	4	5	5	19
41	4	4	4	4	16
42	5	4	4	3	16
43	4	4	3	4	15
44	3	3	4	3	13
45	5	4	4	4	17
46	4	3	4	5	16
47	3	2	3	3	11
48	4	4	4	4	16
49	4	4	4	4	16
50	5	5	5	5	20
51	5	4	4	4	17
52	4	4	3	4	15
53	4	3	3	4	14
54	4	4	3	3	14
55	4	4	4	3	15
56	4	3	4	3	14
57	4	4	4	4	16
58	3	4	4	3	14
59	4	3	3	3	13
60	4	4	4	4	16
61	5	4	5	4	18
62	3	4	4	4	15
63	3	4	4	3	14
64	3	2	4	3	12
65	4	5	4	5	18
66	4	3	4	3	14
67	3	3	4	4	14
68	4	5	4	4	17
69	5	5	5	4	19
70	4	4	4	3	15
71	4	4	4	5	17
72	3	4	3	3	13
73	4	4	4	4	16
74	5	5	4	5	19
75	3	4	4	3	14
76	5	4	4	4	17
77	5	5	5	5	20

78	5	4	4	4	17
79	4	4	4	4	16
80	4	4	4	3	15
81	5	5	5	5	20
82	3	4	3	3	13
83	4	4	4	4	16
84	4	3	4	4	15
85	3	4	3	4	14
86	3	4	4	5	16
87	4	5	5	5	19
88	3	4	4	3	14
89	3	4	4	4	15
90	5	5	4	5	19
91	5	5	5	4	19
92	4	4	4	4	16
93	5	4	5	5	19
94	3	4	4	4	15
95	5	5	4	4	18
96	4	4	4	4	16
97	4	4	4	4	16
98	4	4	4	4	16
99	4	4	4	3	15
100	4	3	4	4	15

2. Variabel Gaya Hidup

Responden	Gaya Hidup									TOTAL
	x2.1	x2.2	x2.3	x2.4	x2.5	x2.6	x2.7	x2.8	x2.9	
1	4	4	4	4	4	5	4	4	5	38
2	3	2	2	3	3	3	2	3	2	23
3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	34
4	4	3	4	4	5	4	5	4	4	37
5	4	3	3	3	4	3	4	4	3	31
6	4	4	3	3	4	4	4	3	4	33
7	4	5	5	4	5	4	4	5	5	41
8	3	3	3	3	3	3	4	3	4	29
9	5	4	4	5	4	4	4	4	4	38
10	4	4	4	4	3	3	4	3	3	32
11	3	3	4	5	4	4	5	4	5	37
12	2	2	3	2	2	2	2	2	3	20

13	4	4	5	5	4	5	4	5	5	41
14	3	4	4	3	3	3	4	4	4	32
15	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
16	1	2	3	3	3	2	2	3	4	23
17	4	4	3	4	4	4	4	4	4	35
18	4	3	3	4	4	3	3	4	3	31
19	5	5	5	4	4	5	5	5	5	43
20	3	2	3	3	2	2	3	3	4	25
21	5	4	5	4	5	4	4	5	4	40
22	4	4	4	4	3	3	3	3	3	31
23	5	5	5	4	5	4	4	4	4	40
24	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
25	2	2	2	2	2	2	2	2	2	18
26	3	2	3	3	4	2	3	3	3	26
27	4	3	3	3	4	4	4	3	3	31
28	4	4	3	3	4	3	4	4	4	33
29	3	2	3	2	3	3	3	3	2	24
30	4	4	4	3	4	4	4	4	3	34
31	5	4	5	4	5	5	4	5	4	41
32	5	4	4	4	5	4	5	4	4	39
33	4	4	4	3	4	3	3	4	4	33
34	5	5	5	4	5	5	5	4	4	42
35	5	5	4	5	4	5	5	5	4	42
36	4	4	4	4	4	3	3	4	4	34
37	5	5	5	4	4	4	5	5	4	41
38	4	4	4	4	3	3	3	4	4	33
39	4	3	3	4	4	3	4	3	3	31
40	4	4	4	4	4	4	4	3	3	34
41	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
42	4	4	4	4	4	4	3	3	3	33
43	3	3	4	4	3	4	4	3	4	32
44	4	4	4	4	5	5	4	5	4	39
45	4	5	4	4	5	5	5	5	4	41
46	5	5	5	4	5	5	4	4	4	41
47	2	2	2	2	3	3	3	3	2	22
48	5	5	5	4	4	5	5	5	4	42
49	4	5	4	4	4	5	4	5	5	40
50	5	4	5	5	4	5	4	5	5	42
51	3	5	5	4	5	4	4	5	5	40
52	4	4	4	3	4	4	4	5	3	35
53	4	4	5	5	5	5	5	4	3	40
54	4	3	3	2	3	3	3	3	3	27

