

DAFTAR PUSTAKA

- Alfian. 2012. *Pengaruh Citra Merek (Brand Image) Terhadap Pengambilan Keputusan Pembelian Mobil Toyota Kijang Innova Pada PT. Hadji Kalla Cabang Polman*. Skripsi tidak diterbitkan. Fakultas Ekonomi dan Bisnis: Universitas Hasanuddin Makassar
- Assauri, Sofjan. 2009. *Manajemen Pemasaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Dani, Dena. 2009. *Konsep Dasar Perilaku Konsumen*, (Online), (<http://danidena.blogspot.com/2009/10/konsep-dasar-perilaku-konsumen.html>., diakses 3 Oktober 2012)
- Dewi, Ryta Melati. 2012. *Analisis Pengembangan Strategi Community Based Marketing Produk Sepeda Motor (Studi Kasus : Pt Yamaha Motor Kencana Indonesia*, (Online), (<http://repository.ipb.ac.id/bitstream/handle/>, diakses 24 September 2012)
- Duwi. 2011. *Uji Validitas Kuesioner*, (Online),(<http://duwiconsultant.blogspot.com/2011/11/uji-validitas-kuesioner.html>), diakses 14 November 2012)
- Habib, Muhammad Alhada Fuadilah. 2012. *Identitas Nasional Indonesia*. (Online), (http://alhada-fisip11.web.unair.ac.id/artikel_detail-45457-Makalah-Identitas%20Nasional%20Indonesia.html, diakses 14 Oktober 2012)
- Hardiyanti, Rima. 2012. *Komunitas Jilbab Kontemporer "Hijabers" Di Kota Makassar*. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Program Sarjana Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin
- Community, Hijabers*. 2012. *Hijab Style by Hijabers Community*. Jakarta: AgroMedia Pustaka
- Kamili. 2012. *Pengertian Aktivitas Siswa*, (Online), (<http://id.shvoong.com/social-sciences/education/2256469-pengertian-aktivitas-siswa/>), diakses 14 Oktober 2012)
- Kartajaya, Hermawan. 2010. *Connect! Surfing New Wave Marketing*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Khoeri, Akhmad. 2009. *Analisis Faktor-faktor Bauran Ritel Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Berbelanja di Minimarket Kita Tegal*. Skripsi tidak diterbitkan. Semarang: Program Sarjana Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Semarang
- Kodrat, David Sukardi. 2007. *Membangun Strategi Low Budget High Impact di Era New Wave Marketing*, (Online), (<http://2009-integritas-jurnal-manajemen-bisnis.pdf>), diakses 20 September 2012)

