

DAFTAR PUSTAKA

- Arini, S. R. 2018. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen Dalam Keputusan Pembelian Beras Di Kota Makassar. *Skripsi*, 1-149.
- B. P., & Jannah, L. M. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Djatikusuma, E. S., & W. G. 2009. Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi. *Jurnal Penelitian*, 1-9.
- H. U. 2009. *Metode Penelitian Untuk Skripsi Dan Tesis Bisnis*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Haeruma, L. 2009. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Pembelian Konsumen Ponsel Merek Nokia. *Skripsi*, 1-109.
- Hasanah, M. 2016. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Konsumen Dalam Pembelian Busana Muslim. *Skripsi*, 123.
- Kotler, P. 2005. *Manajemen Pemasaran*. New Jersey: PT Indeks Kelompok Gramedia.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2008. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2012. *Principles of Marketing*. New Jersey: Pearson.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2013. *Principles of Marketing*. New Jersey: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2014. *Principles of Marketing*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Amstrong, G. 2016. *Prinsip-prinsip Pemasaran*. Jakarta: Erlangga.
- Prasetyo, F. B. 2014. Analisis Dan Perancangan Sistem Pelayanan Vulkanisir Ban Di Nuansa Baru. *Skripsi*, 1-17.
- Setiyaningrum, A., Udaya, J., & Efendi. 2015. *Prinsip-Prinsip Pemasaran: Pemasaran Global, Pemasaran Jasa, Green Marketing, Enterpreneurial Marketing, E-Marketing*. Yogyakarta: ANDI.
- Sudaryono. 2016. *Manajemen Pemasaran: Teori & Implementasi*. Yogyakarta: ANDI.
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & RND*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta.



A. 2013. Analisis Cacat Produk Ban Vulkanisir Jenis Truk Dan Bus Pada CV. gma Jaya Surakarta. *Skripsi*, 1-13.

L

A

M

P

I

R

A

N



Lampiran 1 :**Riwayat Hidup****Data pribadi**

Nama : Eka Ayu Pratiwi
 Tempat/ tanggal lahir : Parepare, 29 Agustus 1997
 Agama : Islam
 Jenis Kelamin : Perempuan
 Alamat : Jl. Gelora Mandiri
 Kewarganegaraan : Indonesia
 Suku : Bugis
 Anak Ke- : Pertama dari 4 bersaudara
 Jurusan : Manajemen
 Prodi : Manajemen Pemasaran

Riwayat Pendidikan

Tahun	Sekolah/ Universitas	Jurusan	IPK
2002-2003	TK Aisyah 3 Parepare	-	-
2003-2009	SDN 52 Parepare	-	-
2009-2012	SMP 1 Parepare	-	-
2012-2015	SMA 1 Parepare	Ilmu Sosial	
2015- Sekarang	FEB Universitas Hasanuddin, Makassar	Manajemen	3,70

Lampiran 2 : Kuesioner**KUESIONER****A. IDENTITAS RESPONDEN**

Alamat:

Untuk pernyataan ini, silakan saudara memilih salah satu jawaban dengan memberi tanda centang (✓) pada huruf yang telah anda pilih.

1. Jenis kelamin responden:
 - Pria
 - Wanita
2. Usia Responden
 - 17 –25 tahun
 - 25 –35 tahun
 - > 35 tahun
3. Sudah berapa lama anda menggunakan ban vulkanisir “Eka Ban”?
 - < 6 bulan
 - 6 bulan-1 Tahun
 - 1-2 Tahun
 - > 2 Tahun

Berilah tanda silang (✓) pada kotak jawaban yang telah disediakan di bawah ini sesuai pilihan:

- Sangat Tidak Setuju (STS)
- Tidak Setuju (TS)
- Netral (N)
- Setuju (S)
- Sangat Setuju (SS)

No	Faktor Budaya (X1)	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membeli ban vulkanisir karena sudah terbiasa memakainya dibandingkan dengan ban asli					
2.	Saya sudah terbiasa membeli ban vulkanisir dari Eka Ban karena dekat dengan daerah tempat tinggal saya					
3.	Ban vulkanisir "Eka Ban" sangat cocok digunakan pada kondisi jalan yang kurang baik					
No	Faktor Sosial (X2)	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya mengenal produk "Eka Ban" karena lingkungan sekitar banyak menggunakan ban vulkanisir dari "Eka Ban"					
2.	Saya membeli ban vulkanisir "Eka Ban" karena merupakan pengalaman dari keluarga					
3.	Saya membeli ban vulkanisir "Eka Ban" atas saran dari rekan kerja saya					
No	Faktor Pribadi (X3)	STS	TS	N	S	SS
1.	Saya membeli ban vulkanisir "Eka Ban" karena harganya lebih murah dibandingkan dengan tempat yang lain					
2.	Produk ban vulkanisir "Eka Ban" sangat membantu dalam pekerjaan saya					
3.	Saya membeli ban vulkanisir "Eka Ban" karena desainnya (kembang dan telapak ban) berbeda dari ban vulkanisir yang lain					
No	Faktor Psikologi (X4)	STS	TS	N	S	SS
	Saya memilih produk "Eka Ban" karena bahan yang digunakan berkualitas dibanding tempat lain					