55	4	4	4	3	4	4	4	4	3	34
56	3	4	3	2	3	4	3	3	2	27
57	3	3	4	3	4	5	4	3	3	32
58	5	5	4	4	5	4	5	5	4	41
59	4	4	5	4	5	5	5	5	4	41
60	3	4	4	3	4	4	4	4	3	33
61	3	4	4	3	4	4	4	5	4	35
62	4	4	5	4	4	5	5	4	5	40
63	4	4	4	3	4	3	3	4	3	32
64	3	4	4	3	4	3	4	3	4	32
65	5	5	4	4	4	5	5	5	4	41
66	5	5	5	4	4	5	5	5	4	42
67	4	5	5	5	5	5	4	5	5	43
68	4	4	3	3	4	4	4	3	3	32
69	5	5	4	4	4	4	4	4	4	38
70	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43
71	5	5	4	5	5	5	4	4	5	42
72	5	4	5	5	5	5	4	5	5	43
73	5	5	4	5	5	5	4	5	5	43
74	5	5	5	5	4	5	4	5	4	42
75	3	5	5	3	4	4	4	5	4	37
76	4	4	5	3	4	4	4	4	3	35
77	4	5	5	4	4	4	4	4	5	39
78	5	5	4	5	5	5	5	5	5	44
79	4	5	4	5	5	5	4	5	5	42
80	4	5	4	4	5	4	5	5	4	40
81	4	4	4	5	4	4	5	5	5	40
82	3	4	3	3	3	3	3	4	2	28
83	4	3	3	3	4	4	4	4	3	32
84	5	3	4	5	4	5	5	5	5	41
85	5	4	4	3	5	5	5	5	4	40
86	5	4	5	4	5	5	5	5	3	41
87	5	5	4	3	4	4	4	4	4	37
88	4	4	4	4	4	3	3	3	3	32
89	4	4	5	4	4	4	4	4	4	37
90	5	4	4	4	5	4	5	5	5	41
91	4	3	4	3	4	5	4	4	5	36
92	4	4	4	4	4	4	4	4	4	36
93	4	5	5	4	5	4	5	4	4	40
94	4	5	4	4	4	4	4	5	5	39
95	4	4	5	3	5	4	5	5	5	40
96	4	4	4	4	4	4	5	4	5	38

97	4	3	3	3	4	4	4	4	3	32
98	4	5	4	4	5	4	4	4	4	38
99	4	5	4	5	5	5	4	4	4	40
100	4	4	4	3	4	4	4	4	3	34

3. Variabel Minat Beli

Responden	Minat Beli				TOTAL
	y1.1	y1.2	y1.3	y1.4	
1	4	4	4	5	17
2	4	3	3	4	14
3	4	3	2	4	13
4	4	4	2	4	14
5	4	4	5	5	18
6	3	4	4	3	14
7	5	4	5	5	19
8	4	4	4	4	16
9	4	5	5	5	19
10	4	4	4	4	16
11	3	3	4	3	13
12	5	4	5	5	19
13	5	4	4	5	18
14	5	3	4	4	16
15	4	4	4	4	16
16	2	2	2	2	8
17	4	4	4	3	15
18	4	4	3	3	14
19	4	5	5	5	19
20	4	3	4	3	14
21	5	4	5	5	19
22	3	3	4	4	14
23	4	4	5	5	18
24	4	4	4	5	17
25	2	1	2	2	7
26	3	2	2	4	11
27	4	2	3	4	13
28	4	4	4	3	15
29	3	3	3	4	13
30	3	4	4	5	16
31	4	5	4	5	18
32	5	4	4	5	18
33	4	3	4	4	15

34	5	4	5	5	19
35	4	5	5	4	18
36	4	4	4	4	16
37	5	4	4	5	18
38	4	4	3	4	15
39	3	4	3	3	13
40	4	4	4	4	16
41	4	3	4	4	15
42	4	4	4	4	16
43	4	3	4	5	16
44	4	3	4	4	15
45	4	4	5	5	18
46	4	5	5	5	19
47	4	3	4	5	16
48	4	5	4	5	18
49	4	4	5	4	17
50	5	4	5	5	19
51	5	4	4	5	18
52	4	4	4	4	16
53	3	4	4	5	16
54	3	3	3	4	13
55	4	4	4	3	15
56	3	2	3	4	12
57	3	3	3	4	13
58	4	5	5	4	18
59	3	3	4	5	15
60	4	3	4	3	14
61	5	4	5	4	18
62	3	4	4	5	16
63	3	4	3	4	14
64	2	3	2	3	10
65	4	4	3	5	16
66	4	5	5	3	17
67	4	4	3	3	14
68	5	4	4	4	17
69	4	5	4	4	17
70	3	4	3	4	14
71	4	5	5	4	18
72	4	5	4	5	18
73	4	5	5	4	18
74	5	5	5	5	20
75	3	4	3	4	14