- Lamb, Hair, dan McDaniel. 2001. *Pemasaran*. Jakarta: Salemba Empat
- Mulyanto, Dody. 2009. *Pengaruh Pesan Iklan Kartu Selular XL Simpanse Di Televisi Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Pembelian. (Studi Pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang)*, (Online), (<http://ebookbrowse.com/pengaruh-pesan-iklan-kartu-selular-xl-simpanse-ditelevisi-terhadap-keputusan-konsumen-dalam-pembelian-pdf-d370236259>, diakses 17 Oktober 2012)
- Novandri, Made. 2010. *Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, dan Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Sepeda Motor Yamaha Pada Harpindo Jaya Cabang Ngaliyan*. Semarang: Fakultas Ekonomi Universitas Diponegoro.
- Nur, Awala. 2010. *Pengertian Aktivitas Belajar*, (Online), (<http://www.scribd.com/doc/90342433/Pengertian-Aktivitas-Belajar>, diakses 14 November 2012)
- Nurdiyani, Miftah Ali. 2012. *Pengaruh media advertising, brand image dan customer reference terhadap keputusan pembelian motor (Studi pada Dealer Suzuki Indomadiun Kota madiun)*, (Online), (<http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/manajemen/article/view/20347>, diakses 18 Oktober 2012)
- Oktaviyany, Restiana. 2009. Pengaruh Media Advertising, Brand Image, dan Customer Reference Terhadap Keputusan Konsumen Dalam Membeli Laptop Merek Acer (Studi Kasus Pada Pengguna Acer di Kedai Kopi RKB Perumahan Sawojajar Malang)**, (Online), (<http://karya-ilmiah.um.ac.id/index.php/manajemen/article/view/1611>, diakses 18 Oktober 2012)
- Pambudi, Akbar Setyo. 2012. *Faktor Internal Yang Menjadi Alasan P&G Memiliki Daya Saing Yang Tinggi*, (Online), (<http://blogub.ac.id/akbarsp/>, diakses 12 November 2012)
- Putriadr. 2012. *Hijabers Community: Upaya Pembentukan Feminine Space Oleh Muslimah Urban Indonesia*, (Online), (<http://hijabers-community-upaya-pembentukan.html> diakses 13 September 2012).
- Salsabila, Wacih Andriyani. 2011. *Faktor yang Mempengaruhi Konsumen dalam Pengambilan Keputusan Pembelian Suatu Produk*, (Online), (<http://andriyani22.blogspot.com/2011/10/faktor-yang-memengaruhi-konsumen-dalam.html>)
- Sugiyono. 2011. *Statistika untuk Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Usman, Tri Handayani. 2012. *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Sikap Konsumen Melalui Iklan Terhadap Keputusan Pembelian Speedy di Makassar*. Skripsi tidak diterbitkan. Makassar: Program Sarjana Fakultas Ekonomi dan Binis Universitas Hasanuddin

Wikipedia. 2012. *Nilai dan Nilai Sosial*, (Online), <http://id.wikipedia.org/wiki/Nilai>, diakses 14 Oktober 2012)

Zoeldhan. 2012. *Pengertian Keputusan Pembelian* , (Online), <http://zoeldhan-informatika.blogspot.com/2012/02/pengertian-keputusan-pembelian.html>, diakses 13 November 29012)

LAMPIRAN

Lampiran 1 Biodata

BIODATA

Identitas Diri

Nama : Eka Desy Saputri

Tempat, Tanggal Lahir : Wajo, 4 Desember 1991

Jenis Kelamin : Perempuan

Alamat Rumah : Jl. Toddopuli XV Graha Toddopuli Blok C No.13,
Makassar

Telepon : 0853 4246 3311

Alamat Email : edyz.saputri@yahoo.com

Riwayat Pendidikan

- | ➤ Pendidikan Formal | Tahun |
|--|-----------------|
| - SDN Inpres Perumnas Makassar | 1997 - 2003 |
| - SMP Negeri 33 Makassar | 2003 – 2006 |
| - SMA Wahid Hasyim Malang | 2006 – 2009 |
| - Universitas Hasanuddin | 2009 – sekarang |
| ➤ Pendidikan Non Formal | |
| - Pelatihan <i>Basic Study Skill</i> Universitas Hasanuddin | 2009 |
| - Latihan Kepemimpinan Tingkat Pertama (LK I IMMAJ FE UH) | 2010 |
| - Latihan Kepemimpinan Tingkat Menengah (LKTM FKG UH) | 2010 |
| - Workshop “Explore Your Brain and Keep Your Mind” PT. Djarum, Makassar | 2011 |
| - <i>Natinal Building</i> Djarum Bakti Pendidikan, Semarang | 2011 |

- *Character Building* Djarum Bakti Pendidikan, Bandung 2012
- *Leadership Development* Djarum Bakti Pendidikan, Jakarta 2012

Pengalaman

➤ **Organisasi**

- Ikatan Mahasiswa Manajemen (IMMAJ) FEUH Periode 2010-2011 dan 2011-2012
- Indonesian Future Leaders Periode 2011-2012 dan 2012-2013
- Djarum Bakti Pendidikan (Beasiswa Djarum) Periode 2011-2012
- “Generasi Baru” (GenBi) Bank Indonesia Periode 2012-2013
- XL Future Leaders 2012-2014