2.	Saya membeli ban vulkanisir “Eka Ban” karena saya membutuhkannya				
3.	Saya percaya akan kualitas yang dimiliki “Eka Ban”				
No	Keputusan Pembelian (Y)	STS	TS	N	S
1.	Saya membeli ban vulkanisir “Eka Ban” untuk memenuhi kebutuhan kendaraan				
2.	Memeriksa produk sebelum melakukan pembelian adalah hal yang harus dilakukan				
3.	Saya menyarankan orang terdekat untuk membeli ban vulkanisir “Eka Ban”				
4.	Saya merasa puas setelah membeli ban vulkanisir dari “Eka Ban”				



Lampiran 3 : Data Identitas Dan Jawaban Responden

Jenis Kelamin	Usia	Waktu Pemakaian	Ya / Tidak
laki-laki	> 35 tahun	1-2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	1-2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	1-2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	1-2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	1-2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	17-25 tahun	< 6 bulan	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	< 6 bulan	Ya
laki-laki	25-35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	25-35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	17-25 tahun	6 bulan-1 tahun	Ya
laki-laki	25-35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	17-25 tahun	6 bulan-1 tahun	Ya
laki-laki	25-35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	25-35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	25-35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	25-35 tahun	< 6 bulan	Ya
laki-laki	25-35 tahun	1-2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	17-25 tahun	6 bulan-1 tahun	Ya
laki-laki	25-35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	25-35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	25-35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	1-2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	1-2 tahun	Ya
laki-laki	> 35 tahun	> 2 tahun	Ya
laki-laki	25-35 tahun	1-2 tahun	Ya
laki-laki	25-35 tahun	1-2 tahun	Ya



No	X1.1	X1.2	X1.3	X1	X2.1	X2.2	X2.3	X2	X3.1	X3.2	X3.3	X3	X4.1	X4.2	X4.3	X4	Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1
1	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	
2	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	
3	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	
4	5	4	4	13	4	5	5	14	5	5	15	4	4	4	12	5	4	4	5	18	
5	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	
6	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	
7	5	5	4	14	4	5	5	14	4	5	13	4	4	5	13	5	5	5	5	20	
8	4	4	4	12	5	5	5	15	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	
9	5	4	4	13	5	5	4	14	5	4	14	4	5	5	14	4	5	4	4	17	
10	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20	
11	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	
12	5	2	5	12	3	2	4	9	5	5	14	5	4	5	14	3	5	5	5	18	
13	5	2	5	12	5	5	4	14	3	5	12	5	4	5	14	3	5	5	5	18	
14	5	2	5	12	3	2	3	8	4	5	14	5	4	5	14	3	5	5	5	18	
15	4	2	4	10	4	4	4	12	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16	
16	5	2	5	12	5	5	5	15	5	5	15	4	3	5	12	5	5	5	5	20	
17	5	3	4	12	4	4	5	13	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	4	19	
18	5	3	5	13	4	5	5	14	5	5	15	3	3	4	10	4	4	5	4	17	
19	4	3	3	10	2	4	4	10	4	5	14	3	3	3	9	4	4	4	5	17	
20	5	2	4	11	3	4	5	12	5	5	14	5	3	4	12	5	4	5	5	19	
21	5	3	5	13	3	3	5	11	5	5	15	5	3	3	11	5	5	5	5	20	
22	4	2	3	9	3	4	4	11	4	5	14	4	3	4	11	4	4	4	4	16	
23	5	3	4	12	2	5	5	12	5	5	15	4	5	5	14	5	4	4	5	18	
24	5	3	4	12	3	4	5	12	4	4	12	4	3	3	10	5	4	4	4	17	
25	4	2	4	10	3	4	3	10	3	4	12	4	5	5	14	4	5	5	4	18	
26	4	2	4	10	2	4	3	9	3	5	11	2	2	2	6	4	2	4	5	15	
27	5	3	4	12	2	5	5	12	5	5	15	5	3	4	12	4	5	4	5	18	
28	5	2	4	11	3	5	5	13	5	5	15	5	3	4	12	5	4	5	4	18	
29	5	3	5	13	5	5	5	15	5	5	15	5	4	5	14	5	4	5	4	18	
	3	5	13	3	3	4	10	3	4	5	12	4	4	3	11	4	4	5	4	17	
	2	4	10	5	4	5	14	4	5	5	14	3	3	4	10	4	3	4	4	15	
	3	5	12	3	4	3	10	4	5	4	13	3	4	4	11	4	4	4	4	16	
	3	4	11	2	4	4	10	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	4	5	19	