76	4	4	4	5	17
77	5	4	5	5	19
78	4	4	5	4	17
79	4	4	5	4	17
80	4	4	5	4	17
81	5	4	5	4	18
82	3	2	3	3	11
83	4	3	3	4	14
84	3	4	4	4	15
85	4	3	3	4	14
86	4	2	3	4	13
87	5	4	4	4	17
88	4	3	4	4	15
89	3	4	3	4	14
90	5	4	5	5	19
91	5	4	5	4	18
92	4	4	4	4	16
93	4	4	5	5	18
94	4	2	5	5	16
95	5	4	4	5	18
96	4	5	4	5	18
97	4	3	4	3	14
98	4	4	5	4	17
99	3	3	5	5	16
100	4	3	4	3	14

Lampiran 4. Hasil Uji SPSS

1. Hasil Uji Validitas dan Realibilitas Harga (X1)

Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1
X1.1	Pearson Correlation	1	,518**	,564**	,546**	,808**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,518**	1	,553**	,542**	,809**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,564**	,553**	1	,560**	,809**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
X1.4	Pearson Correlation	,546**	,542**	,560**	1	,824**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100
X1	Pearson Correlation	,808**	,809**	,809**	,824**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,826	,829	4

Gaya Hidup (X2)

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	X2.4	X2.5	X2.6	X2.7	X2.8	X2.9	X2
X2.1	Pearson Correlation	1	,631**	,525**	,583**	,615**	,638**	,601**	,595**	,402**	,781**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.2	Pearson Correlation	,631**	1	,663**	,542**	,614**	,613**	,537**	,650**	,500**	,808**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.3	Pearson Correlation	,525**	,663**	1	,547**	,574**	,608**	,561**	,626**	,546**	,788**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.4	Pearson Correlation	,583**	,542**	,547**	1	,555**	,594**	,490**	,556**	,637**	,771**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.5	Pearson Correlation	,615**	,614**	,574**	,555**	1	,667**	,639**	,658**	,476**	,805**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.6	Pearson Correlation	,638**	,613**	,608**	,594**	,667**	1	,682**	,671**	,519**	,839**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.7	Pearson Correlation	,601**	,537**	,561**	,490**	,639**	,682**	1	,637**	,508**	,786**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.8	Pearson Correlation	,595**	,650**	,626**	,556**	,658**	,671**	,637**	1	,615**	,840**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2.9	Pearson Correlation	,402**	,500**	,546**	,637**	,476**	,519**	,508**	,615**	1	,732**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X2	Pearson Correlation	,781**	,808**	,788**	,771**	,805**	,839**	,786**	,840**	,732**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,926	,927	9

Minat Beli (Y)

Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1
Y1.1	Pearson Correlation	1	,398**	,559**	,436**	,759**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
Y1.2	Pearson Correlation	,398**	1	,539**	,381**	,762**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
Y1.3	Pearson Correlation	,559**	,539**	1	,456**	,839**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100
Y1.4	Pearson Correlation	,436**	,381**	,456**	1	,726**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100
Y1	Pearson Correlation	,759**	,762**	,839**	,726**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100

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

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,774	,774	4

2. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	1,68621017	
Most Extreme Differences	Absolute	,083	
	Positive	,083	
	Negative	-,064	
Test Statistic		,083	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,089	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	,097	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,089
		Upper Bound	,104

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 1502173562.

3. Hasil Uji Multikolinearitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	2,479	1,314		1,886	,062		
	Harga	,431	,083	,410	5,198	<,001	,792	1,263
	Gaya Hidup	,185	,033	,436	5,516	<,001	,792	1,263

a. Dependent Variable: Minat Beli

4. Hasil Uji Heteroskedastisitas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	4,149	,823		5,042	<,001
	Harga	-,104	,052	-,216	-2,008	,047
	Gaya Hidup	-,035	,021	-,181	-1,689	,094

a. Dependent Variable: ABS_RES

Hasil Uji Heteroskedastiditas dengan Transformasi Data

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1,811	,797		2,271	,025
	Harga	-,088	,050	-,193	-1,743	,084
	Gaya Hidup	-,018	,020	-,098	-,887	,377

a. Dependent Variable: ABS_RES1

5. Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,479	1,314		1,886	,062
	Harga	,431	,083	,410	5,198	<,001
	Gaya Hidup	,185	,033	,436	5,516	<,001

a. Dependent Variable: Minat Beli

6. Hasil Uji Koefisien Determinasi (R²)

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,722 ^a	,521	,512	1,70351

a. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Harga

b. Dependent Variable: Minat Beli

7. Hasil Uji F (simultan)

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	306,623	2	153,311	52,831	<,001 ^b
	Residual	281,487	97	2,902		
	Total	588,110	99			

a. Dependent Variable: Minat Beli

b. Predictors: (Constant), Gaya Hidup, Harga

8. Hasil Uji t (parsial)

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	2,479	1,314		1,886	,062
	Harga	,431	,083	,410	5,198	<,001
	Gaya Hidup	,185	,033	,436	5,516	<,001

a. Dependent Variable: Minat Beli