➤ **Kerja**

- Staf Pengajar pada RPC (Ranu Prima College)
- *Marketing Communication* pada SikolaBisnis
- *Marketing Communication* pada PT. Sunu Broadcast Television (Celebes TV Makassar)

Makassar, 28 November 2012

Eka Desy Saputri

Lampiran 2 Kuesioner Penelitian

PENGARUH KEHADIRAN *HIJABERS COMMUNITY* TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN JILBAB PADA BUTIK DIAN PELANGI MAKASSAR

A. Kata Pengantar

No. Angket :

Tanggal Interview :

Yth. Sdr./i

di Tempat

Dengan hormat,

Dalam rangka melengkapi data yang diperlukan untuk memenuhi tugas akhir, bersama ini saya menyampaikan kuesioner penelitian mengenai ***“Pengaruh Kehadiran Hijabers Community Terhadap Keputusan Pembelian Jilbab Pada Butik Dian Pelangi Makassar”***. Adapun hasil dari penelitian ini saya gunakan sebagai bahan penyusunan skripsi pada program sarjana Universitas Hasanuddin, Makassar.

Saya memahami waktu saudara/i sangatlah terbatas dan berharga, namun saya juga mengharapkan kesediaan saudara/i untuk membantu penelitian ini dengan mengisi secara lengkap kuesioner yang terlampir.

Saya ucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas kesediaan saudara/i telah meluangkan waktu untuk menjawab semua pertanyaan dalam kuesioner ini.

Hormat saya,

Eka Desy Saputri

B. Screening Questions

Petunjuk: Jawablah pertanyaan berikut. Berilah tanda checklist (√) pada kolom yang telah disediakan.

1. Usia Anda saat ini: tahun

2. Pekerjaan Anda (selain mahasiswi):

Wirausaha sebagai (jabatan/ nama usaha) ...

3. Pengeluaran Anda per bulan:

< Rp. 250.000 Rp. 251.000 - Rp. 500.000

Rp. 501.000 - Rp. 750.000 Rp. 751.000 - Rp. 1.000.000

> Rp. 1.000.000

4. Dimana Anda biasa berbelanja jilbab?

Karebosi Link Zoya Butik Dian Pelangi

Makassar *Mall* (Sentral) *Online Shop* Lain-lain ...

5. Apakah Anda pernah mendengar tentang *Hijabers Community (HC)*?

Ya Belum

(Tolong jelaskan yang Anda ketahui tentang *HC*):

5. Apakah Anda pernah berkunjung ke Butik Dian Pelangi Makassar?

Ya Belum

6. Dalam sebulan berapa kali Anda berkunjung ke Butik Dian Pelangi Makassar?

< 3 kali 3 - 4 kali 4 - 5 kali > 5 kali

6. Jumlah besar transaksi setiap kali berkunjung Butik Dian Pelangi Makassar:

Rp. 25.000 - Rp. 50.000 Rp. 50.000 - Rp. 100.000

Rp. 100.000 - Rp. 150.000 Rp. 200.000 - Rp. 250.000

> Rp. 250.000

C. Kuesioner

Pada kuesioner di bawah ini saudara dimohon untuk memberikan jawaban atas pernyataan dengan memberikan tanda *checklist* (√) pada salah satu alternatif jawaban yang tersedia sesuai dengan pendapat saudara terhadap Butik Dian Pelangi Makassar dan *Hijabers Community*.

Keterangan:

SS : Sangat Setuju **TS** : Tidak Setuju
S : Setuju **STS** : Sangat Tidak Setuju
R : Ragu- ragu

| No. | Variabel Identitas (X1) | SS | S | R | TS | STS |
|-----|--|----|---|---|----|-----|
| 1. | Produk jilbab di Butik Dian Pelangi sesuai dengan selera <i>fashion</i> saya | | | | | |
| 2. | Saya merasa bangga ketika menggunakan jilbab dari Butik Dian Pelangi | | | | | |
| 3. | Saya membeli jilbab di Dian Pelangi karena mengikuti kelompok pergaulan saya | | | | | |
| 4. | Saya membeli jilbab di Butik Dian Pelangi karena sesuai dengan gaya hidup saya yang <i>stylish</i> | | | | | |
| 5. | Saya membeli jilbab di Butik Dian Pelangi karena harganya terjangkau | | | | | |

| No. | Variabel Nilai (X2) | SS | S | R | TS | STS |
|-----|---|----|---|---|----|-----|
| 1. | Gaya berjilbab <i>Hijabers Community</i> sudah sesuai dengan kaidah tentang tata cara | | | | | |

| | | | | | | |
|----|--|--|--|--|--|--|
| | berjilbab | | | | | |
| 2. | Kreasi model jilbab yang diajarkan oleh <i>Hijabers Community</i> menarik | | | | | |
| 3. | Saya merasa cantik dan percaya diri menggunakan model jilbab seperti <i>Hijabers Community</i> | | | | | |

| No. | Variabel Aktivitas (X3) | SS | S | R | TS | STS |
|-----|---|----|---|---|----|-----|
| 1. | Saya menyukai kegiatan <i>Hijab Class</i> oleh <i>Hijabers Community</i> | | | | | |
| 2. | Saya suka mempelajari kreasi model jilbab melalui tutorial hijab <i>Hijabers Community</i> di media virtual (<i>youtube, website, blog, dll</i>). | | | | | |

| No. | Variabel Keputusan Pembelian (Y) | SS | S | R | TS | STS |
|-----|--|----|---|---|----|-----|
| 1. | Saya menambah koleksi jilbab sejak tahu cara mengkreasikan jilbab a la <i>Hijabers Community</i> | | | | | |
| 2. | Saya belajar tutorial jilbab <i>Hijabers Community</i> , tapi lebih sering berbelanja jilbab di tempat lain | | | | | |
| 3. | Saya tertarik melakukan pembelian jilbab di Butik Dian Pelangi setelah tahu mengenai <i>Hijabers Community</i> | | | | | |
| 4. | Saya merasa yakin dengan keputusan saya berbelanja jilbab di Butik Dian Pelangi | | | | | |
| 5. | Saya akan melakukan pembelian jilbab kembali pada Butik Dian Pelangi Makassar | | | | | |

Lampiran 3 Deskripsi Objek Penelitian

Usia

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|-------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 19.00 | 21 | 23.3 | 23.3 | 23.3 |
| 20.00 | 31 | 34.4 | 34.4 | 57.8 |
| 21.00 | 26 | 28.9 | 28.9 | 86.7 |
| 22.00 | 9 | 10.0 | 10.0 | 96.7 |
| 23.00 | 3 | 3.3 | 3.3 | 100.0 |
| Total | 90 | 100.0 | 100.0 | |

Pekerjaan

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------------------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Blogger | 1 | 1.1 | 1.1 | 1.1 |
| EO | 1 | 1.1 | 1.1 | 2.2 |
| Jual pulsa | 2 | 2.2 | 2.2 | 4.4 |
| OL Shop | 9 | 10.0 | 10.0 | 14.4 |
| Part Time di Toko/ Perusahaan | 8 | 8.9 | 8.9 | 23.3 |
| Parttime Tentor | 1 | 1.1 | 1.1 | 24.4 |
| Seni | 1 | 1.1 | 1.1 | 25.6 |
| Tentor | 1 | 1.1 | 1.1 | 26.7 |
| Tidak bekerja | 59 | 65.6 | 65.6 | 92.2 |
| Wirausaha | 7 | 7.8 | 7.8 | 100.0 |
| Total | 90 | 100.0 | 100.0 | |

Pengeluaran

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid < 250.000 | 2 | 2.2 | 2.2 | 2.2 |
| > 1.000.000 | 23 | 25.6 | 25.6 | 27.8 |
| 251.000 - 500.000 | 6 | 6.7 | 6.7 | 34.4 |
| 501.000 - 750.000 | 23 | 25.6 | 25.6 | 60.0 |
| 751.000 - 1.000.000 | 36 | 40.0 | 40.0 | 100.0 |
| Total | 90 | 100.0 | 100.0 | |