34	5	2	3	10	2	4	5	11	4	5	5	14	3	1	3	7	4	3	5	3	15
35	5	2	3	10	2	3	5	10	5	4	5	14	4	3	2	9	4	4	4	4	16
36	5	2	3	10	3	4	5	12	4	4	4	12	3	4	3	10	4	4	4	4	16
37	3	3	3	9	3	4	5	12	5	5	5	15	5	5	5	15	4	4	5	4	17
38	5	2	5	12	3	3	3	9	4	4	4	12	4	4	4	12	4	4	4	4	16
39	5	3	4	12	4	4	5	13	5	4	5	14	4	4	4	12	4	3	4	4	15
40	5	1	5	11	4	5	5	14	5	5	5	15	5	5	5	15	5	5	5	5	20
41	5	2	5	12	2	3	5	10	4	5	5	14	4	5	5	14	5	5	5	5	20
42	5	3	5	13	3	2	5	10	5	5	5	15	5	3	5	13	5	5	5	5	20
43	5	3	5	13	3	3	4	10	5	5	5	15	4	4	4	12	4	4	4	4	16
44	5	1	5	11	2	3	5	10	4	4	4	12	4	1	4	9	5	5	4	4	18



Lampiran 4 : Tabulasi Data Identitas Dan Jawaban Responden

Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	laki-laki	44	100.0	100.0	100.0

Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	17-25 tahun	4	9.1	9.1	9.1
	25-35 tahun	13	29.5	29.5	38.6
	> 35 tahun	27	61.4	61.4	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Waktu Pemakaian

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	< 6 bulan	3	6.8	6.8	6.8
	6 bulan-1 tahun	3	6.8	6.8	13.6
	1-2 tahun	11	25.0	25.0	38.6
	> 2 tahun	27	61.4	61.4	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

X1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	2.3	2.3	2.3
	S	10	22.7	22.7	25.0
	S	33	75.0	75.0	100.0
	Total	44	100.0	100.0	



X1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	4.5	4.5	4.5
	TS	16	36.4	36.4	40.9
	N	15	34.1	34.1	75.0
	S	4	9.1	9.1	84.1
	SS	7	15.9	15.9	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

X1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	6	13.6	13.6	13.6
	S	17	38.6	38.6	52.3
	SS	21	47.7	47.7	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

X2.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	9	20.5	20.5	20.5
	N	15	34.1	34.1	54.5
	S	8	18.2	18.2	72.7
	SS	12	27.3	27.3	100.0
	Total	44	100.0	100.0	



X2.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	3	6.8	6.8	6.8
	N	7	15.9	15.9	22.7
	S	16	36.4	36.4	59.1
	SS	18	40.9	40.9	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

X2.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	5	11.4	11.4	11.4
	S	10	22.7	22.7	34.1
	SS	29	65.9	65.9	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

X3.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	4	9.1	9.1	9.1
	S	15	34.1	34.1	43.2
	SS	25	56.8	56.8	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

X3.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	11	25.0	25.0	25.0
	SS	33	75.0	75.0	100.0
	Total	44	100.0	100.0	



X3.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	2.3	2.3	2.3
	S	11	25.0	25.0	27.3
	SS	32	72.7	72.7	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

X4.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	2.3	2.3	2.3
	N	6	13.6	13.6	15.9
	S	17	38.6	38.6	54.5
	SS	20	45.5	45.5	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

X4.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	STS	2	4.5	4.5	4.5
	TS	1	2.3	2.3	6.8
	N	12	27.3	27.3	34.1
	S	14	31.8	31.8	65.9
	SS	15	34.1	34.1	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

X4.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	2	4.5	4.5	4.5
	N	6	13.6	13.6	18.2
	S	14	31.8	31.8	50.0
	SS	22	50.0	50.0	100.0
	Total	44	100.0	100.0	



Y1.1

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	3	6.8	6.8	6.8
	S	19	43.2	43.2	50.0
	SS	22	50.0	50.0	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Y1.2

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	TS	1	2.3	2.3	2.3
	N	3	6.8	6.8	9.1
	S	18	40.9	40.9	50.0
	SS	22	50.0	50.0	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Y1.3

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S	19	43.2	43.2	43.2
	SS	25	56.8	56.8	100.0
	Total	44	100.0	100.0	

Y1.4

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	N	1	2.3	2.3	2.3
	S	20	45.5	45.5	47.7
	TS	23	52.3	52.3	100.0
	Total	44	100.0	100.0	