Lokasi Belanja Jilbab

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------------------------------|-----------|---------|---------------|-----------------------|
| KL | 6 | 6.7 | 6.7 | 6.7 |
| KL, BDP | 1 | 1.1 | 1.1 | 7.8 |
| KL, BDP | 3 | 3.3 | 3.3 | 11.1 |
| KL, BDP, Mall | 3 | 3.3 | 3.3 | 14.4 |
| KL, BDP, Zoya | 1 | 1.1 | 1.1 | 15.6 |
| KL, Lain2 (mall) | 4 | 4.4 | 4.4 | 20.0 |
| KL, lain2 (pasar trdisional) | 2 | 2.2 | 2.2 | 22.2 |
| KL, Mall | 4 | 4.4 | 4.4 | 26.7 |
| KL, Mall, OL Shop | 2 | 2.2 | 2.2 | 28.9 |
| KL, Mall, OL Shop, BDP | 1 | 1.1 | 1.1 | 30.0 |
| KL, MM | 16 | 17.8 | 17.8 | 47.8 |
| KL, MM, BDP | 1 | 1.1 | 1.1 | 48.9 |
| KL, MM, BDP, Zoya | 1 | 1.1 | 1.1 | 50.0 |
| KL, MM, Buat sendiri | 1 | 1.1 | 1.1 | 51.1 |
| KL, MM, Mall | 1 | 1.1 | 1.1 | 52.2 |
| KL, OL Shop | 7 | 7.8 | 7.8 | 60.0 |
| KL, OL Shop, BDP | 9 | 10.0 | 10.0 | 70.0 |
| KL, OL Shop, lain2 | 1 | 1.1 | 1.1 | 71.1 |
| KL, OL Shop, MM | 2 | 2.2 | 2.2 | 73.3 |
| KL, OL Shop, Zoya | 1 | 1.1 | 1.1 | 74.4 |
| KL, OL Shop, Zoya, MM | 2 | 2.2 | 2.2 | 76.7 |
| KL, Zoya, BDP | 1 | 1.1 | 1.1 | 77.8 |
| Lain2 (pasar tradisional) | 5 | 5.6 | 5.6 | 83.3 |
| Makassar Mall | 2 | 2.2 | 2.2 | 85.6 |
| MM, KL | 1 | 1.1 | 1.1 | 86.7 |
| MM, lain2 (pasar trdisional) | 7 | 7.8 | 7.8 | 94.4 |
| OL Shop | 2 | 2.2 | 2.2 | 96.7 |
| OL Shop, BDP | 1 | 1.1 | 1.1 | 97.8 |
| Zoya, KL | 1 | 1.1 | 1.1 | 98.9 |
| Zoya, Lain2 | 1 | 1.1 | 1.1 | 100.0 |
| Total | 90 | 100.0 | 100.0 | |

Pengetahuan Tentang *Hijabers Community*

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid Ya | 90 | 100.0 | 100.0 | 100.0 |

Jumlah Kunjungan di Butik Dian Pelangi Makassar

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|---------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 0 | 68 | 75.6 | 75.6 | 75.6 |
| < 3 | 20 | 22.2 | 22.2 | 97.8 |
| 3 – 4 | 2 | 2.2 | 2.2 | 100.0 |
| Total | 90 | 100.0 | 100.0 | |

Jumlah Transksi Tiap Berkunjung ke Butik Dian Pelangi

| | Frequency | Percent | Valid Percent | Cumulative Percent |
|----------|-----------|---------|---------------|--------------------|
| Valid 0 | 60 | 66.7 | 66.7 | 66.7 |
| 25.000- | 1 | 1.1 | 1.1 | 67.8 |
| 50.000- | 1 | 1.1 | 1.1 | 68.9 |
| 100.000- | 15 | 16.7 | 16.7 | 85.6 |
| 200.000- | 13 | 14.4 | 14.4 | 100.0 |
| Total | 90 | 100.0 | 100.0 | |

Lampiran 4 Uji Validitas

Uji Validitas Variabel X1 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 |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| X11 | 8.5333 | 5.706 | .531 | .628 | .833 |
| X12 | 9.3000 | 4.355 | .749 | .779 | .772 |
| X13 | 9.2333 | 5.564 | .722 | .595 | .801 |
| X14 | 9.4000 | 4.248 | .851 | .805 | .740 |
| X15 | 9.8000 | 4.855 | .485 | .617 | .863 |

Uji Validitas Variabel X2 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 |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| X21 | 6.3000 | 1.252 | .761 | .596 | .367 |
| X22 | 5.6333 | 2.033 | .471 | .408 | .746 |
| X23 | 6.2667 | 1.444 | .493 | .384 | .745 |

Uji Validitas Variabel X3 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 |
|-----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| X31 | 2.3667 | .240 | .772 | .595 | . |
| X32 | 1.4333 | .323 | .772 | .595 | . |

Uji Validitas Variabel Y 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 |
|----|----------------------------|--------------------------------|----------------------------------|------------------------------|----------------------------------|
| Y1 | 12.3667 | 7.826 | .460 | .738 | .844 |
| Y2 | 12.3000 | 8.562 | .400 | .724 | .856 |
| Y3 | 12.7667 | 5.909 | .673 | .700 | .794 |
| Y4 | 12.7667 | 5.220 | .873 | .864 | .723 |
| Y5 | 12.7333 | 5.789 | .823 | .829 | .743 |

Lampiran 5 Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas Variabel X1

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .838 | .854 | 5 |

Uji Reliabilitas Variabel X2

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .732 | .739 | 3 |

Uji Reliabilitas Variabel X3

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .866 | .871 | 2 |

Uji Reliabilitas Variabel Y

Reliability Statistics

| Cronbach's Alpha | Cronbach's Alpha Based on Standardized Items | N of Items |
|------------------|--|------------|
| .835 | .829 | 5 |

Lampiran 6 Uji Hipotesis

HASIL REGRESI BERGANDA

Coefficients^a

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | T | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------------|
| | | B | Std. Error | Beta | B | Std. Error |
| 1 | (Constant) | ,869 | ,230 | | 3,774 | ,000 |
| | Identitas | ,512 | ,063 | ,618 | 8,178 | ,000 |
| | Nilai | ,375 | ,083 | ,386 | 4,496 | ,000 |
| | Aktivitas | -,099 | ,072 | -,112 | -1,373 | ,173 |

a Dependent Variable: Keputusan Pembelian

HASIL KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|---------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | ,835(a) | ,697 | ,686 | ,352 |

a Predictors: (Constant), Aktivitas, Identitas, Nilai

HASIL UJI SIGNIFIKANSI SIMULTAN (UJI F)

ANOVA^b

| Model | | Sum of Squares | Df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|---------|
| 1 | Regression | 24,429 | 3 | 8,143 | 65,882 | ,000(a) |
| | Residual | 10,629 | 86 | ,124 | | |
| | Total | 35,058 | 89 | | | |

a Predictors: (Constant), Aktivitas, Identitas, Nilai

b Dependent Variable: Keputusan Pembelian

HASIL UJI SIGNIFIKANSI PARAMETER INDIVIDUAL (UJI t)

Coefficients(a)

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|------------|-----------------------------|------------|---------------------------|--------|------------|
| | | B | Std. Error | Beta | B | Std. Error |
| 1 | (Constant) | ,869 | ,230 | | 3,774 | ,000 |
| | Identitas | ,512 | ,063 | ,618 | 8,178 | ,000 |
| | Nilai | ,375 | ,083 | ,386 | 4,496 | ,000 |
| | Aktivitas | -,099 | ,072 | -,112 | -1,373 | ,173 |

a Dependent Variable: Keputusan Pembelian