Correlations

		X1.1	X1.2	X1.3	Total
X1.1	Pearson Correlation	1	.100	.463**	.563**
	Sig. (2-tailed)		.517	.002	.000
	N	44	44	44	44
X1.2	Pearson Correlation	.100	1	.191	.791**
	Sig. (2-tailed)	.517		.214	.000
	N	44	44	44	44
X1.3	Pearson Correlation	.463**	.191	1	.693**
	Sig. (2-tailed)	.002	.214		.000
	N	44	44	44	44
Total	Pearson Correlation	.563**	.791**	.693**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	44	44	44	44

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

Correlations

		X2.1	X2.2	X2.3	Total
X2.1	Pearson Correlation	1	.555**	.254	.841**
	Sig. (2-tailed)		.000	.096	.000
	N	44	44	44	44
X2.2	Pearson Correlation	.555**	1	.372*	.840**
	Sig. (2-tailed)	.000		.013	.000
	N	44	44	44	44
X2.3	Pearson Correlation	.254	.372*	1	.618**
	Sig. (2-tailed)	.096	.013		.000
	N	44	44	44	44
Total	Pearson Correlation	.841**	.840**	.618**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	44	44	44	44

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

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



Correlations

		X3.1	X3.2	X3.3	Total
X3.1	Pearson Correlation	1	.340*	.495**	.855**
	Sig. (2-tailed)		.024	.001	.000
	N	44	44	44	44
X3.2	Pearson Correlation	.340*	1	.287	.650**
	Sig. (2-tailed)	.024		.059	.000
	N	44	44	44	44
X3.3	Pearson Correlation	.495**	.287	1	.773**
	Sig. (2-tailed)	.001	.059		.000
	N	44	44	44	44
Total	Pearson Correlation	.855**	.650**	.773**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	44	44	44	44

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

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

Correlations

		X4.1	X4.2	X4.3	Total
X4.1	Pearson Correlation	1	.483**	.633**	.796**
	Sig. (2-tailed)		.001	.000	.000
	N	44	44	44	44
X4.2	Pearson Correlation	.483**	1	.662**	.868**
	Sig. (2-tailed)	.001		.000	.000
	N	44	44	44	44
X4.3	Pearson Correlation	.633**	.662**	1	.892**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	44	44	44	44
Total	Pearson Correlation	.796**	.868**	.892**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	44	44	44	44

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



Correlations

		Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Total
Y1.1	Pearson Correlation	1	.292	.238	.305*	.649**
	Sig. (2-tailed)		.055	.120	.044	.000
	N	44	44	44	44	44
Y1.2	Pearson Correlation	.292	1	.472**	.498**	.818**
	Sig. (2-tailed)	.055		.001	.001	.000
	N	44	44	44	44	44
Y1.3	Pearson Correlation	.238	.472**	1	.295	.667**
	Sig. (2-tailed)	.120	.001		.052	.000
	N	44	44	44	44	44
Y1.4	Pearson Correlation	.305*	.498**	.295	1	.722**
	Sig. (2-tailed)	.044	.001	.052		.000
	N	44	44	44	44	44
Total	Pearson Correlation	.649**	.818**	.667**	.722**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	44	44	44	44	44

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

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

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	63.73	48.529	.279	.867
X1.2	65.50	40.953	.580	.857
X1.3	64.11	46.243	.409	.863
X2.1	64.93	40.902	.605	.855
X2.2	64.34	44.695	.421	.864
X2.3	63.91	46.224	.423	.863
X3.1	63.98	45.279	.559	.857
	63.70	48.166	.388	.865
	63.75	47.401	.436	.863
	64.18	43.268	.658	.852



X4.2	64.57	41.925	.558	.858
X4.3	64.18	42.059	.698	.849
Y1.1	64.02	46.069	.502	.860
Y1.2	64.07	44.251	.619	.854
Y1.3	63.89	46.801	.535	.860
Y1.4	63.95	46.789	.482	.861

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	Variance
Budaya	44	9	15	12.02	1.677	2.813
Sosial	44	8	15	12.18	2.138	4.571
Pribadi	44	11	15	13.93	1.246	1.553
Psikologi	44	6	15	12.43	2.327	5.414
Keputusan_Pembelian	44	15	20	17.89	1.728	2.987
Valid N (listwise)	44					

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.765 ^a	.585	.543	1.169

a. Predictors: (Constant), Psikologi, Sosial, Pribadi, Budaya

ANOVA^a

Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	75.166	4	18.791	13.759	.000 ^b
Residual	53.266	39	1.366		
Total	128.432	43			

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

b. Predictors: (Constant), Psikologi, Sosial, Pribadi, Budaya



Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.376	2.088		3.053	.004
Budaya	.331	.134	.321	2.468	.018
Sosial	-.008	.104	-.010	-.079	.937
Pribadi	.260	.173	.187	1.504	.141
Psikologi	.323	.096	.435	3.371	.002

a. Dependent Variable: Keputusan Pembelian

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		44
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.11299142
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.112
	Negative	-.064
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^c

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

